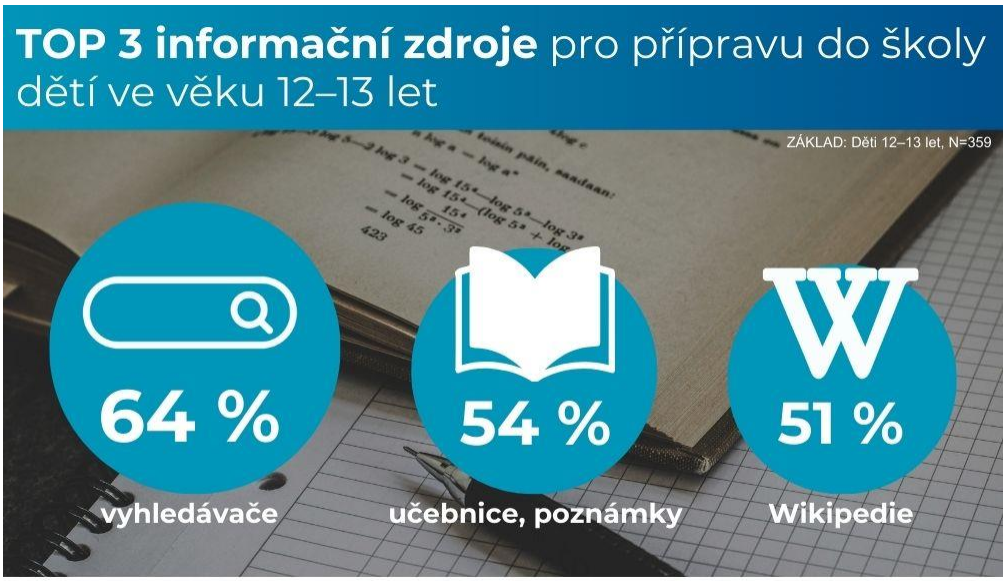
29. listopadu 2023

Děti ve věku 12–13 let komunikují s vrstevníky hlavně online, ze sítí tráví čas hlavně na TikToku, říká studie Děti a nová média

Dětský svět v dnešní době do velké míry ovlivňují média a technologie, což se odráží na způsobech jejich trávení volného času, možnostech přípravy do školy, interakci s kamarády a v neposlední řadě na jejich wellbeingu. Nová studie společností ResSOLUTION Group a Nielsen nazvaná Děti a nová média 2023 například ukazuje, že děti ve věku 12–13 let už při přípravě do školy pracují více s online vyhledávači než s učebnicemi a s kamarády denně interagují spíše digitálně než při pohybu venku. Pro komunikaci o školních záležitostech pak zdaleka nejčastěji volí aplikaci WhatsApp, který má velký náskok před Instagramem nebo Messengerem.

Volně prodejnou studii Děti a nová média 2023 zpracovaly na podzim tohoto roku agentury ResSOLUTION Group a Nielsen. Tvoří ji čtyři tematické okruhy: volný čas, média, vzdělávání a wellbeing. Její kvantitativní část byla realizována prostřednictvím online sběru dat na vzorku 1 504 dětí ve věku 6–15 let rozdělených do čtyř věkových skupin. Kvalitativní část studie se uskutečnila formou rozhovorů s dětmi – 10 individuálních a 8 etnografických.

Že dnes děti využívají pro zpracování domácích úkolů i další **přípravu do školy** internet, není žádná novinka. Podle výzkumu však už dnes **vyhledávače** jako Google nebo Seznam.cz vedou nad učebnicemi a poznámkami v sešitech – alespoň u dětí ve věku 12–13 let, tedy zhruba těch v 7. třídách základní školy. Využívá je 64 % z nich; **učebnice a sešity** jsou až na druhém místě (54 %). Třetí místo zaujímá další internetový zdroj, a sice **Wikipedie**. „*Dnešní děti mají rády inovativní a interaktivní formy výuky, kdy zadané úkoly vycházejí ze současných trendů, a výuka využívá moderní technologie, jako jsou počítače, interaktivní tabule nebo mobilní telefony, které výuku oživují. Oblíbené jsou také různé edukační mutace elektronických her, jako je například Minecraft Education,“* komentuje výstupy Hana Friedlaenderová z Nielsen.



Zdroj: Studie Děti a nová média 2023, ResSOLUTION Group / Nielsen, N=1504, děti 6–15 let

Ve studii jsme se také zajímali o to, na jakých platformách **děti nejčastěji komunikují o školních záležitostech** se spolužáky. U dětí ve zhruba 7. třídě je online službou číslo jedna **WhatsApp**, který k tomu používá 77 % z nich. Necelá třetina si vyměňuje zprávy o školních věcech na **Instagramu** a více než čtvrtina na **Messengeru**. Že pro komunikaci o školních záležitostech nepoužívají **žádnou aplikaci** nebo online službu, odpovědělo pouze 5 %.



