

# Fenomén rodičovskej mediácie používania internetu a miera jeho uplatňovania u rodičov detí mladšieho školského veku a teenagerov

Vladimíra Hladíková<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave; Nám. J. Herdu 2, 917 01 Trnava, Slovenská republika; vladka.hladikova@gmail.com

Grant: VEGA č. 1/0284/14

Název grantu: Kyberpriestor ako nová existenciálna dimenzia človeka

Oborové zaměření: AJ

© GRANT Journal, MAGNANIMITAS Assn.

**Abstrakt** Príspevok sa zaoberá problematikou rodičovskej mediácie digitálnych médií so špecifickým dôrazom na používanie internetu prostredníctvom týchto médií. Príspevok má empirický charakter. Hlavným cieľom je prezentácia výsledkov empirického kvantitatívneho výskumu zameraného na mediálne stratégie rodičov, ktorých deti sú prevažne v mladšom školskom a teenagerskom veku. Základnou metódou skúmania bola metóda dotazníka vlastnej konštrukcie. Výskumu sa zúčastnilo 221 respondentov, podmienkou účasti bol status rodiča a výchova dieťaťa staršieho ako 7 rokov. Príspevok reflektuje okrem základných teoretických východísk najmä rozličný prístup rodičov k mediácii, predovšetkým v závislosti od veku dieťaťa a tiež pohlavia a vzdelania rodičov.

**Kľúčová slova** Rodičia, deti, rodičovská mediácia, internet, výskum

## 1. TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ PROBLEMATIKY RODIČOVskej MEDIÁCIE

Pojem rodičovská mediácia je možné definovať ako interakciu detí a rodičov vo vzťahu k používaniu médií. Z pohľadu teórie médií je tento termín chápaný ako sprostredkovanie, napríklad významný teoretik médií D. McQuail (2002, s. 88) v tejto súvislosti hovorí o mediách ako sprostredkovateľoch spoločenskej reality. V rámci mediálnych štúdií sa s pojmom rodičovská mediácia pracuje v inom význame. P. Izrael (2009, s. 78) definuje rodičovskú mediáciu v tomto kontexte ako činnosť, kedy rodič z pozície tretej strany (sprostredkovateľa = mediátora) zasahuje do vzťahu detí a médií, a to nielen pri riešení vzniknutých konfliktov, ale aj v rámci bežnej regulácie interakcie detí a médií. S touto problematikou sa v širšom koncepte môžeme stretnúť v rámci mediálnej výchovy v rodine.

Jednotlivé mediálne techniky či stratégie možno vnímať ako konkrétne praktiky, ktoré sa snažia zohľadniť všetky špecifické vlastnosti daného média. V minulosti bola rodičovská mediácia najčastejšie realizovaná v súvislosti so sledovaním televízie. Rané výskumy mediálnych techník v tejto oblasti rozlišujú napr.: (a) vecnú mediáciu, ktorá sa zameriava na konkrétne poznatky o tom, ako dané médium používať; (b) evaluačné stratégie, ktoré sa zakladajú na interpretácií zhladaného obsahu a (c) reštriktívne stratégie, ktoré sa vyznačujú stanovovaním noriem, pravidiel a limitov (Nathanson, 2001 In: Ševčíková a kol., 2014, s. 165). Dnes je rozdelenie mediálnych stratégií odlišné a je upriamené najmä na médium internetu, ktoré v sebe okrem mnohých pozitív (informácie,

zábava, rýchlosť komunikácie a pod.) nesie aj množstvo rizík a nebezpečenstiev. V tomto prípade existuje niekoľko možností, ako deti usmerňovať pri jeho používaní. V rámci projektu EU Kids Online (2011) vznikla nasledovná taxonómia, ktorá predstavuje konkrétne mediálne stratégie zamerané predovšetkým na médium internetu a jeho vplyv na rôzne oblasti života detí z krajín Európy. Z tejto klasifikácie vychádza aj náš realizovaný výskum.

