

Výchova v konzumní společnosti ve vztahu k trávení volného času dětí

Bc. Hana Chrasteká

Diplomová práce
2020



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta humanitních studií

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta humanitních studií

Ústav pedagogických věd

Akademický rok: 2019/2020

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE (projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: Bc. Hana Chrasteková
Osobní číslo: H18372
Studijní program: N7501 Pedagogika
Studijní obor: Sociální pedagogika
Forma studia: Prezenční
Téma práce: Výchova v konzumní společnosti ve vztahu k trávení volného času dětí

Zásady pro vypracování

Zpracování rešerše a studium odborné literatury.

Vymezení terminologie a teoretických východisek z oblasti konzumního chování ve společnosti, vývojové psychologie dětí a z oblasti trávení volného času.

Příprava metodiky empirické části, zpracování projektu výzkumu a stanovení výzkumného problému.

Realizace kvantitativního výzkumu formou dotazníkového šetření.

Zpracování a vyhodnocení dat, včetně jejich interpretace.

Prezentace výsledků výzkumu, jejich shrnutí a doporučení pro praxi.

Rozsah diplomové práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

FROMM, Erich. *Mít, nebo být?*. Praha: Aurora, 2001. ISBN 80-7299-036-5.

MALACH, Josef. *Teorie metodiky výchovy*. Vyd. 2., upr. a dopl. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010. ISBN 978-80-86723-93-8.

MARSHALL, David. *Understanding children as consumers*. Los Angeles: Sage, 2010. ISBN 978-1-84787-926-4.

PÁVKOVÁ, Jiřina. *Pedagogika volného času*. 3., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2002. ISBN 8071787116.

ZAHRÁDKA, Pavel. *Spotřební kultura: historie, teorie a výzkum*. Praha: Academia, 2014. ISBN 978-80-200-2372-8.

Vedoucí diplomové práce:

PhDr. Helena Skarupská, Ph.D.

Ústav pedagogických věd

Datum zadání diplomové práce: 4. října 2019
Termín odevzdání diplomové práce: 24. dubna 2020

Mgr. Libor Marek, Ph.D.
děkan



doc. Mgr. Jakub Hladík, Ph.D.
ředitel ústavu

Ve Zlíně dne 8. ledna 2020

PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k nahlédnutí;
- na moji diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že

- elektronická a tištěná verze diplomové práce jsou totožné;
- na diplomové práci jsem pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně 14. dubna 2020

.....

1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydávalečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlášení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, ušije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacího zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst.

3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užit či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlídí k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Závěrečná práce pojednává o vztahu konzumní společnosti a trávení volného času dětí a jejich rodičů. Teoretická část práce se zaměřuje na popis konzumní společnosti, na vymezení volného času a jeho specifík v konzumní společnosti a na vliv rodiny, školy, vrstevníků a masmédií na děti. Empirická část práce je zpracována kvantitativně a je zaměřena na míru konzumního smýšlení dětí, na míru konzumně tráveného času u dětí a v jejich rodině a na vzájemný vztah mezi jednotlivými oblastmi.

Klíčová slova: konzumní společnost, konzumní smýšlení dětí, volný čas, konzumně trávený volný čas, rodinná výchova

ABSTRACT

This diploma thesis focuses on the relation between consumer society and leisure time activities of children and their families. The theoretical part characterizes the consumer society, leisure time and its specifics in consumer society. This part of the diploma thesis also describes the influence of family education, school education and mass media on children. The empirical part focuses on the consumer thinking rate of children, on the amount of consumer behaviour in leisure time of children and their families and on the relation inbetween these areas.

Keywords: consumer society, consumer thinking of children, leisure time, consumer behaviour in leisure time, family education

„Vy máte prostě roupy, Marto. Máte všechno, co potřebujete, abyste byla šťastná, ale toužíte mít ještě víc. A protože vám v podstatě nic nechybí, je ta touha po štěstí abstraktní, takže vlastně ani nevíte, co byste chtěla. Jenom cítíte tu touhu“ (Hartl, 2018, s. 303).

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD.....	9
I TEORETICKÁ ČÁST	10
1 KONZUMNÍ SPOLEČNOST	11
1.1 SPOLEČNOST DŘÍVE	13
1.2 ŽIVOT V BLAHOBYTU	15
1.3 HODNOTY V KONZUMNÍ SPOLEČNOSTI	16
1.4 PROMĚNA JAZYKA V KONZUMNÍ SPOLEČNOSTI.....	20
1.5 KRITIKA KONZUMERISMU.....	21
1.6 SPOTŘEBNÍ CHOVÁNÍ DĚTÍ.....	23
2 VÝCHOVA V RODINĚ, ŠKOLE, VRSTEVNICKÉ SKUPINĚ.....	28
2.1 RODINA	29
2.2 ŠKOLA, ZÁJMOVÉ VZDĚLÁVÁNÍ, VRSTEVNICKÁ SKUPINA	33
2.3 MASMÉDIA, REKLAMA, HROMADNÉ SDĚLOVACÍ PROSTŘEDKY	35
3 VOLNÝ ČAS.....	37
3.1 FUNKCE VOLNÉHO ČASU	38
3.2 SPECIFIKA VOLNÉHO ČASU V KONZUMNÍ SPOLEČNOSTI.....	40
II PRAKTICKÁ ČÁST.....	45
4 REALIZACE VÝZKUMU	46
4.1 VÝZKUMNÉ CÍLE	46
4.2 VÝZKUMNÉ OTÁZKY	46
4.4 VÝZKUMNÝ NÁSTROJ	49
5 ZPŮSOB ZPRACOVÁNÍ A VYHODNOCENÍ DAT.....	51
5.1 KONZUMNÍ SMÝŠLENÍ	51
5.2 TRÁVENÍ VOLNÉHO ČASU	54
5.3 KONZUMNÍ SMÝŠLENÍ VE VZTAHU K TRÁVENÍ VOLNÉHO ČASU	62
6 SHRUTÍ VÝSLEDKŮ A DISKUSE	65
ZÁVĚR	70
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	71
SEZNAM GRAFŮ	75
SEZNAM TABULEK.....	76
SEZNAM PŘÍLOH.....	77

ÚVOD

Soudobou společností bychom mohli charakterizovat jako konzumní, chcete-li spotřebitelskou. Lidé nekupují věci pouze proto, aby je užívali, ale také pro jejich subjektivní užitnou hodnotu, tedy pro to, že vlastněné věci určují identitu člověka a vlastnění dané věci propůjčuje spotřebiteli jistý status. Lidé se naučili orientovat spíše na „vlastnění“ než na „bytí“ a děti a další generace tento model chování přejímají. Zmíněná orientace na „vlastnění“ místo na „bytí“ se promítá také do toho, jak děti a mládež tráví svůj volný čas. Místo prožívání zážitků a užívání si každé chvílky života se děti snaží vlastnit a kupovat. Ovlivněny promyšleným marketingem a reklamou podléhají nejnovějším trendům a schopnost trávit volný čas smysluplně se vytrácí.

Tématem této diplomové práce je tedy vztah mezi výchovou v konzumní společnosti a způsobem trávení volného času dětí. Jedná se o oblast, ve které dosud nebyl proveden dostatek výzkumů, přestože volnému času jako takovému se odborná veřejnost věnuje v dostatečné míře. Tato skutečnost je jedním z důvodů, proč jsme zvolili výše zmíněné téma.

Cílem diplomové práce je prezentovat teoretická východiska z oblasti konzumní společnosti a chování dětí ve volném čase a ty dokreslit empirickým výzkumem. V teoretické části diplomové práce nastíníme fakta o konzumní společnosti, pokusíme se popsat hlavní negativa tohoto trendu a vlivu na jednotlivce. Popíšeme specifika konzumního chování dětí a pokusíme se vystihnout zvláštnosti trávení volného času v konzumní společnosti, stejně tak i chování dětí ve volném čase obecně.

V empirické části byl proveden kvantitativně zaměřený výzkum, jehož cílem bylo popsat chování dětí ve volném čase ve vztahu ke konzumnímu chování společnosti. Výzkum je zaměřen na konzumní smýšlení dětí, na popis míry konzumního trávení volného času dětí a jejich rodičů. Praktická část je realizována formou dotazníkového šetření s následným statistickým vyhodnocením.

Pro rodiče, společnost, pedagogy i sociální pedagogy je důležité uvědomit si souvislost, která mezi výchovou v konzumní společnosti a trávením volného času dětmi a mládeží vzniká. Budeme-li si toho vztahu vědomi, můžeme s ním dále pracovat, nenásilně děti směřovat správným směrem a učit je, jak volný čas trávit lépe a smysluplně.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 KONZUMNÍ SPOLEČNOST

Konzumní společnost (*consumer society*), nebo také společnost spotřební, zůstává záhadným konceptem naproti faktu, že pojmy spotřebitel či spotřebovat jsou obecně známé. Sloveso spotřebovat může chápat jako „používáním vyčerpat“ nebo „vydat na uspokojení potřeb“ a spotřebitele jako toho, kdo spotřebovává či kupuje výrobky, nebo také jako konzumenta (Mejstřík, 2005).

Podíváme-li se blíže na pojem spotřební společnost, objasňuje jej například Zahrádka (2014), podle kterého spotřební kulturou můžeme označit vztah člověka k věcem, tedy způsob, jakým kterou věc používáme a jak věcem rozumíme. Obecně může být spotřebitelská společnost taková, která povyšuje materiální statky na hlavní smysl života (Mejstřík, 2005).

Sociologie pohlíží na konzumerismus (*consumerism*) jako na způsob života, který je spojený s přeceňováním významu spotřeby hmotných statků, což vyústí až ve „spotřebu pro spotřebu“. Mezi projevy konzumerismu pak staví například demonstrativní spotřebu, kdy se konzum stává znakem společenského postavení (Jandourek, 2012).

Psychologie definuje konzumerismus jako „styl života v ekonomicky vyspělých společnostech, který je charakterizován honbou za dosahováním stále většího zisku, nadměrnou spotřebou materiálních produktů, přepracovaností, zadlužeností a stresem“ (Hartl, Hartlová, 2010).

Definování konzumní společnosti přináší také Hubinková (2008). Upozorňuje, že termín spotřebitelská společnost je dnes využíván spíše v negativním slova smyslu a to proto, že hlavní hodnotou, kterou se většina členů této společnosti řídí, je spotřebovávání jakýchkoliv statků a do pozadí jsou pak odsunovány hodnoty jako láska, pravda či dobro.

Budeme-li se zabývat spotřebou ve společnosti a spotřebním chováním jednotlivců, nemůžeme se omezit pouze na základní pojmy s konzumem spojené. Napříč jednotlivými definicemi můžeme najít společné rysy, tedy kladou důraz na vztah člověka k materiálním věcem a na přeceňování jejich významu. Oblast spotřeby je ovšem mnohem širší, než se na první pohled může zdát a zasahuje téměř do všech oblastí života každého člověka.

Na tomto místě tedy zmíníme také další pojmy, jakožto pojmy úzce spojené s vybraným tématem. Mimo konzumní společnosti můžeme mluvit také o **společnosti nadbytku** (*affluent society*). Můžeme mluvit o společnostech, které dosáhly vysokého stupně

zajištěnosti obyvatel, kdy se v takových společnostech produkce neřídí potřebami spotřebitelů, ale snaží se konzumenty pomocí reklamy přimět ke stále větší spotřebě. Vznik společnosti nadbytku můžeme datovat po druhé světové válce, kdy třída pracujících dosáhla takového majetku, že si mohla dovolit stejnou spotřebu, jako střední třída a konzumní způsob života se tak stal jedním ze symbolů blahobytu (srov. Jandourek, 2012; Fulcher, Scott, 2011). Situaci, kdy bohatství, které člověk má, není pouze užíváno k vlastní potřebě, ale slouží také ke vzbuzení obdivu u těch, kteří jej nemají, nazýváme prestižní spotřebou (*prestige consumption*), nebo také demonstrativním konzumentem. Tímto bohatstvím, které člověk dává okolí najevo, nemyslíme pouze hmotné statky, ale také volný čas nebo demonstrovanou možnost nepracovat (Jandourek, 2012). Vlastnictví věci pak převládá nad jejím užitím, a potřeba ukázat se (mít) převládá nad potřebou vlastního uspokojení (být).

Demonstrativní spotřeba je stará jako lidstvo samo, nicméně její konceptualizaci lze spojit se jménem T. B. Veblena. Právě Veblen (in Maříková, 1996) poukázal na to, že člověku nestačí bohatství mít, pokud chce u ostatních vzbudit pocit úcty či obdivu. Pokud člověk chce, aby se ostatní začali jeho bohatstvím zabývat, musí toto bohatství dát najevo. Podle Veblena se vyšší vládnoucí třídy se vznikem soukromého vlastnictví začaly věnovat ostentativní (nápadné) zahálce (*conspicuous leisure*), aby odlišily své postavení od ostatních tříd, protože právě život bez práce nejlépe dokládá bohatství a vznešenost. Zjednodušeně tedy člověk své bohatství ukazuje tím, že si může „dovolit nepracovat“ a má tak spoustu volného času, protože je dostatečně materiálně zajištěný a nemusí dále vydělávat.

Pojem zahálka pro Veblena (in Maříková, 1996) neznamena jen celkovou nečinnost či odpočinek, ale spíše neproduktivní využití času. V novodobé společnosti je zahálka spojena s okázalou/nápadnou spotřebou (plýtvání materiálními hodnotami), člověk nemá pozitivní postoj k produkci (který by mu měl být vrozený), k užitečné práci ani k ničemu, co mu skutečně slouží. V tomto směru byl Veblen z prvních, kdo upozornili na konzumní způsob života a téměř o půl století předběhl pozdější analytiku volného času.

Stejně jako Fromm (2001) tedy můžeme říci, že konzumování je jednou z forem vlastnění a obojí je pro dnešní společnost blahobytu velmi důležité. Jedním z faktů je, že konzumování člověku utiňuje úzkost, bohužel ale dřívější konzumace brzo ztrácí svůj uspokojující charakter a člověk by chtěl konzumovat stále více. Moderní konzumenti by se mohli ztotožnit s rovnicí „jsem = to co mám a co konzumuji“.

Mezi **základní rysy**, které konzumní společnost vykazuje, patří například to, že věci nemají pouze svou užitnou hodnotu, ale také tzv. symbolickou užitnou hodnotu. Tato symbolická

hodnota znamená, že věci nejenže lidem slouží k účelu, ke kterému byly určeny, ale také pomáhají člověku vyjádřit jeho identitu, zvládat jeho sociální role, vyjadřují příslušnost k určité sociální skupině či slouží jako prostředek komunikace (Zahrádka, 2014).

Dalším rysem konzumní společnosti, na který poukázal Slater (1997, in Zahrádka, 2014) je to, že věci, které lidé užívají, slouží primárně jako komodity – věci nejsou vyráběny pro vlastní spotřebu, ani se nedědí z generace na generaci, ale jsou nakupovány za peníze. Zároveň ale není možné zavádět žádné „zákony proti přepychu“, protože to by nutně omezilo možnost spotřebitelské volby, a tedy i možnost vyjádřit sebe sama, svou identitu a komunikovat s ostatními prostřednictvím zakoupených výrobků.

Jako další rys spotřební kultury uvádí Zahrádka (2014), reklamu a propagaci, pomocí které jsou neosobně vyráběné věci učiněny atraktivními a spotřebitelsky zajímavými a posledním a pro nás klíčovým rysem je ustavení sociální role spotřebitele. Spotřebitel je postaven před nutnost volby, musí se rozhodnout, co chce a jak svou potřebu uspokojit. Spotřebitelé vnímají spotřebu nabízených věcí jako důležitou část svého volného času a prostřednictvím spotřeby také člověk poměřuje své postavení a úspěšnost. Pokud je člověk schopen se zapojit do spotřební společnosti, jedná se o ukazatel úspěšného života.

1.1 Společnost dříve

Pro bližší pochopení souvislostí mezi spotřebním chováním a společností se pokusíme stručně vymezit tyto souvislosti z historického hlediska.

Přestože spotřeba hraje v naší společnosti důležitou úlohu, bylo její studium až do osmdesátých let minulého století odbornou veřejností přehlíženo a v České republice tento trend trvá dodnes. Nalezneme několik příčin, proč tomu tak je. Sociologie první poloviny 20. století se zaměřovala především na výrobu a výrobní vztahy, posléze se pozornost zaměřila na průmyslovou revoluci, urbanizaci, globalizaci či demokratické vzdělání, ale jev, který vše výše zmíněné doprovází, tedy jakási spotřební revoluce odehrávající se v mysli lidí, byl opomíjen (Kalenda in Zahrádka, 2014).

Spotřební chování je nutno chápat ve dvojitým kontextu – *ekonomickém a kulturním*. Ekonomický systém můžeme chápat jako jakési „pozadí“, na kterém se příběh spotřebního chování odvíjí, jde o základní vztažný rámec, v němž se spotřeba všech aktérů odehrává, a to díky výrobním a tržním vztahům. Systém má ovšem také svou kulturní dimenzi, intervenující do symbolického významu směny, výroby a spotřeby. Ovlivněna je tak

možnost daného chování, především poptávka po určitém druhu zboží. Zkoumání vývoje spotřební kultury tak znamená analýzu proměn spotřebního chování v různých fázích historického vývoje ekonomického systému. Například se mění rituály a příležitosti, při kterých dochází k prezentaci a oceňování společenského postavení za pomoci určitého typu spotřebního chování. V 18. století jsou typickou příležitostí nejrůznější slavnosti panovnických dvorů (svatby, křty...) a o století později je již status jednotlivců manifestován v kavárnách, klubech stejně jako při nedělních procházkách parkem. Stejně tak se proměňují předměty, které jsou k takovýmto událostem používány. Analýza historických souvislostí není samoúčelná ani striktně omezená na poznávání minulosti. Na jejím základě můžeme mnohé vyvodit o současném charakteru spotřeby, stejně tak může leccos napovědět o vývoji budoucím, především že se nejedná o nikdy nekončící rozšiřování okázalé spotřeby do stále větších a větších měřítek. V dějinách světového systému můžeme pozorovat pět dominantních transformací, ve kterých se vytvořil naprosto jedinečný vzorec vztahů, který ovlivnil možnosti spotřebního jednání nejen z hlediska zboží, které bylo dostupné ke spotřebě, ale také z hlediska společenských funkcí a dalších sociálních systémů (Kalenda in Zahrádka, 2014).

Světový kapitalistický systém se začal profilovat kolem poloviny 15. století, kdy hlavním typem statků, se kterými se obchodovalo, byly zemědělské výrobky. Proto toto období nazýváme jako *agrární kapitalismus*. Hlavním místem spotřeby se stal panovnický dvůr, jelikož šlechta si mohla dovolit vyjádřit status pomocí různorodého spotřebního chování jako je nošení drahých šperků, honosných látek či jiného přepychového zboží. Tento status pro jeho nositele znamenal další výhody v politické sféře, nicméně spotřební chování se týkalo nevelké skupiny lidí (cca dvacetina tehdejšího obyvatelstva). V polovině 17. století vlivem krize ekonomiky začínáme mluvit o *merkantilním kapitalismu*, jelikož došlo k zavedení strategií sloužících k regulaci trhu (preferenze tržní rovnováhy a domácího monopolu, posílení vývozu některých výrobků) či podpoře manufakturní řemeslné práce. Počet obyvatel, kteří se podíleli na spotřebním chování, vzrostl z původní dvacetiny na 20-30%. Závěr 18. století, průmyslová a demokratická revoluce, industrializace světového jádra i periferie, dostupnější stupeň výroby a dostupnost komodit znamená začátek *industriálního kapitalismu*. Situaci ovlivnila také urbanizace a migrace – stěhování lidí do rychle se rozrůstajících měst, která byla jedním z podnětů k další transformaci spotřebních forem života. Spotřební chování bylo ospravedlňováno buržoazním étosem (ideálním celkem principů, jimiž se lidé ve společnosti mají řídit), podle něhož se má jedinec stát tvůrcem

vlastního štěstí bez ohledu na svůj sociální status, a plně se prosadila ideologie buržoazního hédonismu (smyslem života je co nejvíce si užívat všech možných požitků, které jsou k máni). Charakteristické je rozšíření konzumního chování nejen mezi buržoazii, ale také mezi dělnickou třídu. Po první světové válce světový trh zaznamenává masovou automatizaci práce a nástup *fordistického kapitalismu* (Kalenda in Zahrádka, 2014). Tento systém je typický dalším růstem masové spotřeby, jelikož právě spotřeba a poptávka je nutná k tomu, aby rostla produktivita výroby. Zvýšila se intenzita práce, oddělení manuální a mentální práce se zvýšilo. Na změny musel reagovat také stát, aby hospodářský růst a masová spotřeba byly dále udržitelné. V šedesátých letech potom dochází k poklesu přírůstků produktivity, poklesu míry zisku, poklesu mezd zaměstnanců a následně i k všeobecné krizi spotřeby a poptávky (srov. Aglietta; Lipietz in Pavlínek, 1997).

Dnes můžeme říct, že „*ohromná ekonomická produktivita rozvinuté industriální společnosti je v rozporu se svobodným vývojem lidských potřeb a schopností, protože růst takové společnosti závisí na potlačení svobody individuí. Základní charakteristikou rozvinuté industriální společnosti je totiž pohodlná, bezkonfliktní, demokratická svoboda. Životní standard lidí se sice zvýšil, ovšem lidé za to platí svou svobodou, tedy možností být autentickými, protože jsou ve vleku nepravých potřeb masového konzumu. To se projevuje v tom, jak podléhají reklamě, oddávají se tomu, čemu se oddávají druzí, nenávidí a milují to, co nenávidí a milují druzí apod.*“ (Marcuse, 1991, in Kubátová, 2010, s.75, 130).

1.2 Život v blahobytu

Potřeba chovat se konzumně, spotřebovávat, materialistické hodnoty... Všechny pojmy úzce souvisí s tím, zda se člověk cítí být šťastným. Člověk spotřebovává a vlastní, protože díky tomu zažívá pocity uspokojení, štěstí. Pokud se mu něčeho nedostává, nejenže šťastný není, může se dostavit frustrace, deprese...

Postmoderní doba je mimo jiné charakterizována také individualismem a hédonismem. Lipovetsky, stejně jako Bell (in Kubátová, 2010) se domnívají, že hédonismus se v moderní společnosti objevil s nástupem masové spotřeby. Hédonismus je založen na myšlence, že smyslem života je štěstí, které je chápáno jako uspokojování všech přání nebo subjektivních potřeb, které člověk cítí uje. Mezi hedonistické hodnoty patří utrácení, podřizování se vlastním rozmarům, užívání si života. Oba autoři souhlasí s tím, že v postmoderní době k tomuto přispěla také možnost úvěru, půjček, kdy lidé mohou své potřeby uspokojit ihned a nemusejí šetřit.

