

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Lucie Slavíková

Děti a mobilní telefony

Bakalářská práce

Praha 2016

Autor práce: **Lucie Slavíková**

Vedoucí práce: **Mgr. Radim Wolák**

Rok obhajoby: 2016

Bibliografický záznam

SLAVÍKOVÁ, Lucie. *Děti a mobilní telefony*. Praha, 2016. 55 s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Mgr. Radim Wolák.

Abstrakt

Bakalářská práce „Děti a mobilní telefony“ zkoumá vztah, který je vytvořen mezi dětmi ve věku zhruba 6 – 11 let (což odpovídá prvnímu stupni základní školy) a mobilními telefony. Jedná se jednak o vztah obecný, který je vytvářen ve stále více medializované společnosti, jednak o konkrétní příklady realizace tohoto vztahu, které budou zkoumány v rámci výzkumné části této práce. Autorka se zaměřuje především na témata běžného využívání mobilních telefonů. V rámci výzkumu se zajímá především o rozsah každodenního využívání mobilních telefonů, výčet prakticky využívaných funkcí a možnost intuitivního ovládní. Dále se zabývá otázkou vnímání mobilního telefonu jako symbolu sociální prestiže a tím, zda u dětí nedochází k personifikaci telefonů. Všechny tyto proměnné budou zkoumány na základě polostrukturovaných rozhovorů, které byly s dětmi prováděny. Výzkum byl prováděn na základní škole Mládí v Praze. S ohledem k nízkému věku respondentů byl upraven tak, aby byl pro děti dobře srozumitelný, ale nedošlo ke snížení jeho vypovídací hodnoty. Těžištěm této práce je diskuze nad výsledky, které byly v rámci tohoto výzkumu získány.

Abstract

This bachelor thesis deals with the relationship between children of primary school age and cell phones. On the one hand it describes basic relationship during ongoing medialisation of society, on the other hand it shows few detailed descriptions, which are proved mainly within the practical part of this thesis. This bachelor thesis examines mainly basic usage of cell phones. In the practical part it deals with everyday usage of cell phones, the range of used operations and a possible intuitive cell phone handling. Moreover, the question of cell phone being a possible symbol of social prestige is revealed. Last but not least there is the topic of personification of cell phones. A semi-structured interview method is used in the practical part. The research was done in one

elementary school in Prague, Czech Republic. Main part of this bachelor thesis is a discussion section, where the above mentioned research is interpreted.

Klíčová slova

Děti, mládež, mobilní telefon, 1. stupeň ZŠ, média.

Keywords

Children, youth, cell phone, primary school, media.

Rozsah práce: Vlastní text bez abstraktu má celkem 97 713 znaků s mezerami, tj. 54 normostran.

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 4. 1. 2016

Lucie Slavíková

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu práce Mgr. Radimovi Wolákovi za cenné rady a dále svému manželovi a rodině, kteří mi byli během psaní velkou oporou.

Obsah

| | | |
|-------|--|----|
| 1 | Úvod | 3 |
| 2 | Teoretická část | 4 |
| 2.1 | Teorie nových médií | 4 |
| 2.1.1 | Média vs. nová média | 4 |
| 2.1.2 | Herbert Marshall McLuhan | 5 |
| 2.2 | Mládež v medializované společnosti | 6 |
| 2.3 | Uživatelské rozhraní | 8 |
| 2.3.1 | Koncepty dokonalého uživatelského rozhraní | 9 |
| 2.4 | Zmapovaný vztah dětí k mobilním telefonům (přehled provedených výzkumů) | 10 |
| 2.4.1 | Český statistický úřad | 11 |
| 2.4.2 | Data Collect | 14 |
| 2.4.3 | Barometr Cetelem – Střední třída v Evropě | 14 |
| 2.4.4 | E-Bezpečí | 15 |
| 2.4.5 | BMJ – Pokles počtu dospívajících kuřáků s nárůstem vlastnictví mobilních telefonů | 16 |
| 2.5 | Současná situace v ČR | 18 |
| 2.5.1 | Operátoři v ČR | 18 |
| 2.5.2 | NajduTě | 20 |
| 2.5.3 | Mobilní telefony pro děti | 21 |
| 3 | Výzkumná část | 25 |
| 3.1 | Definování výzkumu | 25 |
| 3.1.1 | Cíle výzkumu | 25 |
| 3.1.2 | Definování výzkumných otázek | 26 |
| 3.1.3 | Rozhodnutí o metodách | 27 |
| 3.1.4 | Chronologie výzkumu | 28 |
| 3.2 | Podoba výzkumu | 29 |
| 3.2.1 | OKRUH 1: SOCIÁLNÍ PRESTIŽ | 30 |
| 3.2.2 | OKRUH 2: KAŽDODENNÍ VYUŽÍVÁNÍ | 32 |
| 3.2.3 | OKRUH 3: INTUITIVNÍ OVLÁDÁNÍ | 33 |

| | |
|---|----|
| 3.2.4 OKRUH 4: MOBILNÍ TELEFON JAKO PŘÍSTROJ..... | 34 |
| 3.3 Průběh výzkumu | 35 |
| 3.4 Vyhodnocení výzkumu..... | 36 |
| 3.4.1 SOCIÁLNÍ PRESTIŽ..... | 36 |
| 3.4.2 KAŽDODENNÍ VYUŽÍVÁNÍ | 40 |
| 3.4.3 INTUITIVNÍ OVLÁDÁNÍ | 43 |
| 3.4.4 MOBILNÍ TELEFON JAKO PŘÍSTROJ | 45 |
| 3.5 Diskuze | 47 |
| 4 Závěr..... | 49 |
| 5 Summary..... | 50 |
| Použitá literatura | 51 |

1 ÚVOD

Tato práce se bude zabývat tím, jaký vztah mají děti navštěvující první stupeň základní školy k mobilním telefonům. Jedná se o vztah v několika rovinách – jednak ten, který je v obecném měřítku přirozeně vytvářen ve stále více medializované společnosti, jednak ten, který si samy děti k mobilnímu telefonu vytvářejí. Tyto neznámé se autorka snaží odhalit na základě pozorování základních faktorů, zejména z pohledu běžného využívání.

Několik výzkumných okruhů se snaží komplexně obsáhnout základní (a v jistém smyslu velmi obecné) téma, jehož popis nese i název této práce. Autorka se zabývá tématem každodenního využívání mobilních telefonů a rozsahem prakticky využívaných funkcí, a to jednak vědomě a jednak intuitivně. Zkoumá, jak je vlastnictví mobilního telefonu pro děti důležité. Toto téma dále rozšiřuje o otázku, zda pro takto staré děti hraje roli i značka, případně typ mobilního telefonu. Dále se zabývá otázkou, zda děti vnímají mobilní telefony pouze jako přístroj nebo jestli se u nich neprojevuje jistá personifikace. Všechny tyto proměnné budou zkoumány v rámci výzkumu. Ten bude prováděn kvalitativní analýzou. Těžištěm této práce je diskuze nad výsledky, které byly v rámci výzkumu získány.

Je na místě zmínit, že tato práce není koncipována jako hodnotící. Neklade si za cíl zjišťovat, jestli je mobilní telefon v rukou dětí faktor pozitivní či negativní. Tento názor nechť si každý čtenář udělá sám. Bakalářská práce, kterou drží v rukou, může být jedním ze zdrojů informací, které mu ve vytváření jeho individuálního a co nejvíce objektivního názoru pomohou.

2 TEORETICKÁ ČÁST

V teoretické části bude stručně představena teorie nových médií a dále se práce bude zabývat využitím těchto médií dětmi. Cílem této kapitoly je popsat postavení dětí v medializované společnosti a dále to, jak je současná situace zmapována.

2.1 *Teorie nových médií*

2.1.1 Média vs. nová média

Za médium je pokládán každý nástroj, který zprostředkovává komunikaci. Média můžeme obecně rozdělit do čtyř skupin: *primární (základní)* média představují komunikační kód. Je to například jazyk. Tato média neumožňují uchovat informaci v čase (nelze pomocí nich nic zaznamenat). Naproti tomu *sekundární (technická)* média umožňují přenos sdělení na větší vzdálenosti nebo jeho uchování. Příkladem může být písmo nebo telefon. Pomocí *terciárních (masových)* médií je možno oslovit masy a docílit tak toho, že sdělení vejde v co nejobecnější známost. Od jednoho zdroje se informace šíří k velkému počtu příjemců. Jedná se o tištěná média a média vysílaná (rozhlas, televize). (Jirák, 2010).

V současnosti chápeme pod pojmem „nová média“ média digitální – tedy taková, která jsou založena na numerickém zpracování dat. Macek (2002) uvádí, že taková média můžeme označit jako *kvartérní (síťová)*. Nástrojem pro komunikaci je digitální technologie. Nová média kombinují vlastnosti sekundárních a terciárních médií. Od klasických médií se navíc liší vysokou mírou interaktivity – příjemce se sám podílí na tvorbě obsahu. Jejich vznik lze patrně spojovat s úspěšnou realizací hypertextového média v počítačovém prostředí (konec 60. let 20. století) a vznikem první decentralizované počítačové sítě v rámci amerického vojenského projektu ARPA (1963). Masové rozšíření nových médií způsobil především vznik osobního mikroprocesorového počítače, postupné otevírání počítačových sítí a od 90. let především celosvětový nástup Internetu. Nová média se stala takřka médii

každodenními, zařadila se vedle klasických médií a díky svému potenciálu je již v mnohém předběhla. Podle řady teoretiků a technologů digitální média směřují k tomu, že do značné míry pohltnou a přetransformují i média starší (Macek, 2002).

O rychlém rozšíření kvartérních médií se zmiňovali někteří vědci a teoretici již v době jejich raného nástupu. Americký vědec a spoluzakladatel Media Laboratory při MIT (Massachusetts Institute of Technology) Nicholas Negroponte (1995) píše: „Jsem přesvědčen, že kolem roku 2005 budou Američané trávit více hodin na internetu (ať se mu tou dobou bude říkat jakkoli) než sledováním televize“. Zde mluví o klasické televizi ve formě, jakou známe i dnes. Vedle toho předkládá model tzv. „chytré televize“, která bude schopna přijímaná data pomocí příslušných programů převést a vyhodnotit v takové formě, v jaké je daný divák chce mít (příkladem může být předpověď počasí ztvárněná jako animovaný film s naší oblíbenou postavičkou od Disneyho).

2.1.2 Herbert Marshall McLuhan

Otázkou vlivu médií na kulturní vývoj společnosti (a to nejenom médií nových, ale i klasických) se jako jeden z prvních zabýval kanadský teoretik masmedií Herbert Marshall McLuhan. Šimůnek (2002) uvádí, že významné jsou jeho studie o psychologickém a sociálním vlivu masových médií na jedince, ve kterých řeší perspektivu komunikačních technologií a vliv jejich užívání jako takových, s menším ohledem na obsahy, které zprostředkovávají. Svou téměř životní teorii, že způsob, jímž se k nám informace dostane, nás ovlivňuje silněji než informace sama a není tedy ani tak důležitý obsah, jaký médium přenáší, ale médium samotné, shrnul do tří slov: *Médium je poselství*. (Tento název nese i první kapitola jeho známé knihy *Jak rozumět médiím*¹.) V tomto díle můžeme najít i rozdělení na média „horká“ a „chladná“ v závislosti na tom, jakou míru informací to dané médium předává jednotlivým smyslům a tedy v jakém množství je potřebná účast uživatele. Dalším dodnes diskutovaným McLuhanovým (1991) termínem je „globální vesnice“.² Ačkoliv McLuhan publikoval své teorie v době, kdy ještě žádný Internet neexistoval, formuloval

¹ McLUHAN, 1991

² Odkaz např. na knihu *The Gutenberg Galaxy* (1962).

myšlenky a teze, které ho dobře popisují. A to například fakt, že díky moderním možnostem komunikace odpadají geografické, národní a jiné bariéry a sdílet informace mohou lidé na celém světě téměř rovnocenně (Peterka, 2011).

Účelem této práce není hlouběji rozebírat dílo tohoto teoretika, ale pouze na něj poukázat v souvislosti s ranými teoriemi nových médií. I když většina z nich spadá převážně do šedesátých a sedmdesátých let minulého století, jsou vyučovány a připomínány dodnes.

2.2 Mládež v medializované společnosti

Pro řešené téma této práce je v první řadě důležité podívat se na obecné postavení mládeže v současné společnosti. Každý člověk, včetně dětí, prochází socializací. Během socializace jedinec dle Kellera (2005) přijme (internalizuje) nejen vědění, ale též hodnoty, normy a měřítko své kultury, kteréžto jsou navíc hojně zobrazovány také v médiích. I skrze média pak společnost tyto normy přijímá. V této souvislosti můžeme mluvit o tzv. medializaci společnosti. Penetrace médií do současné společnosti je neoddiskutovatelná. Konkrétně mobilní telefony nás doprovází doslova na každém kroku – pronikly například už i do klasické literatury.³ Spisovatelka Rožnovská (2015) přichází s moderní pohádkou určenou pro děti od 5 let *Mobilnímania v pohádkové říši*, kde se klasické pohádkové postavy učí používat mobilní telefon. Ježibaba nastavující si vyzvánění na: „*Já volám hola, hola, bábo, dej upéct buchty, vola.*“ může být určitým popisem toho, jak je k dětem v medializované společnosti přistupováno. Spitzer (2014) dává do spojitosti média (konkrétně digitální média) a poznatky z klasické neurobiologie – lidský mozek se neustále učí (nedokáže jen jedinou věc: *neučit se!*). Na základě tohoto argumentu vyvozuje, že čas strávený s (digitálními) médii musí nutně zanechat stopy. Tyto stopy jsou podle Spitzera ovlivněné zjednodušením, které nám média umožňují (*Kdo za sebe nechává myslet jiné, nikdy se odborníkem nestane.*) a vedou až k digitální demenci.

³ Příkladem může být báseň *Mobilní telefon krásně zvoní* od Jiřího Klofáka.

Společně s procesem, během něhož dochází k medializaci společnosti, se i mládež na tento fakt musí nutně adaptovat. Sak (2000) dovádí tuto myšlenku ještě dál: mládež je z pohledu medializace dokonce klíčovým subjektem, jehož prostřednictvím se transformuje hodnotový systém společnosti. Mládež vnáší do společnosti inovace tím, že nepřijímá hodnoty mechanicky, nýbrž diferencovaně a zpětně tak modifikuje hodnotový systém společnosti. Sak (2000) doslova píše: *Mládež se na nové sociální skutečnosti vzniklé procesy globalizace, informatizace a medializace společnosti na jedné straně adaptuje a na druhou stranu tuto skutečnost sama vytváří jako subjekt těchto změn.* Otázkou zůstává, do jaké míry se na tomto procesu mládež podílí a jaké aspekty konkrétně ovlivňuje. Nápadným příkladem toho, že medializace jde vstříc všem věkovým skupinám (a tedy i mládeži) je například vývoj uživatelského rozhraní.

Mládež se ovšem na medializovanou společnost i přirozeně adaptuje. Dle Negroponteho (2001) dnes není informační prostor omezen na tři rozměry a vyjádření myšlenky nebo řetězec nápadů může obsahovat mnohorozměrnou síť odkazů na další argumenty. Toto jsou výhody, které mládež narozená do medializované společnosti považuje za samozřejmé. Negroponte (2001) uvádí, že už neplatí, že se při řešení úlohy musíme rozhodovat mezi hloubkou pojetí a komplexností (šířkou) jako mezi dvěma přístupy, které se navzájem vylučují omezenou kapacitou dat. Tento posun ovšem nemusí být tak evidentní pro děti, které se rodily po boku smartphonů a které tyto výhody nevnímají tak docela jako výhody, ale spíše jako něco naprosto přirozeného.

Tím, jak se mládež adaptuje na média a média se přizpůsobují mládeži, vyvstává otázka, do jaké míry jsou pro děti mobilní telefony pouze zprostředkovatelem dalších služeb a zda se sami nestávají předmětem zájmu (zda se z prostředníka nestává cílový bod). Jedním zkoumaným bodem výzkumu proto bude, do jaké míry je pro děti mobilní telefon „pouhým“ zprostředkovatelem komunikace a zda se jeho význam v očích dětí nepřesouvá dál a nestává se symbolem, který může sám o sobě ve společnosti značit určitou prestiž.