Zdroj: Studie Děti a nová média 2023, ResSOLUTION Group / Nielsen, N=1504, děti 6–15 let

K nejoblíbenějším volnočasovým aktivitám dětí všech věkových kategorií však stále patří **chození ven s kamarády**, i když chlapci ještě o něco raději hrají elektronické hry. Z dětí ve věku 12–13 let chodí denně ven s kamarády pětina, alespoň jednou týdně už je to 76 %. I do těchto aktivit však vstupuje online prostředí. Jak vyplynulo z rozhovorů s dětmi, také při fyzickém setkávání se dnes děti kromě povídání věnují různým online aktivitám na mobilních telefonech, například hraní her nebo sledování videoobsahu.

Děti ve věku 12–13 let se také často ve volném čase **scházejí online:** 68 % z nich **komunikuje s kamarády denně**; v **týdenní frekvenci** je to dokonce 93 %. Podíl dětí, které s kamarády denně komunikují online, navíc s věkem dětí (až do 13. roku) prudce stoupá.

Velké vyžití v online prostoru pro děti samozřejmě představují také **sociální sítě**: nejvyužívanější je mezi dětmi ve věku 12–13 let **TikTok** – aspoň jednou za dva týdny ho sleduje 52 % dětí, přičemž výrazněji vede u dívek. Druhé místo patří **Instagramu** (45 %), třetí **Facebooku** (35 %) a čtvrté **Snapchatu** (25 %). Když takový žebříček srovnáme s obdobným pro skupinu dospělých ve věku 45–54 let, který přinášejí data společnosti **NADA Research**, dostáváme se do zcela jiné reality: u nich vede **Facebook** (81 %), a přestože na druhém místě vidíme shodně **Instagram** (40 %), tak třetí místo aktuálně patří **Pinterestu** (18 %) a čtvrté **Twitteru** (16 %) – tedy sítím, které v dětském TOP žebříčku nenajdeme.



Zdroj: Studie Děti a nová média 2023, ResSOLUTION Group / Nielsen, N=1504, děti 6–15 let

Co však u dětí také pozorujeme, je určitá **míra sebereflexe**, co se týče množství času tráveného na sítích: 58 % dívek ve věku 12–13 let přiznává, že **na sítích tráví hodně času**, mezi chlapci je to 43 %. Tedy zdá se, že dívky jsou v této otázce uvědomělejší, ale zároveň jsou na sítích aktivnější než chlapci: aspoň **jednou za týden** zde tráví čas 80 % dívek a 71 % chlapců ze 7. tříd ZŠ.

Eliška Morochovičová
HEAD OF COMMUNICATION
eliska.morochovicova@ressolution.cz
+420 222 717 762 / +420 725 612 020

Hana Friedlaenderová
CLIENT SERVICE MANAGER
hana.friedlaenderova@nielsen.com
+420 222 717 763

O společnostech:

ResSOLUTION Group (www.ressolution.cz) je renomovaná česká výzkumná agentura s bohatými zkušenostmi v oblasti průzkumu trhu. V její nabídce naleznete marketingové a mediální výzkumy, z nichž řada má mezinárodní přesah. Zpracovává různorodá výzkumná šetření pro významné instituce, mezi něž patří například univerzity, bankovní a obchodní společnosti, televize, mediální domy, ministerstva i jiné státní instituce a podobně. ResSOLUTION Group je také výhradním dodavatelem společnosti Nielsen Admosphere.

ResSOLUTION na sítích: LinkedIn | Facebook | Instagram

Výzkumná agentura **Nielsen Admosphere** (www.nielsen-admosphere.cz) je 100% dceřinou společností globální skupiny Nielsen. Disponuje širokým portfoliem produktů a služeb v oblasti mediálních a marketingových výzkumů, monitoringu reklamy, analýz a zpracování dat. Zaměřuje se především na metodologicky a technologicky náročné projekty, jako je crossmediální elektronické měření sledovanosti videoobsahu. Na českém trhu působí od roku 2001 a nabízí komplexní servis spolehlivé výzkumné agentury s mezinárodním zázemím. Součástí Nielsen Admosphere je i oddělení Adwind Software, které vyvíjí software pro práci s daty z výzkumů sledovanosti a monitoringu reklamy.

Český národní panel (nationalpanel.eu) je jedním z největších výzkumných panelů v Česku, na Slovensku (Slovenský národný panel – SNaP), v Polsku, v Maďarsku a v Bulharsku. Jeho spoluvlastníkem je výzkumná agentura Nielsen Admosphere. Panel slouží pro kvalitní a rychlé on-line sběry dat o internetové populaci. Disponuje početnou skupinou 60 000 respondentů v České republice, 25 000 respondentů na Slovensku, 30 000 v Polsku, 30 000 v Maďarsku a 15 000 v Bulharsku.