Co je tedy potřeba k tomu, aby se člověk cítil a měl dobře? Můžeme říct, že lidé globální střední třídy se nikdy neměli tak dobře jako dnes. Patří k nejbohatší pětině lidstva, která spotřebovává osmdesát procent zdrojů, ale stále si stěžují (Eriksen, 2010). Keller (2005, s. 92) upozorňuje, že „*stát blahobytu garantuje všem občanům minimální příjem, poskytuje jim základní sociální zabezpečení, základní i vyšší vzdělání, zajišťuje standartní péči o zdraví, zabezpečuje je v nezaměstnanosti a garantuje jim střechu nad hlavou*“. O štěstí a kvalitě života si však každý něco myslí, ale stěží najdeme dva jedince, kteří by si mysleli totéž (Eriksen, 2010). Proč mohou být Nuerové šťastní, „*když má rodina dost krav, které dávají mléko, protože pak jsou děti dobře živené...*“ (E. E. Evans-Pritchard in Eriksen, 2010, s. 11), zatímco podle výzkumu Kučerové (2005) čeští studenti tvrdí, že „*šťěstí je mít víc, než mají druzí. Mít hromadu peněz. Mít spoustu peněz. Mít tak miliardu dolarů. Mít všechno, nač si vzpomenu. Mít absolutní moc...*“, přestože jsou mezi nimi i takoví, kteří chtějí „*být sami sebou, rozvíjet v sobě to nejlepší, vlastním přičiněním dosahovat svých cílů*“ a ve shodě s tradicí odpovídají „*aby se naši za mne nemuseli stydět*“, nebo „*aby naši mohli být na mne hrdí*“.

Eriksen (2010) připomíná, že lidé globální střední třídy se dnes mají dobře, nikdy předtím nemělo tolik lidí takový luxus. Úplně obyčejní lidé si užívají takovou materiální úroveň, jako šlechta před sto padesáti lety. Tolik věcí, taková možnost volby, příležitost k volnočasovým aktivitám, dobré zdraví, tak vysoká předpokládaná délka života, bydlení ve vyhrátých, nezakouřených a světlých domech... Výzkumy však ukazují, že pohoda nemá jasnou spojitost s výší příjmu, minimálně tedy pro ty, kteří nežijí v absolutní bídě. Peníze a věci materiální spotřeby člověka udělají šťastným, ale pouze do určité míry. Jakmile má člověk zajištěné základní potřeby, má co jíst a kde bydlet, může si dovolit vše, co potřebuje, další peníze už mu štěstí nepřinesou.

E. Fromm (in Kubátová, 2010) upozorňuje, že neomezené uspokojování všech tužeb nevede k blahu a není ani cestou ke štěstí. Honba za štěstím pouze utváří společnost notoricky nešťastných lidí, kteří jsou osamělí, úzkostní, deprimovaní a závislí. Neomezený egoismus, chamtivost a sobectví nemohou vést k harmonii, míru ani obecnému blahu, ba naopak vedou k vykořisťování člověka člověkem, ke konfliktům a nesvobodě.

1.3 Hodnoty v konzumní společnosti

Jelikož každá společnost prochází jistým historickým vývojem, který ovlivňuje její jednotlivé členy a je zřejmé, že konzumně orientovaný člověk postmoderní doby bude

nejspíše vyznávat odlišné hodnoty než člověk před sto padesáti lety, na tomto místě bychom rádi uvedli, jaké hodnoty jsou pro jedince ve spotřební společnosti typické.

V extrémním případě bychom možná mohli dnešní společnost označit jako „postmorální“ společnost, v níž je etika přežitkem a etické hodnoty jsou vnímány jako nepotřebná starožitnost, případně jako individuální luxus. Společnost kde „není žádné dobro a zlo“, kde „jsou jen dobré a špatné obchody“ (Kučerová, 2005). Podle autorky by však nebylo správné tvrdit, že za ztrátu hodnot dnešní společnosti mohou poslední dvě století, kdy se hodnoty vytratily vlivem válek, převratů a revolucí. Krvavé konflikty lidstvo provázejí od nepaměti a zpochybnění hodnot nikdy neznamenaly. Ve zlých dobách totiž neselhávají hodnoty, ale lidé, kteří od hodnot upustili, přestali je vyznávat. Štrbová a Selická (2018) dodávají, že spotřeba jednoznačně pronikla do hodnotových vzorců společnosti a můžeme říct, že tradiční hodnoty byly vyměněny za materialistické. Lidé jednoduše nejsou zvyklí nedopřát si něco, co mají nadosah ruky.

Jelikož *„sociální realita, vzory a příklady, rozdělení majetku a moci, chování elit, vliv masově sdělovacích prostředků přirozeně působí na formování životního názoru dětí a mládeže“* (Kučerová, 2005, s. 3), ptala se Kučerová během let prožívaných na školách různého druhu a stupně svých žáků „Jací chcete být? Čeho chcete v životě dosáhnout?“. V odpovědích se přirozeně odrazil proměnlivý „duch doby“ a pozorovat tak můžeme zmíněnou proměnu hodnot. Zatímco v 50. letech chtěli žáci dokončit školu, najít si práci a hodnou ženu, případně se stát fotbalovou hvězdou a děvčata chtěla být dojičkou, později učitelkou či lékařkou, dnes by raději byly kosmetičkami, modelkami, superstar, ale hlavně „se chtějí zviditelnit“. Místo spokojeného rodinného života touží po životě svobodném, toulavém a chtějí co nejdéle zůstat nespoutané povinnostmi k dětem. Učitelé a vychovatelé, místo aby morálnímu úpadku čelili, se slovy „Až lidstvo dopadne na dno té žumpy, snad se vzpamatuje, vyjadřují kapitulaci (Kučerová, 2005). Výzkum autorek Štrbové a Selické (2018) doplňuje, že hodnotová orientace dnešní společnosti je ovlivněná hodnotami, které jsou skryté v produktech a službách nabízených na trhu. Podle shody s vlastními potřebami se podle nich lidé řídí a je třeba, aby tento fakt sociální pedagogika hlouběji poznala. Podle Kučerové (2005) by školy, rodiny a společnost ale měli hodnoty vytvářet – hodnoty humanitní, morální. Bohužel výchova k hodnotám chybí jak v rámcových vzdělávacích programech, tak pro ně nemá většina učitelů místo ve své filosofii.

Přestože by bylo zajímavé sledovat rozdíly v hodnotové orientaci mužů a žen, výzkumy větší rozdíly neukazují. Stříteský (2017) uvádí, že na prvních místech u obou pohlaví stojí „být

zdravý, být osobně šťastný, žít v míru, v dobré rodině, mít dobré bydlení a lásku“. Hodnoty s vazbou na materiální vlastnictví převažují spíše u žen. U obou pohlaví narostl význam u vlastnictví automobilu a klesl u možnosti mít dobré bydlení. Mít dostatek peněz je hodnota, která si udržuje svůj význam.

Jako základní dva protipóly proti sobě Fromm (2001) staví způsob života založený na bytí a na vlastnění. Hodnoty, které člověk vyznává, se podle něj potom odvíjí od toho, který způsob života u jedince převažuje.

Pokud člověk existuje spíše v modu „mít“, tak to znamená, že jeho vztah ke světu je vztahem přivlastňování, majetnictví. Jedinec chce každého a každou věc, včetně sebe, učinit svým majetkem. Naopak v modu „bytí“ lze vyjádřit svou pravou přirozenost, pravou skutečnost člověka nebo věci. Samotné bytí potom bylo předmětem bádání mnoho filozofů. Zmiňme tedy pouze základní moment, a to že bytí je „pojmem procesu, činnosti a pohybu jako elementu bytí“ a jak dodává G. Simmel, bytí zahrnuje změnu, tedy bytí znamená dění (Fromm, 2001).

Způsob života založený na **vlastnění** se vztahuje k věcem. Jedinci jde hlavně o to, aby udržel a produktivně využil svůj majetek. Tím, že se jedinec soustředí na majetek a prospěch, roste v něm ovšem potřeba po moci. Takový jedinec pak hledá své štěstí v nadřazenosti nad ostatními, v jeho moci a schopnosti dobývat. Je logické, že jedinec má touhu/potřebu po moci, protože potřebuje nad svým soukromým vlastnictvím, které má, udržet kontrolu. Potřebuje moc k ochraně před ostatními, protože také oni nemají nikdy dost, chtějí vlastnit stále víc a mohli by tak jedinci jeho vlastnictví zcizit. Například prostřednictvím dědických zákonů může pak člověk nabýt dojmu nesmrtelnosti, protože v rámci svého majetku bude „žít“ i po své smrti (srov. Kubátová, 2010; Fromm, 2001). Fromm (1976, s. 34) říká, že *„vlastnická orientace je charakteristická pro západní společnost, ve které se chtivost po penězích, slávě a po moci stala dominantním tématem života. ... Nejde o to, že západní člověk není schopen plně pochopit východní systémy, jako je zenový buddhismus (jak se domníval Jung), ale o tom, že moderní člověk nedokáže pochopit ducha společnosti, která se nezaměřuje na majetek a chtivost“*.

To, co můžeme vlastnit, nazýváme vlastnictvím. Samotné vlastnictví není nic špatného, člověk dokonce nemusí žít v modu vlastnictví, kdy chce jen „mít“ a jeho hodnotami jsou peníze, majetek či moc. V problematice se můžeme zorientovat například pomocí Frommova (2001) dělení:

Rozlišujeme několik druhů vlastnictví a v úplném základu bychom vlastnictví mohli rozdělit na *existenční vlastnictví* a *charakterologické vlastnictví*. Existenční vlastnictví vychází z lidské existence, je to racionální předpoklad pro udržení se naživu, protože lidská existence vyžaduje, abychom měli, drželi a používali určité věci, abychom přežili (naše těla, potrava, domov, šaty a další nástroje). Naproti tomu charakterologické vlastnictví je honbou za udržením a zachováním, není vrozené, ale vyvinulo se jako důsledek působení společenských podmínek. Takové vlastní může mít podobu soukromého vlastnictví, kdy je jedinec jediným pánem a je vybaven mocí zbavit ostatní potěšení a užívání jeho věci; vlastnictví samostatně vytvořené, které je výsledkem jedincovy práce; vlastnictví funkční neboli osobní, které zahrnuje předměty pro práci a osobní potřebu a také společné vlastnictví, na kterém se podílí skupina podle určité smlouvy. Také lidé, kteří na první pohled nic nemají a mohou se zdát chudí po finanční stránce, se musí s touhou po získání a udržení majetku vypořádat. V určitých společnostech může být i ten nejchudší vlastníkem majetku – například vůči své ženě či dětem. Ve společnostech, kde již bylo od patriarchálního řádu ustoupeno, se pak oblast vlastnictví rozšiřuje na přátele, zdraví, cestování, vlastní ego.

Kubátová (2010) doplňuje autorovu myšlenku a způsob života založený na **bytí** je podle obou autorů naproti tomu vztažen k autentickému prožívání života. Podstatným znakem tohoto způsobu života je vnitřní aktivita, nezávislost, existence kritického rozumu a tvořivé užívání vlastních lidských sil. Lidé bohužel mají strach z obětování vlastního egocentrismu, strach se sdílení, obětování sebe sama.

Jelikož se způsob existence založený na bytí podle Fromma (2001) zakládá na prožívání, které je v podstatě nepopsatelné, je mnohem těžší jej definovat, než předcházející způsob života založený na vlastnění. Žádný ze zážitků ani prožitků nelze dost dobře popsat slovy, protože slova na tyto zážitky pouze odkazují, nejsou zážitky samotnými. Popisujeme-li slovy to, co prožíváme, samotný prožitek už je dávno pryč. „*Bytí vyžaduje vzdát se vlastní egocentričnosti a sobectví, ... stát se „prázdným“ a „chudým“ . Ale většina lidí shledává fakt vzdát se vlastnické orientace příliš složitým; každý takový pokus v nich vyvolává silnou úzkost a pocity ztráty veškerého bezpečí*“ (Fromm, 2001, s. 108).

Pro člověka je možné žít oběma způsoby života, ale měl by se pro jeden z nich rozhodnout. To, jakým způsobem se člověk rozhodne, potom záleží nejen na člověku samotném, ale také na společensko-ekonomických faktorech, které jej ovlivňují. To ale neznamená, že je člověk loutka ovládaná společností. Každý jedinec má právo na svobodu a štěstí, které spočívá

v přirozených schopnostech žít, rozvíjet se, vyjadřovat a realizovat svá rozhodnutí (Fromm, 1992, 1993, in Kubátová, 2010).

1.4 Proměna jazyka v konzumní společnosti

Na to, že dnešní společnost je orientovaná spíše na vlastnění, poukazuje podle Klímy (2001) také změna v jazyce, tedy změna v tom, jak mluvíme a jak se vyjadřujeme. Konzum a zábava jakožto hlavní životní náplň má totiž vliv také na jeden ze základních znaků lidství, kterým jazyk, jakožto dorozumivací prostředek, je. Z historického hlediska byla schopnost ovládat jazyk, znalosti o tom, jak řeč pronášet a jak správně oslovit toho, ke komu je pronášena, velmi ceněná a této schopnosti bylo vyučováno od raného dětství. Přestože u nás byla čeština v sedmnáctém a osmnáctém století na pokraji své existence, rodný jazyk patří nejen u nás mezi důležité předměty výuky. Přesto jazyk upadá, zmenšuje se rozdíl mezi kultivovaným jazykem, kterým mluvili vzdělanci a básníci a jazykem obecným a vzniklý průměr se blíží spíše pokleslosti, než vznešenosti.

Dnes živé obrazy nahradily fráze. Přestože jazyk neovlivňuje komunistická ideologie (která například zcizila základní termíny jako pravda – *Pravda je zbraní dělnické třídy, dělnická třída je zbraní pravdy!*, svoboda nebo věčnost – *Se Sovětským svazem na věčné časy*), ovlivňuje jej masová reklama, reklamní hesla či dialogy z televizních seriálů. Řeč reklamy (ale také třeba texty populárních písní) je zdegenerovaná, primitivní a frázovitá. Často si vystačí s pár slovy jako čistota, bělost, jedinečný, nový, dokonalý... Zaposloucháte-li se do mluvy lidí na veřejnosti, jakoby jednotliví mluvčí rezignovali na jakoukoliv osobitost. Jakoby předem vzdali jakékoliv úsilí, protože jsou si vědomi, že v konkurenci s mediálními prostředky a jejich hvězdami stejně neustojí (Klíma, 2001).

Z toho, jak lidé mluví, jak se vyjadřují a jaké fáze používají, se můžeme mnohé dozvědět o nich samotných. Podle Fromma (2001) v naší mluvě ubylo sloves a jsou nahrazována podstatnými jmény a to proto, že věci (zastoupené podstatným jménem) můžeme vlastnit. Taktéž činnost, dříve vyjádřenou slovesem, dnes častěji vyjádříme slovesem *mít* ve spojení s podstatným jménem. Toto označení je ovšem nepřesné, i když používané, protože procesy nelze vlastnit, lze je pouze prožít. Jako příklad lze uvést spojení *mám problém*, které nahradilo vyjádření *jsem v nesnázích* nebo *mám šťastné manželství* místo *jsem šťastně ženatý*. Jedná se o jistý stupeň odcizení, kdy člověk své pocity přetváří v něco, co může vlastnit. Použitím slov „mít“ a „být“ tak člověk vyjadřuje dva druhy orientace vůči sobě a

světu, dva odlišné druhy struktury charakteru, které jsme pospali výše. Ten, který převládá, potom určuje myšlení, cítění a jednání daného člověka.

Zajímavou myšlenku vyslovuje také Klíma (2001). Podle něj chudnutí jazyka odráží chudnutí našich zážitků, našich zájmů, našeho citového prožívání. S tím, jak chudne náš jazyk, chudne také schopnost vyjádřit své myšlenky a city. Neschopnost vyjádřit city přispívá k frustraci a k tomu, že vzájemné vztahy jsou stále více povrchní. Je tedy příliš pesimistické tvrdit, že jazykem budoucnosti bude tzv. jerkština? Jerkština je původně jazyk, který obsahuje asi dvě stě dvacet pět slov a byl vyvinut pro dorozumívání se lidí s šimpanzi. Bohužel omezenost dnes používaného jazyka odsuzuje stále více nešťastníků k ubohé jazykové úrovni a vypadá to, že jerkština by se mohla snadno rozšířit od pólu k pólu, od východu k západu a být tak univerzálním jazykem budoucnosti.

1.5 Kritika konzumerismu

Zabýváme-li se konzumní společností či konzumerismem jako takovým, ve většině případů je spojován s negativními pojmy a v negativním kontextu. Pokusíme se tedy zaměřit na to, jak lze kritiku konzumerismu blíže popsat a odlišit její hlavní tendence.

Heath (in Zahrádka, 2014) vysvětluje, že většina kritických pohledů na konzumní společnost a konzumerismus vychází s toho, že lidé utrácejí spoustu peněz za něco, co je trvale neuspokojuje a nečiní je šťastnými. K tomu přidejme také skutečnost, že společnost je ochotná investovat obrovské finanční částky do reklam (a to i přes to, že po zralé úvaze člověk snadno dojde k závěru, že jiné sociální priority jako zdravotnictví či vzdělání by tyto finance jsou opomíjeny). Jak je tedy možné, že se jednotlivci i celá společnost ubírají špatným směrem a člověk je schopen jednat iracionálně, přestože mu nic nebrání v tom udělat či chovat se tak, jak ví, že je to správné? Zkusíme rozlišit tři hlavní strategie kritiky konzumerismu, které nám přiblíží, z jakého úhlu lze na konzumerismus pohlížet.

První z možných kritik poukazuje na to, že konzumerismus je jistý druh hromadného kolektivního klamu. Ideologická kritika předpokládá, že konzumerismus budeme svým způsobem pokládat za ideologii, tedy za systém přesvědčení a určitého psychického naladění jedinců, které lidem brání v dosažení svých cílů, jelikož jednají na základě svého souboru priorit a s jaksí zastřeným rozumem. Za hlavního představitele tohoto pohledu můžeme zmínit Packarda, který tvrdil, že tvůrci reklam používají nástroje sociologie a psychoanalýzy tak, aby řadovým občanům vštíplili touhou po spotřebním zboží – konzument je reklamou „hypnotizován“ a vytrácí se schopnost uvažovat a jednat racionálně. Dalším možným

pohledem na kritiku konzumerismu je kritika perfekcionistická. Tato kritika pracuje s tím, že konzumenti jednají racionálně a vždy dostanou to, co chtějí. Jsou si vědomi toho, že více než objekty samotné je zajímavá a přitahuje konzumní aura, význam objektu více, než objekt samotný. Lidé jsou si vědomi toho, že jim jde právě o fajfku Nike víc, než o tričko samotné (Twitchell, in Zahrádka, 2014). Takoví jedinci jsou snadným cílem reklamy, která má za úkol ovlivnit smýšlení lidí a propagovat svůj produkt. Perfekcionistická kritika je založená na tvrzení „Můj vkus je lepší než tvůj“, a nekritizuje konzumerismus samotný, ale volbu běžného konzumenta, který upřednostní produkt, který vlastní někdo z „elity“ jen proto, že jej k tomu přesvědčila reklama. Do třetice se pokusíme vymezit kritiku liberální. Podle této kritiky není problémem to, že někdo lidi ovlivňuje tak, aby si kupovali něco, co sami nechtějí, problém ale spočívá v tom, že konzumerismus pro lidi představuje sebedestruktivní jednání. Velká část spotřebního zboží, které si lidé kupují, není pouze pro potřebné účely. Lidé si ze své výplaty pořizují také tzv. „poziční statky“, jejich hodnota je závislá na srovnávání s ostatními. Právě prvek srovnávání vede ke konzumerismu. Jako příklad můžeme uvést dva sousedy, každý z nich má obyčejné osobní auto, ale jeden se rozhodne zvýšit si svůj status a koupí si nové SUV. Tato soutěž o lepší status se ovšem stává soutěží ke dnu, jelikož rozhodne-li se druhý soused, že si taktéž koupí SUV, bude výsledkem to, že oba skončí tam, kde začali, jen pro ně bude mnohem náročnější si nový životní styl udržet. Výhoda liberální kritiky spočívá v tom, že neříká lidem, co mají a nemají považovat za hodnotné (Heath in Zahrádka, 2014).

V souvislosti s již zmíněným si můžeme si povšimnout, že i přes to, že kritiku konzumerismu může rozdělit do vícero proudů, v praxi se často u jednoho jedince mísí více pohnutek k jeho konzumnímu chování a nemůžeme tak jednoznačně říct, že by některý z výše vymezených proudů u společnosti převládal. Nejen pro sociální pedagogy je ovšem dobré mít o těchto proudech povědomí a umět s nimi pracovat.

Pokud se o spotřebě v rámci společenských a humanitních věd mluvílo či mluví, je to často právě v negativním kontextu. Pozorujeme jistou absenci systematického akademického zájmu o spotřební kulturu, to ale neznamená, že by vůbec nebyla předmětem zájmu. Současné výzkumy (Arnould 2007, Sassatelli 2006, Pyšňáková – Hráčková 2012, Jehlička – Smith 2012 in Zahrádka, 2014) dokazují, že spotřební chování nemůžeme vztáhnout pouze k uspokojení vlastních egoistických potřeb, spotřeba slouží také k projevení a vyjádření osobní identity a vztahu druhým lidem (Zahrádka, 2014).

1.6 Spotřební chování dětí

Nejstarší výzkumy provedené ve spojitosti s dětmi a spotřebou datujeme do padesátých let minulého století, v sedmdesátých letech potom pozorujeme jistý nárůst v zájmu o dané téma ve spojitosti se socializací mladého konzumenta – dítěte. Nyní, po více než třiceti letech tak máme k dispozici výzkumy z oblasti vlivu reklamy, nákupního chování dětí, studie z oblasti strategií rozhodování v rámci konzumního chování a další (John in Haugtvedt, Herr, Kardes, 2008).

Nákupní socializace či zespolečnění dětí je definováno jako „proces, v němž získávají dovednosti, znalosti, postoje a zkušenosti nezbytné pro roli zákazníka“ (Schiffman, Kanuk, 2004). Z výzkumů vyplývá, že mnoho dětí dříve, než přijdou do puberty, získává své normy nákupního chování pozorováním svých rodičů, prarodičů či starších sourozenců, jelikož tyto fungují jako jisté modely a zdroje nápovědy, pomocí kterých si dítě osvojí základní spotřební dovednosti. Starší mládež potom hledá své vzory spíše u přátel. Důležité je také uvědomit si, že toto osvojení spotřebních dovedností nefunguje stejně napříč kulturami. Například americké matky kladou větší důraz na samostatnost dětí než matky japonské, které nad spotřebou svých dětí drží větší kontrolu, a tak se chápání funkce reklamy i jiné nákupní dovednosti vytvářejí u japonských dětí v pozdějším věku (Schiffman, Kanuk, 2004). Na to, jestli je vyrůstání v konzumní společnosti vede ke správné socializaci jedince jako spotřebitele, můžeme podle Ekström a Ward (in Marshall, 2010) nahlížet ze dvou úhlů pohledu. Děti, které se spotřebě naučili v nízkém věku, se mohly naučit využívat její pozitivní hlediska, ale také to u nich může vést k materialismu, což dále přispívá ke konfliktu s jejich rodiči. Na děti se můžeme dívat jako na kompetentní, nebo přinejmenším schopné naučit se spotřebnímu chování nebo jako na oběti, které musíme chránit před zlem, kterým pro ně marketing a obchod je.