2.3 Uživatelské rozhraní

Příkladem medializace společnosti je vývoj uživatelského rozhraní mobilních telefonů. Na tomto místě není cílem popisovat složitě konkrétní uživatelské rozhraní dnešních telefonů, ale spíše definovat, co je tímto pojmem myšleno a hlavně jaký k němu byl přístup už v počátcích vývoje mobilních telefonů.

Nicholas Negroponte (2001) v knize *Digitální svět* píše: *Pes dokáže poznat svého pána podle způsobu chůze na vzdálenost desítek metrů, zatímco počítač vaši přítomnost vůbec nevnímá. Téměř každé domácí zvíře pozná, že máte špatnou náladu; počítač to ani nenapadne. I štěně pozná, kdy udělalo něco špatně, počítač ani náhodou.* Důležitou otázkou výzkumné části této práce bude to, do jaké míry si tyto rozdíly děti uvědomují. Autorku zajímá především to, zda si vůbec připouštějí, že je dané médium (v tomto případě mobilní telefon) vůbec nevnímá a že při práci s ním se jedná o čistě jednosměrnou komunikaci. Jednou hypotézou výzkumu bude, že je mládež zvyklá na přístroje s tak dokonalým uživatelským rozhraním, že komunikaci mezi člověkem a strojem zpodobňuje s komunikací dvou lidí. Přístroje už nemají ani pojmenování „ono“, nýbrž „ten/ta“ a běžně se setkáme s větami typu: „on mi tady píše“, „on mi říká“ atd.

To, že přístroj vnímáme nejenom jako komunikační prostředek, ale jako komunikačního prostředníka (který reaguje na naše podněty) způsobuje vývoj uživatelského rozhraní. Negroponte (2001) píše, že v raném rozvoji výpočetní techniky se tomuto odvětví nevěnovala zvláštní pozornost – strojový čas byl drahý a bylo potřeba jej využít k řešení problému, nikoliv pro pohodlí uživatele. Ve chvíli, kdy začal disponovat výkonem dost rychlým a levným, bylo možné zaměřit se na zdokonalení komunikace mezi člověkem a strojem. A proto dnes můžeme při hodnocení uživatelského rozhraní mluvit o stavu, kdy se přístroje učí znát své majitele a chápat, co od nich vyžadují.

Na výzkumné části této práce zůstává odpovědět na otázku, zda se podařilo „přiblížit“ mobilní telefony na míru i dětem a zda toto děti samy vnímají, nebo si jednoduše na uživatelské rozhraní zvyknou, ať už je jakékoliv. Spolu s tím, jak se mění věková hranice vlastníků mobilních telefonů, se vyvíjí i uživatelské rozhraní. A nemusí

se jednat pouze o snížení dolní věkové hranice, ale i posun směrem vzhůru – dokladem jsou mobilní telefony pro seniory (telefony s většími tlačítky, nouzovým SOS tlačítkem pro jednoduché přivolání pomoci atd.). Mobilní telefony uzpůsobené na míru nejmladším vlastníkům jsou na trhu dostupné v podobné míře jako ty pro seniory, jenom je povědomí o nich menší. Mobilní telefony pro děti budou představeny v kapitole 2.5.3. *Mobilní telefony pro děti*.

2.3.1 Koncepty dokonalého uživatelského rozhraní

Představy o přístrojích, kde bude uživatelské rozhraní tak dokonalé, že ho lidé téměř nebudou vnímat, se objevily již v 60. letech minulého století. Příkladem můžeme uvést HAL, počítač vystupující ve filmu *Vesmírná odyssea 2001* (film z roku 1968). HAL byl ztělesněním vize budoucího rozhraní mezi člověkem a strojem; disponoval skvělým porozuměním přirozené řeči, měl představivost a smysl pro humor. V roce 1987 představil John Sculley koncept Knowledge Navigator – jakýsi předchůdce dnešních tabletů. Sculley byl tímto typem počítačů fascinován.⁴ Janeček (2011) uvádí video z roku 1987, jehož autory jsou Hugh Dubberly a Doris Mith (oba zaměstnanci Apple Creative Services). Představují zde plochý přístroj podobný knize. V rohu displeje se pohybuje osoba – personifikace stroje. Knowledge Navigator svými funkcemi v podstatě odpovídá dnešnímu iPadu (vybavenému patřičným softwarem).

Negroponte (2001) oba výše představené koncepty porovnává. Píše, že mají jeden společný rys: disponují takovým stupněm inteligence, že fyzické rozhraní téměř mizí a my můžeme vnímat přístroj jako „něco jako člověka“. Touto nejasně ukotvenou hranicí mezi vnímáním a nevnímáním mobilního telefonu čistě jako přístroje právě díky stále dokonalejšímu uživatelskému rozhraní se bude autorka v rámci výzkumné části také zabývat.

⁴ Zajímavostí je, že ho sám Steve Jobs přiměl přestoupit z Pepsi do Apple.

2.4 Zmapovaný vztah dětí k mobilním telefonům (přehled provedených výzkumů)

Tato kapitola představí vybrané české i zahraniční statistiky a výzkumy, které se věnují popisování dětí vlastnicích mobilní telefon, případně hodnot jejich rodičů s tím spojených. To, že už jsou mezi dospělými mobilní telefony naprosto běžné, není žádným překvapením (dle ČSÚ (2015c) na jednu domácnost připadá v roce 2013 2,05 ks mobilních telefonů). Snahou autorky bylo zmapovat co nejlépe i situaci u dětí. Většina výzkumů se ale věnuje dospělým respondentům, případně analyzuje data pro celou společnost. Jen málo výzkumů je zaměřených na děti a naprostá menšina na děti mladší 15 let. Tento fakt by pro přínos práce mohl působit pozitivně, nicméně ve snaze připravit výzkum adekvátní pro dnešní situaci byl spíše komplikací.

Pro obecný vhled do statistických údajů zpracovávaných na území ČR autorka využila dat z Českého statistického úřadu. Ta se týkají počtů vlastníků mobilních telefonů. Dále by pro účel práce bylo dobré zjistit, v kolika letech rodiče dětem mobilní telefony pořizují. Touto otázkou se sice bude autorka zabývat i během výzkumu, nicméně vzorek dotazovaných nebude dostatečně velký na to, aby přinesl nějaké obecné závěry.⁵ V této souvislosti uvádí autorka dva výzkumy, které se věkem, kdy je dětem pořizován mobilní telefon, zabývaly. Společnost Barometr Cetelem uvádí dokonce názory na ideální věk pro pořízení mobilního telefonu, a to napříč evropskými státy. Jendou z nejtěžejnějších otázek zůstává, jak u dětí vypadá každodenní využívání mobilních telefonů. Toto téma bude jednak předmětem vlastního výzkumu, jednak se autorka snažila získat naměřená data z již proběhlých výzkumů. Pro popis využití mobilních telefonů vybrala výzkum provedený Centrem prevence rizikové virtuální komunikace Pedagogické fakulty Univerzity Palackého (viz kapitola 2.4.4 *E-Bezpečí*). V poslední kapitole je uveden zahraniční výzkum, který dává do souvislosti snižující se počet mladých kuřáků se zvyšujícím se počtem mladých vlastníků mobilních telefonů. Tento výzkum nabízí naprosto netradiční pohled na mládež vlastnicí mobilní telefony a

⁵ V rámci výzkumu se bude jednat spíše o podpůrnou informaci k pochopení konkrétních vazeb, které si děti k mobilním telefonům budují.

vzhledem k obecnému záběru této práce by zcela jistě neměl být opomenut, a to i přesto, že jeho výsledky nejsou konfrontovány ve výzkumné části. Veřejně je dostupných mnoho výzkumů, které se zaměřují na škodlivost mobilních telefonů ze zdravotního hlediska a také na závislost na digitálních médiích. Tato témata ovšem nejsou předmětem práce a autorka se jimi proto nebude zabývat. Autorka se v rámci této kapitoly snažila představit ty nejdůležitější provedené výzkumy, které souvisí s tématem práce a vymezují zkoumané okruhy.

2.4.1 Český statistický úřad

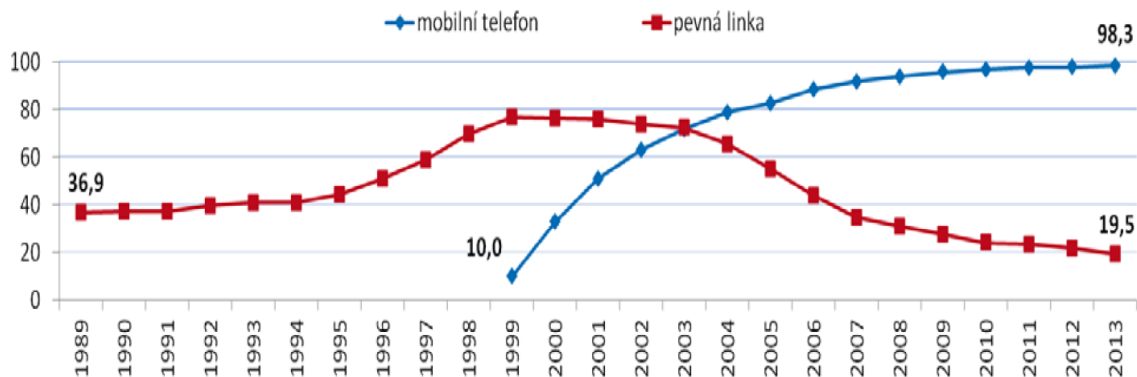
Elementárními fakty popisujícími vztah dětí k mobilním telefonům jsou základní údaje o vlastnictví. Do tohoto vztahu nejlépe začneme pronikat právě přes otázky: Jaké věkové kategorie dětí v současné době běžně vlastní mobilní telefon? V kolika letech přichází děti s mobilním telefonem poprvé do styku? Ovlivňuje nějakým způsobem přítomnost dětí v domácnosti počet tamních mobilních telefonů? Tyto údaje zpracovává Český statistický úřad⁶ (ČSÚ, 2015d). Obecně lze říci, že ČSÚ má velmi podrobné informace ohledně vlastnictví a využívání mobilních telefonů, a to na základě různých zkoumaných charakteristik. Tyto statistiky naneštěstí nejsou vyhodnocovány s ohledem na věk.

Skupina dětí, na kterou se autorka práce zaměřuje, je podmíněna docházkou na 1. stupeň ZŠ. Jedná se o děti narozené zhruba v letech 2002 – 2008. Dle informací z Českého statistického úřadu (ČSÚ, 2015a) vlastnilo v roce 2002 mobilní telefon 63% domácností, v roce 2008 to ale bylo už 94%. Naprostá většina z této skupiny dětí tedy přicházela s mobilním telefonem do styku už od útlého věku. Graf 1, popisující vývoj vlastnictví mobilních telefonů v domácnostech, má stoupající tendenci a v roce 2013 již udává 98,3%. V tomto roce připadá na jednu domácnost 2,05 kusů mobilních telefonů (ČSÚ, 2015c).

⁶ dále také ČSÚ

Graf č. 1: Vybavenost domácností telefonem⁷

(% z celkového počtu domácností)



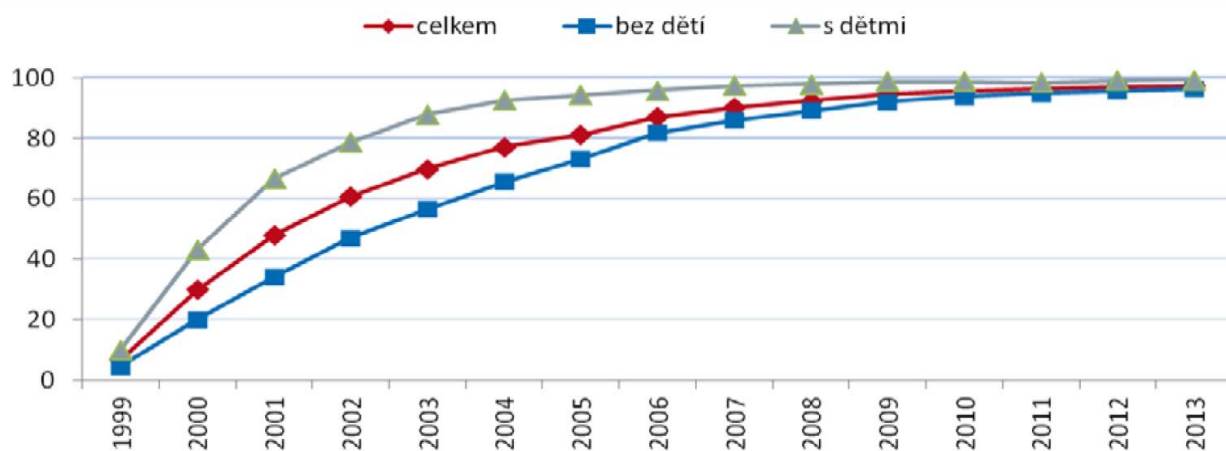
Jak lze vyčíst z grafu 2, přítomnost dětí v domácnosti značně ovlivňovala přístup k této technologii. Mezi lety 1999 – 2013 byl sice trend vybavenosti domácností mobilním telefonem stoupající jak ve skupině „domácnosti bez dětí“, tak ve skupině „domácnosti s dětmi“, avšak v rámci celého zkoumaného období bylo mobilním telefonem vybaveno vždy větší procento domácností v rámci druhé zmíněné skupiny („domácnosti s dětmi“). To znamená, že domácností s dětmi, které vlastnily mobilní telefon, bylo vždy větší procento než bezdětných. Ale zatímco v roce 2001 byl tento rozdíl markantní (okolo 20%), vlivem obecného rozšíření používání mobilních telefonů už v roce 2013 zdaleka nebyl tak výrazný, navíc obě křivky se v roce 2013 blíží téměř 100%.

V grafu 3 lze vidět, že i počet dětí v domácnosti ovlivňuje počet mobilních telefonů v domácnosti. Od roku 2004 platí přímá úměra – čím více je v domácnosti dětí, tím více je tam mobilních telefonů. Zajímavý je ale fakt, že do roku 2004 tomu tak není a co více – trend je přesně opačný. Rodiny s největším počtem dětí vykazují nejméně mobilních telefonů. Autorka se domnívá, že tato skutečnost je dána faktem obecného rozšiřování (a tím i postupného zlevňování) mobilních telefonů a mobilních služeb. V tom případě se pak jedná o větší standart a už ne o „luxus“, který musí vícedětné rodiny z finančních důvodů oželeť.

⁷ ČSÚ, 2015c

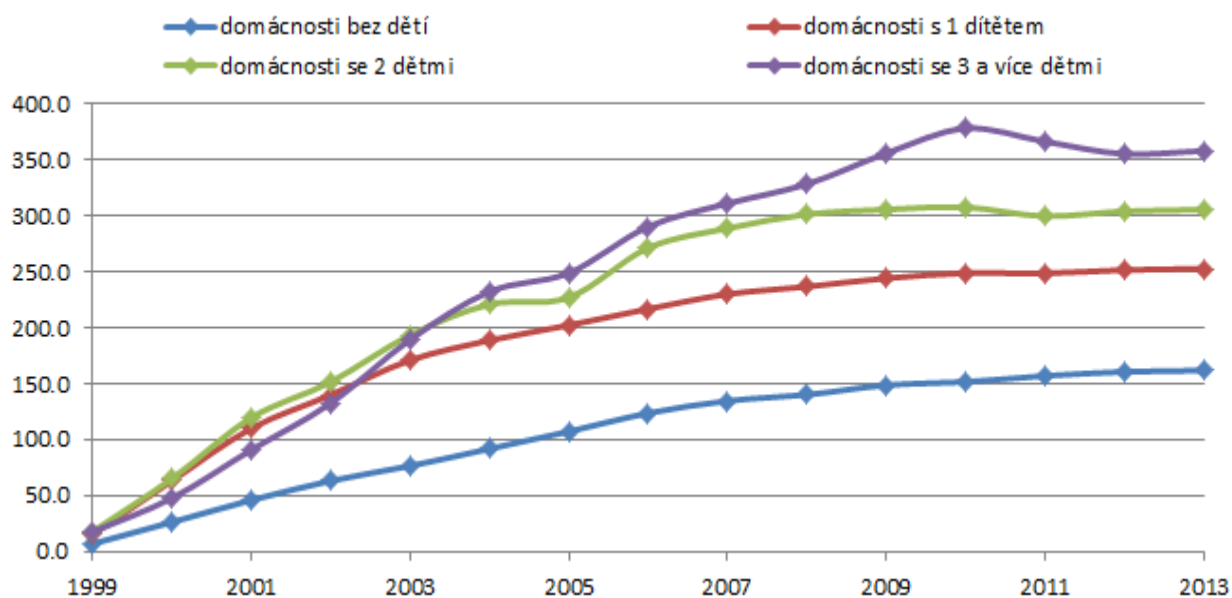
Graf č. 2: Vybavenost domácností mobilním telefonem podle přítomnosti dětí v domácnosti⁸

(% z celkového počtu domácností v dané skupině)



Graf č. 3: Mobilní telefony v domácnostech podle počtu dětí v domácnosti⁹

(počet na 100 domácností)



⁸ ČSÚ, 2015c

⁹ ČSÚ, 2015b

2.4.2 Data Collect

Snahou autorky bylo získat komplexní informace o tom, v jakém věku a za jakým účelem rodiče dětem mobilní telefony pořizují. Odpovědi na tyto otázky přinesla agentura Data Collect (2011).