- Aktívna mediácia používania internetu (spoluúžívania) je primárne synonymom pre zdieľanie činností, napr. rodič a dieťa spoločne surfujú na internete či používajú rozličné online aplikácie. Pod aktívnu mediáciu tiež rozumieme komunikáciu medzi rodičom a dieťaťom o tom, aký je spôsob správneho používania internetu, komentovanie mediálnych obsahov, diskusie o témach, týkajúcich sa médií, ale i to, aké stránky dieťa navštevuje, s kým komunikuje a podobne. Komunikácia je pritom jedným z najdôležitejších aspektov celého procesu rodičovskej mediácie. P. Izrael (dostupné na: <<http://www.smn.sk/index.php?cislo=1502&sekcia=clanky&smn=20140111.html>>) kladie dôraz najmä na obojsmerný tok komunikácie, teda vypočutie si názorov, túžob a potrieb dieťaťa. Zároveň sem možno zahrnúť aj povzbudzovanie a podporu dieťaťa, aby samo objavovalo internet a prostredníctvom neho sa aj vzdelávalo.
- Aktívna mediácia bezpečného internetu je špecifickou súčasťou a zakladá sa na poučení detí, ako sa vyhnúť nebezpečenstvám a rizikám vo virtuálnom priestore. Ide o vysvetľovanie príčin vhodných a nevhodných webových stránok, ponúkaniu rád ako komunikovať a sa správať k iným v kyberpriestore, netiketu. Táto oblasť zahŕňa i dohodnutý rodinný postup v prípade, že by bolo dieťaťu na internete ublížené.
- Reštriktívna mediácia naopak spočíva v obmedzovaní jednotlivých činností alebo času stráveného online. Často má dieťa napr. zakázané určité online aplikácie (najčastejšie sociálne siete) alebo ich smie používať len pod dohľadom rodičov. Reštrikcia sa niekedy týka aj sťahovania hudby, videí alebo inštalácie programov. Už spomínaný P. Izrael (2009, s. 81) v rámci reštriktívnej mediácie aplikovanej na všetky druhy médií rozlišuje reguláciu kvalitatívnu a kvantitatívnu. Pri kvantitatívnej regulácii môže ísť o limitovanie času, ktorý deti strávia (pozeraním televízie, hraním počítačových hier, surfovaním na internete), môže však zahŕňať aj počet počítačov, mobilných telefónov, televíznych a rozhlasových prijímačov, hracích konzol alebo zariadení na prehrávanie hudby. Pod kvalitatívnu reguláciu sa zaraďuje

napr. výber periodík a softvérové filtre zamedzujúce prístup webovým stránkam s nebezpečným obsahom.

- Kontrola (monitoring) teda spätné sledovanie aktivít, ktoré dieťa na internete realizovalo. Rodičia môžu využívať viaceré nástroje (napr. sledovanie histórie prehliadania, nahliadnuť do záznamu komunikácie (email/skype), či preveriť, koho si dieťa pridalo do kontaktov/priateľov na sociálnych sieťach. V rámci tejto stratégie však môže byť narušená dôvera zo strany detí, preto ju treba používať veľmi citlivo.
- Technická mediácia spočíva v používaní programov, ktoré dokážu filtrovať a blokovat' určité webové stránky, obsahy, limitovať čas strávený online alebo inak monitorovať aktivitu detí na internete. Zaraďujeme sem aj inštaláciu softvérov na ochranu pred vírusmi a spamom, možno ju teda pripodobniť ku kvalitatívnej regulácii v rámci reštriktívnej mediáčnej stratégie. Niektoré nástroje či filtre môžu však až priveľmi sledovať aktivity dieťaťa na internete, čo sa dotýka jeho práva na súkromie. V niektorých prípadoch sú „bezpečné“ programy natoľko citlivé, že zamedzujú prístup aj k stránkam s overeným a bezpečným obsahom. V tomto kontexte sa technická mediácia javí len ako doplnková, preto by nemala byť prioritnou, ale iba podporným nástrojom inej mediáčnej stratégie.

V nasledujúcej časti textu sú prezentované metodologické postupy pri realizácii výskumu zameraného na rodičovskú mediáciu používania internetu, ako i interpretácia konkrétnych zistení a výsledkov.

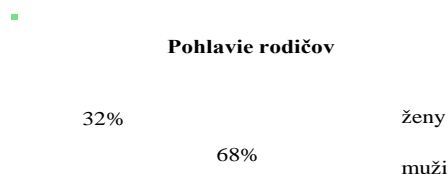
## 2. METODOLÓGIA VÝSKUMU

Hlavným cieľom výskumu bolo zistiť, ako rodičia pristupujú k aktivitám, ktoré realizujú ich deti v elektronickom prostredí a ktorý typ mediáčnej stratégie je u rodičov najpoužívanejší. Základnou metódou kvantitatívneho výskumu bol dotazník vlastnej konštrukcie, ktorý obsahoval 24 otázok rôzneho charakteru. Pri vyhodnotení a interpretácii výsledkov výskumu boli použité metódy analýzy, syntézy, komparácie, metódy opisnej štatistiky, ako i generalizácia dát či ich grafické znázornenie. Predmetom výskumu sú teda informácie o problematike rodičovskej mediácie používania internetu a jej konkrétnej aplikácii medzi rodičmi teenagerov. Úvod dotazníka bol venovaný demografickým otázkam, v ktorých sme sa pýtali na pohlavie, dosiahnuté vzdelanie rodičov a vek dieťaťa. V prípade, že respondenti mali viacero detí, požiadali sme, aby dotazník vyplnili pre každé dieťa samostatne. Dotazník obsahoval otázky rôzneho typu. Pri niektorých otázkach mali respondenti možnosť označiť aj viacero odpovedí, vždy však najmenej jednu z ponúkaných možností. Výskumnú vzorku tvorilo 221 respondentov, príslušníkov oboch pohlaví v pomere 150 žien a 71 mužov. Účasť vo výskume bola podmienená dvomi atribútmi: statusom rodiča a vychovávaním dieťaťa, ktoré je staršie ako 7 rokov. Dotazník bol distribuovaný prostredníctvom elektronickej komunikácie, kde bola využitá metóda snehovej gule. Vybraná časť respondentov bola oslovená cez e-mailovú poštu so zdvorilou požiadavkou o vyplnenie dotazníka a jeho odoslanie medzi ďalších potenciálnych respondentov. Zber dát sa realizoval po dobu piatich týždňov v časovom intervale máj-jún 2016.