Abychom mohli poskytnout celostní obrázek toho, jak se dítě jako konzument ve společnosti socializuje, musíme brát ohled na vývojovou psychologii a její zákonitosti, jelikož **fáze socializace spotřebitele** úzce kopírují **fáze kognitivního a sociálního vývoje** (John in Haugtvedt, Herr, Kardes, 2008; Marshall, 2010).

Nejnámější konceptualizace vývoje kognitivních schopností je od Jeana Piageta, který vymezil 4 základní stádia či fáze: a) fázi senzomotorické inteligence (do dvou let věku dítěte), b) fázi předoperační (2-7 let), která se dále skládá ze symbolického a předpojmového myšlení (2 – 4 let) a fáze názorného myšlení (4 – 7 let), c) fázi konkrétních logických operací

(7 – 11 let) a d) fázi formálních logických operací (od 11 do dospělosti). U dětí v předoperačním stádiu tak můžeme například pozorovat centraci pozornosti, tedy zaměření pozornosti dítěte na jednu dominantu, kdežto děti ve stádiu konkrétních operací jsou schopny zaměřit pozornost na více podnětů najednou a přemýšlet o nich abstraktně (srov. Vágnerová, 2000; John in Haugtvedt, Herr, Kardes, 2008).

Oblast sociálního vývoje zahrnuje mnoho dalších témat jako morální vývoj, altruismus, prosociální chování, teorii atribuce (vytváření zobecněného úsudku o člověku na základě vnitřních a vnějších příčin (Statt, 2003; Colman, 2009)) či identifikaci („ztotožnění se s někým, potřeba být jako on a tudíž se chovat stejně jako on“ (Vágnerová, 2000)), přičemž především poslední dvě ovlivňují rozhodnutí, která jedinec udělá.

Co se týká samotné socializace spotřebitele, můžeme pozorovat určité rozdíly ve spotřebním chování dětí v závislosti na jejich věku a můžeme tak mluvit o **jednotlivých fázích socializace spotřebního chování**, přestože v českém prostředí nejsou příliš známé a budeme proto pracovat s jejich anglickými názvy.

Těmito fázemi jsou *perceptual stage*, tedy fáze, kdy se dítě zaměřuje především na přítomný okamžik, je vnímavé, všímavé a jeho spotřební chování má vždy jeden hlavní rys, na které dítě zaměřuje svou pozornost (již výše zmíněná centrace pozornosti). *Analytical stage* zahrnuje jedny z nejdůležitějších vývojových změn, co se spotřebního chování dítěte týká. Dítě je schopno lépe zpracovat přijímané informace, nezaměřuje se pouze na jeden hlavní rys, ale dokáže posuzovat a racionalizovat více předkládaných variant. Spotřební chování dítěte v rámci *reflective stage* je pak více propracované, dítě rozumí konceptům jako je význam různých obchodních značek či oceňování zboží a své konzumní chování přizpůsobují aktuální situaci, dokáže jej racionálně zdůvodnit (srov. John in Haugtvedt, Herr, Kardes, 2008; Roedder-John in Marshall, 2010). Na jednotlivé fáze se teď podíváme podrobněji.

V **období tří až sedmi let** se dítě nachází v *perceptual stage*, fázi vnímání. Přestože dítě dokáže například odlišit reklamní sdělení od zbytku vysílaných programů v televizi, schopnost opravdu porozumět reklamnímu sdělení je omezená. Jednoduše dítě nechápe záměr reklamního sdělení, kterým je prodat inzerovaný výrobek. Většinou děti mladší sedmi let odlišují reklamu od zbytku vysílání „protože je kratší“ (Robertson, Rossiter, 1974; Butter, 1981, Blosser, Roberts, 1985, in Haugtvedt, Herr, Kardes, 2008). Přestože děti v tomto věku většinou ještě neumějí číst, často jsou schopny vyjmenovat alespoň jednu obchodní značku spojenou s výrobkem, který je určený dětem, a ten také poznají na základě vizuálně

předkládaného podnětu z reklamy (Ward, 1977, in Haugtvedt, Herr, Kardes, 2008). V rámci své oblíbené značky se děti většinou zaměřují na vizuální dominantu jako je barva, tvar nebo velikost (John, Lakshmi-Ratan, 1992; Klees, Olson, Wilson, 1998, in Haugtvedt, Herr, Kardes, 2008). Ve snaze ovlivnit nákupní jednání jsou děti velmi přímé, direktivní a samy si řeknou, co chtějí, naopak jsou nerady přesvědčovány rodiči o nesprávnosti své volby. Batolata jednoduše ukáží na produkt, který chtějí, popřípadě si jej samy vezmou. Později děti požádají své rodiče, někdy také prosí či pláčou (Isler, Popper, Ward, 1987, in Haugtvedt, Herr, Kardes, 2008). Spotřební socializace ale zahrnuje víc, než pouze znalosti a dovednosti spojené s rolí spotřebitele. Týká se také přejímání hodnot, vyjadřování sociálního statusu, sociálních motivů vedoucích ke konzumnímu chování či získávání materiálních statků coby pocitů sebeuspokojení a štěstí. Výzkumy ukazují, že děti si budou hrát raději s někým, kdo není tak přátelský, ale má novou hračku (uvedenou předtím v reklamě), případně si s novou hračkou budou hrát samy, raději než s ostatními dětmi a starými hračkami. Děti v této fázi chtějí mít zkrátka „víc než ostatní“ (Goldberg, Gorn, 1978, in Haugtvedt, Herr, Kardes, 2008).

Děti staré **sedm až jedenáct let** se nacházejí v analytické fázi. Děti v tomto věku už rozumějí principu reklamy – tedy že se někdo snaží někomu něco prodat. Toto uvědomění si a schopnost nahlížet na reklamu z vícero perspektiv se objevuje kolem osmého roku života (52% dětí ve věku 6-7 let chápalo princip reklamy, 87% dětí ve věku 8-9 let a 99% dětí ve věku 10-11 let) (Robertson, Rossiter, 1974, in Haugtvedt, Herr, Kardes, 2008). Děti už si také uvědomují, že v reklamách se mohou objevovat klamavé výroky a že ne všechna uváděná fakta jsou pravdivá (Bever, 1975; Ward, 1972, in Haugtvedt, Herr, Kardes, 2008). V tomto období také děti začínají více rozumět symbolickým významům, které se s produkty pojí. Například děti dokáží vyvodit závěry o statusu či povolání člověka podle typu auta, které vlastní (velké nové SUV patří spíše doktorovi, starší malý osobní vůz nejspíš dědečkovi), což vypovídá o porozumění sociálnímu významu vlastněných komodit (Belk, 1982, in Haugtvedt, Herr, Kardes, 2008). Co se týká vlivu na rozhodování v rodině, mohou děti nejvíce ovlivnit výběr produktů určených jim samotným (např. hračky, oblečení, cereálie), o něco méně pak společné rodinné aktivity a nejméně drahé produkty a zboží dlouhodobé spotřeby (televize, nábytek). Pokusy o ovlivnění spotřebního chování začínají být sofistikovanější, do pozadí ustupuje vyslovení přímého přání (které bude potvrzeno či vyvráceno rodiči) a objevuje se přesvědčování, smlouvání a domlouvání kompromisů (Rust, 1933, in Haugtvedt, Herr, Kardes, 2008). Děti začínají rozumět sociálnímu pozadí a statusu,

který mohou věci vyjadřovat a začíná tak sociálně motivované spotřební chování, například potřeba vyjádřit svou jedinečnost či ukázat úspěch. Děti také začínají více nakupovat, méně šetřit, jsou citlivější k reklamním sdělením a můžeme předpokládat, že na jejich žebříčku hodnot stoupají ty materiální (Goldberg, 2003; Achenreiner, 1997, in Haugtvedt, Herr, Kardes, 2008).

Děti spadající do reflective stage jsou staré **jedenáct až šestnáct let** a dobře rozumí taktikám využívaným v reklamě, stejně tak důvodům, proč některé reklamy neříkají pravdu. Porozumění reklamním sdělením dále stoupá společně s věkem dítěte. Děti reklamu vnímají také jako prostředek sociální interakce, kdy může být námětem k tématu hovoru mezi vrstevníky nebo znamenat příslušnost k nějaké z part (Ritson, Elliott, 1999; Bever, 1975 in Haugtvedt, Herr, Kardes, 2008). Děti se začínají orientovat také v obchodních značkách určených primárně dospělým (značky aut, počítačů, fotoaparátů), a vlastnění produktu s určitou značkou pro ně znamená jistý sociální status a náležitost k určité skupině. Až v období adolescence si děti začínají uvědomovat všechny vztahy mezi skutečnou cenou výrobku a jeho naceněním v obchodě (které zahrnuje nejen skutečnou cenu, ale také práci výrobce, vyjadřuje kvalitu výrobku či oblíbenost značky) (Berti, Bombi, 1988; Fox, Kehret-Ward, 1985, in Haugtvedt, Herr, Kardes, 2008). V oblasti týkající se ovlivnění spotřebního chování rodičů jsou děti ještě sofistikovanější. Mezi nejčastěji využívané strategie patří přemlouvání rodičů, kdy dítě také nabídne spoluúčast na financování věci, kterou chce, dále vytrvalé prosby a také strategie založené na emocionálním podkladu, zahrnující vztek, výčitky i lichotky a dítě pak častěji používá ty strategie, které v minulosti vedly k jeho úspěchu (John in Haugtvedt, Herr, Kardes, 2008). U dětí roste potřeba vyjádřit sebe sama pomocí obchodních značek, například oblečením, které nosí. Ve výzkumu, kdy měly děti pomocí koláže vyjádřit „Kdo jsem?“, zařadili děti ve věku 12-18 let mnohem více značek, než děti mladší (ty se zaměřily spíše na sport, koníčky...). Děti také mění pohled na to, co pro ně vlastnění určité značky znamená. U dětí mladších je to samotné vlastnění věci dané značky, starší děti potom vidí značku jako součást sebe sama. Nejnovější studie ukazují (Chaplin, John, 2007), že materialismus stoupá v období dospívání, a to především v jeho začátku (12-13 let), s postupem věku potom děti nad materiálními hodnotami upřednostňují úspěch (dobré známky, možnost studia na vysoké škole...) (John in Haugtvedt, Herr, Kardes, 2008).

Tyto poznatky, které o spotřebním chování dětí máme, musíme zohlednit především při práci s dětmi, ať už jako rodiče, vychovatelé či sociální pedagogové. Jak je zřejmé z četných

výzkumů, především oblast vnímání reklamy a porozumění sociálnímu statusu věcí se během vývoje dítěte mění, je tedy nutné věnovat pozornost fázi, ve které se dítě nachází a umět s ní pracovat.

2 VÝCHOVA V RODINĚ, ŠKOLE, VRSTEVNICKÉ SKUPINĚ

Při vymezení pojmu výchova narážíme na neshody v odborné terminologii a pro naši práci tedy zvolíme nejširší pojetí podle Průchy (in Malach, 2010), kde je výchova nahrazována pojmem edukace a jejími základními komponentami jsou výchova a vzdělávání. Malach (2010) potom připomíná, že ve společnosti existuje určitá představa o tom, jaký by měl vychovávaný jedinec být, cíle výchovy jsou tedy kategorií relativně stabilní a univerzální, upraveny právními normami státu (školský zákon, Rámcové vzdělávací programy...).

Podle Fromma (in Kubátová, 2010) má výchova zásadní vliv na utváření tzv. společenského charakteru, což je směs psychiky člověka a společensko-ekonomické struktury, která jej ovlivňuje. Významnou roli při tomto utváření společenského charakteru hraje právě výchova. Výchova formuje individuální charakter jedince tak, aby se přibližoval společenskému charakteru a to tak, že se přání člověka budou krýt s potřebami jeho společenské role. Pomocí výchovy společnost jedince formuje do požadovaného tvaru stejně jako rodina, kde rodiče na dítě aplikují výchovné vzory společnosti, ve které žijí. Stejně tak rodiče reprezentují společenský charakter daný společností nebo sociální třídou.

Malach (2010) popisuje současný vývoj společnosti, ten je zaměřen především na výkon, úspěch, konzumní způsob života a roli vzdělávání vidí spíše jako vysoce rentabilní investici. Je složité dosáhnout provázanosti mezi vzdělávacím a osobnostně-sociálním vývojem – obecně lidské vlastnosti jako úcta k lidem, k hodnotám, sounáležitost či tolerance jsou nedostatečně rozvíjeny. Heath (2014) dodává, že každé naše přání je kulturně podmíněno. Oblečení, které nosíme, jídlo, které konzumujeme, naše představy o bydlení, tam všude jsme se napřed se dívali kolem sebe na to, co mají jiní, abychom to potom chtěli také tak. Někteří lidé si začnou přát proto, že něco viděli v reklamě, jiným stačí slyšet, jak se o tom někdo baví, dalším proto, že to někde u někoho viděli, nebo je to přinutí konzumovat jejich matka.

Na základě výše uvedeného můžeme pozorovat několik základních oblastí, které se na výchově jedince ve společnosti podílí – jsou jimi rodina, škola případně další školská zařízení, vrstevnická skupina a v neposlední řadě masmédiá a reklama. Dále se tedy pokusíme vymezit právě tyto skupiny a způsob, jakým se na výchově jednotlivce podílí.

2.1 Rodina

Rodinu vnímáme jako základní jednotku společnosti, uvnitř které probíhá primární socializace jedince. Pokusíme-li se společně s Plaňavou (in Kraus, 2014, s. 80) rodinu definovat, můžeme ji chápat jako „*strukturovaný celek (systém), jehož smyslem, účelem a náplní je utvářet relativně bezpečný, stabilní prostor a prostředí pro sdílení, reprodukci a produkci života lidí*“, rodinu tak můžeme v nejužším slova smyslu vnímat jako manžely, rodiče, děti a sourozence (Jandourek, 2012), nicméně je nutné zohlednit, že definice rodiny se mění společně s dobou a s tím, jak se proměňuje samotná rodina.

Rodina plní od pradávna řadu funkcí, přestože Kraus (2014) připomíná, že s proměnou rodiny dochází také ke změněnému plnění těchto funkcí a rodina tak působí především jako útočiště před vnějším světem. Jednou ze základních funkcí je biologicko-reprodukční, která má význam nejen pro jedince samotného, především potom pro společnost. Přesto je v poslední době v kurzu brát potomstvo spíše jako překážku v kariérním růstu a porodnost klesá. Z pohledu společnosti je důležitá také sociálně-ekonomická funkce rodiny, jelikož její členové se v rámci svého povolání podílejí na výrobní i nevýrobní sféře a rodina sama se stává významným spotřebitelem. V rámci ochranné funkce nabízí rodina svým členům zajišťování životních potřeb, trávením společného času svých členů potom rodina naplňuje funkci relaxační, rekreační. Pozornost potom věnujme především funkci socializačně-výchovné, která děti učí přizpůsobovat se životu, osvojovat si základní návyky a způsoby chování ve společnosti a prostřednictvím vhodně zvoleného výchovného stylu tak rodiče své děti připravují na praktický život.

Kromě toho má rodina dále vliv na utváření životního stylu. Závazky rodinného životního stylu jsou silně ovlivněny spotřebitelskými schémata, určují význam vzdělání, čtení, sledování televize, i výběr další zábavy a zábavných činností. Čas trávený s rodinou pohromadě se proměňuje – zatímco dříve znamenal provádění věcí společně, dnes se jedná spíše o to být ve stejné domácnosti, kde si ale každá z osob dělá vlastní věc. Důraz se tak zvýšil také na „kvalitu společně tráveného času“, než na „množství času tráveného společně“ (Schiffman, Kanuk, 2004).

Podíváme-li se na rodinu z hlediska životního cyklu rodiny, můžeme stádium rodičovství dále dělit na kratší fáze: předškolní fázi, fázi základní školy, fázi střední školy a fázi vysoké školy. Toto dělení je důležité proto, protože v každé fázi se mění jak vzájemné vztahy členů rodiny, tak finanční zdroje a příjmy, které hrají významnou roli v tom, nakolik se rodina

může a bude konzumně chovat (zvláště potom rodiče, pro které jsou děti středem jejich života, podle toho také utrácejí množství peněz). Nesmíme se přitom omezovat pouze na tradiční životní cyklus, ale zahrnout také rodiny v různých fázích rozvodu, neprovdané matky, nebo rodiny s adoptovaným dítětem. Konzumní chování se bude lišit u rodiny, ve které jsou zaměstnaní oba rodiče, pokud jeden čerpá rodičovskou dovolenou nebo pokud jeden z rodičů v rodině úplně chybí (Schiffman, Kanuk, 2004). Úroveň spotřeby v rodině závisí dle Barty, Bártové (2012) na charakteru domácnosti, který je dán její strukturou, počtem dětí, počtem ekonomicky činných členů a výše zmíněným životním cyklem. V rodině, jakožto sociální skupině, probíhá vzájemně koordinovaný společný rozhodovací proces o spotřebě, který nevidíme u žádné jiné sociální skupiny. Každý člen se více či méně podílí na formování rodinného rozpočtu a stylu hospodaření (úsporný, dluhový, orientovaný na jídlo, společnost...). Řada produktů v rodině je užívána společně, například v rámci společných aktivit nebo při konzumaci jídla. Je tedy nutné, aby se jednotliví členové mezi sebou domluvili, a základě jakého klíče budou dané předměty spotřeby vybírat. V rámci rodiny tak probíhá sociální učení, které má na spotřební chování jedinců významný vliv. Podle Marshalla (2010) nesmíme zapomínat ani na to, že to nejsou jenom rodiče, kdo své potomky učí spotřebnímu chování, ale také že se rodiče učí od svých dětí a že vliv mají také další generace (prarodiče), tety, strýcové, sestřenice a bratřenci.

Všechny výzkumy potvrzují, že dítě nejen v rámci rodiny potřebuje především pocit jistoty a bezpečí. To se mu dnes ovšem nachází obtížněji, než v dobách sociálně nejistějších, zato morálně stabilnějších. *„Mnozí rodiče nenabídnou dítěti víc než materiální dostatek, jímž chtějí vynahradit nedostatek citu, péče a zájmu, které jsou pro dítě základem jistoty ve světě. Vychovávají v blahobytu a zahrnovány často zbytečným množstvím hraček, bez jistoty, že rodina je neotřesitelný celek, děti jsou stále citově labilnější, často deprivované, připraveny hledat bezpečí a jistotu ve stínovém světě virtuální reality, anebo v umělé skutečnosti, kterou jim nalhává drogové opojení“* (Klíma, 2001, s. 65).

Podíváme-li se společně s Pávkovou (2002) na volný čas dětí, a to z hlediska sociologického a sociálně psychologického, tak můžeme říct, že způsob využívání volného času je ovlivněn sociálním prostředím, zvláště silný je pak vliv rodiny. Rodiče svým dětem slouží jako vzory, a to v pozitivním i negativním směru. Hofbauer (2004) dodává, že rodina je pro většinu dětí prvotním prostředím volnočasového života a výchovy. Historicky se mění sociální status rodiny, způsob začlenění do společnosti a úroveň bydlení, vybavenost domácnosti včetně potřeb pro volný čas, a to všechno má na trávení volného času dětí neopomenutelný vliv.

Víme-li, že první zkušenosti s využíváním volného času děti získají v rodině a že rodiče jsou jejich vzory, musíme, stejně jako v při posuzování konzumního chování v rodině, zohlednit i to, o jaký typ rodiny se jedná. Může se jednat o rodinu malou, nebo naopak velkou, důležitý je také věk rodičů, počet sourozenců, styl rodinné výchovy a v neposlední řadě také to, jaké jsou zájmy rodičů, jaký význam se jim přikládá a kolik finančních prostředků jsou ochotni věnovat jak svým koníčkům, tak koníčkům svých dětí (Pávková, 2002).

Podle výzkumů Passias, Sayer a Pepin (2017) například nepozorujeme rozdíly mezi provdanými a neprovdanými matkami co se týká délky jejich pracovní doby, na druhou stranu můžeme mluvit o rozdílech v trávení volného času matek v závislosti na jejich rodinném stavu. Neprovdané matky stráví denně o hodinu více svého volného času pasivně, než matky provdané. Většinou je pasivně trávený volný čas vyplňován sledováním televize. Toto zjištění může být způsobeno ekonomickými nerovnostmi, ale také tím, že neprovdané matky v rodinách bez otce musejí dohlížet také na děti a jejich volný čas je nutno přizpůsobit aktivitám dětí. Sledování televize se potom nabízí jakožto možnost, kterou lze vykonávat společně s dalšími aktivitami dětí a rodiny (hra, vaření, domácí práce...). Svobodné matky tak mohou trávit více volného času doma, protože naplánování společenských volnočasových aktivit (např. fitness v tělocvičně) vyžaduje naplánování předem a také je nutno počítat s dalším časem spojeným s dopravou na určené místo.

Na proměny rolí, které dnešní rodiny ve volném čase zastávají, působí řada faktorů. Mnoho rodin obohacuje způsoby individuální činnosti jejich dětí stejně jako podněty pro společné aktivity rodičů a dětí mimo domov. Bohužel i v ekonomicky vyspělých zemích lze nalézt rodiny, které jsou oslabovány sociálními nejistotami. Sociální nejistota nutí rodiče primárně řešit otázky existenčního přežití a náklady spojené s trávením volného času přesahují finanční možnosti těchto rodin. Bohužel jsou potom děti ochuzeny o letní tábory či lyžařské výcviky, což oslabuje postavení dětí ve vrstevnické skupině, snižuje jejich sebevědomí a vyvolává frustraci. Děti nemají možnost rozvíjet své zájmy, nadání a plně rozvinout také svou osobnost. V některých případech mohou děti svou nespokojenost obracet vůči rodičům a vinit je za to, že se jim nedostává takových možností, jako ostatním (Hofbauer, 2004).

Praktické zkušenosti a pozitivní postoje v oblasti trávení volného času *„si děti osvojují spontánně v denním životě i cílevědomým výchovným působením. Vzorce volnočasového chování svých rodičů uskutečňují plynule i rozporně, přejímají je i odmítají; někdy se snaží je napodobovat, jindy se od nich osvobodit a vlastními řešeními a postupy je překonávat. Na dosavadní praxi tak navazují souladně, nebo naopak kriticky a výsledné postoje někdy*

přenášejí do celého svého života“ (Hofbauer, 2004). Pávková (2002) dodává, že základní postoje si každý přináší ze své původní rodiny. Při výběru partnera se proto doporučuje dbát také na volný čas, pokud má partner nedostatek kvalitních osobních zájmů, je to závažný negativní osobní rys. Schopnost věnovat se svým zájmům pak člověk ocení v určitých fázích života, jako třeba matky na mateřské dovolené (čelící jisté sociální osamocení, kterou mohou kompenzovat setkáváním se s přáteli, s nimiž je poji zájem o stejné koníčky), nebo manželé, jejichž děti se osamotnily, kdy je třeba vzniklý volný čas vhodně vyplnit.