Ta v roce 2010 zrealizovala průzkum mezi 1625 respondenty s cílem zjistit, v jakém věku rodiče dětem telefon pořizují a na co jej děti nejčastěji využívají. Bylo zjištěno, že do první třídy jde s vlastním telefonem přibližně třetina dětí a ve čtvrté třídě už vlastní mobilní telefon více než polovina žáků. 73% rodičů kupuje dětem telefon proto, aby je měli pod kontrolou, nicméně je paradoxem, že následně domů denně volá pouze 23% dětí a mnohem častěji volají a píší kamarádům. Přibližně čtvrtina dětí zavolá domů méně než jednou za týden.

2.4.3 Barometr Cetelem – Střední třída v Evropě

Zaměříme-li se na názor, v kterém věku by měl být dětem pořizován mobilní telefon, můžeme díky výzkumu společnosti Cetelem (2012) porovnávat odpovědi mezi dvanácti evropskými státy.¹⁰ Výzkum proběhl v roce 2012. Společnost Cetelem v něm zveřejňuje graf, ve kterém porovnává názory respondentů na ideální věk dítěte pro koupi vlastního mobilního telefonu (viz graf 4). 56% Čechů si myslí, že by děti měly svůj první mobil dostat mezi 7 a 10 lety, 29% že mezi lety 11 a 13. V součtu je toto číslo (tedy 85%) ze všech dvanácti zemí druhé „nejtolerantnější“ (po Rusku – 90%). Do skupiny 7-10 let se hlásí ve Francii pouze 2% dotázaných, ve Španělsku je to 5%. Ačkoliv v tomto výzkumu se jedná pouze o názor a ten nemusí odpovídat realitě. Například ve Francii pouze 27% respondentů uvedlo, že dítě by mělo mít první telefon do 13 let, ve skutečnosti ho tam mělo v roce 2011 70 % školní mládeže ve věku 12 až 14 let.¹¹

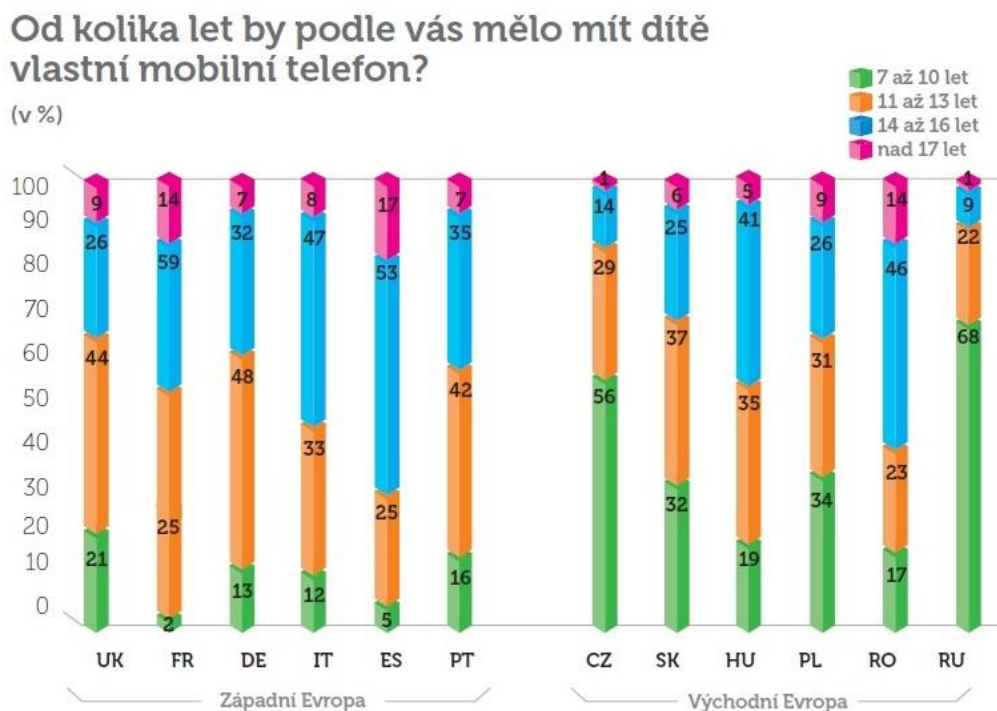
V otázce, zda by se rodiče byli ochotni uskromnit, aby mohli svým dětem dopřát určité konkrétní nadstandardy, vybírali čeští rodiče mobilní telefon jako prioritu číslo 1.

¹⁰ Česka republika, Francie, Itálie, Maďarsko, Německo, Polsko, Portugalsko, Rumunsko, Rusko, Slovensko, Spojené království a Španělsko

¹¹ Sociologický průzkum v oblasti mobilních telekomunikací, který provedlo Francouzské sdružení mobilních operátorů AFOM ve spolupráci s agenturou TNS Sofres (Cetelem, 2012).

67% z nich by se kvůli mobilnímu telefonu pro své dítě uskromnilo – a je to nejvíce z celé Evropy (následuje Rusko – 63%). Češi tak dali mobilním telefonům přednost dokonce i před vzděláním příp. soukromé výuce (66%).

Graf č. 4: Názory na ideální věk dětí pro koupi mobilního telefonu¹²



Zdroj: Barometr Cetelem 2012.

2.4.4 E-Bezpečí

Jedním z výzkumných okruhů této práce je otázka každodenního využívání mobilních telefonů. Autorku bude v rámci tohoto okruhu mimo jiné zajímat, které funkce děti na mobilních telefonech nejvíce využívají. V této souvislosti je na místě uvést výsledky výzkumu provedeného v rámci portálu E-Bezpečí.

E-bezpečí (2008) uvádí, že se jedná o celorepublikový projekt zaměřený na prevenci, vzdělávání, výzkum, intervenci a osvětu spojenou s rizikovým chováním na internetu a souvisejícími fenomény. Je realizován Centrem prevence rizikové virtuální

¹² Cetelem, 2012

komunikace Pedagogické fakulty Univerzity Palackého (2008) ve spolupráci s dalšími organizacemi. Specializuje se především na nebezpečné internetové fenomény, které ohrožují dětské uživatele internetu. Jedná se například o kyberšikanu, různé formy vydírání či poškozování obětí s pomocí informačních a komunikačních technologií, nebezpečné pronásledování s použitím ICT a zneužití osobních údajů v prostředí elektronických médií.

V rámci dotazníkového systému tohoto portálu proběhlo výzkumné šetření o využívání mobilního telefonu dětmi 8-18 let, který byl součástí projektu *Prevence nebezpečných komunikačních praktik spojených s elektronickou komunikací pro pedagogy a nepedagogy* (E-bezpečí, 2009). Z výsledků šetření vyplývá, že starší děti využívají mobilní telefon především jako nástroj ke komunikaci (SMS zprávy 79,82%, telefonování 77,21%). Velkou oblibu mají také nástroje používané pro zábavu (audio přehrávače 58,04 %, fotoaparát 57,34 %, videokamera 43,75 %). Více než polovina respondentů (56,29 %) uvádí, že svůj mobilní telefon využívá k hraní her.

Výsledky tohoto výzkumu ovšem nemusí (a autorka se domnívá, že ani nebudou) korelovat s výsledky podobného výzkumu zaměřeného na děti na prvním stupni ZŠ. Mladší děti, které se teprve učí psát, například velmi pravděpodobně nebudou v takové míře využívat SMS zprávy. Tato a další otázky budou předmětem vlastního výzkumu.

2.4.5 BMJ – Pokles počtu dospívajících kuřáků s nárůstem vlastnictví mobilních telefonů

Clive Bates a Anne Charlton (2000) vypracovali hypotézu, která dává do souvislosti snižující se počet mladých kuřáků a zvyšující se počet mladých vlastníků mobilních telefonů ve Velké Británii.

Ačkoliv se zaměřuje na teenagery ve věku 15-24 let, je tato myšlenka nesmírně zajímavá i pro účely této práce. S neustále se snižující věkovou hranicí, kdy děti začínají kouřit, by tento poznatek (pokud by byl pomocí relevantního výzkumu obhájen) byl nesmírně cennou informací a dost možná i příčinou ranějšího a intenzivnějšího pořizování mobilních telefonů dětem (tedy dotkl by se především autorkou zkoumané věkové skupiny 6-12 let).

Autoři se opírají o data z 90. let minulého století. V grafu z let 1996-1999 popisují úpadek dětských kuřáků (konkrétně za zmíněné 4 roky z 30% na cca 22%) v souvislosti s extrémně rychlým nárůstem stejně starých vlastníků mobilních telefonů (z 10% na neuvěřitelných 73% v srpnu roku 2000). Autoři argumentují takto: kouření a mobilní telefony si mohou v mnohém konkurovat; jedná se například o „dospělý“ styl, individualitu, zařazení do společnosti, vazbu na skupinu vrstevníků a obecnou touhu podobat se dospělým. Autoři si také všimají, že v mnohém se podobá také reklamní propagace těchto dvou výrobků, kdy oba vyzdvihují především vlastní styl a identitu.

Další spojitost těchto dvou nepřímo úměrných veličin vidí autoři ve zcela racionálním faktu, a totiž že když teenageři disponují pouze omezeným množstvím peněz, musí si v určité chvíli zvolit, za co je utratí. A pokud si nemohou dovolit cigarety, ale platí své účty za telefon, nebo si uvědomí, že vlastnictví mobilního telefonu do určité míry uspokojuje stejné potřeby jako kouření, můžou se rozhodnout přestat kouřit. Na kouření by tak dokonce mohlo být nahlíženo jako na přežitek v porovnání s chatováním, emailem, sociálními sítěmi atd. dostupnými kdekoliv pomocí mobilního telefonu...

Podle současných statistik dle ASH (2013) se množství mladických kuřáků ve Velké Británii skutečně snižuje: děti ve věku 16-19 let kouřilo v roce 2008 22%, v roce 2013 už to bylo „pouhých“ 15%.¹³ Otázkou zůstává, do jaké míry je tento fakt zapříčiněn vlastněním mobilních telefonů a do jaké míry se útlum kuřácké populace podařilo snížit jinými (především preventivními) efektivními kroky, které ve Velké Británii proběhly¹⁴.

¹³ Britské Ministerstvo zdravotnictví vytyčilo další cíle v podobě snížení počtu kuřáků v zemi. U dětí, kterým je 15 let a méně z 15% v roce 2009 na 12% do roku 2015 (GOV.UK, 2013)

¹⁴ Zákaz kouření v uzavřených veřejných prostorech (2007). Více informací viz: Impact of Smokefree Legislation in England: Evidence Review (<https://www.gov.uk/government/publications/impact-of-smokefree-legislation-evidence-review-march-2011>)

2.5 *Současná situace v ČR*

Cílem této kapitoly je zmapovat situaci, ve které se děti nacházejí a popsat, jaké služby mají k dispozici. Mělo by zde být objasněno, jaké služby jsou v České Republice poskytovány na míru dětem. V této souvislosti budou zmíněny informace, poznatky a služby týkající se vztahu dětí k mobilním telefonům, které jsou dostupné na internetových stránkách komerčních společností, podnikajících v oblasti telekomunikačních služeb, se zaměřením především na různé ochranné a bezpečnostní služby, které jsou pro děti (potažmo jejich rodiče) poskytovány. Dále budou představeny některé mobilní telefony určené přímo pro děti.

Je na místě zmínit, že je-li řeč o „službách, které mají děti k dispozici“, jedná se v jistém smyslu slova o veškeré běžně dostupné služby. Dítě se může stejně jako dospělý jedním kliknutím dostat téměř kamkoliv – a to i ke službám, které nejsou určeny jemu. Na tento fakt upozorňují mnozí odborníci a největší čeští operátoři oslovují rodiče, aby si tuto skutečnost uvědomovali a patřičně se podle ní v rámci výchovy zachovali (více v kapitole 2.5.1 *Operátoři v ČR*). Muller (2014) upozorňuje, že komunikovat s dítětem a stanovit pravidla ohledně používání mobilních telefonů je doslova životně důležité. Také podle něj je úkolem rodičů naučit děti používat mobilní telefony bezpečně.

2.5.1 *Operátoři v ČR*

Autorka se pod záštitou akademické práce snažila získat jakákoliv interní data od tří největších českých operátorů, týkající se užívání mobilních telefonů dětmi. Zajímaly ji také výsledky průzkumů ohledně vlastnictví telefonů, jejich procentuální zastoupení u mládeže, počet dětí, které mají zaveden paušální tarif vs. mobilní telefony dětí s kreditem atd. Bohužel se dočkala pouze jedné, a to negativní odpovědi. Pro takovéto účely operátoři nejsou ochotni zpřístupnit žádná data. Výzkumy se provádějí, ovšem striktně pro interní potřebu. Dále se tedy bude autorka zabývat informacemi veřejně přístupnými na internetových stránkách jednotlivých společností a konkrétními nástroji určenými pro rodiče, aby měli větší kontrolu nad tím, k čemu mají jejich děti v telefonu přístup.

O2 uvádí na svých stránkách sekci „Bezpečí pro vaše děti“ (O2, 2015), kde informuje o možných rizicích zneužívání dětí skrze jejich mobilní telefon. Nabádá rodiče, aby své děti informovali o možných rizicích spojených s nezodpovědným užíváním telefonů a aby je varovali před anonymními zprávami a telefonáty. Dětem je důležité zdůraznit, že jakmile jednou odešlou zprávu nebo fotografii, tento čin už se nedá vrátit a data adresovaná jedné osobě můžou nakonec dostat do rukou miliony lidí. Velice okrajově O2 na svých stránkách varuje před kyberšikanou, nicméně v roce 2010 Nadace O2 finančně podpořila projekt Minimalizace šikany, v rámci něhož proběhl výzkum Kyberšikana na českých školách. Jelikož toto téma není předmětem této práce, nebude se jím autorka dále zabývat. Výsledky výzkumu je možné si přečíst zde.¹⁵

Vodafone (2015) uvádí podobné rady jako O2 pod tématem „Digitální rodičovství“. Dále nabízí možnost zapnutí tzv. Dětského profilu blokujícího nevhodné stránky. Tento profil v rámci internetových stránek, prémiových SMS a audiotextových služeb znepřístupní kategorie erotiky, hazardních her a loterií, zbraní, drog a alkoholu. V neposlední řadě pak Vodafone (2013) nabízí aplikaci Safety Net, kterou lze v současné době nalézt pod názvem Vodafone Safety Net v Google Play. Díky ní je možno nastavit chytré telefony přesně podle požadavků rodičů – tak, aby jeho používání bylo bezpečné a odpovídalo věku dětí. Rodiče můžou rozhodnout, k jakým službám budou mít jejich děti přístup, a to od volby internetového prohlížeče, přes omezení WiFi, aplikací a her až po kontrolu toho, kdo dětem volá či píše zprávy (aplikace slouží i pro zablokování obtěžujících hovorů a zpráv). Mimoto nabízí Vodafone populárně-naučné aplikace pro děti. Vodafone také finančně podporuje projekt E-bezpečí (viz výše).