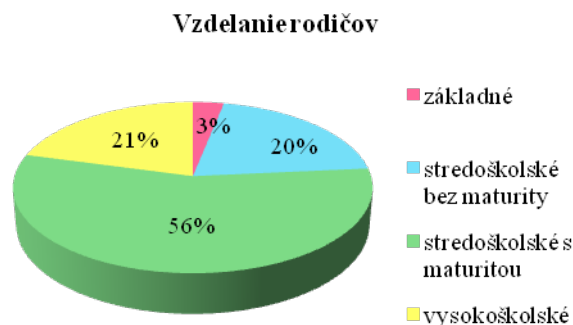
## 3. INTERPRETÁCIA VÝSLEDKOV VÝSKUMU

V tejto časti príspevku sú, vzhľadom k obmedzenému rozsahu, interpretované najzaujímavejšie získané dáta a výsledky nášho výskumu. Ako sme už uviedli vyššie, úvod dotazníka bol venovaný demografickým údajom, ktorých vyhodnotenie predkladáme v nasledovných grafických prehľadoch. V prvej otázke sme sa pýtali na pohlavie respondentov, pretože viaceré výskumy preukazujú rozdiely pri vykonávaní rodičovskej mediácie práve na základe

pohlavia – napr. matky majú tendenciu pristupovať k deťom formou aktívnej mediácie častejšie, než otcovia. Tejto problematike je však venovaná samostatná otázka, ktorej sa budeme venovať neskôr. Výskumnú vzorku tvorilo 68% žien a 32% mužov, väčšina respondentov má ukončené minimálne stredoškolské vzdelanie s maturitou.



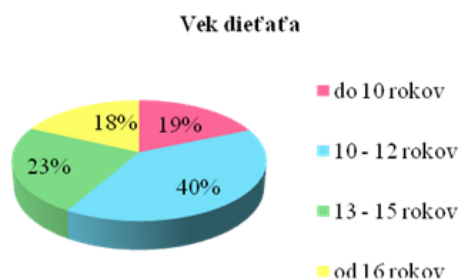
Graf 1 Pohlavie rodičov



Graf 2 Vzdelanie rodičov

Veľmi dôležitým diferenčným faktorom bola aj otázka týkajúca sa veku detí (graf 3), keďže je zrejmé, že pri rozličných vekových skupinách detí sa uplatňujú aj rozličné mediáčne stratégie. Deti vo veku 10-12 rokov vychováva takmer 40% respondentov, druhou najpočetnejšou skupinou (23,5%) sú rodičia, ktorých deti sú v rozmedzí 13-15 rokov. Možnosť „deti staršie ako 16 rokov“ označilo 40 respondentov a len o jedného viac – 41 respondentov uviedlo, že ich dieťa je vo vekovej kategórii 7-10 rokov.

Okrem veku detí nás tiež zaujímalo, koľko času deti trávia denne na internete (tabuľka 1). Túto otázku sme vyhodnotili aj na základe veku dieťaťa s nasledovnými výsledkami: vo všetkých vekových kategóriách detí ich rodičia označili najčastejšie (viac ako 47% opýtaných) odpoveď, že dieťa trávi na internete 1-2 hodiny denne, avšak u detí vo veku 10-12 rokov tento údaj vzrástol až na takmer 73%. Viac ako 34% rodičov detí vo veku 13-15 rokov odpovedalo, že ich deti sú online denne viac ako 3 hodiny, u 16 a viac ročných túto možnosť označilo 45% respondentov. Tieto výsledky vnímame ako kritické najmä vzhľadom na detský vek a školské povinnosti detí. Vo vekových kategóriách od 10 rokov označilo možnosť menej ako 1 hodinu najmenší počet rodičov, pri kategórii 7-10 rokov si túto možnosť zvolilo takmer 27% respondentov. Na základe týchto výsledkov predpokladáme, že menšie deti (do 10 rokov) stále preferujú detský svet, preto im na pobyt v online prostredí postačuje čas 60 minút.