Způsob života rodiny, její postoje a výchovná praxe (výchovný styl), časové i finanční předpoklady, stejně jako samotná realizace volného času uvnitř rodiny ovlivňují postoje dítěte v trávení volného času. Hofbauer (2004) tvrdí, že rodiče by neměli působit ani příliš direktivně, ani by neměli dítě nechat jeho volnému času napospas. Vhodné je být spíše inspirací, iniciátorem, spoluorganizátorem nejen aktivit dětí, ale celé rodiny. Právě rodiče a volný čas v dětství jedince připraví na prožívání jeho volného času v dospělosti a dále bude moci předávat znalosti o využití volného času svým dětem. Působení rodiny bychom mohli shrnout v několika bodech: *učení se dětí nápodobou a reprodukcí, společné rodinné volnočasové aktivity a sledování potřeb a zájmů dítěte a reakce na ně*. Děti se učí prostřednictvím nápodoby (modelováním, sociálním učením), pokud mají možnost účastnit se na společných rodinných aktivitách. Mohou sem patřit například rodinné oslavy, návštěva kulturních zařízení, hraní společenských her, vycházky, výlety, rodinné dovolené a další. Je nežádoucí, aby děti reprodukovaly nudu, konzumní způsob trávení volného času nebo protispolečenské aktivity, kterým se rodiče bohužel mohou také (i nevědomky) věnovat. Prostřednictvím uskutečňování individuálních i společných pravidelných zájmových činností dětí v rodině rodiče přispívají k žádoucí kontinuitě jejich výchovného působení, kdy aktivita dítěte může být prostým navázáním na zájem rodičů, kteří tak v dětech naházejí své pokračovatele. Pokud bychom chtěli, aby se děti k určité aktivitě samy přihlásily, je nutné citlivě sledovat a cílevědomě reagovat na potřeby, zájmy a nadání dětí. V tom případě mohou děti realizovat své činnosti také mimo rodinu a většinou se k nim samy přihlásí a požádají rodiče, zda by jim s vybranou aktivitou a docházkou pomohli. Společně s věkem se děti více osamostatňují svůj volný čas tráví spíše se svými vrstevníky, v rámci dalších výchovných prostředí, jako jsou zájmové kroužky, činnosti či různá sdružení.

Rodina hraje v životě každého jedince nezaměnitelnou roli. Poznatky, které napříč obory získáváme, bychom nejen jako rodiče měli umět uplatnit v praxi. Společným východiskem by měl být dostatek času, který rodiče dětem a jejich volnočasovým aktivitám věnují.

Zahraniční výzkumy upozorňují také na to, že nejde pouze o kvantitu času, který rodiče s dětmi tráví, nutno je také přihlídnout k tomu, jak se rodiče v tomto čase chovají. Vhodné je děti přizvat například k pomáhání na zahradě, v domácnosti nebo si s dětmi „pouze“ povídat. Na jednom z výzkumů byly pozorovány rodiny s dětmi, které se přišly podívat na líhnutí kuřátek. Děti přitom zaujímaly stejné postoje a gesta, jako jejich rodiče. Pokud se rodiče o líhnutí zajímali, děti stejně nadšeně na kuřátka ukazovaly a smály se. Pokud ovšem rodiče pouze bez zájmu plnili svou povinnost děti doprovázet, děti nic nezajímalo, znuděně postávaly a stále se něčeho u rodičů dožadovaly (Hofbauer, 2004).

2.2 Škola, zájmové vzdělávání, vrstevnická skupina

Kromě rodinného výchovného prostředí se pokusíme vymezit také roli školy a zájmového vzdělání ve výchově dětí. S výchovou probíhající v některé z institucí se děti setkávají od útlého věku a stát se snaží regulovat míru povinné školní docházky, jelikož rodiče nemusí být vždy ti, kdo děti správně výchovně povedou. Prostřednictvím institucionalizované výchovy se jednak pokoušíme tento „rodinný handicap“ dětem nahradit, zároveň pak výchovně působit na všechny děti bez rozdílu.

V antickém Řecku znamenalo schóle – škola, čas oddechu. Dnes už školu jako místo odpočinku po těžké práci nevnímáme, no bohužel se vytrácí také jako místo, kde se děti učí především žít, rozeznávat hodnoty od pahodnot, podstatné od nepodstatného, rozumět sobě samým i druhým a pochopit základy kultury a společnosti, do které se narodily. Ruku v ruce s celou konzumní společností předává škola dětem spíše kvanta informací, než aby se zamýšlela nad jejich kvalitou. Mladému člověku, který zatím ještě postrádá většinu životních zkušeností, jsou předkládána množství teoretických poznatků, které jsou výsledkem celoživotního bádání mnoha vědců. Dětem se tak dostává odpovědí na otázky dříve, než jim vůbec přijdou na mysl, aniž by složité procesy vůbec mohly pochopit. Zdá se, že přestože školní docházka je v našich zemích povinná, škola využívá při výuce nejdokonalejší techniku a máme možnost vybrat si z moha různých typů škol, od státních, přes soukromé, po alternativní, nedokáže škola ovlivnit duchovní život mladých lidí, jejich hodnoty, směřování. Zdá se, že větší vliv na děti v tomto ohledu má rodina následovaná masmédií (Klíma, 2001).

Gába a kol. (2018) uvádí, že školní prostředí lze považovat za důležité v rámci dosahování doporučeného množství fyzické aktivity dětí denně, které děti dosahují především o přestávkách a v rámci tělesné výchovy. Vhodně vedené hodiny tělesné výchovy nejen

zvyšují množství fyzicky vykonané aktivity dětí denně, mohou také děti motivovat ke sportování ve volném čase. Většina škol také nabízí kromě tělesné výchovy i další možnosti pro zdravý pohyb dětí, jako například plavecké a lyžařské kurzy nebo zpřístupňuje svá vybavení jako venkovní travnaté plochy, tělocvičny a sportoviště také mimo hodiny tělesné výchovy.

Soustředit bychom se neměli pouze na základní školy, proto i Kaplánek (2017) dodává, že máme možnost širokého výchovného působení, od mateřských, přes základní školy, po výchovu ve střediscích volného času nebo základních uměleckých školách. Právě výchova ve volném čase zaznamenala v posledních letech významný vzestup. A po roce 1990 můžeme o pedagogice volného času uvažovat jako o samostatném vědeckém oboru. Dle závěrů z výzkumu Badury, Sigmunda, Geckové a kol. (2016) potom může říct, že děti a mládež, která ve svém volném čase využívá možnosti organizovaných volnočasových aktivit, má zároveň lepší školní výsledky a vztah ke škole obecně. Ti, kteří se ve volném čase věnují vícero aktivitám, patří zároveň ve škole mezi ty nejúspěšnější. Zároveň výzkum ukazuje, že pokud se děti ve svém volném čase věnují nejen sportu, ale také dalším aktivitám jako hře na hudební nástroj či umění obecně, dosahují lepších školních výsledků, než když pouze sportují.

Ruku v ruce se školním prostředím se pojí problematika vrstevnických skupin. Vrstevnické skupiny charakterizuje Kraus (2014) jako primární neformální skupiny, kdy jsou členové spojováni věkovou a názorovou blízkostí. Vrstevnické skupiny jsou přirozená forma života dětí a mládeže a dle Wroczynskeho (in Kraus, 2014) v nich mají příslušníci možnost ukázat co se naučili, zároveň však také rozvíjejí samostatné úsilí a uskutečňují své cíle, což jsou dvě z hlavních funkcí těchto skupin. S tím, že vrstevnické skupiny mají značný vliv na rozvoj osobnosti, souhlasí také Hroncová (in Kraus, 2014), která dodává, že tento rozvoj osobnosti nemusí být jen pozitivní, ale také negativní. Vrstevnické skupiny jsou skupinami referenčními, což znamená, že jedinec se s nimi identifikuje, nebo by se nimi rád identifikoval. Přebírá tedy jejich normy, hodnoty, postoje a tak vrstevnické skupiny působí nejen jako prostor pro kompenzování psychické zátěže, zároveň se jedná o nástroj sociální kontroly chování.

Vrstevnické skupiny většinou vznikají z tzv. herních skupin a začínají se formovat se začátkem školní docházky. Pevnější vnitřní vazbu a vlastní systém hodnot, norem a sociální kontroly začínají mít party vznikající u dětí mezi 8. a 10. rokem (srov. Špičák, in Kraus, 2014; Kraus, 2014). Od dětských skupin se potom liší skupiny mládeže, ve kterých se

projevuje postupné vymaňování z pod kontroly dospělých a touha po osamostatnění se a po vlastní dospělosti. Právě v době dospívání vliv vrstevnických skupin stoupá a je tedy žádoucí, aby se dítě nedostalo do vlivu nežádoucí party, čemuž můžeme zabránit mimo jiné vhodnou výchovou v rodině i pedagogickým vedením. Mezi vlivy, které se podílejí na formování zájmů dítěte, děti nejčastěji uvádějí vrstevníky a rodiče, zřídka potom učitele a téměř vůbec vychovatele (srov. Pávková, 2002; Kraus 2014).

2.3 Masmédia, reklama, hromadné sdělovací prostředky

Tisk, rozhlas, televize a internet patří mezi hromadné sdělovací prostředky, nebo-li masmédiá. Dle McLuhana (in Malach, 2010) můžeme rozlišit čtyři hlavní funkce masmédií a to *informativní, komunikativní, formativní a rekreativní*. Informativní funkci můžeme dále dělit na dílčí funkce – humanizační (zlidšťování a upevňování altruismu), výchovnou (kultivace, vedení, výchova jedince), estetickou (vnímání a vztah ke kráse), magickou (oblast za smyslovým a rozumovým vnímáním), defrustrační (odstraňování deprese a pocitu bezvýchodnosti) a funkci manipulativní (reklamní ovlivňování).

Spousta (in Kraus, 2014) upozorňuje, že nezodpovědnost některých tvůrců programů může ohrožovat postoje a chování především nejmladší generace. Podle Malacha (2010) se masmédiá bohužel stávají náhražkou interpersonálního kontaktu, programovou různorodost nahradila monotónnost, nevkusné programy vysílané v nevhodnou dobu u dětí deformují estetické cítění, otupují citlivost ke kráse a svou naivitu a primitivismus maskují akčností, násilím a surovostí, které dále ohrožuje chování nejmladší generace a vede ke ztrátě morálních zábran, aroganci, agresivitě. Kraus (2014) potom dodává, že největší „zrada“ při působení médií především na děti může být v tom, že virtuálně vytvořený svět je dětem předkládán jako realita (např. prostřílený hrdina pokračuje v souboji dál). Některé z dětí nemusejí být schopny rozpoznat rozdíl mezi virtuálem a realitou, později budou argumentovat slovy, že „si to také chtěly vyzkoušet“.

Souhlasíme tedy s Krausem (2014) v tom, že celkový význam a přínos masmédií pro jedince i společnost vyvolává polemiku. Díky masmédiím můžeme sledovat dění na nejrůznějších místech světa, obohacovat a rozšiřovat si obzor, získávat nové informace. Na druhé straně jsme díky nim přesyceni informacemi, připravováni o zdravý denní rytmus a spánek a v neposlední řadě přispívají masmédiá k pasivnímu a konzumnímu životnímu stylu.

Existenci masmédií bychom měli v co největší možné míře umět využít ve svůj prospěch. Při výchovném využití masmédií bychom dle Malacha (2010) měli dětem doporučovat

programy, které považujeme z výchovného hlediska za vhodné prostředky výchovného působení. Měli bychom se snažit sledovat nabízenou produkci programů a pořadů a společně s dětmi vést kritické diskuse, pomáhat jim formovat jejich vlastní schopnosti, na základě kterých budou schopny rozeznat kvalitu sledovaných programů. V rámci rodiny mohou rodiče vymezit určitou dobu pro sledování televize a při společném sledování vyjadřovat svoje názory, čímž mohou korigovat nežádoucí dopady programu na děti a dospívající. I přesto, že masmédiá můžeme také výchovně využít, snažíme se především o vedení dětí k aktivnímu využití volného času a pasivní konzumaci televizní, počítačové či internetové zábavy bychom se měli snažit vytěsnit.

3 VOLNÝ ČAS

V následující kapitole se pokusíme jednak vymezit volný čas jako takový a jeho funkce, ale především se pokusíme zaměřit na konzumně trávený volný čas a specifika trávení volného času v konzumní společnosti.

Ve srovnání s dalšími sociálními institucemi má volný čas poměrně krátkou historii. Rodina se rozvíjela po tisíce let, škola jako všem přístupná výchovná instituce několik posledních století a demokratický občanský život poslední cca dvě stě let. Přední sociolog Dumazedier přiznává, že volný čas lze nalézt už za dob Aristotela, v antickém Řecku či v období renesance, nicméně jeho masový rozvoj spojujeme až s 19. a 20. stoletím. Volný čas je institucí dynamickou a málo ustálenou. V současné společnosti je to oblast života mimořádně nadějná, ale současně riziková (Hofbauer, 2004). Postmoderní společnost přináší dětem mnohem více svody, děti chtějí být „free“, nicméně tato svoboda s sebou nese také určitá rizika (Čech, 2002).

Volný čas můžeme definovat *negativně* nebo *pozitivně*. Zaměříme-li se podle Kaplánka (2011) na negativní definování volného času, je spojeno s vymezením vůči pracovní době a vnímáno jako „volno od práce“, zatímco pozitivní definování vymezuje volný čas na základě jeho vlastní kvality a vnímá jej jako čas, s nímž může jedinec svobodně nakládat, má tedy volno sám pro sebe a pro druhé. Negativní definování se zaměřuje na to, „co volný čas není“, oproti tomu to pozitivní říká „co volný čas je“. Přestože se v posledních dvou staletích změnil poměr mezi prací a volným časem, negativní určení volného času v praxi zůstalo, nebo se dokonce posílilo. Jedinec totiž i v době, kdy nepracuje a reálně nic neprodukuje, ve službách produkce zůstává, a to svým konzumem, tedy výdajem peněz a spotřebou produkovaného.

Volný čas podle Pávkové (2002) většinou zahrnuje odpočinek, rekreaci, zábavu, zájmovou činnost, zájmové vzdělávání, dobrovolnou společensky prospěšnou činnost a také časové ztráty s těmito činnostmi spojené. Mluvíme-li o dětech, tak do volného času nezahrnujeme vyučování a činnosti s ním spojené (např. vypracování domácích úkolů), sebeobsluhu, péči o zevnějšek, činnosti spojené s biologickým zabezpečením člověka (jídlo, spánek, zdravotní péče). Specifikem volného času dětí potom je, že je vhodné jej pedagogicky ovlivňovat, jelikož děti ještě nemají dostatek zkušeností a nedovedou se orientovat ve všech oblastech zájmových činností.

Volný čas je dnes spojován především s pozitivními výrazy. Je chápán jako čas splněných přání, vytoužených činností nebo zážitků. Pro každého představuje něco jiného, nicméně obecně je vnímán jako něco, co k životu neoddělitelně patří, jde o čas bezstarostnosti a pohody, který má člověk sám pro sebe (Kaplánek, 2011). Do způsobu trávení volného času relativně snadno pronikají vlivy a důsledky vývoje společnosti i života mladých lidí. Podle Hofbauera (2004) je to u nás například demokratická přeměna lidské společnosti, možnost reagovat na generační, skupinové i individuální zájmy – to všechno vede k rychlým kvantitativním i kvalitativním změnám. Na jedné straně se rozšiřuje uplatnění nových přístupů, obsah volného času je pojímán netradičně a vytvářejí se nové instituce, nicméně na druhé straně vzniká také prostor pro úskalí a nebezpečí. Volný čas může vyvolávat nicnedělání, nudu, či dokonce nežádoucí jednání vůči sobě či okolí. Vývoj volného času nelze chápat jako lineární cestu „stále vzhůru a vpřed“, nicméně jako pokusy o řešení tradičních i nově se vynořujících otázek.

Knotová (2011) dodává, že volný čas je tradičním tématem jak pro obecnou pedagogiku, pedagogiku volného času, tak pro pedagogiku sociální. Je rozvíjena teoretická i praktická báze, různé pedagogické úvahy, představy o možnostech volného času, rozmanitá pojetí a koncepce výchovy ve volném čase. V německy mluvících zemích si odborný zájem o volný čas nestojí tak dobře, jako v anglicky mluvících zemích, kde se rozvíjí jako *leisure studies*. Přesto se i tady odborníci zaměřují spíše na sport, turismus a pedagogické hledisko, ač je stále součástí, zůstává v pozadí.

3.1 Funkce volného času

Z historického hlediska se funkce volného času mění a vyvíjí. Zatímco ve starověku a středověku plnil volný čas především funkci rekreační, náboženskou a sociální (navazování společenských kontaktů), dnes bychom mohli mluvit o regeneraci sil, kompenzaci jednostranné práce a o vlastní orientaci v životě, tedy o volném čase jako o prostředku nalézání smyslu života. Opaschowski (1977, in Kaplánek, 2011) dokonce zachází ještě dál a uvádí sedm funkcí volného času: rekreační, kompenzační (vyrovnává to, čeho se nám v životě nedostává, nebo se nedaří), volný čas jako katarze (osvobození a odreakování od potlačených emocí a napětí), volný čas jako ventil (uvolnění přebytečné energie), volný čas jako konzum (prostředek k užívání věcí a produktů), jako kontrast (protiklad vůči práci) a jako doba podobná práci.

Přestože existují pracovně orientovaní jedinci, kteří vidí smysl života v práci a volný čas vnímají pouze jako zbytečnou kategorii, nemůže popřít, že volný čas je časem k regeneraci sil. V současné době máme právo na dovolenou, dva volné dny v týdnu, legislativa upravuje také délku pracovní doby, přesto je volný čas zaměstnanců na pracovním procesu závislý (Kaplánek, 2011). I školní vyučování u žáků vyvolává únavu jak psychickou, tak fyzickou, přičemž odolnost vůči únavě se mění společně s věkem (závisí ale také na individualitě jedince). Žáci, kteří nemají dostatek času k regeneraci mají pocit přetíženosti, mohou se objevit bolesti hlavy, poruchy spánku nebo nechutenství, často nastupuje nevhodné chování jako lhaní, agresivita, záškoláctví... Regenerovat své síly můžeme odpočinkovými a rekreačními činnostmi. Na první pohled se může zdát, že mezi nimi není rozdíl, no odpočinkové aktivity jsou klidné, pohybově i psychicky nenáročné (např. spánek). Rekreační aktivity jsou pohybově vydatné a jsou konané nejlépe na čerstvém vzduchu (Pávková, 2002).

Jak jsme nastínili výše, volný čas plní také funkci kompenzační. Hedonistický životní styl nutí jedince hledat čas, ve kterém budou „opravdu žít“. Široké vrstvy obyvatelstva si ale vydělávají práci, se kterou se nemohou identifikovat, a tak svoje touhy a zájmy realizují ve volném čase, který tak tvoří protipól k pracovní době. Jürgen Habermas (in Kaplánek, 2011) předpovídal, že „s rozvojem průmyslu a obchodu souvisí na jedné straně stále menší radost z práce, která se současně vyrovnává (kompenzuje) konzumním blahobytem. Radost z práce je nepřímo úměrná požitku z konzumu, a tak se člověk stále více v práci „odlidšťuje“ a nachází radost v prožívání volného času.“ Stejně tak volný čas u dětí slouží k vyrovnání jednostranné zátěže při vyučování (kompenzuje ji). Obsah a formy činnosti jsou potom přizpůsobeny školnímu rozvrhu žáka v daný den (kolik bylo vyučovacích hodin, jestli v ten den probíhala tělesná výchova, jak náročné bylo učivo...). Z hlediska výchovného, mentálně-hygienického a zdravotního by měl být zachován zdravý poměr mezi spontánní a organizovanou činností (Pávková, 2002).

Společně s Filipcovou (1966, in Knotová, 2011) připomínáme, že rozdělení funkcí času je pouze teoretické. Ve skutečnosti se jednotlivé funkce mezi sebou mísí a doplňují, stejně jako může v určitých situacích některá funkce převládat. Ve všech pojetích a členěních různých autorů se potom odrážejí dobové znaky, problémy a očekávání společnosti, stejně tak všechna členění vyjadřují více či méně funkci rozvoje a naplňování individuálních potřeb.

3.2 Specifika volného času v konzumní společnosti

Stejně jako se s časem mění sama společnost, mění se také způsob trávení volného času jednotlivých jejích členů. V tomto způsobu trávení volného času se odráží nejen postoj společnosti k volnému času jako takový, promítají se do něj také hodnoty lidí, jejich přání, očekávání...

Volný čas vstupuje do všech pracovních dnů žáků i dospělých, zahrnuje víkendy, prázdniny i dovolené. Volný čas se stal součástí života ve všech jeho fázích od dětství, dospívání, dospělosti až po seniorský věk. Aktivity volného času v posledních desetiletích dosáhly rozsáhlé, výrazně se diferencující spektrum činností různorodých obsahů a realizačních způsobů, odlišné odborné specializace a výchovné náročnosti. To všechno poskytuje lidem mnoho možností rozvoje, současně ale také vyžaduje, aby se lidé na účast na nich připravovali a uměli svůj volný čas efektivně využít (Hofbauer, 2004).

Stejně jako jsme již zmínili v kapitole o konzumní společnosti, roste hedonistický trend, nicméně místo orientace na uspokojení základních potřeb a společenských jistot se lidé soustředí spíše na dosažení estetických a sociálních hodnot. Z „materialistů“ se stávají „postmaterialisté“. Materiální hodnoty se staly samozřejmostí, nicméně nedochází ani k návratu k duchovní dimenzi života, spíše jde o uspokojení osobních potřeb (Kaplánek, 2011). Podle Schulzeho (in Kaplánek, 2011) můžeme západní společnost označit za „společnost zážitků“. V minulosti se člověk musel starat hlavně o přežití, nicméně dnes vystupuje tak, jako kolem něj žádné problémy neexistovaly a smysl života lze definovat na základě kvality subjektivně prožitého.

Přestože stoupl objem volného času, který člověk má, stoupl také objem toho volného času, který člověk tráví sám, mimo společnost. Na tomto místě můžeme mluvit o privatizaci života i volného času. Podle Popcornové (1992, in Kaplánek, 2011) cítí člověk naléhavou potřebu, kdy se chce uzavřít do svého pokoje, zalézt do své postele a najít si místo, kam na něj nikdo nemůže. Člověk chce lenořit, nic nedělat, vyspat se a „vypnout“. Tato potřeba „mít od všeho a všech pokoj“ pramení také z moderního hektického životního stylu.

V současné společnosti můžeme pozorovat jisté předsudky, které mohou trávení volného času zatěžovat, a to jak na úrovni jedince, tak společnosti. Představu „že ve volném čase musí mít člověk radost, být veselý a spokojený“ v dospělých i dětech živí barvitě reklamy a promyšlený marketing. Představa ideálně tráveného volného času se ovšem nepotkává s realitou a dochází ke zklamání z vlastního prožívání volného času. Subjektivně prožitá

realita jednoduše nemůže čelit smyšleným představám. Problémy každodenního života mohou být ve volném čase vytěsněny stranou, rodina může hrát role „šťastných výletníků“ a problémy si nepřipouštět ze strachu, že v opačném případě narazí na nepochopení okolí. Pokud by si někdo chtěl přiznat problémy s trávením volného času, společnost jej nemilosrdně diskvalifikuje. Přestože není pravda, že volný čas si musí člověk zasloužit, podle Opaschowského ve společnosti stále převládá pocit viny z nezaslouženého volného času, a to i přes to, že volný čas se netýká pouze zaměstnaných a studujících, kteří si jej „zasloužili“ (Kaplánek, 2011).