T-mobile (2015) nabízí službu Dětský zámek, která funguje na stejném principu jako u Vodafone. T-Mobile dále podporuje službu NajduTě (viz níže).

Pokud si rodiče nepřejí vystavit děti nevyžádaným marketingovým telefonním hovorům ze strany obchodníků, mohou dětem s chytrým telefonem pořídit např. aplikaci Nevolejte.cz (Telephoneware.com, 2014), která uživatele aktivně chrání před telemarketingem na základě sdílení blokových telefonních čísel pomocí komunitně budované černé listiny čísel (tzv. blacklist).

¹⁵ AISIS, 2010

2.5.2 NajduTě

Jedním z cílů této práce je vymezit míru každodenního užívání mobilních telefonů dětmi. Mobilní telefony už jsou brány jako samozřejmost a běžný doplněk každého z nás. To, že jsou součástí i dětského života, nepřímo dokazuje služba NajduTě. Kromě toho, že svým dětem můžou téměř kdykoliv zavolat, využívají někteří rodiče i dalšího potenciálu, a totiž možnosti své dítě pomocí telefonu vyhledat. Podstata této služby vychází z předpokladu, že děti mají svůj mobilní telefon stále u sebe – jinými slovy jsou s ním sžité podobně jako dospělí.

Služba NajduTě po aktivaci konkrétního telefonního čísla vyhledává na požádání polohu daného mobilního telefonu (NajduTě.cz, 2013). Garancí, že bude plnit svou funkci tak, jak má, je výše zmíněný fakt, a totiž že děti mají svůj mobilní telefon stále při sobě. Poloha je zjištěna na základě aktivního připojení telefonu do GSM sítě. Má-li tedy daný telefon signál a může telefonovat, je možné určit jeho polohu. Polohu je možné zjistit u jakéhokoliv telefonu, připojeného do sítě GSM. Toho se využívá např. při pátrání po nezvěstných či ztracených osobách. Služba NajduTě poskytuje výhodu takovou, že polohu daného mobilního telefonu určí do 9,5 sekund a navíc bez udání důvodu – dítě je možné sledovat při běžných činnostech. Když je po dítěti skutečně pátráno, odpadá nutnost ověřování informací a šetří se tak čas.

Na internetových stránkách NajduTě.cz (2013) je řešena i bezpečnost služby, a to následujícím způsobem: před aktivací služby je třeba doložit úředně ověřený podpis. Služba je legální, je v souladu s právním řádem ČR a je registrována u úřadu pro ochranu osobních údajů. Nicméně kromě základního balíčku, který poskytuje službu určení aktuální polohy, jsou na trhu také nadstandardní programy – Exclusive program zjišťuje a zaznamenává polohu mobilního telefonu každých 10 minut. Cenově se balíčky pohybují od 208,- Kč do 588,- Kč za jeden měsíc. Podle psychologa Slavomila Hubálka je takové omezení svobody hraniční a mělo by se využívat jen ve speciálních případech (např. u hyperaktivních dětí, které se často ztrácí).¹⁶

¹⁶ Dítě lze neustále sledovat přes jeho mobil. Psycholog: Je to na hraně. *Mladá fronta DNES*. 26.7.2012.

Jelikož je pravděpodobné, že se tato práce dostane do rukou lidem, pro které by mohla mít i praktický užitek, neměla by být v souvislosti s tématem hledání dítěte přes jeho mobilní telefon opomenuta důležitá informace: rodiče, pátrající po svých dětech, se často intenzivně snaží dovolat na jejich mobilní telefony. Neuvědomí si při tom, že pokud je situace vážnější a policie využije možnosti hledat je přes telefon připojený do GSM sítě, můžou své děti naopak ohrozit – neustálým voláním se mobilní telefon nakonec vybijí a tím odpadá naděje na jeho stopování.¹⁷

2.5.3 Mobilní telefony pro děti

Tato kapitola se bude věnovat výběru konkrétních modelů mobilních telefonů navrhovaných přímo pro dětské potřeby. Zatímco v časopise věnovaném mobilní technice Kocera (2009) píše, že výrobci telefonů výhradně na děti moc nemyslí, dnešní trh pro děti nabízí poměrně slušnou nabídku. Pro účely práce postačí stručný výběr. Ten bude proveden tak, aby co nejlépe koreloval s dnešní nabídkou – od téměř klasických typů mobilních telefonů s menšími úpravami až po téměř důmyslná odposlouchávací zařízení pro rodiče.

Samsung S3030 Tobi je svými funkcemi na poměrně vysoké úrovni, jedná se spíše o běžný typ telefonu s drobnými úpravami. Dětem nabízí různé barevné varianty a zadní strana obsahuje originální možnost vylepšení v podobě vložení libovolného obrázku pod průhledný kryt. Tento typ je určen spíše pro starší školáky, kteří kromě menu s postavičkami ocení i další služby, jako např. hudební přehrávač, bluetooth a fotoaparát.

¹⁷ Nekonečné volání na mobil dítě ohrozí. *Mladá fronta DNES*. 1.12.2010.

Obrázek č. 1: Samsung S3030 Tobi



Firefly je výrobcí určen pro 8 – 12 leté děti. Má pět hlavních tlačítek, mezi nimi i ikonu mužské a ženské osoby (tedy „maminky“ a „tatínka“). Pro větší atraktivnost je kryt telefonu vyměnitelný (Novinky.cz, 2005). Na českém trhu se neprodává, je možné si ho objednat z USA.

Velkou skupinu dětských mobilních telefonů představují přístroje s GPS lokalizátory. Tyto jsou určeny do rukou těm nejmenším, neobsahují číselnou klávesnici. Jsou to například IQ9 lokátor (s možností nastavení tzv. nebezpečných zón, při jejichž navštívení se IQ9 automaticky hlásí), který nabízí Elektroo (2013) nebo Teddyphone, který je vhodný již pro děti od 4 let a může posloužit i jako dětská chůvička. Prodejce (Alza.cz) uvádí: „Může pracovat i v jednosměrném režimu, kde je aktivní mikrofón a ztlumený reproduktor. Díky tomu je z něj velmi praktická audiochůva.“ Tedy jednoduše řečeno, rodiče mohou své děti odposlouchávat.

Obrázek č. 2: Teddyphone



EFFY

Originální prototyp vytvořila studentka Charlota Blunárová. Ta „ušila“ návrh na míru dětem ve věku 6 – 11 let. Nejedná se o typ pro úplně nejmenší děti, které potřebují pouze pár tlačítek (jako např. Teddyphone), ani o lehce upravené klasické modely se složitými funkcemi pro dospělé. Prototyp EFFY by mohl být mezi těmito dvěma ideálními mezistupněm.

Charlota Blunárová se zaměřila na poměrně nepříjemnou věkovou skupinu, kdy děti prochází mnohými změnami. Zatímco v první třídě ještě většina z nich neumí číst a mají malé ruce, mnozí žáci na přelomu 1. a 2. stupně už mají ruce podstatně větší a se čtením by rozhodně neměly mít problémy. Všemmu tomu je ale prototyp uzpůsoben. Na posteru Blunárová (2010) uvádí výhody: oproti klasickým mobilním telefonům má EFFY velmi atypický kulatý tvar (o průměru 8 cm). To je praktické především z funkčního hlediska; děti ho ovládají oběma rukama. Klávesnice je rozložena do tří částí (viz obrázek č 3). Dětem, které ještě neumí číst, jejich rodiče jednoduše zablokují

dvě svislé klávesnice s čísly. Ovládání spodní klávesnice je velmi jednoduché, s tlačítky s ikonou pána a paní, kam rodiče nastaví rychlou volbu na maminku a tatínka.

Obrázek č. 3: EFFY



Doseděl (2010) popisuje, že EFFY samozřejmě nechybí ani další vymoženosti pro děti: poutko na provléknutí tkaničky a zavěšení kolem krku, samolepky, kterými si děti mohou vyzdobit zadní stranu krytu. Dětem se design připomínající smajlíka líbí.

Autorku tento návrh nadchl a spojila se s tvůrkyní osobně. Zajímalo jí, proč i přes úspěch v celostátní soutěži a účast na mezinárodní prestižní soutěži INTEL-ISEF, která probíhá v USA, neproběhla snaha projekt zrealizovat. Dostalo se jí následující odpovědi: výrobek je zaregistrovaný jako průmyslový vzor a pomohl své autorce v přijímacím řízení na Průmyslový design na VUT, kde se teď věnuje jiným projektům.

3 VÝZKUMNÁ ČÁST

Výzkum, který byl proveden, je těžištěm této práce. Byl koncipován tak, aby co nejefektivněji proniknul mezi dvojici *děti a mobilní telefony* a zodpověděl na výzkumné otázky, byť základní, které ovšem nejsou z dostupné literatury vždy patrné a pomohl tak všem čtenářům této práce osvětlit komplexní pohled na tuto problematiku. Právě požadavek na komplexnost, tzn. náhled na téma v několika měřítkách a pochopení všech vnitřních vazeb vedl k rozhodnutí provádět kvalitativní analýzu. Výsledkem nám tedy nebudou obecně platné závěry, nicméně detailně popsany studovaný jev, který bude pro každého respondenta individuálně zářmován a zasazen do jeho konkrétního prostředí. Jedině tak dojde k plnému rozkrytí toho, jak děti chápou svůj vztah k mobilním telefonům a jak jej realizují.

3.1 *Definování výzkumu*

3.1.1 Cíle výzkumu

Cílem výzkumu je zjistit, zda a do jaké míry jsou děti navštěvující nižší 1. stupeň ZŠ schopny ovládat mobilní telefony, popsat, jak je využívají v každodenním životě a zda jsou v užívání mobilních telefonů natolik zběhlé, že u nich lze pozorovat prvky intuitivního ovládání (i neznámého typu) telefonu. Dále si výzkum klade za cíl nalézt hranici mezi vnímáním mobilního telefonu jako prostředku pro komunikaci a symbolu sociální prestiže.

Dle Maxwellova (2005) rozlišení typu cílů můžeme očekávat výstup v několika rovinách. Intelektuálním cílem je zhodnotit míru využívání mobilních telefonů ve výše zmíněné věkové kategorii, rozšířit poznání této problematiky (z dosud dostupných procentuálních rozdělení na odpovědi na konkrétní otázky) a zvýšit tak povědomí o tomto tématu. Personálním cílem autorky je vzdělat se v dané problematice, porozumět vztahu dnešních dětí k mobilním telefonům a najít pro svou budoucí

rodičovskou roli adekvátní řešení problémů spjatých s vlastnictvím mobilních telefonů u různě starých dětí.

Jelikož výzkum nepřinese obecné závěry, nicméně konkrétně popsany studovaný jev, který se v rámci vyhodnocování vyskytl, mohly by být případně výsledky tohoto kvalitativního výzkumu použity pro tvorbu výzkumu kvantitativního, který by už obecně platné závěry nabídnout mohl. V tom případě by tento výzkum posloužil jako „pilotní“ a na jeho základě by bylo možné postavit propracovaný kvantitativní dotazník, který by autorkou popsané jevy v této práci buďto potvrdil a přijmul za obecně platné nebo vyvrátil.

3.1.2 Definování výzkumných otázek

Schématem rozhovoru je pyramidový model dle Wengrafa (2001). Základní výzkumná otázka, korespondující s cílem výzkumu („*Jaký je vztah dětí a mobilních telefonů?*“), bude pro konkrétnější zaostření výzkumu rozvedena na tyto **specifické výzkumné otázky (SVO)**:

Jak vypadá běžné užívání mobilních telefonů¹⁸ u dětí?

Do jaké míry jsou děti schopny využívat/využívají komunikačních možností MT?

Jaké další funkce MT, kromě těch, které umožňují komunikaci, děti využívají?

Do jaké míry je pro děti MT symbolem sociální prestiže?

Jak se děti projevují při práci s telefonem, který má pro ně neznámé uživatelské rozhraní?

Jak děti chápou „neživotnost“ MT? Jak se může projevit personifikace tohoto přístroje?

Definováním specifických výzkumných otázek byly přirozeně vytvořeny tematické kategorie. Jedná se stále o rozsáhlá témata a vzhledem k věku respondentů byla ke každé této kategorii (tzn. ke každé SVO) přiřazena skupina tazatelských otázek (TO) takových, které bude autorka dětem klást za cílem zjistit odpovědi na SVO.

Tazatelských otázek bude vždy větší počet, přičemž ne všechny musí být položeny (s ohledem na věk, vyspělost a zájem respondenta). Naopak mohou být

¹⁸ dále také MT

rozváděny navazujícími otázkami – s cílem navázat na nově objevená, zajímavá témata, dostat se do hloubky, zachytit detaily a jemné rozdíly. TO budou voleny tak, aby byly pro děti srozumitelné, ale aby pomocí odpovědí na ně bylo možné zodpovědět na specifické výzkumné otázky, potažmo na základní otázku výzkumu.

3.1.3 Rozhodnutí o metodách

Jako hlavní metoda sběru dat byly zvoleny polostrukturované rozhovory. Dle Švaříčka a Šed'ové (2007) se jedná o nejčastěji používanou metodu sběru dat v kvalitativním výzkumu. Nestandardizované dotazování bude probíhat podle zvyklostí kvalitativního výzkumu, nicméně s ohledem na věk účastníků bylo přistoupeno ke dvěma menším modifikacím. Jedná se o počet dotazovaných respondentů v rámci jednoho rozhovoru a o podobu rozhovoru.

Jednak byla kromě klasického schématu dotazování „jeden respondent dotazovaný jedním badatelem“ navržena i alternativa podstoupit rozhovor ve skupince po dvou (maximálně třech) dětech. Tato alternativa bude preferovaná. Výzkum bude probíhat ve školách a pro provedení úspěšné kvalitativní analýzy je zásadní v maximální možné míře nabourat klasický školní autoritativní model učitel-žák. Autorka se domnívá, že ve dvoučlenné skupince, kterou ideálně utvoří kamarádi, se budou děti cítit jistější a budou následně i otevřenější v odpovědích. Negativum této metody může spočívat ve vzájemném ovlivňování dětí, ke kterému bude autorka přistupovat kriticky. Se současnými znalostmi této věkové skupiny se nabízí možnost, že se děti budou ve dvou více bavit a výzkum bude možné provádět v delším časovém úseku, než je Švaříčkem a Šed'ovou (2007) doporučených 30 min pro žáky základní školy.

Druhá modifikace se týká samotné podoby rozhovoru, kdy klasický model předkládá při dotazování otázky pokrývající poměrně rozsáhlé oblasti a po položení takové otázky přichází v ideálním případě souvislá a obsáhlá odpověď respondenta. V modelu, který je preferován v rámci tohoto výzkumu, budou děti motivovány pomocí otázek vyžadujících kratší odpovědi. Počet těchto otázek (jedná se o tazatelské otázky/TO) bude větší, přičemž nebude nutné všechny TO položit. Cílem je zodpovědět specifickou výzkumnou otázku.

Zde by mělo být zdůrazněno, že se výzkum nezaměřuje pouze na děti, které vlastní mobilní telefon. Právě naopak, jeho záměrem je vzhled do vztahu mezi dětmi a mobilními telefony. Skupina dětí je v tomto případě omezena pouze věkovou hranicí, nikoliv faktem, zda dané dítě vlastní (nebo v minulosti vlastnilo) mobilní telefon. Autorka proto nebude během výzkumu mezi dětmi tyto dvě skupiny rozlišovat¹⁹. Nicméně toto rozdělení může být využito během vyhodnocení výzkumu – vzhledem k otázce, jak dalece jsou děti mobilními telefony ovlivněny. Právě pro možnost komplexnějšího vyhodnocení proto bude uplatněn požadavek, aby se ve skupině dotazovaných dětí objevily zástupci jednak vlastníků, jednak „nevlastníků“ mobilních telefonů, a to přinejmenším v poměru 1:3, ideálně ale vyrovnanějším.