Graf 3 Vek dieťaťa

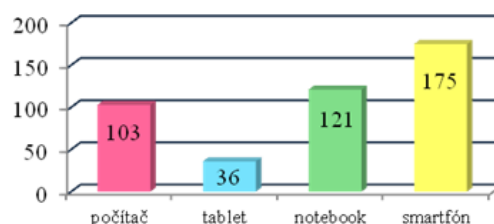
Tabuľka 1 Čas, ktorý deti trávia online vzhľadom na vek

| čas online<br>vek dieťaťa |   | Menej ako<br>1 hodinu | 1 - 2<br>hodiny | 3 a viac<br>hodín |
|---------------------------|---|-----------------------|-----------------|-------------------|
| do 10 rokov               | n | 11                    | 24              | 6                 |
|                           | % | 26,83                 | 58,56           | 14,63             |
| 10 - 12 rokov             | n | 5                     | 64              | 19                |
|                           | % | 5,68                  | 72,73           | 21,59             |
| 13 - 15 rokov             | n | 2                     | 32              | 18                |
|                           | % | 3,85                  | 61,54           | 34,61             |
| od 16 rokov               | n | 3                     | 19              | 18                |
|                           | % | 7,5                   | 47,5            | 45                |

Náš výskum bol zameraný na rodičovskú mediáciu používania internetu prostredníctvom digitálnych médií, ktoré používajú deti a teenageri. V otázke č. 3 nás však zaujímalo, ktoré konkrétne média využívajú samotní rodičia pri práci s internetom. Touto otázkou sme chceli zistiť, do akej miery sú rodičia digitálne gramotní, pretože predpokladáme, že rodičia, ktorí ovládajú najnovšie moderné technológie a prácu s digitálnymi médiami si viac uvedomujú množstvo príležitostí, ale najmä rizík, ktoré internet prináša a tým aj dôležitosť realizácie rodičovskej mediácie. V tejto otázke mali respondenti možnosť uviesť aj viac ako jednu odpoveď. Najpoužívanejším médium sa stal smartfón, ktorý označilo takmer 80% respondentov, naopak najmenej populárny je u rodičov tablet, ktorý používa len 16,3% opýtaných.

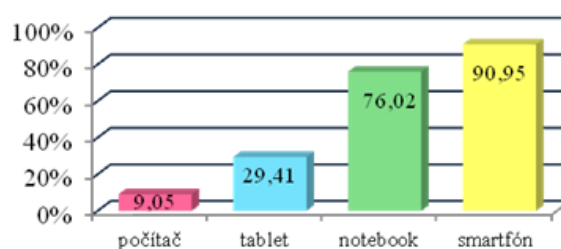
V otázke č. 5 sme pozornosť upriamili na deti a zisťovali sme od rodičov, ktoré z uvedených médií vlastní a aktívne využíva na pripojenie na internet ich dieťa. Aj pri tejto otázke mali respondenti možnosť označiť viacero odpovedí. Aj v kategórii potomkov sa dominantným stal smartfón, ktorý vlastní takmer 91% detí respondentov a notebook, ktorý vlastní 76% detí respondentov.

Prostredníctvom akého média pracujete s internetom?



Graf 4 Zariadenia, ktoré používajú rodičia

Ktoré z nasledujúcich zariadení vlastní Vaše dieťa?



Graf 5 Zariadenia, ktoré vlastní deti

Jedna zo stratégií rodičovskej mediácie je založená na stanovení jasných pravidiel používania internetu a trvaní na ich dodržiavaní v plnom rozsahu. Naším cieľom bolo v otázke č. 8 zistiť, či tento spôsob rodičia využívajú a či pri rozhodovaní o týchto pravidlách berú do úvahy aj názory dieťaťa. Potešujúcim bol komplexný výsledok, že viac ako polovica všetkých respondentov (58,8%) sa snaží rešpektovať aj postoje detí a pravidlá stanovuje na základe spoločnej dohody. Takmer 25% rodičov uvádza, že pravidlá definuje len na základe vlastných rozhodnutí a presvedčení a necelých 15% opýtaných pravidlá používania internetu svojim deťom nestanovuje.

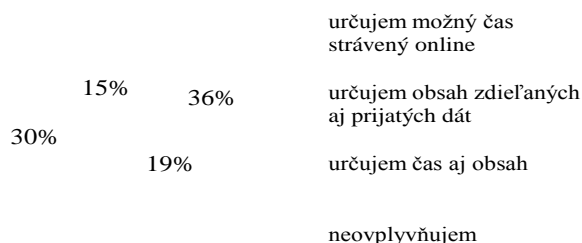
Analýzu tejto otázky sme sa rozhodli uplatniť aj z hľadiska veku detí. Najviac sa snažia vnímať názory detí rodičia 13-15 ročných (takmer 80% respondentov), čo pripisujeme snahe rodičov o jednoduchší priebeh pubertálneho obdobia a vzájomnej komunikácie. Druhou najpočetnejšou skupinou, ktorá akceptuje pripomienky detí sú rodičia detí vo veku 10-12 rokov (61,3% respondentov). Prekvapivým bolo zistenie, že až 55% rodičov, ktorí vychovávajú dieťa staršie ako 16 rokov nepovažuje za dôležité stanoviť a dodržiavať pravidlá používania internetu, čo pokladáme zo strany rodičov za nezodpovedné.

