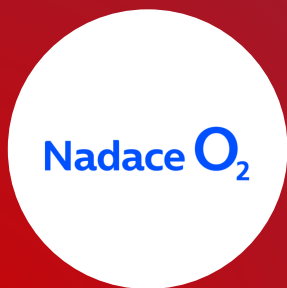


Digitální život dětí: Ideální komunikace rodiče a dítěte

ZÁVĚREČNÁ ZPRÁVA Z KVANTITATIVNÍHO VÝZKUMU



Situace a cíle

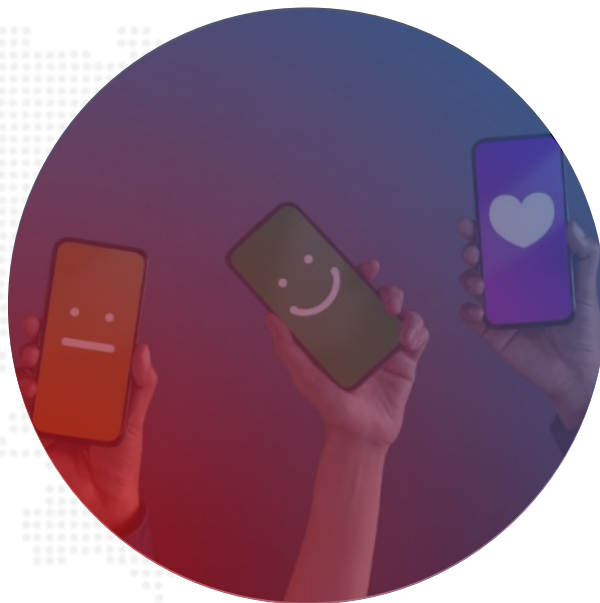
Nadace O2 se dlouhodobě zabývá digitálním zdravím a bezpečností na internetu. Společně s výzkumnou agenturou NMS se Nadace O2 rozhodla podpořit prevenci rizikového chování spojeného s digitálními technologiemi skrze unikátní výzkum.

Výzkum má čtyři části – mapping, kvalitativní část, kvantitativní část a peer-to-peer průzkum. Z mappingu vyplynulo, že jednou z klíčových a dosud neprozkoumaných oblastí je **komunikace mezi rodiči a dětmi o tom, co děti dělají na mobilním telefonu.**

V kvalitativní části NMS navázala polostrukturovanými rozhovory s dětmi. Rozhovory ukázaly, jak děti vnímají on-line prostor a co potřebují k tomu, aby mohly s rodiči otevřeně komunikovat. Na tato zjištění NMS navázala kvantitativním dotazníkovým šetřením. **Cílem kvantitativní části bylo především dále popsat ideální komunikaci rodiče a dítěte. Zkoumali jsme tato témata:**

1. Jak děti mobil používají – aktivity, aplikace a čas strávený na mobilu.
2. S kým a jak se děti o mobilu baví – charakter rozhovorů a témata, o kterých s rodiči mluvit chtějí, či nechtějí.
3. Komu se děti svěřují v typických situacích – od běžných až po krizové.
4. Ideální svět – jak by podle dětí měla komunikace s rodiči o mobilu vypadat.
5. Digitální kompetence rodičů očima dětí.

Na zjištění z kvantitativní části naváže závěrečný peer-to-peer průzkum mezi dětmi.



Hlavní zjištění

Ideální komunikace mezi rodičem a dítětem

Ideální komunikaci dnes zažívá jen třetina dětí

Identifikovali jsme **čtyři způsoby**, jak děti nyní komunikují s rodiči. Pozitivně vnímá debatu o mobilu 37 % dětí – a jen 9 % z nich by ji označilo jako „Super, rádi si o mobilu povídáme“. Zbýlých 63 % má komunikaci neutrální, napjatou nebo žádnou.

Charakter komunikace odpovídá také segmentaci dětí: **Komunikativní** skupina (37 %) je definována právě pozitivním prožitkem z debaty o mobilu. Zbytek ale tvoří **Pasivní** (32 %), kde debata nikoho nebaví, ale netrápí, **Opomíjení** (17 %), se kterými téma mobilu rodiče vůbec neotevívají, a **Pod tlakem** (14 %), kde je mobil zdrojem otevřeného napětí.