3.1.4 Chronologie výzkumu

Na základě pyramidového modelu byla základní výzkumná otázka (ZVO) rozvedena na několik specifických výzkumných otázek (SVO). Ke každé SVO náleží skupina tazatelských otázek (TO). Ty budou pokládány dětem během výzkumu. Na základě jejich zodpovězení bude možné zodpovědět i SVO a následně ZVO.

(ZVO) Jaký je vztah dětí a mobilních telefonů?

→ (SVO1) Do jaké míry je pro děti MT symbolem sociální prestiže?

(TO) Jaký telefon máš? Jaký se ti líbí? Jaký bys chtěl?

Je pro tebe důležité, jaký telefon máš?

Jak starý máš telefon? Přeješ si nový?

→ (SVO2) Jak vypadá běžné užívání MT u dětí?

(TO) Odkdy máš vlastní mobil?

Kde mobil nosíš? Máš ho stále u sebe?

Kde ho máš doma? Má tam své stálé místo?

Kde je v noci? Vypínáš si ho na noc? Používáš ho k buzení?

Během vyučování máš mobil/zvuk/vibrace vypnuté?

→ (SVO3) Do jaké míry jsou děti schopny využívat/využívají komunikačních možností MT?

¹⁹ Pouze výzkumný okruh „intuitivní ovládní“ je primárně cílen na děti vlastníci mobilní telefon (podstoupí ho ale všichni dotazovaní).

- (TO) Dá se ti vždy dovolat? Všimneš si SMS zprávy hned?
Zvedáš telefon? Voláš sám? Komu?
Dokážeš na SMS odpovědět? Sami píšeš SMS zprávy?
S kým si píšeš? S kým si voláš? O čem?
- (SVO4) **Jaké další funkce MT, kromě těch, které umožňují komunikaci, děti využívají?**
- (TO) Co se dá s mobilem dělat? Co z toho využíváš?
Co na mobilu nejraději/nejčastěji děláš?
Jak se učíš používat nové funkce?
- (SVO5) **Jak se děti projevují při práci s telefonem, který má pro ně neznámé uživatelské rozhraní?**
- (TO) Dokážeš na mobilu změnit čas/jazyk/smazat zprávy atd.?
Půjčuješ si mobil od rodičů/babičky? Umíš to s ním?
Když jsi měl telefon nový, jak ses s ním učil pracovat?
Je starší mobil horší nebo lepší na ovládání?
- (SVO6) **Jak děti chápou „neživotnost“ MT? Jak se může projevit personifikace tohoto přístroje?**
- (TO) Je pro tebe tvůj mobil kamarád? Pomáhá ti s něčím? S čím?
Může mobil vystupovat v nějaké pohádce? Znáš nějakou?
Naštveš se na něj někdy (např. když ti dojde baterka)? Jak to vypadá?

3.2 Podoba výzkumu

Jak již bylo nastíněno výše, bude přistoupeno ke dvěma menším modifikacím klasické podoby rozhovoru (jedná se o počet dotazovaných respondentů v rámci jednoho rozhovoru a o podobu rozhovoru). Výzkum bude také rozčleněn do několika okruhů, a to z důvodu, že téma je poměrně obsáhlé a od dětí bude vyžadována dlouhá pozornost (a v ideálním případě i zaujetí). Švaříček a Šed'ová (2007) popisují, že jelikož děti mnoho otázek netematizují a nejsou schopny o nich dostatečně přemýšlet, nejsou ani schopny o mnohých tématech dlouze vyprávět. Nemají také tolik zkušeností, které by dokázaly popsat jinému člověku a není tak vhodná forma rozhovoru jako u dospělých – lidé sedí v křeslech naproti sobě a uprostřed leží diktafon. To je hlavní důvod rozdělení výzkumu do okruhů korespondujících s výzkumnými otázkami. Tyto

okruhy jsou: sociální prestiž, každodenní využívání, intuitivní ovládání, personifikace přístroje.

Ke každému okruhu bude přiřazena aktivita, která dané téma uvede. Autorka se domnívá, že se při takovém postupu děti dokážou více nadchnout jak pro dané téma, tak i pro spolupráci s neznámou osobou. Žáci si mnohem více než dospělí citlivě uvědomují mocenské vztahy, učitel-žák, dospělý-dítě (Švaříček, Šed'ová, 2007). Formou hry jim bude nastíněno konkrétní téma, o kterém budou mít možnost začít uvažovat dříve, než se badatel začne dotazovat na konkrétní otázky. Děti budou předem podpořeny k přemýšlení o tématech, o kterých běžně neuvažují. Aktivita spolu s faktem, že budou dotazováni po dvojicích (příp. trojicích) by měly zajistit, že se děti více uvolní a nebude panovat mocenská převaha tazatele. Strohé kladení otázek by mohlo vést k tomu, že by odpovídaly stručněji, či by si dokonce začaly vymýšlet, a to pouze z důvodu, že neměly čas ani chuť se nad daným problémem zamyslet. Aktivita jsou popsány na konci této kapitoly.

Z metod navrhovaných Švaříčkem a Šed'ovou (2007) pro kvalitativní výzkum je zvolena proměnlivě plánovitá forma výzkumu. Předem daný plán se souborem otázek budou střídat improvizační fáze, kdy bude mít autorka prostor reagovat na chování jednotlivců. Rozváděny budou ty okruhy, které budou konkrétní respondenty zajímat a naopak u těch okruhů, kde nebudou projevoval větší zájem, nebudou přidávány žádné doplňující otázky. Autorka se tedy (na konci jednotlivých okruhů) nebrání přechodu v nestrukturovaný rozhovor. Důraz bude kladen na to, aby byly alespoň částečně zodpovězeny vždy všechny specifické výzkumné otázky.

V případě, že děti nebudou jevit zájem o odpovídání, budou připraveny motivační prvky (např. sbírání žetonů – jeden za každou vyřčenou odpověď – s cílem nasbírat jich co nejvíce a získat tak na konci výzkumu odměnu).

3.2.1 OKRUH 1: SOCIÁLNÍ PRESTIŽ

V době, kdy mládež a dospívající mobilní telefony provází doslova na každém kroku, nelze pochybovat o tom, že se výrazně podílí i na formování jejich hodnot a postojů. Muller (2014) mluví v souvislosti s mládeží dokonce o obsesi. Určitá hodnota je navíc utvářena už pouhou otázkou vlastnictví mobilního telefonu – stejně jako

všechno ostatní má i toto zboží vyčísitelnou finanční hodnotu. Předpokladem výzkumu je, že se od vlastnictví cenného kusu může odvíjet jistá prestiž. Jelikož pro vyjádření prestiže je společností finanční hodnota obecně akceptována, může se vlastnictví mobilního telefonu lehce stát ukazatelem její míry. Symbol prestiže pak můžeme vnímat například skrze hodnocení značek a jednotlivých modelů. Symbolem prestiže se mobilní telefon stává i ve chvíli, kdy jedinec přijme fakt, že vlastnictví tohoto přístroje dokáže uspokojit jeho individuální potřeby a touhy a může také ovlivnit jeho postavení ve společnosti. Výkladový slovník²⁰ definuje prestiž jako míru respektu, které si na osobě nebo na věci ostatní lidé váží.

Cílem výzkumu bude zjistit, zda si tyto spojitosti děti uvědomují, a případně jakým přirozeným způsobem se u nich vnímání vlastnictví mobilního telefonu jako jistého symbolu této prestiže ve společnosti projevuje. Děti budou v rámci výzkumu podrobeny otázkám, které mají zjistit, zda je pro ně samotný mobilní telefon „hodnotný“, jak důležité je pro ně jeho vlastnictví a jestli podléhají trendu značek. To bude zkoumáno už v rámci úvodní aktivity, kde bude dětem (s ohledem na jejich věk a mobilní znalost) předkládáno několik obrázků s logy výrobců mobilních telefonů, případně s konkrétními typy telefonů. Cílem aktivity je zjistit, jaký zájem děti o značky mobilních telefonů jeví a jestli je rozeznávají. Navíc se jedná o úvodní okruh výzkumu, autorku bude během těchto prvních pár minut zajímat i obecný pohled na problematiku mobilních telefonů. Podle mobilní „zdatnosti“ může případně lehce upravit další části výzkumu.

SVO Do jaké míry je pro děti MT symbolem sociální prestiže?

| Podoba výzkumu | |
|------------------------|--|
| <u>Aktivita</u> | <p>„Poznávka“ (cca 10 ks vytištěných obrázků s logem výrobce mobilních telefonů, případně s konkrétními typy telefonů /loga výrobců s a bez popisu)</p> <p>→ motivace: žeton pro toho, kdo pozná nejvíc (přednostně nebude využito)</p> <p>→ alternativa: poznávání loga jednotlivých společností na konkrétních</p> |

²⁰ *The Free Dictionary: Dictionary, Encyclopedia and Thesaurus* [online]. Huntingdon Valley, PA: Farlex, 2015 [cit. 2015-12-16]. Dostupné z: <http://www.thefreedictionary.com>

| | |
|---|---|
| | telefonech → cíl aktivity: zjistit, zda děti poznají model nebo případně značku mobilního telefonu; zjistit, jaký zájem o tuto problematiku jeví |
| <i>Následuje dotazování, časový rozsah okruhu: 5-10 min</i> | |

3.2.2 OKRUH 2: KAŽDODENNÍ VYUŽÍVÁNÍ

Jedním možným způsobem, jak definovat vztah dětí a mobilních telefonů, je zaměřit se na to, jak jsou telefony využívány v každodenním životě. To, jak telefony pronikly do běžného světa dospělých, vidíme na každém kroku. Je tomu tak i u dětí? Dokážou děti využívat různé doplňkové funkce, které mobilní telefony nabízejí? Nebo takto staré děti zatím využívají mobilní telefony primárně jenom pro komunikaci? A pokud ano, dokážou to dělat efektivně?

Okruhu výzkumných otázek bude předcházet jednoduchá motivační aktivita, která už sama o sobě bude toto téma mapovat. Jedná se o seřazení činností, které je možné na mobilních telefonech provádět. Aktivita začíná brainstormingem, kdy mají děti za úkol vyjmenovávat činnosti, které se jim vybaví v souvislosti s využíváním mobilních telefonů. Dále mají tyto činnosti seřadit podle toho, jak je samy využívají. Cílem aktivity je především uvést rámeček otázek, nicméně pro autorku je klíčové už samotné vyjmenovávání a seřazování činností, které o dětském užívání telefonů hodně napoví.

SVO Jak vypadá běžné užívání MT u dětí?

Do jaké míry jsou děti schopny využívat/využívají komunikačních možností MT?

Jaké další funkce MT, kromě těch, které umožňují komunikaci, děti využívají?

| Podoba výzkumu | |
|-----------------|---|
| <u>Aktivita</u> | Seřazení činností podle frekvence využívání (seřazení kartiček s obrázky demonstrujícími jednotlivé činnosti) → uvedení aktivity: „Co můžeme s mobilem dělat?“, podle odpovědí jsou rozdávány kartičky → činnosti: SMS, telefonování, hudba, focení, video, hry (+ prázdné kartičky, operativně lze dokreslit, co děti případně řeknou navíc) |

| | |
|--|---|
| | → alternativa (menší děti): vybrat z předložených kartiček ty činnosti, které využívají → cíl aktivity: uvést rámeček otázek, začít přemýšlet o každodenních činnostech spojených s MT |
| <i>Následuje dotazování, časový rozsah okruhu: 10-15 min</i> | |

3.2.3 OKRUH 3: INTUITIVNÍ OVLÁDÁNÍ

Zachytit a popsat vztah dětí k mobilním telefonům znamená nezaměřit se pouze na ty telefony, které jsou dětem známé, ale rozšířit pozorování na mobilní telefony obecně. To se dá snadno zkoumat na tom, zda jsou děti schopny ovládat telefony v jistém smyslu intuitivně.

Cílem výzkumu bude zjistit, zda a do jaké míry jsou děti na prvním stupni ZŠ schopny ovládat různé mobilní telefony. Autorka bude sledovat, jak se děti projevují při práci s mobilními telefony, které mají pro ně neznámé uživatelské rozhraní. Posoudí, zda jsou děti schopny přenést poznatky o způsobu ovládání mobilního telefonu mezi různými modely a obecně i to, zda je uživatelské rozhraní „šité na míru“ také dětem, které by tak měly být schopny intuitivně nacházet i do té doby neznámé funkce. To bude sledováno už během úvodní aktivity, kdy děti dostanou různé typy mobilních telefonů – každý jedinec si vybere jeden, se kterým bude pracovat. Jeho úkol bude telefon zapnout, vložit PIN kód, který bude napsaný na tabuli a vytočit telefonní číslo autorky (taktéž napsané na tabuli). Děti mohou buďto pracovat dohromady nebo bude tato aktivita prezentována formou soutěže – kdo zvládne rychleji zavolat na mobil autorky, zvítězí. Autorka má během soutěže ideální prostor k pozorování dětí při práci s neznámým typem telefonu. Cíleně dá navíc na výběr mezi starším typem telefonu a smartphonem. Na tuto aktivitu může dále navázat během dotazování. Dalším důvodem, proč byla zařazena takto „akční“ disciplína, je i možnost dětí pobavit a „vytrhnout“ je ze strohého výzkumu, který se z velké části skládá z pokládání otázek a následného odpovídání. V této fázi bude výzkum zhruba po 20-30 minutách od začátku, což je ideální čas na malou hru (tedy pauzu). Doufáme, že bude díky tomu možné provádět výzkum déle, než je doporučených 30 min pro žáky základní školy.

Tato část výzkumu se týká primárně těch, kdož mají vlastní mobilní telefon. Především u těchto dětí je možné sledovat, zda jenom bezmyšlenkovitě opakuji naučené kroky, které je dovedou vždy stejnou cestou k požadovanému cíli, nebo jestli jsou schopny uplatnit abstraktnější myšlení a schopnost, kterou mají naučenou v důvěrně známém uživatelském rozhraní převést i na jiný typ mobilního telefonu. Mimoto je možné sledovat, zda děti umí tyto schopnosti i rozvíjet a učit se tak novým věcem.

SVO Jak se děti projevují při práci s telefonem, který má pro ně neznámé uživatelské rozhraní?

| Podoba výzkumu | |
|---|--|
| <u>Aktivita</u> | <p><u>Práce s různými typy telefonů</u> formou soutěže.</p> <p>K dispozici budou dva MT – jeden výrazně starší a jeden smartphone.</p> <p>Děti budou vyzvány, aby konkrétní telefon zapnuly, vložily PIN kód a vytočily předem dané telefonní číslo (jedná se o číslo autorky = tazatelky)</p> <p>→ alternativa: děti nesoutěží, ale pracují dohromady</p> <p>→ cíl aktivity: pozorovat práci dětí s neznámým typem telefonu</p> |
| <i>Následuje dotazování, časový rozsah okruhu: 15 min</i> | |

3.2.4 OKRUH 4: MOBILNÍ TELEFON JAKO PŘÍSTROJ

Cílem výzkumu bude zjistit, zda děti chápou absolutní „neživotnost“ mobilního telefonu; zda mu ani v době, kdy je technologie na takové úrovni, že nám jediný přístroj může sloužit jako nepostradatelný pomocník pro nespočet věcí, nepřisuzují jisté lidské vlastnosti či určité prvky osobnosti. Autorka se zamýšlí nad obecnou „personifikací“ tohoto přístroje.

Jelikož se jedná o poslední výzkumný okruh, zvolila autorka velmi jednoduchou aktivitu, a totiž vybarvování obrázku. Mimo jiné i proto, aby se děti po některých bouřlivějších aktivitách zklidnily a neodcházely tak zpět do družiny rozjívené. Nad obrázkem se dobře diskutuje o možné personifikaci mobilních telefonů a zdaleka nejenom o tom.