**Tabuľka 2** Pravidlá a ich uplatňovanie vzhľadom na vek dieťaťa

| vek dieťaťa   |   | Áno, na základe spoločnej dohody s dieťaťom | Áno, na základe vlastného rozhodnutia | Nie je to dôležité |
|---------------|---|---|---------------------------------------|--------------------|
| pravidlá      |   |   |                                       |                    |
| do 10 rokov   | n | 19  | 19                                    | 3                  |
|               | % | 46,34                                       | 46,34                                 | 7,32               |
| 10 - 12 rokov | n | 54  | 30                                    | 4                  |
|               | % | 61,36                                       | 34,09                                 | 4,55               |
| 13 - 15 rokov | n | 41  | 4                                     | 7                  |
|               | % | 78,85                                       | 7,69                                  | 13,46              |
| od 16 rokov   | n | 16  | 2                                     | 22                 |
|               | % | 40  | 5                                     | 55                 |

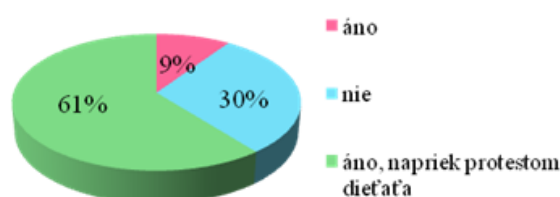
V otázke č. 9 sme sa respondentov pýtali, do akej miery ovplyvňujú online aktivity svojich detí, keďže aj tieto atribúty sú rôznorodé vzhľadom k rozdielnym typom mediálnych stratégií. Najviac rodičov (35,75%) uviedlo, že pravidelne určuje deťom možný čas, ktorý môžu stráviť online. Druhou najpočetnejšou skupinou (30%) sú rodičia, ktorí okrem času korigujú aj obsah zdieľaných a prijatých dát – sem zaraďujeme napr. posielanie a prijímanie fotografií, audiovizuálnych záznamov, sťahovanie filmov a podobne. Takmer 15% respondentov uviedlo, že online aktivity svojich detí neovplyvňujú vôbec.

#### Miera ovplyvňovania online aktivít dieťaťa

**Graf 6** Miera ovplyvňovania online aktivít dieťaťa

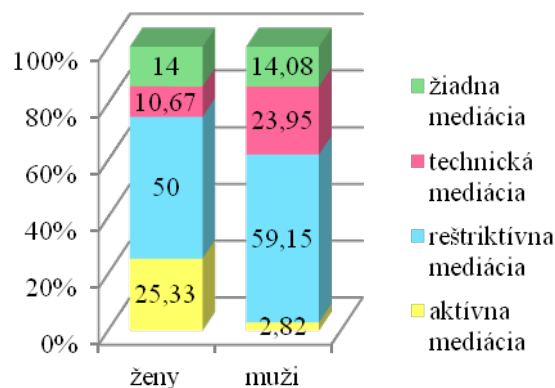
Vo výskume nás tiež zaujímalo, či rodičia majú prístup k jednotlivým zariadeniam počas doby, kedy ich deti využívajú na online aktivity. Preto sme sa v otázke č. 9 pýtali na konkrétne umiestnenie jednotlivých zariadení. Takmer 30% opýtaných uviedlo, že zariadenia sú v tomto čase pre nich nedostupné. Dvojnásobok respondentov (60,6%) naopak odpovedalo, že i napriek protestom a nesúhlasu dieťaťa sú zariadenia umiestnené tak, aby k nim mali neobmedzený prístup aj rodičia a mohli tak čiastočne sledovať a kontrolovať online aktivity ich detí.

#### Prístup k zariadeniam počas používania deťmi

**Graf 7** Prístup k zariadeniam počas používania deťmi

Otázka č. 11 bola kľúčovou pre celý výskum. Pýtali sme sa, ktorý typ mediálnej stratégie respondenti preferujú a používajú. Respondentom sme v tejto otázke poskytli i krátke definície jednotlivých typov stratégií, aby sa mohli jednoduchšie rozhodnúť a zároveň označiť možnosť, ktorú skutočne uplatňujú. Keďže túto otázku pokladáme za zásadnú, predkladáme interpretácie z rôznych hľadísk (vek dieťaťa, pohlavie rodičov a vzdelanie rodičov).

Pokiaľ ide o pohlavie respondentov, výskum ukázal, že takmer 60% otcov uplatňuje najčastejšie reštriktívnu mediáciu, druhou najpopulárnejšou stratégiou u otcov je technická mediácia (23,9%). Matky rovnako preferujú najviac reštriktívnu mediáciu (50%), avšak druhá najčastejšia forma je u matiek aktívna mediácia (25,3%). Zaujímavým bolo zistenie, že 14% mužov aj žien uviedlo, že nepraktizujú žiadnu formu mediácie, napriek tomu výsledky výskumu v ostatných otázkach ukázali, že sa mediovať snažia – robia to teda intuitívne.