37 %

KOMUNIKATIVNÍ

Mobil jako téma není zdrojem napětí. Ať mluví první rodiče, nebo dítě, atmosféra je otevřená a přátelská.

V dětech tento rozhovor vyvolává pozitivní emoce.

32 %

PASIVNÍ

Rozhovory probíhají v neutrální atmosféře a téma otevírají rodiče. Dítě se nebrání, ale samo iniciativu nevyhledává.

V dětech tento rozhovor vyvolává pozitivní emoce.

14 %

POD TLAKEM

Mobil jako téma je zdrojem napětí. Děti se o něm bavit nechtějí, ale rodiče téma přesto otevírají.

V dětech tento rozhovor vyvolává negativní emoce.

17 %

OPOMÍJENÍ

Rodiče téma mobilu neotevívají, přestože by děti chtěly.

V dětech tento rozhovor vyvolává negativní nebo neutrální emoce.

Co těch 37 % rodin dělá jinak? Děti to umí pojmenovat přesně.

Děti znají recept na ideální komunikaci

Ideální komunikace je především otázkou **přístupu**. Podle dětí jde o kombinaci těchto tří základních složek:

DŮVĚRA + ZÁJEM BEZ ODSUZOVÁNÍ + SDÍLENÍ

Dobrá komunikace mezi dětmi a rodiči tedy není záležitostí **technické zdatnosti** rodičů, **přísnosti pravidel** či **dobře nastavené kontroly**. A není to ani otázka častosti: jen **3 % dětí** by si přála bavit se o mobilu častěji, **48 %** je spokojeno se současnou frekvencí.

Ideální svět tedy neznamená víc rozhovorů, ale jiné rozhovory.

Stavební kameny ideální komunikace

Tři složky receptu v detailu – jak je děti popisují vlastními slovy

DŮVĚRA SPÍŠE NEŽ KONTROLA	„Rodiče mi věří a pořád mě nekontrolují“ je nejčastější důvod dobré debaty (31 %). U starších dětí (12–15) dokonce 42 %. S věkem se důvěra stává klíčovým slovem ideální komunikace. Souvisí to i s diskretností – čím víc situace zasahuje do soukromí dítěte, tím častěji o ní mlčí.
AUTENTICKÝ ZÁJEM	„Rodiče se zajímají o to, co mě baví“ (25 %, u mladších 29 %). U mladších dětí je zájem důležitější než důvěra – okno pro budování vztahu je před 11. rokem.
ABSENCE KRITIKY	„Rodiče nekritizují a snaží se to pochopit“ (24 %). Zrcadlově: v negativních debatách je nejčastější problém čas (38 %), kritika obsahu (24 %) a nepochopení (23 %).
SPOLEČNÉ SDÍLENÍ	„Hrajeme nebo sledujeme spolu něco“ (18 %) a „Rodiče mi sami ukazují zábavné věci“ (13 %). Přitom hodně společných aktivit na mobilu má jen 8 % dětí (a s věkem klesají: 12 % mladší vs. 5 % starší) – zde je největší nevyužitý prostor.
+	
RODIČ JAKO PARTNER, KTERÝ SE NECHÁ POUČIT	Přes polovinu dětí (52 %) by chtělo, aby se rodiče naučili to, co samy na mobilu dělají. A jak? Třetina (34 %) říká „ať se mě zeptají, když neví“ a 29 % „já bych je učil/a“. Dítě chce být expertem a průvodcem – to je samo o sobě ideální formát komunikace.

Pozn.: Oblasti vycházejí z kvalitativní části výzkumu, čísla dokládají jejich frekvenci v navazujícím kvantitativním šetření.

Přístup je základ. Druhá polovina receptu jsou témata – o čem si děti chtějí povídat.

Rodiče do diskuze o mobilu musí zahrnout i to, co zajímá děti

DĚTI VÍ, ŽE TO JE DŮLEŽITÉ A CHTĚJÍ O TOM MLUVIT

O škole se dnes baví s rodiči 80 % dětí. Škola jako téma je zastoupena nejvíce. Přestože jde o povinnost, ne zábavu, chce o ní více mluvit 24 % dětí. Je to nejvyšší číslo hned po hrách a memech. Škola tedy není téma, které by děti odmítaly – je to **přirozená, akceptovaná** součást rozhovoru s rodiči.