V další části textu se zkusíme zaměřit na vybrané oblasti trávení volného času a to jak toho konzumně tráveného, tak toho, který na spotřebu není zaměřen. Například dle výzkumu Bocana a Machalíka (2012) můžeme říct, že děti, které navštěvují nějaké organizované školní aktivity (např. kroužky), se ve svém volném čase méně nudí a oproti dětem, které tyto aktivity nenavštěvují, častěji uvádí, že se cítí šťastné. Tyto dva duševní stavy souvisí také s aktivním trávením volného času. „Aktivní“ děti také vnímají jinak hodnoty jako sláva a bohatství. Autor si toto vysvětluje tak, že na rozdíl neaktivních dětí ty aktivní již dílčí úspěchy zažívají a tak ke zmíněným hodnotám tolik neinklinují. Naopak neaktivním dětem může scházet právě veřejné uznání v kolektivu či ode vedoucího kroužku nebo trenéra, aktivní děti jsou si vědomy, že dosažení úspěchu není samozřejmé, že je nutno vynaložit vlastní úsilí. Na zmíněném mají svůj podíl také dosažené vzdělání rodičů a socioekonomické postavení rodiny.

Zajímavý výzkum provedli také Arundell, Parker, Salom a kol. (2019), kdy se zaměřili na sedavé aktivity ve volném čase dětí a jejich rodičů. Průměrně se děti věnují denně 3h 38min sedavým aktivitám před virtuální obrazovkou (sledování televize, počítače, tabletu, smartphone...) a 3h a 18min ostatním sedavým aktivitám (čtení, poslech hudby, domácí úkoly). Starší děti (12-16 let) častěji než mladší děti (8-11 let) využívají ve svém volném čase tablet, smartphone, herní konzole, laptop či počítač. Mladší děti se častěji věnují výtvarným aktivitám, častěji něco vyrábějí. Starší děti tráví statisticky více volného času sedavými aktivitami a sedavými aktivitami před virtuální obrazovkou.

Jak jsme již nastínili výše, tak jedním ze způsobů, jak lze trávit svůj volný čas, je sledováním televize. Málokdo si dnes dokáže svůj život bez toho přístroje představit, vždyť i Herbert Marcus tvrdí, že úloha televize v systému konzumu je natolik klíčová, že její nefungování by mohlo ohrozit celý systém. Televize nabízí lidem iluzi volby, příjemce si může svobodně vybírat mezi řadou programů, které ovšem s malými rozdíly nabízejí stejný obsah.

Jednostrannost působení, pasivita příjemce, pocit spoluúčasti a iluze svobodné volby jsou skvělým předpokladem pro manipulaci s jedincem, který televizi sleduje. Televize kombinuje zrakové i sluchové vjemy tak, že divák má pocit spoluúčasti na sledovaném, má pocit, že je zapojený do dění, ale ve skutečnosti se jeho faktická izolovanost zvyšuje a narůstá divákova pasivita. Divák pouze pasivně přijímá, konzumuje mu překládané a je sociálně umrtven, jelikož televize je založena na jednostranné komunikaci (Keller, 2005).

Výsledky výzkumu ukazují, že více než dvě hodiny denně před televizí tráví 55 % dívek a 60 % chlapců, a to nejvíce ve věku 13 let. Děti také často tráví čas u počítače, kdy u chlapců dominuje hraní PC her nebo na playstationu a pro dívky je typičtější chatování, „brouzdání po internetu“ nebo e-mailování. Obě pohlaví potom společně s narůstajícím věkem před televizí nebo počítačem tráví více času (Hamřík, Kalman, Bobáková, Sigmund, 2012, in Kolaříková, Němec, 2017). Podle výzkumu Štrhůlkové (2013) téměř 90% dětí uvádí zálibu v počítačích a počítače je baví, zahání nudu. Společně s věkem potom u dětí stoupá zájem o využívání počítače obecně (k chatování, prohlížení sociálních sítí, poslech hudby) nad pouhým hraním počítačových her.

Zajímavé poznatky přináší také výzkum T. Čecha (2002), kdy mezi nejvyhledávanější aktivity ve volném čase dětí patřilo na prvním místě sledování televize, dále pobyt venku s kamarády, poslouchání písniček, pobyt v přírodě a na pátém místě byly sportovní a pohybové aktivity (ty byly v pořadí výše u chlapců, než u dívek). Tyto nejvyhledávanější činnosti se potom neshodovaly s pořadím činností, které mají děti nejradši, tam bylo pořadí následovné: pobyt venku s kamarády, sportovní a pohybové aktivity, práce na PC, videohry, hra, sledování televize. Vidíme tady jistý rozdíl, kdy děti sledování televize řadí až jako pátou nejoblíbenější činnost, nicméně je to činnost, které se věnují nejčastěji. Televize tedy není zdaleka nejoblíbenější volnočasová aktivita, ale je nejpřístupnější, nejpohodlnější a provozována na úkor ostatních.

S konzumním chováním jde ruku v ruce také plýtvání. Pokusíme se vymezit, jak bychom nahlížet na konzumní chování ve volném čase z hlediska plýtvání a vyhazování a také přiblížit, jaké chování by mohlo být alternativní.

Jelikož konzumní společnost je také společností produkující odpad, produkuje spoustu předmětů, které by mohly být stále použitelné, se mění v odpad a vyhazují se jen proto, aby si člověk mohl koupit nové. Odpad je odvrácenou stranou spotřeby a jeho nárůst je přímo spojen s industrializací, blahobytem a obaly (Eriksen, 2015). Pokud bychom měli vybrat heslo, které by vystihovalo situaci v 19. století, mohlo by jím být heslo „Staré je krásné“.

Pokud bychom takové heslo hledali pro dnešní dobu, bylo by jím spíše heslo „Nové je krásné“. Dnes je totiž těžiště společnosti spíše v nakupování, než v uchovávání a samotné nakupování se stává spíše nakupováním pro vyhazování (Fromm, 2001).

To ale neznamená, že staré věci vždy končí na skládce. Někdy se přesunou do sklepa, na chatu nebo do garáže, a najde se jim tak nové místo, kde mohou být užitečné. Pokud člověk nemá místo, kam by například starý spotřebič mohl umístit, snaží se mu najít nové upotřebení alespoň prostřednictvím bazaru, výprodeje, věnováním potřebným, možná si jen doma schovává staré kelímky od zmrzliny, protože se do nich budou dát zamrazit maliny ... S vyhazováním je spojená jistá ambivalence – je zároveň odporné a i osvobozující. Přináší člověku ulehčení, ale zároveň řadu nepříjemných pocitů (pokud se to, co člověk vlastní, stane jeho součástí, vyhozením v podstatě vyhazuje kousek sebe samého). Ne každý je tak ochoten zbavit se něčeho, co už jednou má. Lidé dávají věcem nový život tím, že je umístí do nového kontextu prostřednictvím své vynalézavosti. Nepotřebné krámy dělá (nejen) z věcí naše kultura (Eriksen, 2015).

Nedílnou součástí trávení volného času by měl být sport a další pohybové aktivity. Podle studie Health behaviour in school-aged children (in Gába a kol., 2018) je chování a životní styl v dospělosti výsledkem vývoje v dětství a dospívání. To je jeden z důvodů, proč bychom měli mít snahu o preventivní působení v oblasti zdraví a sportu u dětí. Podle Národní zprávy o pohybové aktivitě (Gába a kol., 2018) se totiž pouze 22% dospívajících věnuje doporučeným 60 minutám celkové pohybové aktivity denně. O něco lépe vycházejí výsledky v oblasti organizované pohybové aktivity a sportu, kdy se jim ve svém volném čase věnuje 62% dospívajících. Zpráva dále uvádí, že 79% dospívajících tráví svůj volný čas sedavě, tedy sledováním televize, hraním her na počítači, herních konzolách či mobilech více než 2 hodiny denně. Společně s rodiči či vrstevníky sportuje alespoň jednou týdně 59% dospívajících a podle zprávy by měla být hlavní pozornost věnovaná především podpoře aktivního životního stylu rodin s dětmi.

V oblasti trávení volného času dochází ke snížení rodových diferencí (porovnání výsledků výzkumů z roku 1998 až 2012). Ke sblížení dochází například u aktivit jako je hobby kutilství nebo u návštěv sportovního utkání, kdy se muži těmto aktivitám věnují méně, zatímco u žen narůstají na oblibě. Naopak prohloubení rodových rozdílů bylo zaznamenáno u práce na zahradě, návštěvy kina, práce o domácí a užitková zvířata, kde se dříve jednalo o mužskou aktivitu, které se dnes věnují spíše ženy. Pohled na vyplnění volného času mužů a žen doplňuje analýza podmíněných přání, která zkoumá, čemu by se respondent ve volném

čase rád věnoval. Největší rozdíly byly zaznamenány u péče o domácnost a zařizování bytu (raději by se jim věnovaly ženy než muži). Mezi oblíbené aktivity můžu patří jídlo, chodit dobře oblečený, upravený, chodit do práce nebo školy, rozhodovat, organizovat a cestovat. U žen jsou oblíbenými aktivitami chodit hezky oblečená, jídlo, nakupování, vaření, chození po obchodech a uklízení. V oblíbenosti aktivit mezi pohlavími tedy vidíme rozdíly (Stříteský, 2017).

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 REALIZACE VÝZKUMU

V empirické části práce jsme se zabývali konzumním smýšlením dětí, způsobem trávení jejich volného času a způsobem trávení volného času jejich rodičů. Abychom analyzovali vztah mezi konzumním chováním ve společnosti (rodině) a způsobem trávení volného času dětí, volíme **kvantitativní výzkumné pojetí**, protože bychom rádi popsali, jaký je výskyt konzumního chování v rodině dítěte i u dětí samotných a zjistili, jaký má toto chování vztah k trávení volného času dětí. V našem výzkumu ověřujeme předpoklad, že chová-li se okolí dítěte konzumním způsobem, bude mít dítě sklony ke konzumnímu smýšlení a následně i ke konzumnímu trávení volného času. Pro účely diplomové práce bylo využito dotazníkového šetření, pro jehož účely byl sestaven dotazník sestávající ze tří částí, které jsou orientovány na tři výše zmíněné zkoumané oblasti.

Sběr dat potřebných pro empirickou část naší diplomové práce probíhal v únoru 2020, tedy před vypuknutím pandemie Covid-19 a následné ekonomické krize, sesbíraná data by tedy neměla být těmito událostmi negativně ovlivněna.

4.1 Výzkumné cíle

Hlavním cílem výzkumu je analyzovat vztah mezi konzumním chováním ve společnosti (rodině) a způsobem trávení volného času dětí. Dále bychom rádi zjistili, do jaké míry děti smýšlejí konzumně a jaká je míra výskytu konzumně tráveného volného času dětí. Dalším cílem je zjistit, jaká je míra konzumně tráveného volného času v rodině dítěte a popsat způsob, jakým rodiče dítěte tráví svůj volný čas.

4.2 Výzkumné otázky

Na základě výzkumných cílů byly stanoveny následující výzkumné otázky a hypotézy:

1. Jaká je míra konzumního smýšlení dítěte?

1.1 Jak se liší míra konzumního smýšlení dítěte v závislosti na pohlaví?

H1: Existují významné rozdíly mezi mírou konzumního smýšlení chlapců a dívek.

1.2 Jak se liší míra konzumního smýšlení dítěte v závislosti na jeho věku?

H2: Existují významné rozdíly mezi mírou konzumního smýšlení v závislosti na věku dítěte.

2. Jaká je míra konzumně tráveného volného času dětí?

2.1 Jak se liší míra konzumně tráveného volného času dětí v závislosti na pohlaví?

H3: Existují významné rozdíly mezi mírou konzumně tráveného volného času u chlapců a dívek.

2.2 Jak se liší míra konzumně tráveného volného času dětí v závislosti na věku dětí?

H4: Existují významné rozdíly mezi mírou konzumně tráveného volného času v závislosti na věku.

3. Jaká je míra konzumně tráveného volného času rodičů dětí?

3.1 Jaká je míra konzumně tráveného volného času matky?

3.2 Jaká je míra konzumně tráveného volného času otce?

4. Jaký je vztah mezi mírou konzumního smýšlení dítěte a mírou jeho konzumně tráveného volného času?

H5: Existuje závislost mezi mírou konzumního smýšlení dítěte a mírou jeho konzumně tráveného volného času.

5. Jaký je vztah mezi mírou konzumně tráveného volného času v rodině a mírou výskytu konzumně tráveného volného času dětí?

H6: Existuje závislost mezi mírou výskytu konzumního chování v rodině a mírou výskytu konzumně tráveného volného času dětí.

4.3 Výzkumný soubor

Základní výzkumný soubor tvoří žáci základní školy, konkrétně žáci 4., 5., 8. a 9. ročníku. Vybrané ročníky byly zvoleny z důvodu možného porovnání rozdílů v závislosti na věku dětí, tedy žáci prvního i druhého stupně a vždy se jedná o poslední ročníky. Dle Českého statistického úřadu (Tab. 23: Základní vzdělávání v krajském srovnání - žáci v základním vzdělávání podle stupně a typu školy ve školním roce 2018/19), se v minulém školním roce jednalo celkem o 982 878 žáků, 537 442 žáků navštěvujících 1. stupeň a 409 436 žáků navštěvujících 2. stupeň. Data pro aktuální školní rok zatím nejsou dostupná, nicméně předpokládáme, že počet žáků v základním vzdělávání je téměř stejný jako v roce minulém, jelikož počet žáků v základním vzdělávání se za poslední tři roky téměř nezměnil (ČSÚ,

2019). Odhadem tvoří základní soubor asi 214 976 žáků 4. a 5. ročníku prvního stupně základní školy a 204 718 žáků 8. a 9. ročníku základní školy.

Výzkumný soubor byl vybrán na základě **náhodného výběru**, z důvodu možné zobecnitelnosti na celý základní soubor. Provedený výběr byl víceetapový se třemi stupni výběru. V prvním kole jsme losovali ze 14 krajů České republiky tři a to Plzeňský, Ústecký a Pardubický. V druhém kole jsme losovali v každém kraji dva okresy – Domažlice, Plzeň-město, Teplice, Louny, Ústí nad Orlicí a Svitavy. Ve třetím kole jsme losovali v každém okrese sedm škol z Rejstříku škol a školských zařízení (2019), celkem jsme oslovili 42 škol. Vylosovaným školám byl zaslán informační e-mail s podrobnostmi o prováděném výzkumném šetření s prosbou o účast vybrané školy. Školám, které účast přislíbily, byly následně poslány dotazníky, které škola po vyplnění zaslala zpátky.

Z celkového počtu 42 oslovených škol bylo ochotno se šetření zúčastnit šest škol, z toho ve dvou školách bylo šetření odvoláno kvůli uzavření škol Mimořádným opatřením podle zákona č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví (okres Teplice a Plzeň město) a sběr dat tak proběhl ve čtyřech základních školách (okres Svitavy, Louny, Ústí nad Orlicí, Teplice). Návratnost dotazníků činila 94%. Výběrový soubor tvoří 254 žáků 4., 5., 8. a 9. ročníku základní školy, z toho 129 dívek a 125 chlapců. Děti ve věku 9 – 12 let, tedy děti navštěvujících 4. nebo 5. ročník základní školy je 129, starších dětí ve věku 13 – 16 let, tedy dětí z 8. a 9. ročníku základní školy je 125.

Tabulka 1: Počet respondentů dle pohlaví

Pohlaví	Absolutní četnost	Procento
Dívka	129	50,8 %
Chlapec	125	49,2 %

Tabulka 2: Počet respondentů dle věku

Věk	Absolutní četnost	Procento	Věková kategorie	Procento
9 let	24	9,4 %	Mladší děti (první stupeň ZŠ)	50,8 %
10 let	58	22,8 %		
11 let	42	16,5 %		

12 let	5	2,0 %	Starší děti (druhý stupeň ZŠ)	49,2 %
13 let	16	6,3 %		
14 let	59	23,2 %		
15 let	47	18,5 %		
16 let	3	1,2 %		

4.4 Výzkumný nástroj

Pro účely naší diplomové práce jsme sestavili dotazník tak, aby zjištěné údaje co nejlépe odpovídaly na stanovené výzkumné otázky. Dotazník obsahuje celkem 24 položek rozdělených do tří bloků.

První část dotazníku se zaměřuje na míru konzumního smýšlení dítěte, použito bylo celkem 10 položek. Pro účely této první části dotazníku byla zvolena bipolární sedmibodová škála. Počet stupňů škály ovlivňuje jemnost posouzení – s růstem počtu stupňů narůstá jemnost posouzení (Gavora, 2000). Pro účely našeho výzkumu jsme zvolili právě sedmibodovou škálu, jelikož umožňuje jistou jemnost posouzení, zároveň je srozumitelná a přehledná pro zvolenou věkovou skupinu respondentů. Škála je hodnocena body 1 – 7, nicméně v dotazníku jsou ponechána pouze volná pole, z důvodu snahy o zamezení ovlivnění respondenta sugestivním návrhem (snaha respondenta získat co nejvíce bodů). Konzumní smýšlení dítěte posuzujeme v souladu se zjištěními z teoretické části (Klíma, 2001; Fromm, 2001; Jandourek, 2012; Eriksen, 2010; Kučerová, 2005) v oblastech konzumního chování, plýtvání, jazykového vyjadřování, hodnotové orientace a oblasti nákupu nového zboží. Dvě otázky zkoumající stejnou oblast zvyšují reliabilitu, stejně jako využití reverzních položek. Rozdělení otázek k jednotlivým oblastem a rozložení reverzních položek uvádí následující tabulka.

Tabulka 3: Otázky dotazníku dle jednotlivých oblastí

Název oblasti	Počet položek	Číslo položky	Položka v dotazníku	Reverzní položka
Konzumní chování	2	3	Pokud bych vyhrál spoustu peněz, spíše bych: Co nejvíce šetřil. x Utrácel a koupil si spoustu věcí.	Ano
		10	Líbí se mi věc, kterou bych moc chtěl (tričko, telefon...). Raději: Si půjčím od rodičů nebo kamaráda a koupím si věc hned. x Si věc	Ne

			nekoupím, nebo si budu šetřit a koupím si ji později.	
Plýtvání	2	5	Nově věci většinou kupujeme: Protože se nám nové líbí a chceme být in. x Až když jsou rozbité nebo opotřebované.	Ne
		7	Pokud se nějaká věc pokazí, tak: Pokusím se ji opravit. x Koupím novou.	Ano
Jazykové vyjadřování	2	1	Častěji říkám: Mám hlad x Jsem hladový	Ne
		8	Více mě vystihuje tento vzkaz na ledničce: Jdu ven, přijdu ve 3. x Ahoj mami, šel jsem ven s kamarády, vrátím se odpoledne, kolem třetí.	Ne
Hodnotová orientace	2	4	Důležitější je: Bohatství x Přátelství	Ne
		9	Raději: Budu mít úspěšnou kariéru. x Budu mít spokojenou rodinu.	Ne
Nákup nového zboží	2	2	Oblečení by mělo být spíše: značkové x pohodlné	Ne
		6	Nová aktovka/školní batoh by měl být: Krásný – ostatní mi jej budou závidět. x Praktický – se spoustou kapes, co dlouho vydrží.	Ne

Druhá a třetí část dotazníku jsou si záměrně podobné. Druhá část dotazníku se zaměřuje na trávení volného času samotného respondenta, třetí část dotazníku se zaměřuje na volný čas rodičů respondenta. V druhé i třetí části dotazníku byla využita sedmibodová škála a stejně jako v první části nebyly přímo v dotazníku uvedeny body, které lze za jednotlivé položky získat, ale respondent odpovídal na škále A – G, kde A znamená sedm bodů a G znamená jeden bod. Hodnocena byla oblast konzumně i nekonzumně tráveného volného času, položky vystihující nekonzumní trávení volného času mají reverzní bodování.

Tabulka 4: Otázky druhé části dotazníku

Číslo položky	Položka v dotazníku	Reverzní
15, 20	Jak často se díváš na televizi?	Ne
16, 21	Jak často využíváš počítač?	Ne
17, 22	Jak často sportuješ?	Ano
18, 23	Jak často podnikáš výlety?	Ano
19, 24	Jak často „chodíš po obchodech“?	Ne

5 ZPŮSOB ZPRACOVÁNÍ A VYHODNOCENÍ DAT

Získaná data byla zpracována prostřednictvím programu *Microsoft Office Excel 2016* a ověření hypotéz probíhalo v programu *Statistica*. Byly ověřeny a splněny předpoklady pro použití testů. Jak bylo uvedeno výše, dotazník sestává ze tří oddělených bloků, nicméně zpracování dat neprobíhalo odděleně pro každý oddíl zvlášť, jelikož zkoumáme vztah mezi jednotlivými proměnnými, které pomocí jednotlivých částí dotazníku získáme.

5.1 Konzumní smýšlení

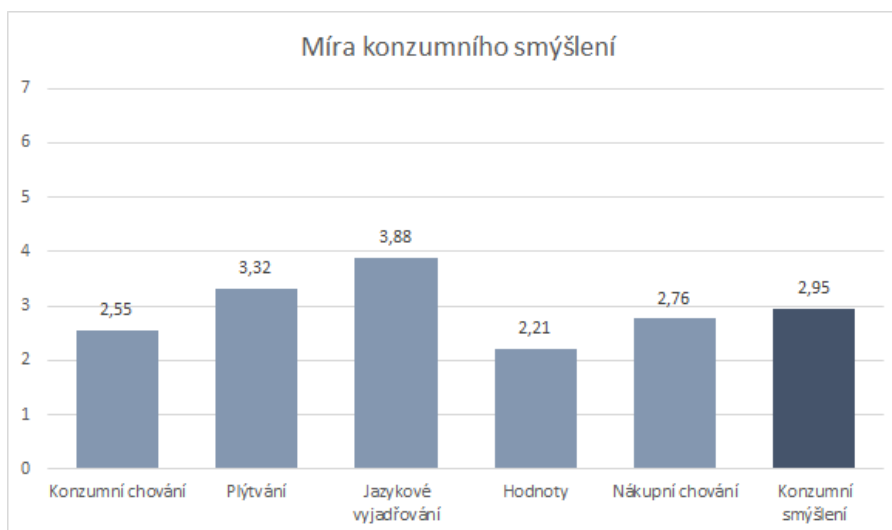
Pomocí prvního bloku dotazníku jsme zkoumali konzumní smýšlení respondenta v pěti oblastech (konzumní chování, plýtvání, jazykové vyjadřování, hodnoty, nákupní chování). V každé oblasti mohl respondent dosáhnout minimálně dvou bodů, maximálně 14 bodů. Minimální možný počet dosažených bodů v celém prvním bloku byl 10, maximální počet dosažených bodů 70. Počet získaných bodů vydělen počtem položek odpovídá míře konzumního smýšlení dítěte (minimum 1, maximum 7). Čím vyšší dosažené skóre respondent získal, tím vyšší míra konzumního smýšlení.