SVO Jak děti chápou „neživotnost“ MT? Jak se může projevit personifikace tohoto přístroje?

| Podoba výzkumu | |
|--|--|
| <u>Aktivita</u> | <u>Vybarvování obrázku</u> (jednoduchá kresba mobilního telefonu) → cíl aktivity: zakončení výzkumu v klidném tempu, obrázek = odměna; SVO vyžadující delší odpovědi, případně vyprávění (lze uskutečnit během vybarvování) |
| <i>Následuje dotazování, časový rozsah okruhu: 5 min</i> | |

3.3 Průběh výzkumu

Výzkum probíhal na přelomu roku 2013 a 2014 na základní škole Mládí v Praze 13. Dotazování se odehrávalo v odpoledních hodinách, kdy si autorka brala stranou děti z družiny. Pro tento účel byla vyhrazena jedna třída, kde bylo možné provádět výzkum i aktivity nerušeně.

Nestandardizované dotazování prokládané aktivitami zabralo většinou 45 minut na dvojici (delší čas v případě jedné trojčlenné skupinky). Celkem se kvalitativního výzkumu zúčastnilo 13 dětí. Aby byla zachována anonymita, byla jejich jména změněna. Zároveň byla tato změna využita tak, že může čtenáři posloužit pro lepší orientaci ve výzkumu. Žáci navštěvující první třídu vystupují pod jmény začínajícími na písmeno A, žákům druhé třídy byla přiřazena jména od písmene B atd. V textu jsou tedy děti citovány s následujícími pseudonymy:

- Anastázie
- Amálie
- Andreas
- Adrian
- Arnošt
- Brigita
- Bartoloměj
- Bohdan
- Celestýna

- Cecilie
- Ctislava
- Dorota
- Daniela

Výzkum byl koncipován pro děti navštěvující první stupeň ZŠ, to platí i po jeho provedení, nicméně jedná se spíše o mladší děti prvního stupně (nejvíce bylo prvňáků).

Rodiče dotazovaných dětí dostali možnost se s autorkou spojit, žádný toho ale nevyužil. V případě jejich zájmu byla autorka připravena zodpovědět jakékoliv dotazy, popřípadě i diskutovat zkoumanou problematiku a v neposlední řadě také položit důležité otázky, které by vztah dětí a mobilních telefonů popsaly z dalšího – nesmírně důležitého – úhlu pohledu.

Autorka si během výzkumu zapisovala poznámky a především konkrétní doslovné formulace do předem připraveného formuláře. Formulář měl podobu obsáhlé tabulky, kde byl rovnou prostor pro zaznamenávání odpovědí obou dětí (zvlášť). Následně, okamžitě po skončení výzkumu, autorka rekapitulovala dění a zapisovala si odporované chování dětí a také veškeré výsledky aktivit, které zůstaly povětšinou zpracované na stole. Tato rekapitulace trvala od 40 minut do hodiny, nebylo proto možné v rámci jednoho výzkumného dne provést dotazování s více než dvěma skupinkami, a i to se podařilo pouze jedenkrát.

3.4 Vyhodnocení výzkumu

3.4.1 SOCIÁLNÍ PRESTIŽ

Cílem výzkumu bylo zjistit, zda děti vnímají mobilní telefon jako symbol sociální prestiže. Autorka sledovala, jakou roli pro děti hraje vlastnictví mobilního telefonu, zda je pro ně důležité, jaký typ telefonu vlastní, a především jestli to ony samy považují za určitou „prestiž“. Dále se zabývala jak obecnou fascinací telefonu, tak i jednotlivými značkami mobilních telefonů. Detailní popis struktury tohoto okruhu viz kapitola 3.2.1. *OKRUH 1: SOCIÁLNÍ PRESTIŽ*.

Mezi dětmi byly patrné ohromné rozdíly nejenom v průřezu 1. – 4. třídy, ale i konkrétními rodinnými možnostmi a především zájmem rodičů o nové technologie. Na prvním stupni ZŠ má stále ještě nejvýznamnější socializační funkci rodina a proto nebylo během výzkumu patrné výraznější ovlivnění okolím. Samy děti se na otázky zaujetí mobilními telefony odkazují právě na rodinu. V tomto věku se tak tedy neprojevují primárně zájmy a postoje samotných dětí, ale jedná se o obraz celé rodiny, který ovšem děti internalizují (přijímají za svůj). Rozdíly pak plynou z konkrétních rodinných možností a obecného zájmu o tyto technologie.

Mimo vliv rodiny se určité měřitelné aspekty prestiže plynoucí z vlastnictví určitého typu mobilního telefonu odvíjejí od toho, jaký typ telefonu dané dítě vlastní. V této souvislosti je tedy užití spojení „mimo vliv rodiny“ z jistého pohledu zavádějící, jelikož právě jejím prostřednictvím děti ty které typy telefonů získávají – a s tím i určitý vztah k těmto přístrojům. Ten se ovšem výrazněji nepromítá do vnímání mobilního telefonu jako symbolu sociální prestiže. Na dotaz, zda si děti ve škole mobilní telefony porovnávají, odpověděla Daniela: „Ne, to ani ne,“ a i ostatní děti tvrdily totéž.

Přístup dětí k mobilním telefonům a tendenci vnímat je jako symbol sociální prestiže sledovala autorka mimo jiné i na konkrétní otázce, a totiž zda by si samy děti přály nový telefon a případně zda je pro ně důležité, co za telefon to bude. Na tuto otázku dostala dva typy odpovědí. Celkem nepřekvapivě to jsou odpovědi „ano“ a „ne“. Důležité ale je, jakým způsobem byly tyto odpovědi podávány a v jaké souvislosti. Pokud děti uvedly ano (tzn. nový telefon by si přály), jednalo se z velké části o děti, které dosud žádný neměly. Andreasova odpověď byla doslova: „Jo jo jo jo jo!“ A naopak děti, které už nějaký telefon měly, uváděly, že jim ten jejich stačí. A to jak v případě, že vlastnily nějaký starší zděděný typ, tak (k pobavení autorky) i tehdy, pokud vlastnily „pouze“ iPhone (Dorota: „Mám iPhone 3 po tátovi, ale mně to nevádí, mně to teď stačí, já to mám nejvíc na volání.“). Cecilie říká: „Mně stačí Nokia a je to, ani si nepřejdu iPhone.“ Novější telefon než ten, který vlastní, by si přály pouze dvě dotázané děti. Anastázie proto, že: „ten po tátovi je takovej pidižvík.“ Pádnější důvod ovšem později nenašla. A dále Celestýna, která ovšem projevovала o tyto technologie nemalý zájem. Ta přišla rovnou s výčtem modelů, které by jí udělaly radost.

Nastávají tedy dvě otázky. Jednak z jakého důvodu děti, které ho nemají, po mobilním telefonu touží. Po rozebrání tohoto tématu se ukazuje, že se spíše jedná o jakousi nutkavou dětskou touhu po tom, co nemají (na rozdíl od ostatních) a v čem zůstávají pozadu. Žádné dotazované dítě se ani okrajově nezmínilo, že by po telefonu toužilo proto, aby se předvedlo před okolím. Jedná se pro ně spíše o jakýsi „standard“ – a to už i v první třídě. Děti, které se v prostředí nových technologií pohybují, měly obecně vyšší nároky na případný nový typ telefonu, který by mohly vlastnit. Ve většině případů byly dokonce zmiňovány jedny z nejnovějších typů iPhonů. Druhou otázkou je, proč touhu po nových mobilních telefonech většinou nemají děti, které už nějaký vlastní. Jednou možností je, že jsou děti jednoduše skromné, případně nemají takový zájem nebo jsou jejich potřeby dostatečně uspokojené. Nutné je v této souvislosti poznamenat, že vzorek dotazovaných nebyl dostatečně velký na to, aby mohl přinést nějaké obecně platné závěry. Skupina, kterou autorka zkoumala, se ale skutečně neprojevovala v otázce vlastnictví (různých typů) mobilních telefonů natolik „radikálně“, aby bylo možné konstatovat, že tyto děti vnímají telefon jako symbol sociální prestiže.

Děti jsou samozřejmě ovlivněny reklamou, orientují se mezi značkami a často i jednotlivými modely mobilních telefonů. Jedná se ale spíše o podvědomé povědomí, samy tento fakt nepovažují za důležitý a během výzkumu se například nestalo, aby se jakékoliv dítě „vytahovalo“, že poznalo více značek než někdo jiný a že se v této problematice více orientuje. Bezpochyby ale chápou, že na trhu existují různé značky a mají tendenci upřednostňovat např. Apple – obecná fascinace iPhony provázela celý výzkum. Např. během úvodní aktivity-poznáváčky byl jako první obrázek iPhonu. Děti hlásily „Apple“ často ještě dříve, než jim autorka stihla dát jakékoliv instrukce a vysvětlit, že se bude jednat o rozpoznávání.

Přirozená penetrace mobilních telefonů do dětské společnosti je patrná na tom, jak bezprostředně děti k mobilním telefonům přistupují a jak rychle se učí. To bylo možné sledovat například během úvodní poznáváčky, kdy se často stalo, že děti některou značku neznaly, ale samy se zajímaly o to, jak se jmenuje. Když ji poté autorka zařadila znovu, bezpečně věděly, o jakou značku se jedná. Např. Daniela nepoznala LG, ale napodruhé okamžitě hlásila: „Eldží, to už bylo!“ Jistou suverénnost

nevědomky předvedla Dorota, která byla z dotazovaných mezi těmi mobilně znalejšími. Během výzkumu několikrát naprosto přirozeně použila termín „nedotykáč“.

Během výzkumu se ukazovalo, že děti považují za jakýsi „standard“ vlastnit (ať už jakýkoliv) mobilní telefon. Na nižším prvním stupni ovšem platí ono „ať už jakýkoliv“. Toto by se velmi pravděpodobně měnilo s narůstajícím věkem respondentů. V této souvislosti tedy můžeme zkoumaný věk považovat v jistém smyslu za „zlomový“ – pro děti je už telefon něčím důležitým, něčím, po čem touží, ovšem jedná se o mobilní telefon v obecném smyslu slova. A samy si to dokonce uvědomují – Arnošt na otázku, jaký telefon by si přál, odpovídá: „Mně je to úplně jedno, dyť sem prvňák.“ O tom, že mít mobilní telefon je pro děti důležité, svědčí výpověď Ctislavy. Autorka se ptá: „Nosíš ho (telefon) do školy každý den?“, Ctislava odpovídá: „Jo, protože mám na něm přidělaný klíče od skříňky.“ „To bys ale mohla mít i bez toho, ne?“ pokračuje autorka, Ctislava: „To nechci.“

U dětí bylo jednoznačně prokazatelné, že mobilní telefony přijímají jako věc přirozenou, se kterou se běžně setkávají a více či méně ji využívají. Je pro ně důležité, zda nějaký telefon mají, už ale ne tolik to, jaký. Nebylo zjištěno, že by jim výrazněji záleželo na typech mobilních telefonů, které vlastní nebo by mohly vlastnit, ani nebylo patrné, že by se domnívaly, že by vlastnictví určitého typu mobilního telefonu mohlo mít dopad na jejich postavení ve společnosti. V této souvislosti se jedná spíše o obecnou fascinaci mobilními telefony jako celku, kterou podle autorky nelze jednoznačně považovat za symbol sociální prestiže, ačkoliv tato problematika má několik rovin a je obtížné odpovídat na tuto otázku striktně ano/ne. Větší míru důležitosti mobilních telefonů jim přisuzují starší děti – v této souvislosti hraje věk nesmírně důležitou roli a rozdíly jsou patrné s každým přibylým rokem. Autorka se domnívá, že v tomto věku se názory na tuto problematiku velmi rychle mění a v jistém smyslu slova lze proto věkovou kategorii 1. stupně ZŠ považovat za zlomovou. Navíc v důsledku toho, že mobilní telefony obecně stále více pronikají do společnosti, snižuje se i tento „zlomový věk“ u dětí. Může se stát, že to, co dnes platí pro děti na prvním stupni, budeme za pár let běžně pozorovat už u dětí v předškolním věku.

3.4.2 KAŽDODENNÍ VYUŽÍVÁNÍ

Cílem výzkumu bylo zjistit, jak děti využívají mobilní telefony v každodenním životě a zda využívají pouze základní komunikační funkce, nebo také některé nadstandardní (doplňkové). Detailní popis struktury tohoto okruhu viz kapitola 3.2.2. *OKRUH 2: KAŽDODENNÍ VYUŽÍVÁNÍ.*

Okruhu výzkumných otázek zabývajících se každodenním využíváním mobilních telefonů předcházela jednoduchá motivační aktivita, která už sama o sobě mapovala toto téma. V rámci úvodního brainstormingu měly děti za úkol vyjmenovat činnosti, které se jim vybaví v souvislosti s využíváním mobilních telefonů. Pro autorku bylo klíčové, které činnosti budou jmenovány mezi prvními a zároveň, zda budou komunikačním funkcím (volání, SMS, ...) předcházet doplňkové funkce, jako např. hry, hudba atd. Dále autorka sledovala, jak širokou škálu funkcí jsou děti schopny obsáhnout – tedy zda se mezi běžnými činnostmi spojenými s užíváním mobilních telefonů objeví i nějaké pro děti atypické (např. sledování hodin, kalkulačka, záznamník).

Mezi prvními funkcemi mobilních telefonů děti uváděly (celkem nepřekvapivě) volání a hraní her. Průměrné pořadí, na kterém bylo uváděno volání, bylo 1,6. Průměrné pořadí hraní her bylo 2,8. Děti následně uváděly, že nejvíce využívají telefony k hraní her a je to také činnost, která je na nich nejvíce baví. Důvodem, proč v úvodu předstihla funkce volání hraní her, může být i asociace, která vznikla na otázku: „Co všechno se dá s mobilem dělat?“. Uvést volání je v takovém případě nasnadě – většina lidí, včetně dětí, bere mobilní telefon primárně jako komunikační nástroj. Nicméně psaní SMS zpráv už pro věkovou kategorii dotazovaných tak jednoznačné není a zhruba 30% respondentů tuto funkci ani nevedlo. Stává se samozřejmější až v době, kdy mají vlastní mobilní telefon (tedy obecně u dětí starších).

Dotazované děti dále uvádějí tyto činnosti: focení, hudba, video, prohlížení fotografií. Mezi těmito „klasickými“ funkcemi se objevují i funkce pro děti poměrně atypické: kalkulačka, budík, stopky, kalendář, připomínky, mapa, poznámky aj. Děti uváděly, že tyto funkce samy nevyužívají, znaly je ovšem od svých blízkých – tak, jako se od nich komplexně seznamují s používáním mobilních telefonů. Brigita například uvádí: „Ještě takovýty připomínky, táta si to vždycky nastaví na léky.“ Velmi často je uváděn poslech hudby zmíněný výše, a to i nejmladšími dětmi. Především ty ale

následně přiznají, že si vlastně vybrat požadovanou hudbu neumí a pouští si písničky náhodně. Adrian říká: „Já si tu hudbu ani neumím přečíst, já si tam prostě něco zapnu a poslouchám.“ I velmi zběhlá Dorota přiznává: „Já na mobilu třeba vůbec nezám takovýty věci, co se tam dělá, jako jak se stahují hry, jak prostě se stahuje hudba. Nepoznám to prostě. A třeba to někdy zkouším, ale nevím. To mi musí udělat táta.“

Je zřejmé, že některé děti jsou plně seznámeny s využíváním internetu v mobilu (obecně se netýká prvňáků a druháků) a je zajímavé, jak tuto funkci vnímají mezi ostatními – například v souvislosti s hraním her. Po podrobnějším dotazování bylo zjištěno, že „internet“ pro ně nese i význam hraní her, které si na něm umí spustit. Na stejné úrovni jako internet pak uvádějí např. youtube, informace, maily – tedy činnosti, kterým je internet nadřazený. Tuto souvislost si ale děti na prvním stupni ZŠ ve většině případů neuvědomují.