DĚTI TO BAVÍ A CHTĚLY BY O TOM MLUVIT VÍCE

Děti nejvíce chtějí mluvit o memech a vtipných videích (28 %). Hned za nimi jsou hry (25 %, u kluků 31 %, u mladších dětí dokonce 32 %) a YouTubeři/TikTokeri (14 %). Tady je **zájem dětí jasně nenaplněný** – chtějí sdílet, co je baví, ale rodiče jim k tomu příliš prostor nedávají.

DĚTI TO VIDÍ JAKO NEPŘÍJEMNOST A NECHTĚJÍ O TOM MOC MLUVIT

Čas strávený na mobilu řeší 50 % rodin, ale mluvit o něm víc chce jen 10 % dětí – nejméně ze všech nabízených témat. Podobně u problémů na internetu, se kterými má zkušenost už polovina dětí (51 %), chce probírat víc jen 14 %. Obě témata mají společné to, že jde o **kontrolu nebo řešení nepříjemné situace**, ne o sdílení něčeho, co dítě baví – děti proto nemají motivaci se k nim vracet.

Recept ale nefunguje pro všechny stejně – záleží, jaká je výchozí pozice rodiče a dítěte.

Jeden recept na ideální komunikaci **neexistuje**

Ideální komunikace nemá jednu podobu. To, co pomůže dítěti Pod tlakem, nemusí zabrat u Opomíjeného – a naopak. Recept proto musí vycházet z toho, kde rodič s dítětem aktuálně stojí.

Probudit rozhovor přes obsah, ne přes kontrolu.

PASIVNÍ (32 %)

Debaty o mobilu je nechává chladnými – 71 % u ní cítí „nijak“ a 41 % nechce řešit nic navíc. Cílem tady není řešit problém, protože žádný akutní není. **Cílem je prolomit rezignaci:** nejlépe tak, že rodič sám přijde s něčím zábavným a ukáže zájem první.

Úleva od kontroly, ne víc rozhovorů.

POD TLAKEM (14 %)

45 % by chtělo mluvit o mobilu méně a čas na mobilu chce řešit jen 3 % – ze všech témat nejméně, protože je to pro ně bolavé místo. Přitom právě jejich rodiče patří k nejzajímavějším (21 % „hodně se zajímá“). Zájem ale děti čtou jako dozor. **Ideál: přenastavit pravidla společně, participativně,** ne rozhodovat o nich za dítě.

Neodmítat nabídku, kterou dítě samo dává.

OPOMÍJENÍ (17 %)

Téměř polovina (49 %) jejich rodičů se nezajímá vůbec nebo jen málo. Děti si přesto samy hledají vstupní bod – chtěly by mluvit o memech (33 %) a YouTubech (20 %), tedy o lehkých, nenáročných tématech. Tady nejde o velké gesto, **stačí na nabídku dítěte zareagovat.**

Důkaz, že to funguje.

KOMUNIKATIVNÍ (37 %)

Mluví o mobilu denně nebo skoro denně 4× častěji než děti Pod tlakem, do rozhovoru zapojují celou rodinu včetně prarodičů a jako jediní sami chtějí řešit i čas na mobilu – téma, které je jinde tabu. Když je vztah postavený na důvěře, dítě neodmítá ani nepříjemná témata. To je nejsilnější důkaz celé kapitoly: **dobrá komunikace nevylučuje těžké rozhovory, naopak je umožňuje.**

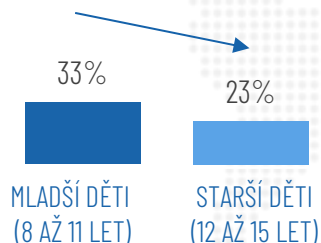
Dvě podmínky, na kterých **recept stojí**

VĚKOVÉ OKNO SE ZAVÍRÁ KOLEM 11 LET

Mladší děti debatu častěji iniciují samy a rodičovský zájem vítají. Po jedenáctém roce se ale stejný zájem začíná jevit jako kontrola.

Ideální komunikaci je proto **potřeba nastavit dřív**, než se toto okno uzavře – později se stejný přístup rodiče setkává s jinou reakcí dítěte.