Výzkumná otázka č. 1: Jaká je míra konzumního smýšlení dítěte?

Tabulka 5: Míra konzumního smýšlení dítěte podle jednotlivých oblastí

Proměnná	Průměr	Minimum	Maximum	SD
Konzumní chování	2,551	1	7	1,359
Plýtvání	3,321	1	7	1,455
Jazykové vyjadřování	3,882	1	7	1,381
Hodnoty	2,215	1	7	1,180
Nákupní chování	2,764	1	7	1,360
Konzumní smýšlení	2,947	1	6,7	0,918

Tabulka č. 5 ukazuje, že respondenti dosáhli v oblasti konzumního chování průměrné míry $M=2,55$ ($SD=1,36$), v oblasti plýtvání je to průměrně $M=3,32$ ($SD=1,46$), při jazykovém vyjadřování potom $M=3,88$ ($SD=1,38$), dále v oblasti hodnot $M=2,26$ ($SD=1,36$) a při nákupním chování $M=2,76$ ($SD=1,36$). Celková míra konzumního smýšlení dětí je průměrně $M=2,95$ ($SD=0,92$).



Graf 1: Míra konzumního smýšlení dítěte podle jednotlivých oblastí

Největší míru konzumní orientace respondenti vykazují při jazykovém vyjadřování, nepatrně méně (o 0,56) bodu při plýtvání. O stejný rozdíl, tedy 0,56 bodů méně potom respondenti dosáhli v oblasti nákupního chování, které s rozdílem 0,22 bodů následuje konzumní chování. Nejnižší dosažení míra konzumní orientace respondenta je v oblasti hodnot, kdy rozdíl oproti míře dosažené v oblasti konzumního chování tvoří 0,34 bodu.

1.1. Jak se liší míra konzumního smýšlení dítěte v závislosti na pohlaví?

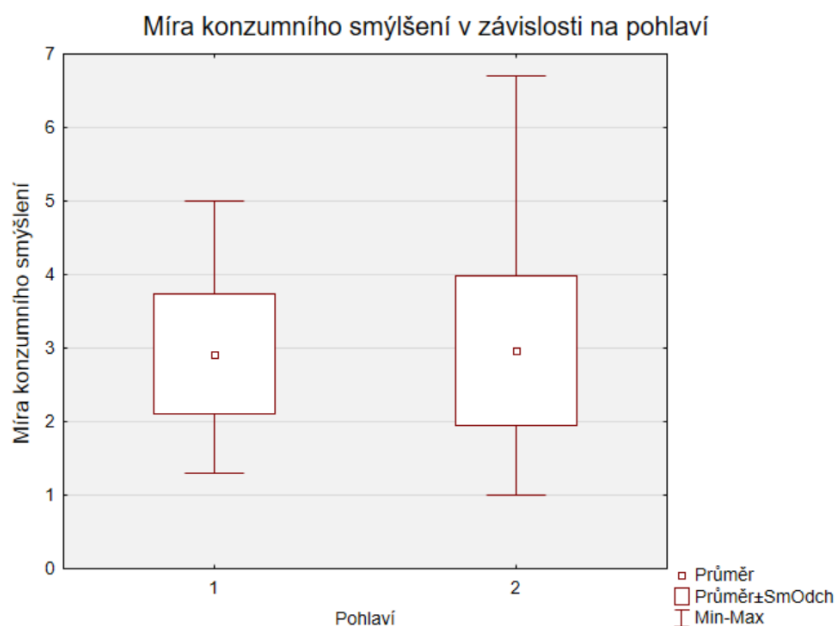
H₁₀: Neexistují významné rozdíly mezi mírou konzumního smýšlení chlapců a dívek.

H_{1A}: Existují významné rozdíly mezi mírou konzumního smýšlení chlapců a dívek.

Tabulka 6: Míra konzumního smýšlení v závislosti na pohlaví

Proměnná	t-testy; grupovano: pohlaví									
	Skup. 1: dívky		Skup. 2: chlapci		t	sv	p	Počet 1	Počet 2	SD 1
Průměr 1	Průměr 2									
Konzumní smýšlení	2,922028	2,970044	-0,415296	252	0,678279	129	125	0,820914	1,014404	

Dívky dosáhly průměrného skóre u konzumního smýšlení $M=2,92$ ($SD=0,82$) a chlapci dosáhli průměrného skóre konzumního smýšlení o 0,05 bodu nižšího, průměrně $M=2,97$ ($SD=1,01$). Z analýzy vyplývá, že neexistují rozdíly v míře konzumního smýšlení v závislosti na pohlaví ($p=0,678$). Nemůžeme tedy zamítnout nulovou hypotézu.



Graf 2: Míra konzumního smýšlení dětí v závislosti na pohlaví

Krabicový graf č. 2 ukazuje míru konzumního smýšlení dětí v závislosti na pohlaví. Z grafu lze vyčíst, že zatímco průměrná hodnota konzumního smýšlení je u obou pohlaví téměř stejná (chlapci o 0,05 bodu vyšší), chlapci dosáhli vyššího maxima (6,7) i nižšího minima (1) než dívky (maximum 5, minimum 1,3). Dívky tvoří v rámci konzumního smýšlení konzistentnější skupinu než chlapci.

1.2. Jak se liší míra konzumního smýšlení dítěte v závislosti na jeho věku?

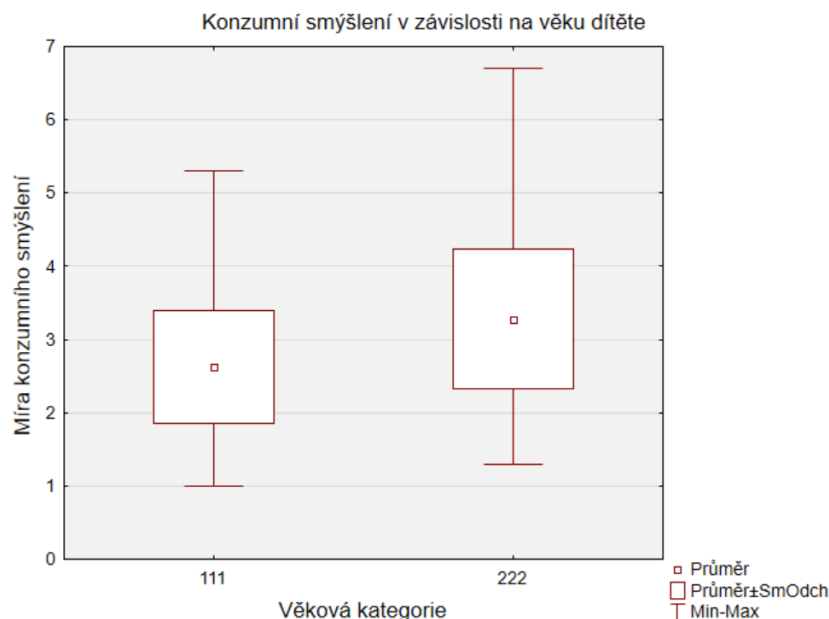
H₂₀: Neexistují významné rozdíly mezi mírou konzumního smýšlení v závislosti na věku dítěte.

H_{2A}: Existují významné rozdíly mezi mírou konzumního smýšlení v závislosti na věku dítěte.

Tabulka 7: Rozdíly v míře konzumního smýšlení v závislosti na věku dětí

t-testy; grupováno: věková kategorie									
Skup. 1: děti ve věku 9 - 12 let									
Skup. 2: děti ve věku 13 - 16 let									
Proměnná	Průměr 111	Průměr 222	t	sv	p	Počet 111	Počet 222	SD 111	SD 222
Konzumní smýšlení	2,625904	3,275644	-6,00644	252	0,000000	129	125	0,762859	0,953400

Děti ve věku 9 – 12 let dosáhly průměrně $M=2,63$ ($SD=0,76$) bodů konzumního smýšlení a děti ve věku 13 – 16 let dosáhly o 0,65 bodu vyššího průměru $M=3,28$ ($SD=0,95$) bodů. Z analýzy vyplývá, že existují rozdíly v míře konzumního smýšlení v závislosti na věku respondentů ($p < 0,05$), děti mladšího věku dosahují nižší míry konzumního smýšlení, než děti staršího věku. Můžeme tedy zamítnout nulovou hypotézu.



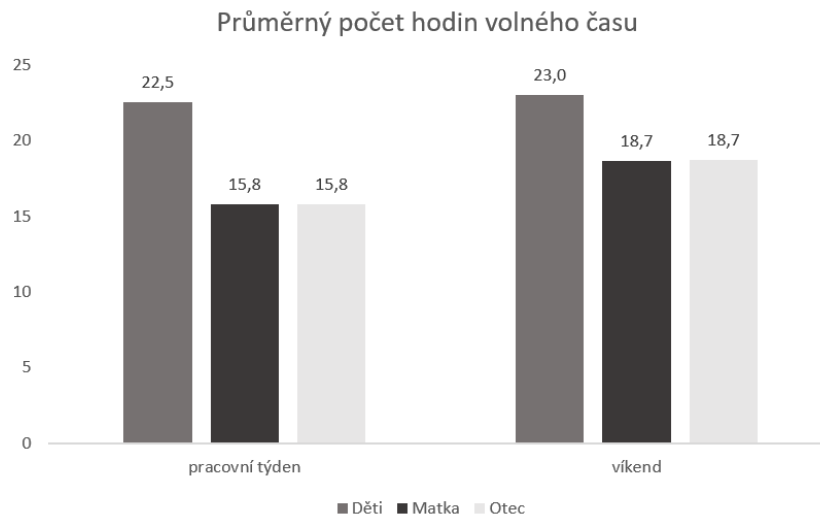
Graf 3: Míra konzumního smýšlení dětí v závislosti na jejich věku

Krabicový graf č. 3 předkládá závislost konzumního smýšlení dětí na jejich věku. Graf ukazuje, že děti mladšího věku dosahují nižší průměrné míry konzumního smýšlení než děti starší, zároveň také děti mladšího věku dosáhly nižšího minima (1) a nižšího maxima (5,3) než děti starší (minimum 1,3; maximum 6,7).

5.2 Trávení volného času

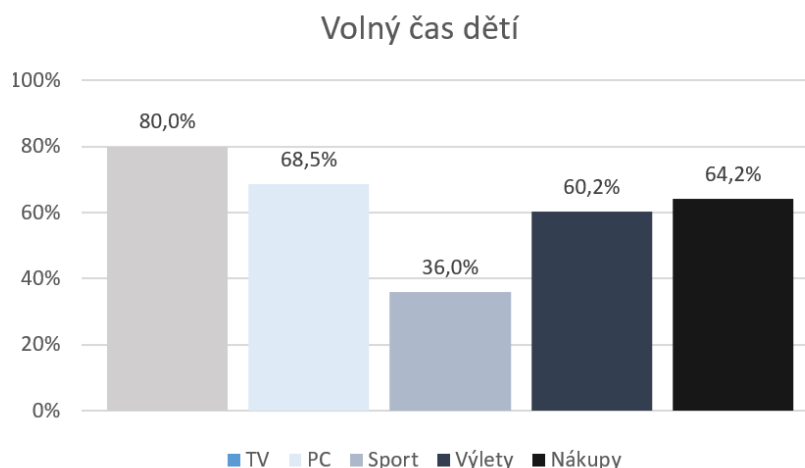
Druhá a třetí část dotazníku se zaměřuje na oblast trávení volného času respondenta a jeho rodičů. Při sestavování dotazníku jsme se opírali o poznatky z teoretické části naší práce a sice o to, že rodina je pro většinu dětí prvotním prostředím volnočasového života a výchovy, přestože historicky se sociální status rodiny mění (Hofbauer, 2004). Děti se své spotřební chování neučí pouze od rodičů, ale vliv má také širší rodina, tedy prarodiče, tety, strýcové, sestřenice a bratřenci (Marshall, 2010). Pro účely naší diplomové práce tedy pod pojmy „matka“ a „otec“ vnímáme ty, které jsou s dítětem v bezprostředním kontaktu a plní funkci rodičů a pečujících osob v rámci rodiny dítěte. Pod pojem „otec“ jsme tak zahrnuli i ty

případy, kdy dítě svého otce nezná a žije například s matkou a jejím přítelem, jelikož pro účely naší diplomové práce nezáleží toliko na správnosti formálního označení osoby, jako přímém vlivu, který daná osoba na dítě v rámci své role má.



Graf 4: Průměrný počet hodin volného času dětí, matky a otce během týdne

Graf č. 4 ukazuje průměrný počet hodin volného času dětí a jejich rodičů během pracovního týdne a o víkendu. Děti mají během celého týdne k dispozici průměrně 45,5 hodin volného času, z toho 22,5 hodin během pracovního týdne (v průměru 4 a půl hodiny denně) a 23 hodin o víkendu (11,5 hodin denně). Matka má týdně průměrně 34,5 hodin volného času, z toho 15,8 hodin během pracovního týdne (průměrně 3,16 hodin denně) a 18,7 hodin o víkendu (9,35 hodin denně). Otec má po zaokrouhlení v průměru stejně volného času, jako matka (během týdne o 0,018 hodin méně, o víkendu o 0,098 hodin méně). Z výsledků vyplývá, že děti mají týdně o 11 hodin volného času více, než jejich rodiče (o 6,7 hodin více volného času během pracovního týdne, o 4,3 hodin více o víkendu).



Graf 5: Oblasti trávení volného času dětí

Graf č. 5 ukazuje jak děti tráví svůj volný čas. Nejčastěji svůj volný čas vyplňují sledováním televize (80 %) či využívám počítače (68,5 %), často také „chodí po nákupu“, aniž by něco koupily (64,2 %) nebo na výlety do přírody či na památky (60,2 %). Sportu se děti věnují nejméně a to z 36 %.

Dále jsme zjišťovali, jakým druhům sportů se děti a jejich rodiče ve volném čase věnují v případě, že sportují (6,47 % rodičů sportuje více než 5x týdně, 17,95 % rodičů sportuje 2-4x týdně, 17,95 % rodičů sportuje alespoň jednou týdně, 9,19% rodičů sportuje 1x za 14 dní, 7,73 % rodičů sportuje 1x za měsíc, 5,64 % rodičů sportuje 1x za půl roku a 35,07 % rodičů vůbec nesportuje).

Tabulka 8: Nejčastější sportovní aktivity dětí, matky a otce

Děti	Ostatní míčové hry (20,1%)	Cvičení (18,6%)	Ostatní sporty (17,5%)	Více aktivit týdně (15,5 %)	Běh, aktivní procházky (14,9 %)
Matka	Cvičení (44,3%)	Běh, aktivní procházky (32,9 %)	Ostatní sporty (10 %)	Více aktivit týdně (5%)	Další míčové hry (3,6 %)
Otec	Běh, aktivní procházky (28,5 %)	Ostatní sporty (13,8 %)	Jízda na kole (11,5%)	Cvičení (11,5 %)	Fotbal (9,2 %)

Děti se nejčastěji věnují míčovým hrám jako je volejbal, házená, ping pong a další (20,1%), druhou nejčastější sportovní aktivitou dětí ve volném čase je cvičení, různé druhy fitness, jógy či tance (18,6 %), dále se děti věnují sportům jako jízdě na koni, plavání nebo bruslení

(17,5 %), v 15,5 % případů se potom děti věnují během týdne více typům sportovních aktivit a v 14,9 % případů si chodí zaběhat, ať už sami nebo se psem, případně na aktivní procházky do přírody.

Sportovními aktivitami matky jsou nejčastěji cvičení jako jóga, cvičení podle televize či fitness (44,3 %), dále běh či aktivní procházky (32,9%). V mnohem menší míře se potom matky věnují dalším sportům jako je plavání, bruslení (10%), vícero aktivitám týdně (10 %), nebo míčovým hrám jako je například volejbal (5 %).

U otců mezi sportovními aktivitami převažuje běhání (28,5 %), dále další, často neobvyklé sporty jako např. judo, kick-box, plavání (13,8 %), jízda na kole společně se cvičením a posilováním (obojí 11,5 %), v 9,2% případů potom otcové ve volném čase hrají fotbal.

Každá část dotazníku věnující se míře konzumně tráveného volného času obsahuje pět položek, kdy minimum bodů, které lze získat činí 5 a maximum bodů, které lze získat je 35. Počet získaných bodů vydělen počtem položek odpovídá míře konzumního smýšlení dítěte (minimum 1, maximum 7). Čím vyšší dosažené skóre respondent či jeho rodiče získali, tím vyšší míra konzumně tráveného volného času.

Výzkumná otázka č. 2: Jaká je míra konzumně tráveného volného času dětí?

Tabulka 9: Míra konzumně tráveného času dětí

Proměnná	Průměr	Minimum	Maximum	SD
Míra konzumně tráveného volného času dětí	4,457	3	6,4	0,662
Míra konzumně tráveného volného času dívek	4,503	3	5,83	0,605
Míra konzumně tráveného volného času chlapců	4,409	3,17	6,4	0,713

Z tabulky vyplývá, že míra konzumně tráveného času dětí je průměrně $M=4,46$ ($SD=0,66$). Minimální míra, které se dalo dosáhnout je 1, přičemž minimální míra konzumně tráveného volného času, které respondenti dosáhli, je 3. Maximální dosažitelná míra konzumně

tráveného volného času je 7, respondenti dosáhli maximální míry 6,4. žádný z respondentů tedy nedosáhl minimální ani maximální dosažitelné míry konzumně tráveného volného času.

2.1 Jak se liší míra konzumně tráveného volného času dětí v závislosti na pohlaví?

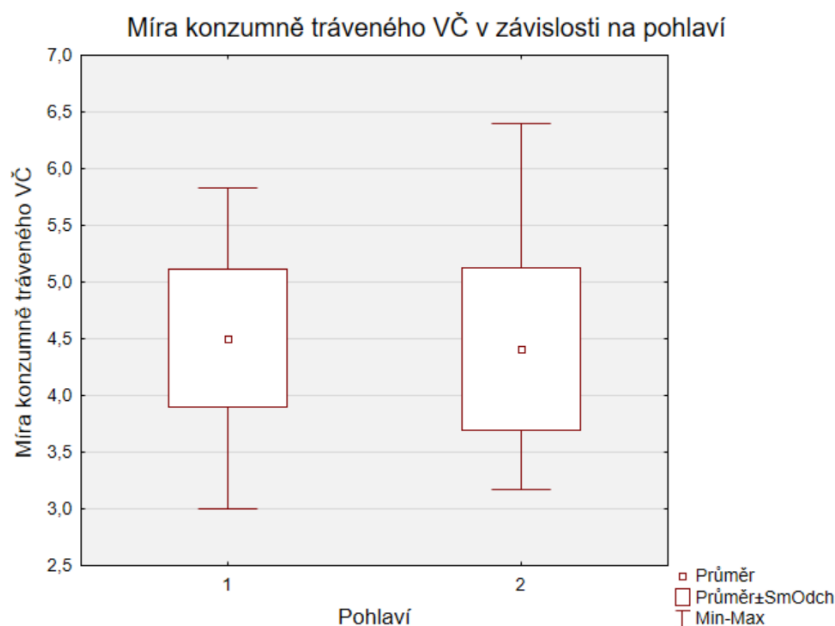
H₃₀: Neexistují významné rozdíly mezi mírou konzumně tráveného volného času u chlapců a dívek.

H_{3A}: Existují významné rozdíly mezi mírou konzumně tráveného volného času u chlapců a dívek.

Tabulka 10: Míra konzumně tráveného času dětí v závislosti na pohlaví

Proměnná	t-testy; grupováno: pohlaví								
	Průměr 1	Průměr 2	t	sv	p	Počet 1	Počet 2	SD 1	SD 2
Míra konz. tráv. VČ	4,503101	4,409067	1,130038	252	0,259535	129	125	0,607611	0,715727

Dívky dosáhly průměrného skóre míry konzumně tráveného času $M=4,5$ ($SD=0,61$) a chlapci dosáhli průměrného skóre konzumně tráveného času $M=4,41$ ($SD=0,71$). Z analýzy vyplývá, že neexistují rozdíly mezi mírou konzumně tráveného volného času u chlapců a dívek ($p=0,26$). Nemůžeme tedy zamítnout nulovou hypotézu.



Graf 6: Míra konzumně tráveného volného času dětí v závislosti na pohlaví

Krabicový graf č. 6 analyzuje míru konzumně tráveného volného času chlapců a dívek. Graf ukazuje, že přestože dívky dosáhly lehce vyšší průměrné míry konzumně tráveného volného času, dosáhly nižšího minima (3) i maxima (5,8) než chlapci (minimum 3,3; maximum 6,4).

2.2 Jak se liší míra konzumně tráveného volného času dětí v závislosti na jejich věku?

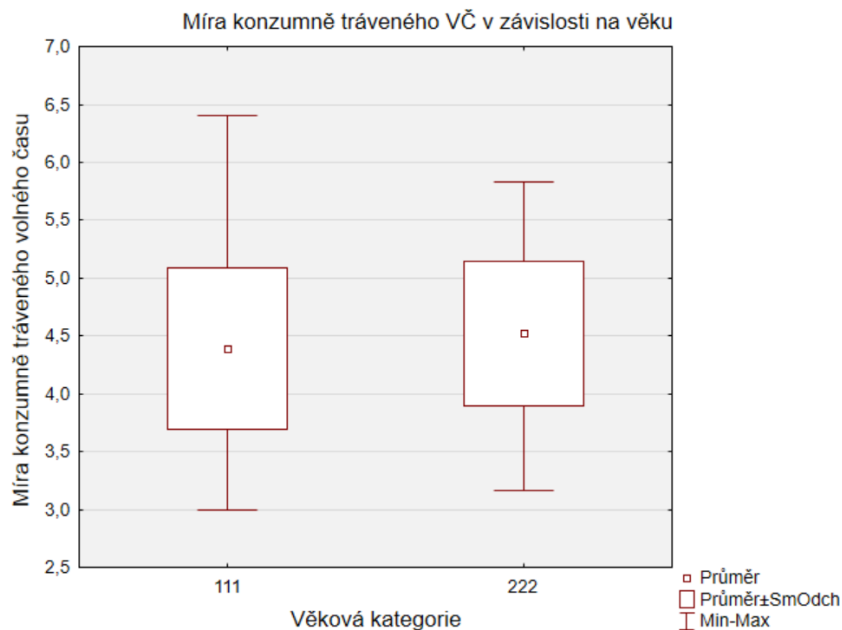
H₄₀: Neexistují významné rozdíly mezi mírou konzumně tráveného volného času v závislosti na věku.

H_{4A}: Existují významné rozdíly mezi mírou konzumně tráveného volného času v závislosti na věku.