Volání, SMS

Děti uvádějí, že nejčastěji volají s rodinnými příslušníky. Pokud vlastní mobilní telefon, pak jednoznačně převažuje volání matce (samy se odkazují na typické organizační věci). Dále děti uvádějí tety, babičky atd. (zajímavostí bylo, že ženské pohlaví skutečně výrazně převládalo). Autorka se ptá Daniely: „Komu nejčastěji voláš?“ a ona odpovídá: „Mámě.“ „A tátovi nevoláš?“ pokračuje autorka. „Když se nemůžu dovolat mámě. Tak mu zavolám, co se stalo,“ odpovídá. Starší děti, které jsou už v používání telefonu zběhlejší, pak často volají i s kamarády. A to jednak z organizačních důvodů (např. kvůli domácím úkolům), ale občas také „na pokec“. Dorota: „Třeba když de ke mně na návštěvu kámoška, tak to si jako popovídáme třeba den předtím přes mobil.“

Autorka se okrajově zajímala i o téma bezpečnosti užívání mobilních telefonů. Konkrétním případem, který ji zajímal, bylo, zda děti zvednou případný příchozí hovor z neznámého čísla. Dostalo se jí ale velmi různorodých odpovědí. Děti většinou tvrdily, že takový hovor by nezvedly. Daniela dokonce zcela racionálně uvedla: „Když je to cizí číslo, tak ho nechám a když mi volá znova, tak to dám mámě, ať to zvedne a řekne, že si spletli číslo.“ Nicméně některé děti si protiřečily. Bohdan uvedl, že by cizí číslo nikdy nevzal a vzápětí dodal: „Mně volala jenom jednou jedna paní z jedny soutěže, ale já

jsem to nevezal, to bylo pro dospělé.“ Především u mladších dětí bylo patrné, že jsou ohledně této situace nejisté. Jednalo se ale o děti, které zatím mobilní telefon nemají. Otázkou zůstává, zda je jejich rodiče při pořízení mobilního telefonu dostatečně informují o jeho bezpečném užívání. Tím není myšlen jenom tento konkrétní případ s neznámým číslem, ale veškerá rizika spojená s nezodpovědným užíváním telefonů, která by děti měly znát a o kterých je psáno v teoretické části této práce.

Zajímavé a velmi poučné pro autorku bylo, když Dorota zmínila, že zná číslo na mamku („To ona chtěla, abych si aspoň její číslo zapamatovala.“). Toto je věc, kterou děti jistě zvládnou, a v případě nouze se jim může hodit.

Co se týče SMS zpráv, děti se rozdělují do dvou skupin na základě toho, zda mají nebo nemají mobilní telefon. SMS zprávy nepíše a psát neumí žádné z dětí, které jej nevládnou. Naproti tomu zbylé děti se prezentují v psaní zpráv jako velmi zručné. Tuto dovednost se naučí zpravidla okamžitě, jakmile získají vlastní telefon. Především třetáci a starší děti považují chatování přes SMS za něco naprosto samozřejmého. Celestýna používala v této souvislosti termín „povídáme si přes esemesky“. A tyto děti si obsah své konverzace střeží a moc ochotně se o něm nechtějí bavit. Často se na dotaz, o čem a s kým si píšou, pochechtávají a odpovídají: „Nevim.“

Dostupnost dětí

Autorku také zajímalo, jak vypadá běžné užívání mobilních telefonů, to znamená, kde je děti mají (doma i ve škole), zda je nosí stále u sebe, jestli jsou běžně dostupné, zda si mobily vypínají atd. Zde se tedy logicky zaměřila výhradně na děti, které mají vlastní mobilní telefon. Překvapivě se v tomto ohledu všechny dotazované děti vesměs shodují a nebyly patrné velké rozdíly.

Děti si mobily do školy nosí, ale během vyučování je mají vypnuté nebo mají vypnutý zvuk (alespoň to tak tvrdí). Zapínají si ho poté v družině, aby např. zavolali rodičům (= matce). Doma mají mobil někde odložený (v aktovce, v šuplíku) a většinou si proto nevšimnou, když jim někdo zavolá nebo pošle SMS. To je ale zpravidla dáno tím, že největší část komunikace se odehrává s rodinnými příslušníky. Jakmile jsou tedy doma, využití mobilních telefonů ustupuje do pozadí. Výjimku tvoří hry. Daniela mobil

údajně doma nesleduje – SMS zprávy si všimne až ve chvíli, kdy se na mobil sama koukne. Což je zpravidla proto, že chce hrát hry.

Obecně můžeme říci, že mladší dotazované děti chápou mobilní telefony především jako komunikační nástroj, který (samy uznávají) ale vlastně nepotřebují. Nicméně pokud ho nemají, po mobilním telefonu touží, respektive berou za samozřejmé, že ho v budoucnu vlastnit budou – a budou ho tedy aktivně používat. Starší děti, které zpravidla už nějaký mobilní telefon vlastní, ho využívají téměř výhradně pro komunikaci. Výjimku samozřejmě tvoří hry, které jsou ale fakticky na tuto věkovou skupinu přímo cílené. V této souvislosti děti uvádí, že to je činnost, kterou využívají zdaleka nejčastěji a také nejradši.

3.4.3 INTUITIVNÍ OVLÁDÁNÍ

Cílem výzkumu bylo zjistit, jak se děti projevují při práci s telefonem, který má pro ně neznámé uživatelské rozhraní. Detailní popis struktury tohoto okruhu viz kapitola 3.2.3. *OKRUH 3: INTUITIVNÍ OVLÁDÁNÍ.*

Výzkum byl zaměřen především na děti, které mají svůj mobilní telefon a jsou tedy v jeho používání dostatečně zběhlé. Během výzkumu se skutečně ukázalo, že děti, které svůj mobilní telefon nemají ani s ním nepřijdou moc do styku, většinou nejsou schopny přenést (často omezené) poznatky, které mají z ovládnutí určitého telefonu, na neznámý typ. Na rozdíl od dětí, které přicházejí do styku s mobilním telefonem denně, často si i půjčují různé druhy telefonů mezi sebou nebo minimálně sledují, jak je jejich kamarádi ovládají. Tyto děti mají telefony často tak „zažité“, že pro ně není problém vypořádat se se zadanou úlohou i na neznámém typu telefonu.

Již během úvodní aktivity vystavilo zajímavé téma, které autorka během přípravy výzkumu neplánovala. Děti (v převážné většině to byly dvojice) dostaly za úkol rozdělit si dva mobilní telefony, se kterými potom „soutěžily“, kdo zvládne rychleji různé úkoly. Nenastala jediná výjimka od scénáře, ve kterém obě děti chtěly smartphone (oproti staršímu typu Sony Ericssonu). Ten byl ale následně výrazně pomalejší – především při jeho zapínání. Nabídla se tak otázka, jaký rozdíl děti vnímají mezi klasickými typy mobilních telefonů a smartpohony. Děti mohly uvažovat o tom, jaký je důvod delšího

načítání smartpohonu, o výhodách a nevýhodách nových typů mobilních telefonů a ty zběhlejší v nových technologiích také o složitosti operačního systému a jeho možnostech. Mezi celkem správnými úvahami (Adrian: „Protože ten nověj toho umí víc a trvá to, než se načte.“) se objevovaly i poměrně zcestné (Amálie: „Protože ten starej je víc ozkoušenej, jakože se víckrát zapínal.“, Andreas: „Ten starej se načte rychlejc, protože když to s nim znáš dýl, tak už víš, jak to funguje a když si někdo koupí tady ten nověj telefon a ještě to s nim nezná, tak mu to trvá.“).

Co se týče schopnosti ovládat mobilní telefony, ta se odvíjela především od faktu, zda děti mají vlastní mobilní telefon a také (jak už bylo zmíněno výše) od celkové technologické „úrovně“ jejich rodičů. Některé děti měly problém i vytočit číslo a přiznaly, že samy zavolat neumí. Andreas /má dětský telefon/: „Číslo myslim neumim. Já mám na svojí Nokii obrázek. Já to tam mám napsaný a vim to, protože mi to moje ségra řekla, kde je táta, máma a tak. Já se kouknu, jestli to mám správně a ten obrázek se mi tam objeví, jestli je to táta nebo máma, tak zavolám třeba tátovi.“ Autorka se podle schopnosti dětí ptala, zda by zvládly různé činnosti (změnit vyzvánění, nastavit čas atd.). Některé děti přistupují k otázkám více kreativně (Anastázie: „Jo, to bych asi zvláda, i když moc teď nevím jak.“), naproti tomu některé byly velmi pasivní (Amálie: „To mě eště nenaučili.“).

Zádrhel nastal u ovládání výrazně staršího typu mobilního telefonu. Ty děti, které jsou zvyklé převážně na smartphony, jednoduše starší telefony nemají „osahané“ a velmi často mají problém s banálními úlohami. Například zapnout starý telefon se ukázalo jako velký oříšek, jelikož ten po straně neměl žádná tlačítka. Dorota poznamenala: „Takový blbý mobily dělaj. Takový prcky.“ Anastázie později zhodnocovala, proč jí telefon nešel zapnout: „Pro mě to bylo těžký, kde se to zapíná, protože už sem zvyklá jako u toho svýho.“ Dalším problémem bylo vytočení nadiktovaného telefonního čísla. Děti jsou na smartphonu zvyklé aktivovat klávesnici tlačítkem, které je sdružené i pro kontakty a výpisy hovorů. U starých telefonů tímto tlačítkem vstoupí pouze do výpisu volání a jsou zmatené, jelikož nevědí, jak mají zaktivovat klávesnici, na které by mohly vytočit číslo. To, že mají klávesnici – tedy tlačítka s čísly – přímo na telefonu, jim nedochází, neví, že můžou začít číslo rovnou vytáčet. Dorota si například nakonec poradila tak, že diktované číslo nejdříve uložila

pomocí funkce *Přidat nový kontakt* a teprve následně ho vytočila. Mimo tento kreativní přístup bylo potěšující i její finální zhodnocení: „Ten minimobil je dobrej.“

Děti samy uvádí, že získávají mnoho schopností pro ovládání mobilních telefonů díky jejich vzájemnému půjčování. A to jednak mezi sebou, ale také od rodinných příslušníků anebo se učí samy – autorka: „Kdo tě učil s mobilem pracovat?“, Anastázie: „Táta. Ale teď už to dělám všechno sama.“ Amálie jí na to odpovídá: „Protože už umíš číst a přečteš si tam všechno. Já to taky zkusím sama. Někdy jsem se taky mrkla na tátu, protože jsem byla malá.“ Toto nebyl v rámci výzkumu zdaleka jediný případ, kdy děti zmínily, že jsou schopny učit se ovládat mobilní telefon samy, jednoduše metodou pokus-omyl.

Děti se vesměs projevovaly k mobilním telefonům velmi otevřeně, z jejich tvrzení vyplývalo, že jsou schopny obstojně ovládat základní funkce mobilních telefonů, což se během výzkumu i potvrdilo. Během aktivity k zadanému úkolu přistupovaly velmi logicky, samy si často pro sebe ujasňovaly jednotlivé kroky (nahlas vyjmenovávaly posloupnost: první zapnout telefon, následně zadat PIN kód, zadat číslo a nakonec zavolat). S větší zkušeností s používáním mobilů se schopnosti dětí přirozeně prohlubují a děti jsou často schopné efektivně hledat nové cesty a objevovat tak nové funkce – uživatelské rozhraní pro děti rozhodně není nesrozumitelné. Mobilní telefon se v této souvislosti jeví jako naprosto přirozená součást jejich dospívání.

3.4.4 MOBILNÍ TELEFON JAKO PŘÍSTROJ

Cílem výzkumu bylo zjistit, do jaké míry děti chápou „neživotnost“ mobilního telefonu a zda mu nepřisuzují určité jisté lidské vlastnosti či určité prvky osobnosti. Detailní popis struktury tohoto okruhu viz kapitola 3.2.4. *OKRUH 4: MOBILNÍ TELEFON JAKO PŘÍSTROJ*.

Již v úvodu je nutno zmínit, že tato část výzkumu nebyla obstojně vyhodnocena. Zkoumané téma bylo nastíněno pouze velmi povrchně a stejně tak i zvolené výzkumné otázky se na téma nezaměřovaly příliš vhodně. Autorka se snažila volit TO co nejjednodušší, aby byly pro děti dobře srozumitelné. Jak se ale během dotazování ukázalo, děti samy nejsou schopny svůj vztah k mobilnímu telefonu racionálně popsat, mnohdy si ani neuvědomují, že takový vztah existuje (i když prokazatelně tomu tak

samozřejmě je – vhodným důkazem může být například vznik této bakalářské práce). Dalším důvodem, proč je odpověď na SVO (*Jak děti chápou „neživotnost“ MT? Jak se může projevit personalizace tohoto přístroje?*) negativní, nebo spíše nelze SVO uspokojivě zodpovědět, může být i fakt, že toto téma přišlo na řadu zpravidla až po 40-45 minutách výzkumu. Děti už nevnímaly zdaleka tolik, jako na začátku. Spíše se zabavily vybarvováním obrázku a vyprávěly svoje příběhy spojené s mobilními telefony. Prostor byl i pro různé asociace na obrázek mobilního telefonu. To se následně ve spojitosti se snahou zodpovědět SVO ukázalo jako poměrně omezující – děti si sice samy často obrázek dokreslují do podoby panáčka (kreslí mu ruce, nohy, obličej), ale pak už jsou zaměřené na nově vytvořenou postavičku a jejich pozornost nelze převést zpět ke skutečnému mobilnímu telefonu. Jedním z cílů tohoto okruhu bylo i zakončení výzkumu v klidném tempu, což se nepochybně povedlo. Děti si navíc jako odměnu odnášely malý dáreček (svůj obrázek).

Autorka během přípravy výzkumu očekávala, že otázky na téma kamarádství s mobilním telefonem dětem asociují ty, kdož se bez něj neobejdou. To se během výzkumu příliš nedělo. Jako příklad výjimky může posloužit Andreas: „Máma furt čumí na mobil, nemůže ani na chvíli přestat.“ „Na co kouká?“ ptá se autorka. „Jestli jí někdo nevolal.“ Děti jsou schopné přiznat, že někteří lidé se o mobil starají a především, že jim na něm záleží. Daniela říká: „Někdo nechce, aby se mu s ním nic stalo, aby mu upad,“ a později dodává: „Všichni ze třídy nechtěj, aby mu upad, ale tak nepřeháněj to.“

U dětí se neprojevuje žádná výraznější „personifikace“ mobilního telefonu. Vnímají ho jako šikovného „spojovatele“ s ostatními (především s rodinou, v menší míře i s kamarády) a zároveň jako vítanou hračku, dále ale jejich úvahy nesahají. Během výzkumu nepadaly věty typu „Bez mobilu bych nemohl žít.“ atd. Mobilní telefony nevnímají ani jako náhradního kamaráda – Dorota: „Třeba jako můžeš si zahrát na telefonu, ale ne furt. Třeba když se nudíš. Třeba v autě se nudim, no tak si hraju.“. Adrian říká: „Já mám radši lidi,“ na což mu odpovídá Andreas: „Já taky.“ Jedinou jasně kladnou odpověď na otázku „Může být pro někoho mobil jako kamarád?“ uvedla Aneta: „Kamarád, kterej ví skoro všechno.“

Děti vnímají mobil jako naprosto přirozenou součást společnosti. Autorka se například ptala: „A jak to dělali lidi dřív, když ty telefony neměli?“ Na to jí Amálie

odpověděla: „Já jsem to viděla v jedné pohádce, že tam měli ty konzervy“. Pro děti se jedná o věc tak přirozenou, že k odhalení spojitostí, které měly být zkoumány, by bylo zapotřebí mnohem detailnějšího rozboru situace. Děti svůj vztah k mobilním telefonům berou jako samozřejmost a tím pádem si ho ani moc neuvědomují. Tento výzkumný okruh tak může podnítit zamyšlení nad tím, zda je to jednoznačně dobře. Pokud si děti svůj vztah k mobilním telefonům nebudou příliš uvědomovat (nebo připouštět), můžou přirozeně přejít k takové vazbě, kdy bez mobilu skutečně „nebudou moci žít“...

3.5 Diskuze

Tato kapitola by měla jednoznačně shrnout klady a zápory používaných metod a kriticky zhodnotit, zda bylo díky nim dosaženo požadovaných cílů. Budou zde popsány i nedostatky a omezení, které používané metody přinesly.

Během vyhodnocování výzkumu se osvědčila použitá kvantitativní analýza i zvolený model specifických výzkumných otázek a tazatelských otázek. Jelikož autorka nemá mnoho zkušeností s vyhodnocováním výzkumných dat, rozdělení do okruhů významně napomáhalo jasné kategorizaci. Zároveň ale přineslo širokou možnost odpovědi na základní výzkumnou otázku („*Jaký je vztah dětí a mobilních telefonů?*“) a ukázalo, že pro komplexní vhled do tohoto vztahu by mohlo být zařazeno okruhů mnohem více.