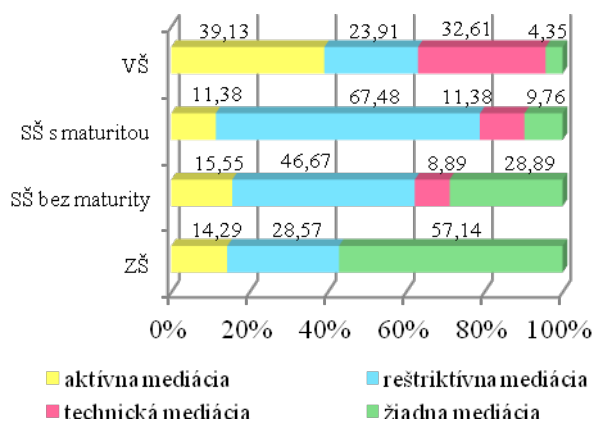
**Graf 8** Preferované stratégie mediácie vzhľadom na pohlavie rodičov

Čo sa týka špecifik podľa rôzneho veku dieťaťa, vo všetkých vekových kategóriách sa najčastejšie uplatňuje reštriktívna mediácia, najviac u detí od 10-12 rokov (60% respondentov), najmenej u detí od 16 rokov – 40% respondentov, čo však stále predstavuje relatívne vysoký počet. Aktívnu mediáciu preferujú rodičia detí vo veku do 10 rokov (26,8% respondentov), najmenej ju uplatňujú rodičia detí starších ako 16 rokov (10% respondentov). Technická mediálna stratégia je vo všetkých vekových kategóriách podobne využívaná, najviac však u rodičov detí nad 16 rokov (22,5%). Takmer 31% rodičov detí vo veku od 13-15 rokov a 27,5% rodičov detí starších ako 16 rokov odpovedalo, že neaplikujú žiadnu formu rodičovskej mediácie používania internetu.

Tabuľka 3 Typ mediáčnej stratégie vzhľadom na vek dieťaťa

| mediácia      |   | Aktívna mediácia | Reštriktívna mediácia | Technická mediácia | Žiadna mediácia |
|---------------|---|------------------|-----------------------|--------------------|-----------------|
| vek dieťaťa   |   |                  |                       |                    |                 |
| do 10 rokov   | n | 11               | 24                    | 4                  | 2               |
|               | % | 26,83            | 58,53                 | 9,67               | 4,88            |
| 10 - 12 rokov | n | 19               | 53                    | 14                 | 2               |
|               | % | 21,59            | 60,23                 | 15,91              | 2,27            |
| 13 - 15 rokov | n | 6                | 24                    | 6                  | 16              |
|               | % | 11,54            | 46,15                 | 11,54              | 30,77           |
| od 16 rokov   | n | 4                | 16                    | 9                  | 11              |
|               | % | 10               | 40                    | 22,5               | 27,5            |

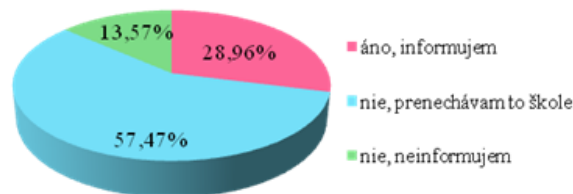
Zaujímavým je i pohľad na jednotlivé mediáčne stratégie a ich uplatňovanie na základe dosiahnutého vzdelania rodičov. Žiadnu mediáciu neaplikuje až 57% respondentov, ktorí dosiahli len základné vzdelanie, druhou najčastejšou je reštriktívna mediácia vo forme zákazov a obmedzení. Technickú mediáciu respondenti so základným vzdelaním nepoužívajú vôbec. Čím viac vzdelaní rodičia, tým viac stúpa aj trend aplikovania aktívnej a technickej mediáčnej stratégie, čo vysvetľujeme tým, že aj samotní rodičia sú digitálne gramotnejší, ak majú vyššie vzdelanie. U rodičov, ktorí ukončili vzdelávanie strednou školou (bez/s maturitou) prevláda reštriktívna mediácia, rozdiel môžeme vidieť v tom, že klesajú počty odpovedí „žiadna mediácia“. Vysokoškolsky vzdelaní rodičia preferujú aktívnu (39,13% respondentov) a technickú mediáciu (32,6% respondentov). Len necelých 5% opýtaných v tejto kategórii uvádza, že nepoužíva žiadny druh mediáčnej stratégie. Na základe týchto výsledkov možno povedať, že miera uplatňovania rôznych mediáčnych stratégií rastie priamoúmerne s dosiahnutým vzdelaním a digitálnou gramotnosťou rodičov.