KONVERZACI O MOBILU ZAČÍNÁM JÁ:



DOBŘÝ VZTAH JE OCHRANA, NE JEN POHODLÍ

Naprostá většina dětí (98 %) má někoho, komu se svěří – ale čím víc situace zasahuje do soukromí, tím častěji mlčí: polovina dětí si pro sebe nechá soukromé zprávy, 53 % pak nepříjemné nebo trapné situace se spolužáky.

Dobry vztah s rodičem zvyšuje šanci, že dítě přijde dřív, než se problém prohloubí. Tam, kde rodič chybí, nastupuje AI – svěří se jí 31 % dětí, u online rizik až čtvrtina, nejčastěji segment Pod tlakem.

Jen třetina dětí zažívá ideální komunikaci → recept zní důvěra, zájem, sdílení → každý segment ho potřebuje jinak → a začít je potřeba před 11. rokem.

Využívání mobilního telefonu

Přístup k mobilu a internetu

Mobil mají dnes v ruce skoro všechny děti od 8 let. To, jak ho používají, ale závisí na věku, pohlaví i rodinném zázemí. Jedna věc zůstává společná: pro děti je mobil především místem, kde udržují a rozvíjejí sociální vztahy. Zábava, hry i videa jsou jeho součástí, ne náhradou za kontakt s druhými.

K mobilu mají přístup **všechny** děti

Vlastní mobil má 97 % dětí ve věku 8 až 15 let, zbylá 2 % mají alespoň pravidelný přístup k telefonu někoho jiného. Věk hraje jen malou roli: i ve věkové skupině 8–11 let má vlastní mobil 94 % dětí. Mobil tedy už dávno přestal být výsadou starších dětí a stal **se standardní výbavou prakticky každého dítěte na základní škole**.

99 %

má mobil nebo pravidelný přístup k němu

97 %

má svůj vlastní

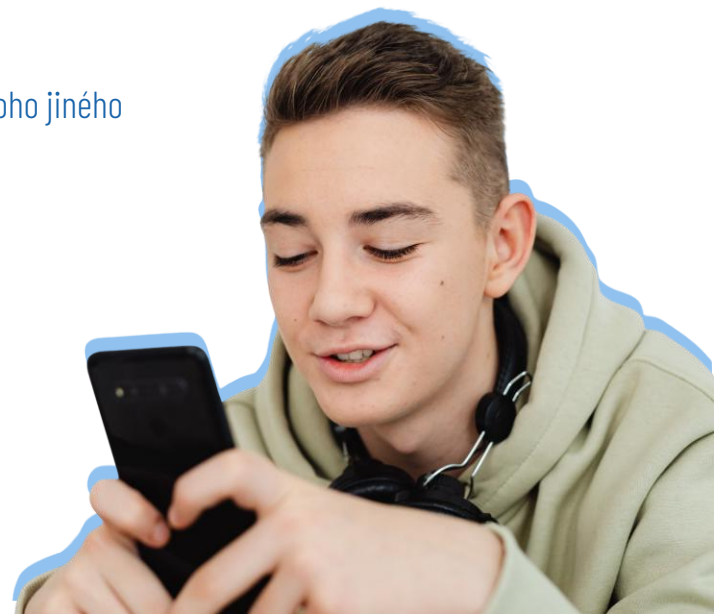
2 %

mají přístup k mobilu někoho jiného

Věk roli sice hraje, ale jen malou

V mladší kategorii, tedy 8 až 11 let, má mobil 94 % dětí a 3 % mají přístup k mobilu někoho jiného.

U starších dětí, tedy 12 až 15 let, má vlastní mobil 99 %.



Mobil jako pravidlo, **neomezený internet ještě ne**

Mobil má sice skoro každé dítě od 8 do 15 let (97 %), s neomezeným internetem je to ale jinak. Tady totiž už věk, rodinné zázemí i pohlaví začínají hrát roli. **Mladší děti mají internet častěji jen doma**, protože ho rodiče vnímají jako něco, co lze kontrolovat podle místa. S rostoucím věkem dětí jsou rodiče v tomto směru více benevolentní, takže u dětí od 12 let je neomezený internet častější.