Tabulka 11: Míra konzumně tráveného volného času dětí v závislosti na jejich věku

Proměnná	t-testy; grupováno: věková kategorie								
	Skup. 1: děti ve věku 9 - 12 let			Skup. 2: děti ve věku 13 - 16 let					
	Průměr 111	Průměr 222	t	sv	p	Počet 111	Počet 222	SD 111	SD 222
Míra konz. tráv. VČ	4,391214	4,524533	-1,60625	252	0,109471	129	125	0,695528	0,624043

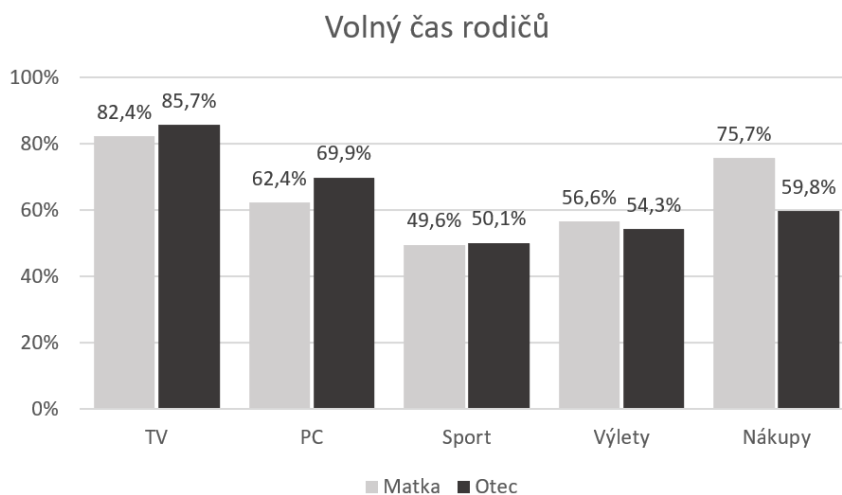
Mladší děti, tedy děti ve věku 9 – 12 let dosáhly průměrného skóre míry konzumně tráveného času $M=4,39$ ($SD=0,7$) a chlapci dosáhli průměrného skóre konzumně tráveného času $M=4,52$ ($SD=0,62$). Z analýzy vyplývá, že neexistují rozdíly mezi mírou konzumně tráveného volného času u mladších a starších dětí ($p=0,109$). Nemůžeme tedy zamítnout nulovou hypotézu.



Graf 7: Míra konzumně tráveného volného času dětí v závislosti na jejich věku

Krabicový graf č. 7 prezentuje míru konzumně tráveného času v závislosti na věkové kategorii dětí. Děti mladší věkové kategorie (9-12 let) dosáhly lehce nižší průměrné míry konzumně tráveného volného času (o 0,13 bodu), zároveň však nižšího minima (3) i vyššího maxima (6,4) než děti starší věkové kategorie (13-16 let), kde minimum tvořilo 3,2 bodu a maximum 5,8 bodu.

Výzkumná otázka č. 3: Jaká je míra konzumně tráveného volného času rodičů dětí?



Graf 8: Využití volného času rodičů

Graf č. 8 ukazuje, jak tráví rodiče děti svůj volný čas. Z grafu lze vyčíst, že rodiče nejčastěji tráví čas sledováním televize (matka 82,4 %, otec 85,7 %), přičemž otec sleduje televizi o 3,3 % častěji než matka. O poznání méně času tráví rodiče používáním počítače, kdy počítač opět využívá častěji otec (69,9%), a to o 7,5 % častěji, než matka (62,4 %). Nejméně často rodiče dětí ve svém volném čase sportují, rozdíl mezi matkou a otcem je ovšem minimální (matka 49,6 %, otec 50,1 %, rozdíl 0,5 %). Výletům, ať už do přírody či na památky, se věnuje častěji matka (56,6 %) o 2,3 % méně potom otec (54,3 %). Největší rozdíl mezi rodiči pozorujeme v oblasti nakupování, přičemž jsme neposuzovali pouze reálný nákup věcí, ale také „chození po obchodech“ a „zjišťování, kde co mají“. Této činnosti se více často věnuje matka (75,7 %) a to o 15,9 % více, než otec (59,8 %). Míra konzumně tráveného času rodičů je průměrně $M=4,77$ ($SD=0,72$).

3.1 Jaká je míra konzumně tráveného volného času matky?

Tabulka 12: Míra konzumně tráveného času matky

Proměnná	Průměr	Minimum	Maximum	SD
Míra konzumně tráveného VČ matky	4,800	2,6	6,8	0,857

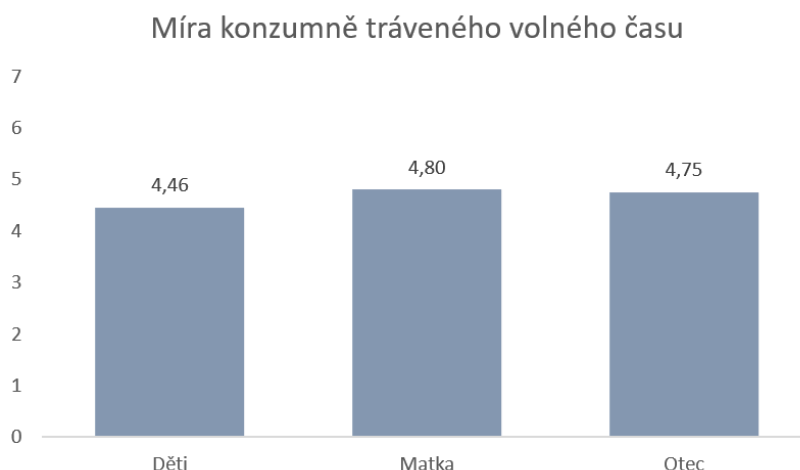
Z tabulky vyplývá, že míra konzumně tráveného času matky je průměrně $M=4,8$ ($SD=0,86$).

3.2 Jaká je míra konzumně tráveného volného času otce?

Tabulka 13: Míra konzumně tráveného času otce

Proměnná	Průměr	Minimum	Maximum	SD
Míra konzumně tráveného VČ otce	4,752	2	6,6	0,792

Z tabulky vyplývá, že míra konzumně tráveného času otce je průměrně $M=4,75$ ($SD=0,79$).



Graf 9: Míra konzumně tráveného času matky, otce a dítěte

Graf č. 9 ukazuje srovnání míry konzumně tráveného volného času dětí ($M=4,46$), jejich matky ($M=4,8$) a otce ($M=4,75$). Otec vykazuje o 0,05 vyšší míru konzumně tráveného času než matka, matka potom dosahuje o 0,34 vyšší míry konzumně tráveného času než děti.

5.3 Konzumní smýšlení ve vztahu k trávení volného času

Výzkumná otázka č. 4: Jaký je vztah mezi mírou konzumního smýšlení dítěte a mírou jeho konzumně tráveného volného času?

H_{50} : Neexistuje závislost mezi mírou konzumního smýšlení dítěte a mírou jeho konzumně tráveného volného času.

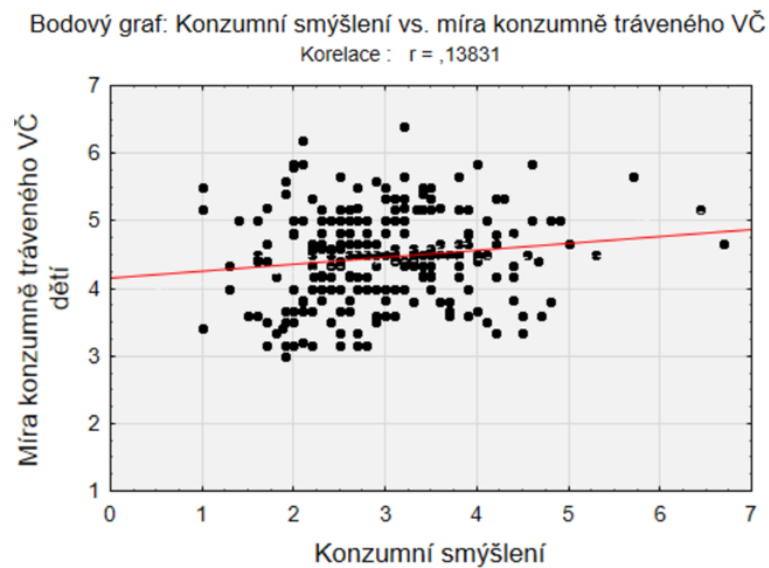
H_{5A} : Existuje závislost mezi mírou konzumního smýšlení dítěte a mírou jeho konzumně tráveného volného času.

Tabulka 14: Závislost mezi mírou konzumního smýšlení dítěte a mírou konzumně tráveného VČ

Proměnná	Korelace Označ. korelace jsou významné na hlad. $p < ,05000$			
	Průměry	SD	Konzumní smýšlení	Míra konz. VČ
Konzumní smýšlení	2,945658	0,919708	1,000000	0,138309
Míra kon. tráv. VČ dětí	4,456824	0,663381	0,138309	1,000000

Míra konzumního smýšlení dítěte je průměrně $M=2,95$ ($SD=0,92$) a průměrné skóre konzumně tráveného volného času dětí je $M=4,46$ ($SD=0,66$). Z analýzy vyplývá, že existuje závislost mezi mírou konzumního smýšlení dítěte a mírou jeho konzumně tráveného volného času ($r=0,138$, velmi slabá kladná korelace ; $p<0,05$). Čím vyšší míra konzumního smýšlení

dítěte, tím vyšší míra konzumně tráveného volného času. Můžeme tedy zamítnout nulovou hypotézu.



Graf 10: Závislost mezi mírou konzumního smýšlení dítěte a mírou konzumně tráveného VČ

Bodový graf č. 10 představuje závislost mezi mírou konzumního smýšlení dítěte a mírou jeho konzumně tráveného volného času. Černé body představují jednotlivé případy. Kolem červené přímky jsou rozmístěny široce, což poukazuje na velmi slabou korelaci ($r=0,138$). Jelikož růstem první proměnné roste i druhá proměnná (čím vyšší konzumní smýšlení, tím vyšší míra konzumně tráveného volného času), jedná se o kladnou korelaci.

Výzkumná otázka č. 5: Jaký je vztah mezi mírou konzumně tráveného času v rodině a mírou výskytu konzumně tráveného volného času dětí?

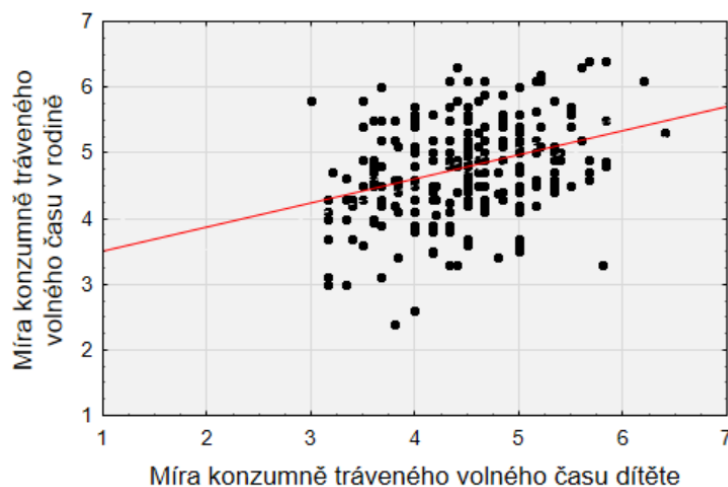
H₀: Neexistuje závislost mezi mírou výskytu konzumního chování v rodině a mírou výskytu konzumně tráveného volného času dětí.

H_{6A}: Existuje závislost mezi mírou výskytu konzumního chování v rodině a mírou výskytu konzumně tráveného volného času dětí.

Tabulka 15: Závislost mezi mírou konzumně tráveného času v rodině a mírou konzumně tráveného VČ dítěte

Proměnná	Korelace Označ. korelace jsou významné na hlad. $p < ,05000$			
	Průměry	SD	kon. VČ děti	kon. VČ
Míra konz. tráv. VČ dítěte	4,456824	0,663381	1,000000	0,337202
Míra konz. tráv. VČ rodina	4,772572	0,725087	0,337202	1,000000

Míra konzumně tráveného volného času dětí je průměrně $M=4,46$ ($SD=0,66$) a průměrné skóre konzumně tráveného volného času rodičů je $M=4,773$ ($SD=0,724$). Z analýzy vyplývá, že existuje závislost mezi mírou konzumně tráveného volného času rodičů a mírou výskytu konzumně tráveného volného času dětí ($r=0,337$, slabá kladná korelace ; $p<0,05$). Čím vyšší míra konzumně tráveného času rodičů dítěte, tím větší míra konzumně tráveného času jejich dětí. Můžeme tedy zamítnout nulovou hypotézu.

Bodový graf: Míra konz. VČ v rodině vs. Míra konz. VČ dítěte
Korelace : $r = ,33720$ 

Graf 11: Závislost mezi mírou konzumně tráveného času v rodině a mírou konzumně tráveného VČ dítěte

Bodový graf č. 11 znázorňuje závislost mezi mírou konzumně tráveného volného času v rodině a mírou konzumně tráveného volného času dítěte. Jednotlivé černé body označují jednotlivé případy a jak můžeme vidět, jsou rozmístěny široce kolem červené přímky, což značí slabou korelaci. Vzhledem k tomu, že s růstem míry první proměnné roste i míra druhé proměnné (čím vyšší míra konzumně tráveného volného času dítěte, tím vyšší míra konzumně tráveného volného času rodičů), jedná se kladnou korelaci.

6 SHRNUÍ VÝSLEDKŮ A DISKUSE

V empirické části naší práce jsme se zabývali mírou konzumního smýšlení dětí, mírou konzumního trávení volného času dětí a způsobem trávení volného času jejich rodičů. Cílem výzkumu bylo popsat vztah mezi konzumním chováním ve společnosti (rodině) a způsobem trávení volného času dětí. V neposlední řadě jsme zjišťovali, jaká je míra konzumně tráveného volného času v rodině dítěte a pokusili se popsat způsob, jakým rodiče dítěte tráví svůj volný čas.

Abychom mohli analyzovat výše zmíněné, zvolili jsme kvantitativní výzkumné pojetí výzkumu. Výzkumem jsme ověřovali předpoklad, že chová-li se okolí dítěte konzumním způsobem, bude mít dítě sklony ke konzumnímu smýšlení a následně i ke konzumnímu trávení volného času. Výzkumným nástrojem naší diplomové práce bylo zvoleno dotazníkové šetření, kterého se zúčastnilo 254 dětí, z toho 129 dívek a 125 chlapců. Cílovou skupinou našeho výzkumu byli žáci základních škol, konkrétně žáci 4., 5., 8. a 9. ročníku. Tyto ročníky byly zvoleny z důvodu možnosti porovnání výsledků mladších a starších dětí. Samotný dotazník potom sestával z 24 škálových i otevřených otázek, které byly rozděleny do tří bloků (konzumní smýšlení dítěte, trávení volného času dítěte, trávení volného času rodičů).

Na základě teoretických východisek jsme stanovili pět oblastí konzumního smýšlení a dále jsme zjišťovali, do jaké míry děti tyto oblasti využívají a jaká je jejich celková míra konzumního smýšlení (tabulka 5). Jednu ze zkoumaných oblastí tvořilo jazykové vyjadřování, ve které děti dosáhly průměrné míry 3,88, což je nejvyšší dosažená míra ve srovnání s ostatními zkoumanými oblastmi. Dle výsledků tedy děti využívají spíše krátká slovní spojení či věty, často si vystačí s pár základními slovy a ve shodě s konzumním smýšlením děti často používají sloveso „mám“ namísto slovesa „jsem“. Toto chudnutí jazyka může mít ovšem dopad na schopnost vyjádřit své myšlenky, zájmy i citové prožívání, jak poukázal Klíma (2001).

Další zkoumanou oblastí bylo plýtvání, ve které děti dosáhly průměrně míry 3,32. Jedná se tedy o druhou nejvyšší míru ve srovnání s ostatními zkoumanými oblastmi. Plýtvání je jedním ze znaků konzumerismu (srov Fromm, 2001; Eriksen, 2015) a poukazuje na to, zda děti upřednostní koupení nové věci před opravou starší, případně starší věci vyhodí ještě předtím, než jsou opotřebované. Třetí zkoumanou oblastí je nákupní chování, kde děti dosáhly průměrné míry 2,76. Oblast zkoumá, zda děti při koupi nové věci upřednostní spíše

praktičnost či značkovost. Z výsledků můžeme vyčíst, že mezi dětmi převažuje tendence volit praktičnost před značkovým produktem.

V oblasti konzumního chování dosáhly děti průměrně míry 2,55. Oblast se zaměřovala na schopnost dětí odsunout uspokojení svých potřeb na pozdější dobu, na utrácení a podřizování se vlastním rozmarům jako jedny ze znaků konzumerismu. Výsledky ukazují, že děti jsou ochotny odsunout uspokojení svých potřeb na pozdější dobu a nepodřít se tak okamžitě vlastním touhám.

Poslední zkoumanou oblastí byla hodnotová orientace dětí, kde děti dosáhly průměrné míry 2,22. Jedná se o nejnižší dosaženou míru v rámci zkoumaných oblastí. Oblast se zaměřovala na to, do jaké míry děti vyznávají konzumní hodnoty jako bohatství či kariérismus. Výsledky tedy ukazují, že hodnotová orientace dětí je spíše nekonzumní, děti upřednostní přátelství a rodinu. Celková míra konzumního smýšlení dětí je průměrně 2,95.

Dále jsme zkoumali, zda se liší míra konzumního smýšlení dětí v závislosti na jejich věku a pohlaví. Dle předešlých výzkumů můžeme pozorovat rozdíly ve spotřebním chování dětí v závislosti na jejich věku a materialismus pak stoupá především v období dospívání (John in Haugtvedt, Herr, Kardes, 2008). Výsledky našeho výzkumu toto potvrzují (tabulka 7) a můžeme tak doplnit, že existují rozdíly v míře konzumního smýšlení v závislosti na věku dětí. Děti mladšího věku (9 – 12 let) dosahují o 0,65 nižší míry konzumního smýšlení, než děti staršího věku (13 – 16 let). Naopak z analýzy vyplývá, že neexistují rozdíly v míře konzumního smýšlení v závislosti na pohlaví, dívky vykazují o 0,05 nižší míru konzumního smýšlení než chlapci (tabulka 6).

Další část dotazníkového šetření byla věnována volnému času dětí a jejich rodičů. Bylo zjištěno (graf 4), že děti mají během týdne k dispozici průměrně 45,5 hodin volného času, což je průměrně 4 a půl hodiny denně během pracovního týdne a 11 a půl hodiny denně o víkendu. Matka i otec mají průměrně stejně hodin volného času (otec o 0,116 hodin týdně méně). Rodiče mají během týdne 34,5 hodin volného času, což znamená v průměru 3,16 hodin denně během pracovního týdne a 9,35 hodin denně o víkendu.

Graf 5 ukazuje, že děti ve svém volném čase nejvíce sledují televizi či používají počítač, což koresponduje také se zjištěními Čecha (2002), který doplňuje, že sledování televize nemusí být u dětí nejnmutněji nejoblíbenější volnočasovou aktivitou, nicméně je nejdostupnější a tak se jí děti věnují na úkor ostatních volnočasových aktivit. Je však nutné si uvědomit, že

prostřednictvím televize a často i počítače děti pouze pasivně přijímají předkládané informace a postrádají sociální kontakt (Keller, 2005).

Dle našeho výzkumu je další volnočasovou aktivitou dětí návštěva obchodních center, kam děti chodí, aniž by něco potřebovaly koupit, jdou se „jen podívat, co kde mají“. Nejméně často děti ve svém volném čase sportují. Zjišťovali jsme také, jakým sportům se děti a jejich rodiče ve svém volném čase věnují, pokud sportují (tabulka 8). Děti se nejčastěji věnují míčovým hrám jako je volejbal či házená (20,1 %), cvičení, fitness, józe či tanci (18,6 %), ostatním sportům jako jízdě na koni nebo plavání (17,5 %) případně se během týdne věnují více sportovním aktivitám (15,5 %).

U matek pozorujeme, že se věnují především dvěma hlavními skupinám sportů a to józe, různým druhům cvičení či fitness (44,3 %) a běhání a aktivním procházkám (32,9 %). Otcové nejčastěji běhají (28,5 %), věnují se neobvyklým sportům jako je jugo, kick-box a další (13,8 %) nebo jezdí na kole, cvičí a posilují (obojí 11,5 %). Bohužel 35,1 % rodičů ve svém volném čase vůbec nesportuje.

Zjišťovali jsme také míru konzumně tráveného času dětí a její závislost na pohlaví a věku dětí. Z analýzy vyplývá, že míra konzumně tráveného volného času dětí je 4,46 (tabulka 9). Budeme-li brát míru konzumně tráveného volného času na stupnici 1 – 7, kdy 1 znamená, že se děti svůj volný čas netráví vůbec konzumně, naopak 7 znamená, že jej vyplňují jen konzumními aktivitami a 4 je průměr, můžeme říct že, děti dosáhly lehkého nadprůměru a svůj volný čas tak tráví spíše konzumně. Dívky dosáhly o 0,094 vyšší míry konzumně tráveného volného času než chlapci, nicméně na základě zjištěného se nejedná o statisticky významný rozdíl v míře konzumně tráveného volného času v závislosti na pohlaví (tabulka 10). Tato zjištění korespondují s výzkumem Stříteského (2017), který tvrdí, že mezi volnočasovými aktivitami mužů a žen existují jisté rozdíly, nicméně v poslední době dochází spíše ke snížení těchto diferencí. Mladší děti (9 – 12 let) dosáhly o 0,13 nižší míry konzumně tráveného volného času, z analýzy však vyplývá, že neexistují statisticky významné rozdíly mezi mírou konzumně tráveného volného času v závislosti na věku dětí (tabulka 11).

Dále jsme zkoumali volný čas rodičů. Rodiče svůj volný čas nejčastěji tráví u televize či počítače, méně potom chodí na výlety či sportují. Rozdíl mezi matkou a otcem potom pozorujeme především v oblasti nakupování, kdy „chozením po obchodech“ bez nutnosti něco koupit tráví svůj čas častěji matka. Míra konzumně tráveného času rodičů je průměrně 4,77. Míra konzumně tráveného volného času matky je potom o 0,05 nižší, než míra

konzumně tráveného volného času otce. Ve shodě s výše zmíněným můžeme říct, že rodiče tráví svůj volný čas spíše konzumně.

Hlavním cílem výzkumu bylo analyzovat vztah mezi konzumním chováním ve společnosti (rodině) a způsobem trávení volného času dětí. Zaměřili jsme se na zjištění závislosti mezi mírou konzumního smýšlení dítěte a mírou jeho konzumně tráveného volného času a také na zjištění závislosti mezi mírou konzumně tráveného času v rodině a mírou konzumně tráveného volného času dětí. Výsledky výzkumu dokládají, že existuje závislost mezi mírou konzumního smýšlení dítěte a mírou jeho konzumně tráveného volného času (tabulka 14). Čím vyšší je míra konzumního smýšlení dítěte, tím vyšší je míra konzumně tráveného volného času. Zároveň analýza ukazuje, že existuje také závislost mezi mírou konzumně tráveného volného času rodičů a mírou konzumně tráveného volného času dítěte (tabulka 15). Čím vyšší je míra konzumního trávení volného času rodičů, tím vyšší je míra konzumně tráveného volného času dětí. V rámci našeho výzkumu jsme se tedy pokusili ověřit vstupní předpoklad, že chová-li se okolí dítěte konzumním způsobem, bude mít dítě sklony ke konzumnímu smýšlení a následně i ke konzumnímu trávení volného času.