Graf 9 Preferované stratégie mediácie vzhľadom na vzdelanie rodičov

So správnym a bezpečným používaním internetu nepochybne súvisia aj vedomosti o slušnom správaní a dodržiavaní etických pravidiel v kyberpriestore - netikete. Pokiaľ používatelia vedia, ako sa správať, môžu tým eliminovať a zamedziť konfliktom či nepríjemným situáciám, z ktorých by sa mohli vyvinúť reálne hrozby. V otázke č. 18 sme sa respondentov pýtali, či informujú svoje deti o pravidlách netikety a ich uplatňovaní. Viac ako 57% opýtaných sa v tejto veci spolieha na vzdelávacie inštitúcie – školy, a deťom túto problematiku neobjasňujú. Kladne odpovedalo takmer 29% rodičov, naopak žiadne informácie o pravidlách netikety deťom neposkytuje 13,5% respondentov.

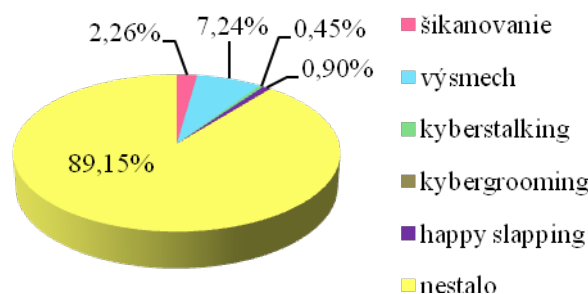
Informujete svoje deti o pravidlách netikety a ich uplatňovaní?



Graf 10 Pravidlá netikety a ich uplatňovanie

Mediácia používania internetu má deťom zabezpečiť určitú mieru ochrany pred rizikami elektronického priestoru, ako i znížiť prípadné ataky. Vo výskume sme pozornosť zamerali aj na túto problematiku, preto sme sa v otázke č. 20 pýtali, či sa deti respondentov stali obeťou nejakého útoku v kyberpriestore. Pri tejto otázke sme uviedli aj základnú charakteristiku jednotlivých rizík a ohrození, aby nedošlo k prípadným stratám dát z dôvodu neporozumenia. Potešujúcim zistením bolo, že deti takmer 90% opýtaných neboli nikdy ohrozené a nemajú negatívnu skúsenosť s používaním internetu. Obeťou kyberšikany sa stali deti piatich respondentov (2,26%). Najčastejšia forma útoku, s ktorou sa deti stretli bol v našom výskume výsmech a posmech, ktorú označilo 7,24% respondentov. Jeden respondent označil odpoveď kyberstalking (prenasledovanie) a deti dvoch opýtaných sa stali obeťou happy slappingu – fyzického útoku na dieťa, ktorý bol nahrávaný prostredníctvom mobilných technológií a šírený virálne.

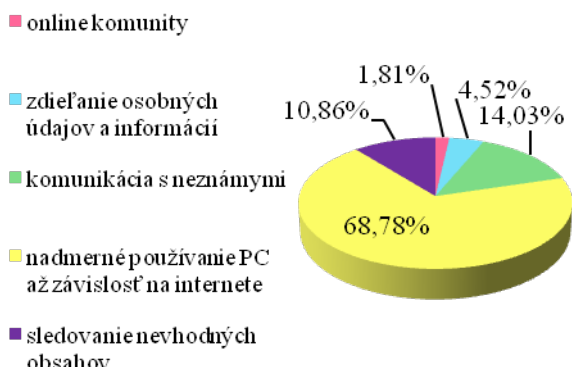
Stalo sa Vaše dieťa obeťou útoku v kyberpriestore?



Graf 11 Prežitie nebezpečenstvo dieťaťa v kyberpriestore

V súvislosti s problematikou rizík a ohrození vo virtuálnom priestore sme sa respondentov tiež pýtali, ktoré z uvedených rizík sú podľa nich pre deti najnebezpečnejšie. Až 68,7% rodičov vníma za najväčšie ohrozenie nadmerné používanie počítačov, ktorá môže prerásť do prípadnej online závislosti, druhou najrizikovejšou aktivitou sa stala komunikácia s neznámymi, ktorú označilo 14% rodičov. Za najmenej rizikové respondenti vnímajú online komunity (1,8% opýtaných) a zdieľanie osobných údajov a informácií (4,5% respondentov).

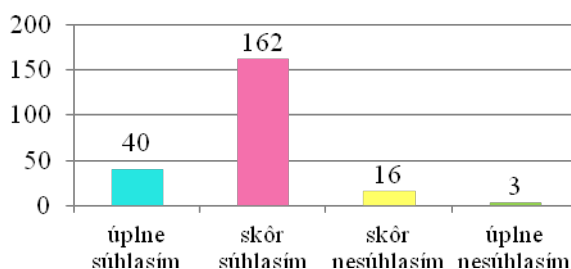
### Ktoré z uvedených rizík je najnebezpečnejšie?



Graf 12 Najnebezpečnejšie online riziká

V otázke č. 17 sme sa respondentov pýtali, do akej miery súhlasia s tvrdením, že médium internetu môže pre deti predstavovať nebezpečné prostredie a sním súvisiace ohrozenia. Výsledky názorov reflektuje nasledovný grafický prehľad.