Mají děti na mobilu internet?*

59 %

Ano, vždycky

35 %

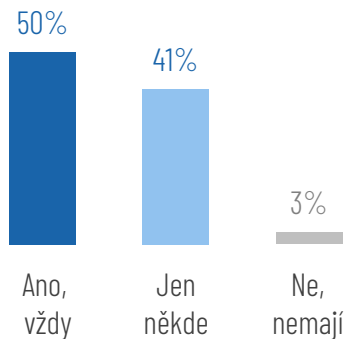
Jen někde (např. doma, u kamarádů)

2 %

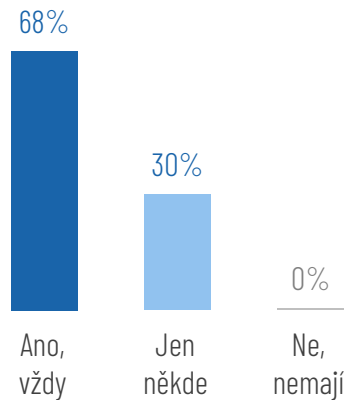
*4 % dětí na tuto otázku odpovědělo „nevím“

Ne, nemají

MLADŠÍ DĚTI (8-11 let)



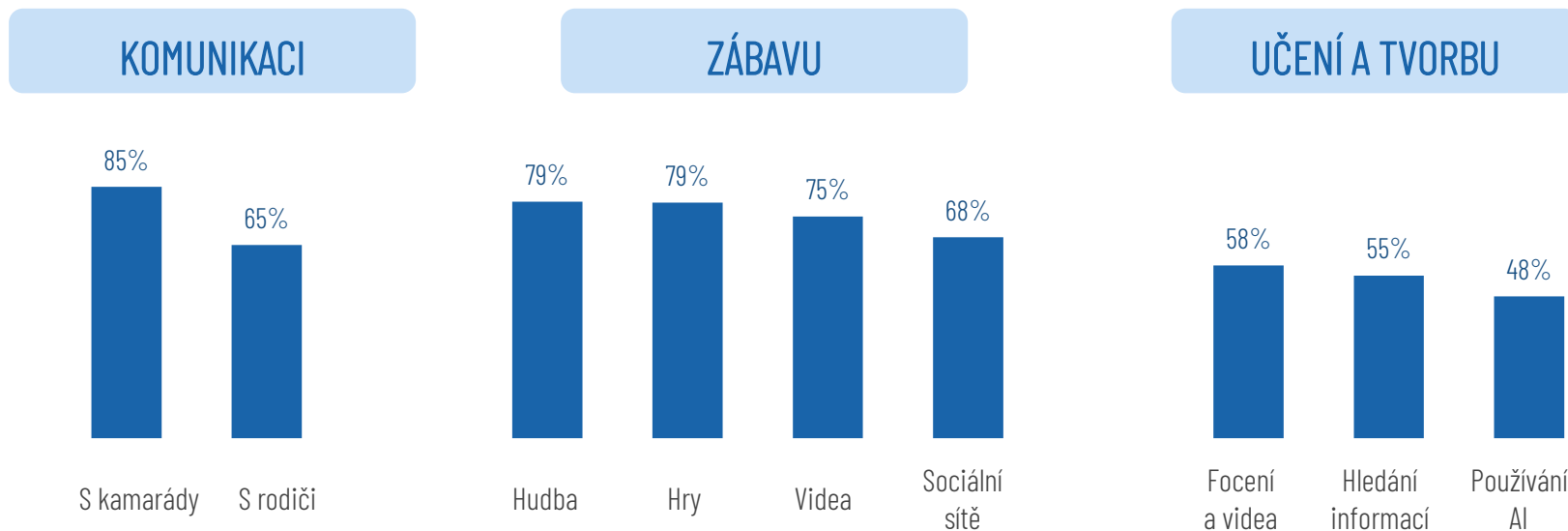
STARŠÍ DĚTI (12-15 let)



Mobil = sociální prostor. Zábava je jeho součástí

Přestože u přístupu k internetu a omezení na mobilu hrál věk zásadní roli, u samotných aktivit tomu tak není. **Ať jde o mladší nebo starší, mobil je pro děti vždy nejprve sociálním prostorem.** Tam se totiž mohou bavit s kamarády a rodiči, ač komunikace s kamarády je rozhodně častější. **Zábava v podobě hudby, her a sledování videí má většinou sociální rozměr:** hraní her je o tom být součástí party kamarádů, sledování YouTuberů o tom být v obraze v třídní konverzaci. Pro děti je mobil prostě místo, kde žijí svůj sociální život.