Na námi provedený výzkum by se dalo navázat rozpracováním druhé a třetí části dotazníku, která se věnuje míře konzumně tráveného volného času. Zároveň by výzkum mohl být rozšířen o srovnání s konzumním smýšlením a konzumním trávením volného času vrstevníků respondenta, jelikož víme, že mezi vlivy, které se podílejí na formování zájmů dítěte, děti nejčastěji uvádějí vrstevníky a rodiče (Pávková, 2002).

Respondenty našeho výzkumu byly děti, žáci základních škol, které odpovídaly nejen na otázky ohledně svého volného času, ale ohledně volného času svých rodičů. Pro dokreslení výsledků by bylo vhodné zařadit do výzkumného souboru také rodiče dětí, kteří by svůj volný čas popsali více autenticky, zároveň bychom mohli zkoumat také jejich konzumní smýšlení a dále zjišťovat, zda existuje závislost v míře konzumního smýšlení dítěte a konzumního smýšlení jeho rodičů, případně zda existuje vztah mezi konzumním smýšlením rodičů a mírou konzumně tráveného času jejich dětí.

Sběr dat pro empirickou část práce probíhal před vypuknutím pandemie Covid-19 následované ekonomickou krizí. Prezentované výsledky tedy nejsou touto událostí ovlivněny, nicméně by dle našeho názoru bylo zajímavé provést výzkum právě za těchto změněných sociálních a ekonomických podmínek. Bylo by akademicky přínosné zjistit, jak se promění míra konzumního smýšlení dětí a míra konzumně tráveného volného času dětí i

jejich rodičů v době, kdy ekonomika státu není na svém vrcholu, ale jedná se o dobu hospodářské recese a nakolik jsou výše zmíněné proměnné na těchto podmínkách závislé.

Provedený výzkum najde mnohé uplatnění na poli sociální pedagogiky, především v oblasti smysluplně tráveného volného času dětí. Pokud jsme si vědomi toho, které aktivity ve volném čase převažují (sledování televize) a které bychom rádi podpořili (sportování), můžeme s dětmi a jejich volným časem dále pracovat, například v rámci zájmových činností, nízkoprahových center pro děti a mládež či domů dětí a mládeže.

Když si uvědomíme, že když rodiče dětí tráví svůj čas konzumně, budou svůj čas konzumně trávit také jejich děti, můžeme se v rámci poradenství či práce s rodinou oslovit rodiče a pokusit se o snížení míry konzumně tráveného času rodičů, a tím pádem i dětí. Stejně tak pokud víme, že s rostoucí mírou konzumního smýšlení dítěte roste míra jeho konzumně tráveného volného času, a zároveň víme, které oblasti mohou konzumní smýšlení dítěte tvořit, můžeme s těmito oblastmi pracovat, pokusit se o snížení míry konzumního smýšlení a následně také konzumně tráveného volného času.

V praxi můžeme pracovat také se zjištěním, že míra konzumního smýšlení se liší v závislosti na věku dítěte, nikoliv pak u chlapců a dívek a upravit tak individuální přístup ke každému dítěti v závislosti na jeho věku. Nejen sociální pedagogové a pedagogové, ale i rodiče potom mohou pracovat s jednotlivými oblastmi konzumního smýšlení dětí, jako například jazykovým vyjadřováním, kdy se budou snažit podpořit bohatou slovní zásobu dětí, nebo s oblastí plýtvání, kdy ať už v rodině, či ve škole v rámci průřezového tématu environmentální výchovy, mohou pracovat s uvědoměním si svého jednání, jeho dopadů a možnosti své chování změnit.

ZÁVĚR

Tématem diplomové práce byl vztah mezi výchovou v konzumní společnosti a způsobem trávení volného času dětí. Téma bylo zvoleno z důvodu, že i přesto, že volnému času jako takovému se odborná veřejnost věnuje dostatečně, nebyl v této oblasti dosud proveden dostatek výzkumů.

Cílem teoretické části práce bylo popsat znaky konzumní společnosti a konzumerismu, nastínit vývoj spotřební společnosti a charakterizovat spotřební chování dětí v jednotlivých věkových etapách. Ve druhé a třetí kapitole jsme se věnovali volnému času, jeho specifikům v konzumní společnosti, výchově v rodině, škole a hromadným sdělovacím prostředkům, jakožto jednomu z faktorů, který se na utváření konzumního smýšlení dětí podílí.

Kvantitativně zaměřená empirická část, jejíž cílem bylo popsat chování dětí ve volném čase ve vztahu ke konzumnímu chování společnosti, byla založena na dotazníkovém šetření, kterého se zúčastnilo 254 respondentů. Výzkum byl zaměřen na konzumní smýšlení dětí, zjištění míry konzumně tráveného volného času dětí a jejich rodičů a na souvislost mezi jednotlivými proměnnými. Cílovou skupinou výzkumu byly děti 4., 5., 8. a 9. ročníků základních škol.

Výsledky výzkumu byly zpracovány pomocí statistických metod a ukazují, že děti vykazují vyšší míru konzumního smýšlení především v oblasti jazykového vyjadřování, tedy že děti využívají spíše krátká slovní spojení či věty a postrádají bohatší slovní zásobu. Dále z výsledků vyplývá, že existují rozdíly v míře konzumního smýšlení v závislosti na věku dětí. Děti mladšího věku (9 – 12 let) dosahují nižší míry konzumního smýšlení, než děti staršího věku (13 – 16 let), statisticky významný rozdíl se neprokázal v souvislosti s pohlavím. V oblasti konzumně tráveného volného času děti dosáhly lehkého nadprůměru, svůj čas tráví spíše konzumně. Míra konzumně tráveného času matky i otce se neliší, oba rodiče tráví svůj čas spíše konzumním způsobem. Výsledky práce předkládají, že děti i rodiče svůj volný čas tráví nejvíce sledováním televize či používáním počítače, naopak málo sportují. Analýza potvrdila, že čím vyšší je míra konzumního smýšlení dítěte, tím vyšší je míra jeho konzumně tráveného volného času. Zároveň analýza ukazuje, že čím vyšší je míra konzumního trávení volného času rodičů, tím vyšší je míra konzumně tráveného volného času dětí.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] ARUNDELL, Lauren a Kate PARKER; Jo SALMON a kol., 2019. *Informing Behaviour Change: What Sedentary Behaviours Do Families Perform at Home and How Can They Be Targeted?*. International Journal of Environment Research and Public Health [online]. 2019, č. 22 [cit. 2020-04-10]. DOI: 10.3390/ijerph16224565.
- [2] BADURA, Petr a Erik SIGMUND; Andrea GECKOVA a kol., 2016. *Is Participation in Organized Leisure-Time Activities Associated with School Performance in Adolescence?*. Plos One [online]. 2016, č. 4, [cit. 2020-09-04]. DOI: 10.1371/journal.pone.0153276
- [3] BÁRTA, Vladimír a Hilda BÁRTOVÁ, 2012. *Homo spotřebitel*. V Praze: Oeconomica. Odborná kniha s vědeckou redakcí. ISBN 9788024518220.
- [4] BOCAN, Miroslav a Tomáš MACHALÍK, 2012. *Příspěvek k hodnotám dnešních dětí*. Sociální studia [online]. 2012, č. 2 [cit. 2020-03-30]. ISSN 1214-813X. Dostupné z: https://journals.muni.cz/socialni_studia/article/view/5955
- [5] COLMAN, Andrew M, 2009. *A dictionary of psychology*. 3rd ed. Oxford: Oxford University Press. Oxford paperback reference. ISBN 9780199534067.
- [6] ČECH, Tomáš, 2002. *Efektivní využívání volného času jako součást životního stylu dětí v postmoderní společnosti*. Pedagogická orientace [online]. 2002, č. 2. [cit. 2019-11-07]. ISSN 1211-4669. Dostupné z: <https://journals.muni.cz/pedor/article/view/8296/7459>.
- [7] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Počet žáků v základních školách. *Graf – počet žáků v základních školách* [online]. ©2019 [cit. 2019-11-27]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/graf-pocet-zaku-v-zakladnich-skolach>
- [8] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Základní vzdělávání celkem. *Školy a školská zařízení – školní rok 2018/2019* [online]. ©2019 [cit. 2019-11-27]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/b-zakladni-vzdelavani-celkem>
- [9] ERIKSEN, Thomas Hylland, 2010. *Syndrom velkého vlka: hledání štěstí ve společnosti nadbytku*. Brno: Doplněk. Sociálně-ekologická edice. ISBN 9788072392445.
- [10] ERIKSEN, Thomas Hylland, 2015. *Odpady: odpad ve světě nechtěných vedlejších účinků*. Brno: Doplněk. Společensko-ekologická edice. ISBN 9788072393251.
- [11] FROMM, Erich, 2001. *Mít, nebo být?*. Praha: Aurora. ISBN 80-7299-036-5.

- [12] FULCHER, James a John SCOTT, 2011. *Sociology*. Oxford: Oxford University Press. ISBN 9780199563753.
- [13] GÁBA, Aleš a kol., 2018. *Národní zpráva o pohybové aktivitě českých dětí a mládeže*. Univerzita Palackého v Olomouci, Fakulta tělesné kultury. [cit. 2020-03-30] Dostupné z: <https://www.activehealthykids.org/wp-content/uploads/2018/11/czech-republic-report-card-long-form-2018.pdf>
- [14] GAVORA, Peter, 2000. *Úvod do pedagogického výzkumu*. Brno: Paido. ISBN 8085931796.
- [15] HARTL, Patrik, 2018. *Malý pražský erotikon*. Praha: Bourdon. ISBN 978-80-905173-9-4.
- [16] HARTL, Pavel a Helena HARTLOVÁ, 2010. *Velký psychologický slovník*. Praha: Portál. ISBN 9788073676865.
- [17] HEATH, Joseph. Kritika konzumerismu. In: ZAHRÁDKA, Pavel, 2014. *Spotřební kultura: historie, teorie a výzkum*. Praha: Academia, s. 317 – 336. ISBN 978-80-200-2372-8.
- [18] HOFBAUER, Břetislav, 2004. *Děti, mládež a volný čas*. Praha: Portál. ISBN 8071789275.
- [19] HUBINKOVÁ, Zuzana, 2008. *Psychologie a sociologie ekonomického chování*. Praha: Grada. Psyché. ISBN 9788024715933.
- [20] JANDOUREK, Jan, 2012. *Slovník sociologických pojmů: 610 hesel*. Praha: Grada. ISBN 9788024736792.
- [21] JOHN, R. Deborah. Stages os Consumer Socialization: The Developmnet of Consumer Knowledge (...). In: HAUGTVEDT, Curtis P., Paul HERR a Frank R. KARDES, 2008. *Handbook of consumer psychology*. New York: Psychology Press, Taylor & Francis Group, s. 221 – 246. ISBN 9780805856033.
- [22] KALENDA, Jan. Historie spotřební kultury. In: ZAHRÁDKA, Pavel, 2014. *Spotřební kultura: historie, teorie a výzkum*. Praha: Academia, s. 21 – 57. ISBN 978-80-200-2372-8.
- [23] KAPLÁNEK, Michal, 2017. *Volný čas a jeho význam ve výchově*. Praha: Portál, 2017. ISBN 9788026212508.
- [24] KELLER, Jan, 2005. *Až na dno blahobytu*. 3. vyd. Praha: Earth Save. ISBN 8090308570.
- [25] KLÍMA, Ivan, 2001. *Jak přežít blahobyt*. Brno: Doplněk. Sociálně-ekologická edice. ISBN 8072390724.

- [26] KOLAŘÍKOVÁ, Veronika a Jiří NĚMEC, 2017. *Volný čas ve výzkumném diskursu v konsekvencích témat sociální pedagogiky*. Sociální pedagogika, [online]. 2017, č. 1. [cit. 2019-11-15] ISSN 1805-8825 Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.7441/soced.2017.05.01.01>
- [27] KRAUS, Blahoslav, 2014. *Základy sociální pedagogiky*. Vyd. 2. Praha: Portál. ISBN 9788026206439.
- [28] KUBÁTOVÁ, Helena, 2010. *Sociologie životního způsobu*. Praha: Grada. ISBN 9788024724560.
- [29] KUČEROVÁ, Stanislava, 2005. *Kam se poděly hodnoty?* Pedagogická orientace [online]. 2005, č. 3. [cit. 2019-11-14]. ISSN 1211-4669. Dostupné z: <https://journals.muni.cz/pedor/article/view/1027/827>
- [30] MALACH, Josef, 2010. *Teorie metodiky výchovy*. Vyd. 2., upr. a dopl. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského. ISBN 9788086723938.
- [31] MARSHALL, David, 2010. *Understanding children as consumers*. Los Angeles: Sage, xvii. Advanced marketing series. ISBN 978-1-84787-926-4.
- [32] MAŘÍKOVÁ, Hana, 1996. *Velký sociologický slovník: A-O. Díl 1*. Praha: Karolinum. ISBN 8071843113.
- [33] MAŘÍKOVÁ, Hana, 1996. *Velký sociologický slovník: P-Z. Díl 2*. Praha: Karolinum. ISBN 8071843113.
- [34] MEJSTŘÍK, Vladimír, 2005. *Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost*. Praha: Academia. ISBN 8020010807.
- [35] MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY. *Rejstřík škol a školských zařízení. Výběr z Rejstříku škol a školských zařízení*. [online]. ©2019 [cit. 2019-12-10]. Dostupné z: <https://rejstriky.msmt.cz/rejskol/>
- [36] PASSIAS, Emily J. a Liana SAYER; Joanna R. PEPIN, 2017. *Who Experiences Leisure Deficits? Mothers' Marital Status and Leisure Time*. Journal of Marriage and Family [on-line]. 2017, č. 4. [cit. 2020-04-09] DOI: 10.1111/jomf.12365
- [37] PÁVKOVÁ, Jiřina, 2002. *Pedagogika volného času: [teorie, praxe a perspektivy výchovy mimo vyučování a zařízení volného času]*. 3., aktualiz. vyd. Praha: Portál. ISBN 8071787116.
- [38] PAVLÍNEK, Petr, 1997. *Vybrané teoretické interpretace současné transformace kapitalismu*. Sociologický časopis [online]. 1997, č. 1. [cit. 2020-03-26] Dostupné z:

http://sreview.soc.cas.cz/uploads/adea596a8422c0b9e32c164d597f9d64a605ebf0_275_041PAVLI.pdf

- [39] SCHIFFMAN, Leon G. a Leslie Lazar KANUK, 2004. *Nákupní chování*. Brno: Computer Press, xxii. Business books. ISBN 8025100944.
- [40] STATT, David A., 2003. *A student's dictionary of psychology*. Hove: Psychology Press. ISBN 1841693421.
- [41] STRÍTESKÝ, Václav, 2015. *Diference ve spotřebním chování mužů a žen: význam kritéria pohlaví v segmentaci spotřebních trhů*. Zlín: Radim Bačuvčík - VeRBuM. ISBN 9788087500651.
- [42] ŠRAHŮLKOVÁ, Kateřina, 2013. *Počítač a volný čas dětí*. Speciální pedagogika: časopis pro teorii a praxi speciální pedagogiky [online]. Praha: Pedagogická fakulta Univerzity Karlovy, 2013, č. 3. [cit. 2020-03-30]. ISSN 1211-2720. Dostupné z: <http://dspace.specpeda.cz/handle/0/126>
- [43] ŠTRBOVÁ, Monika a Denisa SELICKÁ, 2018. *Konzum jako hodnota v postmodernej spoločnosti*. e-pedagogium [online]. 2018, č. 1. [cit. 2019-11-14] doi: 10.5507/epd.2018.004. Dostupné z: <https://e-pedagogium.upol.cz/pdfs/epd/2018/01/04.pdf>
- [44] VÁGNEROVÁ, Marie, 2000. *Vývojová psychologie: dětství, dospělost, stáří*. Praha: Portál. ISBN 8071783080.
- [45] ZAHRÁDKA, Pavel. Úvod do historie, teorie a výzkumu spotřební kultury. In: ZAHRÁDKA, Pavel, 2014. *Spotřební kultura: historie, teorie a výzkum*. Praha: Academia. ISBN 978-80-200-2372-8.

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Míra konzumního smýšlení dítěte podle jednotlivých oblastí.....	52
Graf 2: Míra konzumního smýšlení dětí v závislosti na pohlaví	53
Graf 3: Míra konzumního smýšlení dětí v závislosti na jejich věku	54
Graf 4: Průměrný počet hodin volného času dětí, matky a otce během týdne	55
Graf 5: Oblasti trávení volného času dětí	56
Graf 6: Míra konzumně tráveného volného času dětí v závislosti na pohlaví.....	58
Graf 7: Míra konzumně tráveného volného času dětí v závislosti na jejich věku	60
Graf 8: Využití volného času rodičů.....	60
Graf 9: Míra konzumně tráveného času matky, otce a dítěte	62
Graf 10: Závislost mezi mírou konzumního smýšlení dítěte a mírou konzumně tráveného VČ.....	63
Graf 11: Závislost mezi mírou konzumně tráveného času v rodině a mírou konzumně tráveného VČ dítěte	64

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Počet respondentů dle pohlaví.....	48
Tabulka 2: Počet respondentů dle věku	48
Tabulka 3: Otázky dotazníku dle jednotlivých oblastí	49
Tabulka 4: Otázky druhé části dotazníku	50
Tabulka 5: Míra konzumního smýšlení dítěte podle jednotlivých oblastí.....	51
Tabulka 6: Míra konzumního smýšlení v závislosti na pohlaví	52
Tabulka 7: Rozdíly v míře konzumního smýšlení v závislosti na věku dětí	53
Tabulka 8: Nejčastější sportovní aktivity dětí, matky a otce	56
Tabulka 9: Míra konzumně tráveného času dětí	57
Tabulka 10: Míra konzumně tráveného času dětí v závislosti na pohlaví	58
Tabulka 11: Míra konzumně tráveného volného času dětí v závislosti na jejich věku	59
Tabulka 12: Míra konzumně tráveného času matky	61
Tabulka 13: Míra konzumně tráveného času otce	61
Tabulka 14: Závislost mezi mírou konzumního smýšlení dítěte a mírou konzumně tráveného VČ	62
Tabulka 15: Závislost mezi mírou konzumně tráveného času v rodině a mírou konzumně tráveného VČ dítěte	64

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Dotazník

5 Nové věci většinou kupujeme:	Protože se nám nové líbí a chceme být in.									Až když jsou rozbité nebo opotřebované.
6 Nová aktovka/školní batoh, by měl být:	Krásný – ostatní mi jej budou závidět.									Praktický – se spoustou kapes, co dlouho vydrží.
7 Pokud se nějaká věc pokazí, tak:	Pokusím se ji opravit.									Koupím novou.
8 Více mě vystihuje tento vzkaz na ledniče:	Jdu ven. Přijdu ve 3.									Ahoj mami, šel jsem ven s kamarády, vrátím se odpoledne, kolem třetí.
9 Raději:	Budu mít úspěšnou kariéru.									Budu mít spokojenou rodinu.
10 Líbí se mi věc, kterou bych moc chtěl (tričko, telefon...). Raději:	Si půjčím od rodičů nebo kamaráda a koupím si věc hned.									Si věc nekoupím, nebo si budu šetřit a koupím si ji později.

VOLNÝ ČAS je „volno od práce“. Je to čas, s nímž můžeme svobodně nakládat a máme volno sami pro sebe a pro druhé. Do volného času nezahrnujeme vyučování (nebo zaměstnání) a činnosti s ním spojené (např. vypracování domácích úkolů), sebeobsahu ani péči o zevnějšek (jídlo, spánek, zdravotní péči).

11 Kolik volného času máš během pracovního týdne (pondělí – pátek)? _____ hodin

12 Kolik volného času máš o víkendu (sobota, neděle)? _____ hodin

13 Kolik volného času mají rodiče během pracovního týdne? Matka _____ hodin

Otec _____ hodin

14 Kolik volného času mají rodiče o víkendu? Matka _____ hodin

Otec _____ hodin

V další části dotazníku si prosím přečti otázku uvedenou v tabulce (označena číslem 15 - 19) a označ příslušné písmeno podle následujícího klíče:

A	B	C	D	E	F	G
5x týdně a častěji	2 – 4x týdně	Jednou týdně	1x za 14 dní	1x za měsíc	Asi 1x za půl roku	Vůbec /nikdy
Velmi často	Často	Obvykle	Občas	Příležitostně	Zřídka	

15 Jak často se díváš na televizi?	A	B	C	D	E	F	G
16 Jak často využíváš počítač?	A	B	C	D	E	F	G
17 Jak často sportuješ?	A	B	C	D	E	F	G
A jaké sporty děláš? (např. hraješ tenis, chodíš běhat, cvičíš jógu...) Sporty:							
18 Jak často podnikáš výlety? (např. do přírody, navštěvuješ památky...)	A	B	C	D	E	F	G
19 Jak často „chodíš po obchodech“? (nemusíš přímo nakupovat, ale spíš se jdeš podívat, „kde co mají“)	A	B	C	D	E	F	G

Poslední část dotazníku je podobná, jako ta předcházejí, jen se nebude týkat tebe, ale tvých rodičů. Opět zaznač své odpovědi podle následujícího klíče a odpověď prosím vždy do příslušného řádku pro tvoji matku i otce. Pokud s jedním z rodičů nejsi v kontaktu, nebo situaci nedokážeš posoudit, neoznačuj žádné pole. Pokud žiješ s někým jiným, než s jedním z rodičů, odpověď do kolonek např. místo otce.

A 5x týdně a častěji Velmi často	B 2 – 4x týdně Často	C Jednou týdně Obvykle	D 1x za 14 dní Občas	E 1x za měsíc Příležitostně	F Asi 1x za půl roku Zřídka	G Vůbec /nikdy
--	--	--	--	---	---	---------------------------------

20 Jak často se doma dívá na televizi?							
Matka	A	B	C	D	E	F	G
Otec	A	B	C	D	E	F	G
21 Jak často využívá počítač?							
Matka	A	B	C	D	E	F	G
Otec	A	B	C	D	E	F	G
22 Jak často sportuje? A jaké sporty dělá? (např. hraje tenis, chodí běhat, cvičí jógu...)							
Matka	A	B	C	D	E	F	G
Sporty: _____							
Otec	A	B	C	D	E	F	G
Sporty: _____							
23 Jak často chodí na výlety? (např. do přírody, navštěvuje památky...)							
Matka	A	B	C	D	E	F	G
Otec	A	B	C	D	E	F	G
24 Jak často „chodí po obchodech“? (nemusí přímo nakupovat, ale spíš se jde podívat, „kde co mají“)							
Matka	A	B	C	D	E	F	G
Otec	A	B	C	D	E	F	G

Děkuji za tvé odpovědi 😊