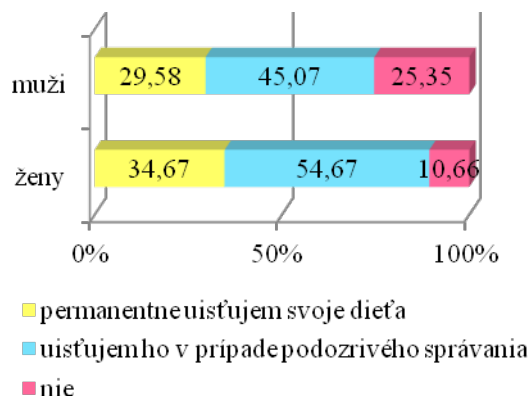
### Myslíte si, že médium internetu môže predstavovať pre Vaše deti ohrozenie?



Graf 13 Ohrozenie detí internetom

Téma rodičovskej mediácie a jej niektorých stratégií je založená predovšetkým na princípe komunikácie rodičov s deťmi. Odporúča sa, aby však prebiehala obojsmerne, to znamená, aby aj dieťa malo možnosť vyjadriť svoje názory k návrhom rodičov. Tí by sa mali snažiť postoj dieťa do svojej mediáčnej stratégie zahrnúť a najšť vhodný spôsob komunikácie, mediácie a následne i prvkov ochrany detí. Je rovnako dôležité, aby dieťa vedelo, že v prípade pocitov strachu či iných problémov, týkajúcich sa nielen používania internetu a existencie v kyberpriestore, má možnosť konzultovať situáciu s rodičom a spoľahnúť sa na neho a jeho pomoc či intervenciu. Záver výskumu sme venovali tejto problematike, preto sme sa v otázke č. 24 pýtali, či respondenti uisťujú deti, že v prípade vnímania elektronického ohrozenia sa na rodičov môžu obrátiť. Výsledky výskumu boli prekvapivé, v komplexnom prehľade sme zistili, že len 33% opýtaných uisťuje svoje deti pravidelne. V prípade podozrivého správania či iných zmien uisťuje deti 51,5% respondentov. V tomto prípade nás tiež zaujímalo, či k tejto otázke pristupujú respondenti špecificky na základe ich pohlavia a statusu matka/otec. Ukázalo sa, že z celkového počtu ženských respondentiek pravidelne uisťuje svoje deti 34,6% opýtaných, zatiaľ

čo z celkového počtu mužských respondentov takto činí len necelých 29,6% opýtaných. Významné boli aj rozdiely pri odpovedi „nepovažujem to za dôležité“, kedy sa k tejto možnosti priklonilo 10,6% matiek a viac ako dvojnásobok otcov (25,3%).



Graf 14 Komunikácia o pomoci v prípade virtuálneho ohrozenia podľa pohlavia rodičov

## 4. ZÁVER

Cieľom výskumu bolo zistiť, akým spôsobom pristupujú rodičia k online aktivitám svojich detí, ako sa pri tom správajú a aké typy mediálnych stratégií používajú. Výsledky výskumu ukázali, že existuje stále mnoho rodičov, ktorí mediáciu používania internetu nepraktizujú vôbec, čím reálne vystavujú svoje deti rizikám a nebezpečenstvám kyberpriestoru. Je preto potrebné dbať na sebazvedľovanie rodičov v tejto oblasti a tiež na rozvoj ich digitálnej gramotnosti. Ako sme vo výskume zistili, práve digitálne gramotní rodičia využívajú všetky dostupné možnosti ochrany svojich detí. Zároveň sú pre ne reálnym príkladom, že pokiaľ sa technológie používajú správne, eliminujú sa vo virtuálnom prostredí aj riziká ohrozenia.

## Zdroje

- IZRAEL, P. *Mediálna výchova v rodine*. [online]. [cit. 2016-06-17]. ©2000-2013. Dostupné na: <<http://www.smn.sk/index.php?cislo=1502&sekcia=clanky&smn=20140111.html>>
- IZRAEL, P. Rodičovská mediácia. In. PAVLÍKOVÁ, H., ŠEBEŠ, M., ŠIMÚNEK, M. et. al. *Mediální pedagogika: Média a komunikace v teorii a učitelské praxi*. České Budejovice: Jihočeská univerzita v Českých Budejovicích, 2009, s. 78-86. ISBN 978-80-7394-190-1
- MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2002. 448 s. ISBN 80-7178-714-0.
- Risk and safety on the internet: The perspective of European children*. Full findings. [online]. London: The London School of Economic and Political Science, 2011. [cit. 2016-06-13]. Dostupné na: <[http://www.lse.ac.uk/media%40lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20\(2009-11\)/EUKidsonlineIIReports/D4FullFindings.pdfv](http://www.lse.ac.uk/media%40lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20(2009-11)/EUKidsonlineIIReports/D4FullFindings.pdfv)>
- ŠEVČÍKOVÁ, A. et. al. *Děti a dospívající online. Vybraná rizika používání internetu*. Praha: Grada, 2014, 184 s. ISBN 978-80-247-5