Pro děti je mobil prostředek pro...



Aktivity na mobilu

Ačkoli se věk i pohlaví na způsobu využívání mobilu podepisují, jedno zůstává konstantní napříč celým vzorkem: mobil je pro děti primárně sociálním prostorem. Komunikace s kamarády i rodinou předchází zábavě, a i samotná zábava má nejčastěji sociální rozměr. Hraní her je o tom být součástí party, sledování videí o tom být v obraze ve třídní konverzaci.

Holky více chatují a fotí, kluci zase hrají hry

Pro holky je mobil zejména synonymem pro komunikaci nebo foťák, na kterém mohou vytvářet content v podobě fotek a videí. Také více než kluci poslouchají na mobilu hudbu. Kluci berou mobil hlavně jako nástroj pro hraní her. I skrze hry mohou děti komunikovat s pomocí aplikací jako je Discord nebo Twitch.

KLUCI

Hraju hry 84 %

Píšu si s kamarády 80 %

Koukám na krátká videa 72 %

Poslouchám hudbu 72 %

Sleduju sociální sítě 65 %

Píšu si s rodinou 61 %

Hledám informace 48 %

Používám AI chatbota 48 %

Fotím nebo natáčím videa 45 %

HOLKY

90 % Píšu si s kamarády

88 % Poslouchám hudbu

