ROLE YOUTUBERINGU V ŽIVOTĚ DĚTÍ

Pavel Vacek, Dominika Benešová, Nikola Blahynková, Helena Březová, Lucie Sitová

Klíčová slova: média, internet, video produkce, děti, youtubering, youtubeři, hodnoty

Cílem našeho zkoumání byla analýza produkce youtuberů určená věkové skupině dětí ve věku 11 až 14 let, tedy možné přínosy a rizika konzumace videonahrávek z hlediska jejich obsahu a hodnot, které podporují. Dále jsme se soustředili na mapování možnosti vhodných výchovných postupů dětí k rozvinutí kritického přístupu k této produkci.

Šířeji jsme vyšli z prací, které poskytují informace o postupech a metodách využitelných v mediální výchově (Jirák; Mičienka; Frank, Jirásková; Ševčíková). Konkrétním teoretickým východiskem pak jsou studie, které aktuálně mapují stav v oblasti nabídky internetové produkce určené dětem

(Jarboe, Paďourová, Miller). V České republice máme již dispozici také první texty zabývající se youtuberingem (Blažková).

Metodologie výzkumu byla postavena na kombinovaném designu. V kvantitativní části výzkumu byla realizována analýza (rešerše) youtuberovských videí určených dětem. Následně byly zpracovány a vyhodnoceny výsledky dotazníkového šetření (výzkumným vzorkem byli zástupci youtuberů). Dalším krokem byla realizace kvalitativního zkoumání názorů a postojů k youtuberingu u naši cílové skupiny žáků 2. stupně základní školy. Použili jsme metodu strukturovaných dialogů v rámci ohniskových skupin.

Závěry našeho výzkumu potvrdily předpoklady, že fenomén youtuberingu je pro naši cílovou skupinu vysoce přitažlivý. Produkce youtuberů je nekriticky konzumována. To posiluje mimořádnou a také módní popularitu jejich autorů. Mezi dětmi vzniká zkreslená představa o životních hodnotách a životě vůbec. Výzkum v ohniskových skupinách ukázal, že uvedené problematice není ze strany škol věnována žádná pozornost. Nedokážou držet krok s dynamikou změn virtuálního světa dětí. Na druhé straně jsme prokázali, že děti jsou přístupné a schopné zaujmout k produkci youtuberů kritické postoje.

Bibliografie

Bocan, M. a kol. (2012) *Děti v ringu dnešního světa. Hodnotové orientace dětí ve věku 6 až 15 let.* Praha: NIDM MŠMT.

Day, F.(2016) *Jak (ne)být divný na netu*. Brno: Jota.

Frank, T., Jirásková, V. (2008). *K mediální výchově.* Praha: Občanské sdružení SPHV.

Jarboe, G. (2011) *YouTube and Video Marketing: An Hour a Day.* Indianapolis: Wiley Publishinng

Jirák, J., Köpplová, B. (2007). *Média a společnost*. Praha: Portál.

Mičienka, M. (2006). *Rozumět médiím: základy mediální výchovy pro učitele.* Praha: Partners Czech.

Miller, M. (2012) *Internetový marketing s YouTube*. Brno: Computer Press.

Paďourová, T. a kol. (2016) *Lajkni si svůj lajf.* BizBooks.

Ševčíková, A. a kol. (2014) *Děti a dospívající online*. Praha: Grada.