V případě, že by autorka na výše uvedenou práci navazovala dalším výzkumem, zvolila by větší vzorek respondentů. V takovém případě by bylo vhodné dotázat děti z různých škol (a možná i měst) a snažit se tak postihnout co nejširší spektrum respondentů. Pro prvotní vhled do této problematiky bylo dotázaných 13 dětí dostačujících, ačkoliv větší vzorek by jistě přinesl další zajímavé poznatky. Naproti tomu je nutné poznamenat, že takto obsáhlý výzkum prováděla autorka poprvé a celý proces vyhodnocení dat byl i v tomto počtu dětí velmi časově náročný.

Dále je nutné kriticky zhodnotit fakt, že byly děti dotazovány po dvojicích (v jednom případě ve trojici). Děti měly občas tendenci se opičit, případně si přitakávat. Autorka se vždy snažila tento trend eliminovat a podporovala děti ve vyjadřování

vlastních názorů, nicméně jistému ovlivnění se nešlo vyhnout. Důvody, proč byly děti i přesto dotazovány po skupinkách, jsou podrobně rozepsány výše.

Určitým nedostatkem se ukázal polostrukturovaný rozhovor v rámci prvního okruhu (sociální prestiž). Děti samotné nejsou schopny tuto problematiku popsat, a jak se ukázalo, je těžké pouze z pokládaných otázek správně pochopit skutečnou podstatu věci. Autorka by v dalším výzkumu na toto téma navrhovala jinou metodu. Pokud děti tuto otázku nejsou schopny dostatečně dobře samy posoudit, bylo by ideální je spíše pozorovat, než je nechat svůj vztah popisovat. Tím je myšleno např. postavit je do určité situace, ve které se musí rozhodovat a kde by mohla sociální prestiž plynoucí z vlastnictví určitého mobilního telefonu hrát roli. Bez toho bylo možné zodpovědět spíše než otázku: *Do jaké míry je pro děti MT symbolem sociální prestiže?* otázku: *Jak moc jsou pro děti telefony důležité?*

Dalším problematickým okruhem byl ten poslední (mobilní telefon chápaný /pouze/ jako přístroj). Autorka se na základě vyhodnocených dat domnívá, že by toto téma bylo vhodnější pro starší věkovou kategorii, klidně i pro dospělé. Ke zkoumání toho, jak těsný může vztah člověka k mobilnímu telefonu být, je zapotřebí, aby si dotyčný sám uvědomoval nezbytnost/užitečnost tohoto přístroje pro své vlastní bytí. Děti na prvním stupni ZŠ sice mobilní telefony často pokládají za samozřejmost, ne však nutně za nezbytnost. Překážkou pro úspěšné vyhodnocení tohoto okruhu mohlo také být zařazení až na konec výzkumu a stejně tak i zvolená aktivita (vybarvování obrázku). Nicméně velkým přínosem bylo celkové pomalejší tempo oproti ostatním okruhům. Jak se děti soustředily na téměř až magicky uklidňující činnost – vybarvování, bylo možné znovu pokládat otázky, které nebyly dříve dostatečně zodpovězeny (například právě proto, že se děti tolik nesoustředily). Děti také vyprávěly svoje příběhy spojené s mobilními telefony. Ty se dotýkaly celé škály témat. Pro autorku bylo velmi důležité, že byla tato aktivita zařazena na samotný konec výzkumu. Po některých bouřlivějších aktivitách (např. soutěžení v rámci okruhu *intuitivní ovládnání*) přišla pozvolnější zakončující část a nastal prostor pro různé neplánované debaty. Autorka se s dětmi často vracela i k některým zajímavým tématům, která byla během předchozího dotazování nastíněna, ale z důvodu velmi prchlivé dětské pozornosti nebyla dostatečně probrána.

4 ZÁVĚR

V rámci práce byl popsán vztah dětí a mobilních telefonů z několika úhlů pohledu. Autorka se nejdříve zabývala popisem toho, v jakém prostředí se dnešní děti ve vztahu k medializované společnosti nachází, a to jak obecně, tak i konkrétně v rámci České Republiky. Stěžejní částí práce je provedený výzkum, který probíhal na prvním stupni základní školy Mláďí v Praze. Ten téma mapuje zkoumáním několika konkrétních charakteristik. Ukazuje se, že i pro nejmladší školáky je důležité vlastnit mobilní telefon. Z výzkumu ovšem vyplynulo, že děti tolik nelpí na značkách ani konkrétních modelech. Jsou spokojené, když mobilní telefon mají, ale svoje zaujetí neposouvají do přehnaných mezí. Jsou schopné vnímat telefon pouze jako přístroj, který jim může usnadnit některé věci, případně je i ve volné chvíli pobavit (hraní her je pro zkoumanou věkovou skupinu velmi populární). Během výzkumu se ovšem neprojeví žádné prvky přehnaného vyzdvihování mobilních telefonů a už vůbec ne jakékoliv prvky jeho personifikace. Nicméně ukázalo se, že děti mobilní telefony přijímají velmi přirozeně a jsou schopné se učit ovládat je stále dokonaleji. Tato „výuka“ probíhá z velké části pouhým intuitivním ovládním přístroje a mohlo by se až zdát, že ten je tomu na míru uzpůsobený. Ty postupy, které se děti naučí, si zpravidla velmi dobře pamatují a jsou schopny je navíc přenášet i na jiné typy mobilních telefonů. Z hlediska každodenního využívání mobilních telefonů děti samy nejčastěji uvádějí již zmíněné hraní her a pak samozřejmě také volání. SMS zprávy nejsou zdaleka tak oblíbené jako např. u dospělých, nicméně dotazované děti jsou poměrně mladé a často se teprve učí číst a psát. Je zajímavé pozorovat, s jakou samozřejmostí děti přijímají veškeré výhody mobilních telefonů, ne jenom ty klasické. Nejčastěji to jsou jejich rodiče, kteří je učí znát i různé doplňkové aplikace a pak také využívání internetu v mobilu. Obecně je patrné, že tyto děti vnímají mobilní telefony jako běžnou součást dnešní společnosti – snad tomu ani nemůže být jinak, když je doprovází již od nejmenšího věku.

5 SUMMARY

Within this bachelor thesis a relationship between children and cell phones was described from different points of view. Actual situation in relation to children was characterized. Main part of this thesis is practical part, which consist of research that was done in one elementary school in Prague, Czech Republic and discussion section, where this research is interpreted. Within the research it was proved that for young scholars (primary school age) is important to have their own cell phone. It does not really matter which one, examined children were happy for any type. They believe that cell phone is a useful thing that can help them in many situations, but they don't overestimate it. Nevertheless, they seem to deal with cell phones very naturally and they are able to use it efficiently. They learn a lot simply by intuitive using of cell phones. Children can handle different types of cell phones – even those they are not familiar with – only by using knowledge gained from handling other ones. Speaking of everyday usage, children claim to phone and play games the most. They are not really familiar with text messages, since they are just starting to learn reading and writing in this age. Children's relationship to cell phones is mostly influenced by family members, on quite a small scale by friends. It is clear that children take cell phones as an ordinary part of today's world. Besides, they come into contact with it literally from birth.

POUŽITÁ LITERATURA

AISIS. Kyberšikana na českých školách - výzkum. *Minimalizace šikany* [online]. 2010 [cit. 2015-10-10]. Dostupné z: <http://www.minimalizacesikany.cz/chci-se-dozvedet/fenomen-kybersikana/182-kybersikana-na-ceskych-skolach>.

ASH. Smoking statistics: who smokes and how much. *ASH: Action on Smoking and Health* [online]. 2013 [cit. 2013-11-16]. Pdf. Dostupné z: http://www.ash.org.uk/files/documents/ASH_106.pdf

BATES, Clive and Anne CHARLTON. Decline in teenage smoking with rise in mobile phone ownership: hypothesis. *The BMJ (British Medical Journal)* [online]. 2000 [cit. 2013-11-15]. Dostupné z: <http://www.bmj.com/content/321/7269/1155.1>.

BLUNÁROVÁ, Charlota. Sumarizační poster. EFFY: dětský mobilní telefon. 2010.

Centrum prevence rizikové virtuální komunikace Pedagogické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci. Základní informace o projektu. *E-bezpečí* [online]. 2008 [cit. 2013-11-16]. Dostupné z: <http://www.e-bezpeci.cz/index.php/o-projektu/oprojektu>.

CETELEM. Barometr Cetelem 2012: Střední třída v Evropě. *Cetelem ČR, a.s.* [online]. 2012 [cit. 2013-11-16]. Pdf. Dostupné z: <http://www.cetelem.cz/sfs/downloads/ke-stazeni/Barometr-2012-stredni-trida-v-evrope.pdf>.

ČSÚ. Informační společnost v číslech - 2015: B Domácnosti. *Český statistický úřad* [online]. 2015a [cit. 2015-11-21]. Pdf. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/10180/20561093/061004-15_B.pdf/70b6fb06-d9d6-4593-9a3f-d2a5087da25b?version=1.0.

ČSÚ. Vybavenost českých domácností ICT: Data v tabulkách. *Český statistický úřad* [online]. 2015b [cit. 2015-11-21]. Pdf. Dostupné z:
https://www.czso.cz/csu/czso/vybavenost_ceskych_domacnosti_ict.

ČSÚ. Vybavenost domácností pevnou telefonní linkou a mobilním telefonem. *Český statistický úřad* [online]. 2015c [cit. 2015-11-21]. Pdf. Dostupné z:
https://www.czso.cz/documents/10180/23184355/2014_sru_a1.pdf/1f695a76-d318-4fda-a53e-092a29ca6b15?version=1.0.

ČSÚ. Informační společnost v číslech. *Český statistický úřad* [online]. 2015d [cit. 2015-11-21]. Pdf. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/informacni-spolecnost-v-cislech-2015>.

DATA COLLECT. Rodiče pořizují mobilní telefon dětem v raném věku proto, aby je měli pod kontrolou. *Najdi děti* [online]. 2011 [cit. 2013-08-31]. Dostupné z:
<http://www.najdideti.cz/nakup-mobilu>.

Dítě lze neustále sledovat přes jeho mobil. Psycholog: Je to na hraně. *Mladá fronta DNES*. 26.7.2012.

DOSEDĚL, Tomáš. Effy, mobil pro děti. *Mobility*. 2010-07-08.

E-BEZPEČÍ. Využívání mobilního telefonu dětmi 8-18 let: Zpráva z výzkumného šetření realizovaného v rámci projektu Prevence nebezpečných komunikačních praktik spojených s elektronickou komunikací pro pedagogy a nepedagogy. *E-bezpečí* [online]. 2009 [cit. 2013-08-31]. Dostupné z: <http://cms.e-bezpeci.cz/content/view/94/22/lang,czech/>.

ELEKTROO. GPS Lokalizátor polohy Dětský mobilní telefon IQ9 lokátor. *Elektroo* [online]. 2013 [cit. 2013-11-17]. Dostupné z: <http://www.elektroo.cz/product/gps-lokalizator-polohy-detsky-mobilni-telefon-iq9-lokator-398/>.

GOV.UK. Reducing smoking. In: GOV.UK [online]. 2013, March 25 [cit. 2013-11-16].

Dostupné z: <https://www.gov.uk/government/policies/reducing-smoking>.

JANEČEK, Vladislav. Apple Knowledge Navigator: pokus o iPad z roku 1987.

superapple [online]. 2011 [cit. 2013-08-27]. Dostupné z:

<http://superapple.cz/2011/02/apple-knowledge-navigator-pokus-o-ipad-z-roku-1987/>.

JIRÁK, Jan. 2010. Poznámky k přednáškám v rámci studia Mediálních studií. 2010.

KELLER, Jan. *Úvod do sociologie*. Vyd. 5. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2004, 204 s. ISBN 80-86429-39-3.

KOFLÁK, Jiří. *Mezičas*. Vyd. 1. Praha: Mat' a, 2003, 91 s. Miniatury. ISBN 80-7287-068-8.

KOCERA, Ivo. Splňte dětem jejich mobilní sny. *Mobility*. 2009-08-13. Str. 36.

MACEK, Jakub. Nová média. *Revue pro nová média* [online]. 2002 [cit. 2015-05-12].

Dostupné z: http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/nova_media.htm.

MAXWELL, Joseph Alex. *Qualitative research design: an interactive approach*.

Thousand Oaks, London, New Delhi: SAGE Publications, 2005. ISBN 07-619-2607-0.

MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. Vyd. 1. Praha: Odeon, 1991. ISBN 80-207-0296-2.

MULLER, Mary Margaret. *Jak ochránit děti před pornografií na internetu*. Vyd. 1.

Praha: Portál, 2014, 167 s. ISBN 978-80-262-0694-1.

NAJDUTĚ.CZ. *NajduTě: ochrana vašich dětí* [online]. 2013 [cit. 2013-09-03].
Dostupné z: <http://najdute.cz/>.

NOVINKY.CZ. Firefly: mobil pro děti. *Novinky.cz* [online]. 2005 [cit. 2013-11-17].
Dostupné z: <http://www.novinky.cz/internet-a-pc/51898-firefly-mobil-pro-deti.html>.

NEGROPONTE, Nicholas. *Digitální svět*. Vyd. 1. Praha: Management Press, 2001.
ISBN 80-7261-046-5.

Nekonečné volání na mobil dítě ohrozí. *Mladá fronta DNES*. 2010-12-01.

O2. Bezpečí pro vaše děti. *O2 Czech Republic* [online]. 2015 [cit. 2015-11-14]. Dostupné z: <http://www.o2.cz/osobni/bezpeci-pro-vase-deti/>.

PETERKA, Jiří. Global village. *Archiv článků a přednášek Jiřího Peterky* [online]. 2011 [cit. 2013-08-18]. Dostupné z: <http://www.earchiv.cz/a96/a619k130.php3>.

ROŽNOVSKÁ, Lenka. *Mobilmánie v pohádkové říši*. Vydání 1. Praha: Grada - Bambook, 2015, 71 s. ISBN 978-80-247-5346-1.

SAK, Petr. *Proměny české mládeže*. Praha: Petrklíč, 2000. ISBN 80-7229-042-8.

SPITZER, Manfred. *Digitální demence: jak připravujeme sami sebe a naše děti o rozum*. 1. vyd. Brno: Host, 2014, 341 s. ISBN 978-80-7294-872-7.

ŠIMŮNEK, Michal. McLuhan, Herbert Marshall (1911–1980). *Revue pro média* [online]. 2002 [cit. 2015-04-14]. Dostupné z: <http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/mcluhan.htm>.

ŠVARŤÍČEK, Roman a Klára ŠEĎOVÁ. *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Praha: Portál, 2007, 377 s. ISBN 978-80-7367-313-0.

The Free Dictionary: Dictionary, Encyclopedia and Thesaurus [online]. Huntingdon Valley, PA: Farlex, 2015 [cit. 2015-12-16]. Dostupné z: <http://www.thefreedictionary.com>

T-MOBILE. Dětský zámek. *T-mobile* [online]. 2015 [cit. 2015-11-21]. Dostupné z: <https://www.t-mobile.cz/detsky-zamek>

TELEPHONEWARE.COM. O projektu. *Nevolejte.cz* [online]. 2014 [cit. 2015-11-23]. Dostupné z: <http://nevolejte.cz/about.aspx>.

VODAFONE. Digitální rodičovství. *Vodafone* [online]. 2015 [cit. 2015-11-14]. Dostupné z: <http://www.vodafone.cz/digitalni-rodicovstvi/>.

VODAFONE. Prospěšné aplikace. *Vodafone* [online]. 2013 [cit. 2013-11-14]. Dostupné z: <http://www.vodafone.cz/odpovednost/technologie-pomahaji/prospesne-aplikace/?promo=landingpage:ditezdarma:detsky-profil>

WENGRAF, Tom. *Qualitative research interviewing: biographic narrative and semi-structured methods*. 1st pub. London: Sage Publications, 2001, xxiv, 398 s. ISBN 08-039-7501-5.