77 % Koukám na krátká videa

75 % Píšu si s rodinou

74 % Hraju hry

73 % Fotím nebo natáčím videa

65 % Sleduju sociální sítě

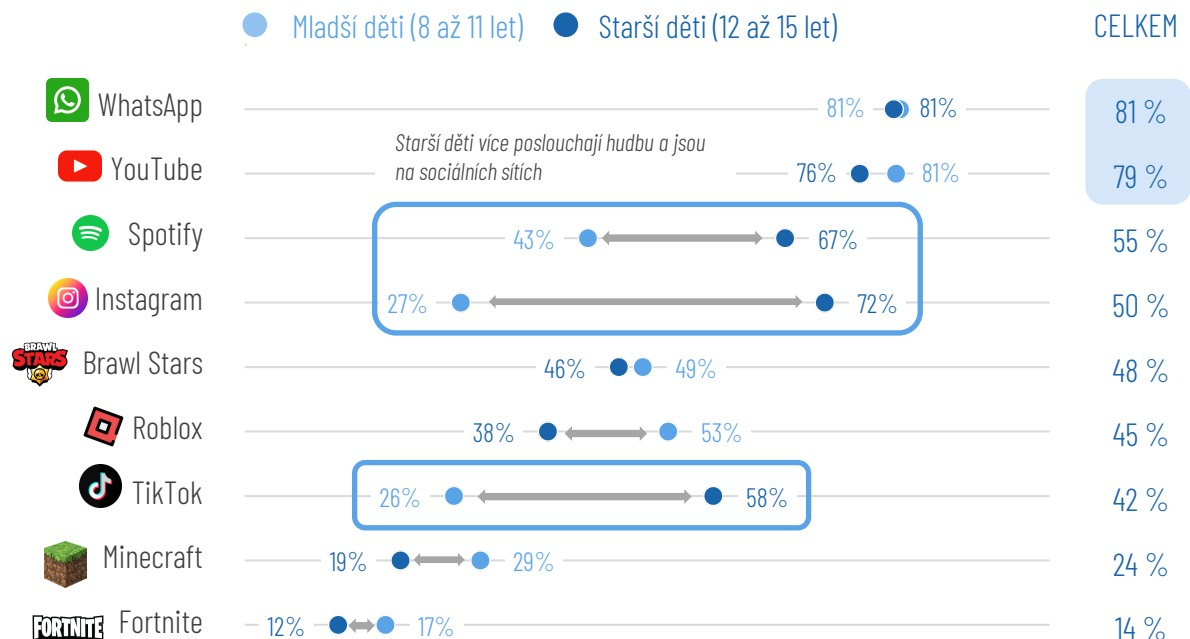
62 % Hledám informace

47 % Používám AI chatbota



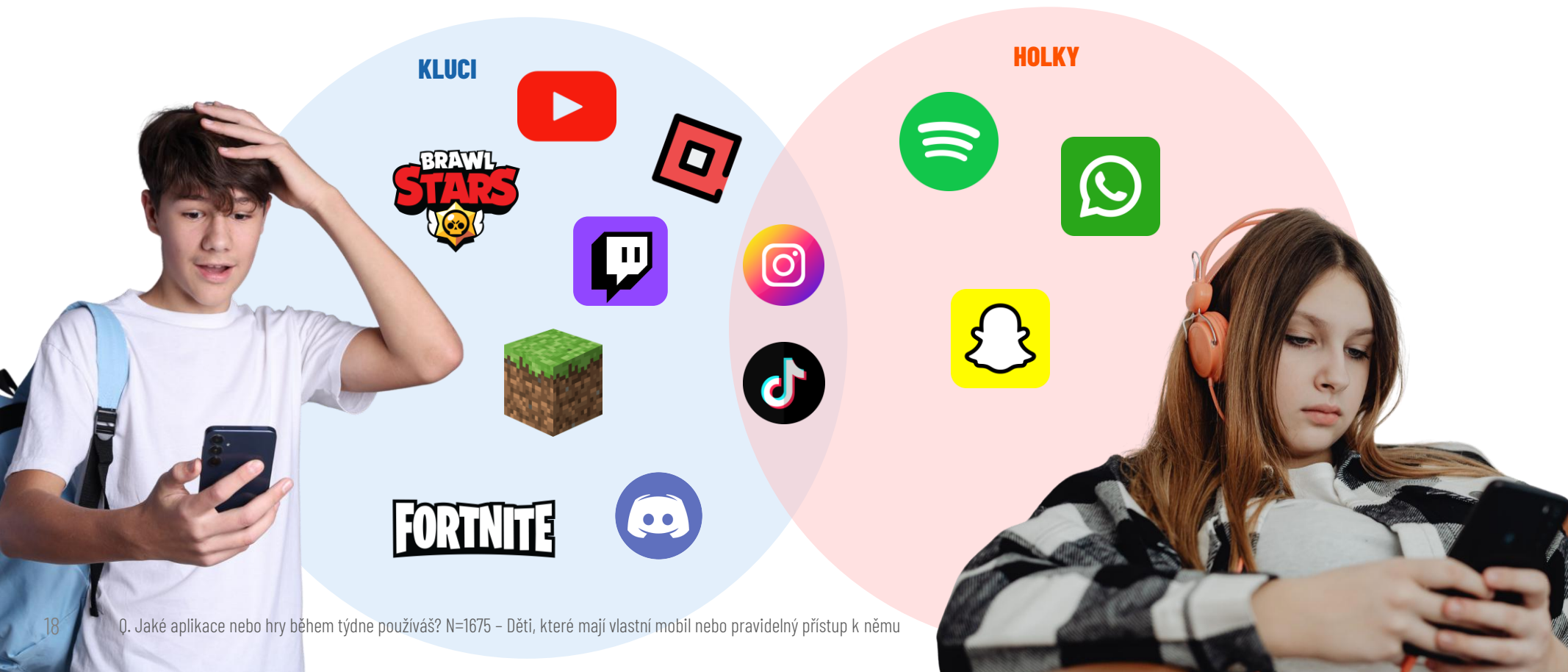
WhatsApp mají všichni. Mladší hrají, starší scrollují

WhatsApp a YouTube používají děti nejčastěji bez ohledu na věk. Mladší děti tráví čas hlavně hraním Robloxu a Minecraftu, kde se scházejí s kamarády ve virtuálním světě. S příchodem puberty hry přestávají děti táhnout, nahrazují je sociální sítě: Instagram skočí z 27 % u mladších na 72 % u starších, podobně Spotify ze 43 % na 67 %. Digitální svět dítěte se tedy s věkem zásadně proměňuje. A to rychleji, než si mnoho rodičů uvědomuje.



Holky a kluci žijí na mobilu trochu jinak

Na Instagramu a TikToku se ale potkávají.



Role mobilu v **denním režimu** dítěte

Průměrný čas strávený na mobilu je přibližně 3 hodiny denně, u starších dětí (12–15 let) ale klidně 4 hodiny a více. Největší rozdíly nesouvisí s pohlavím, ale s věkem a rodinným zázemím.

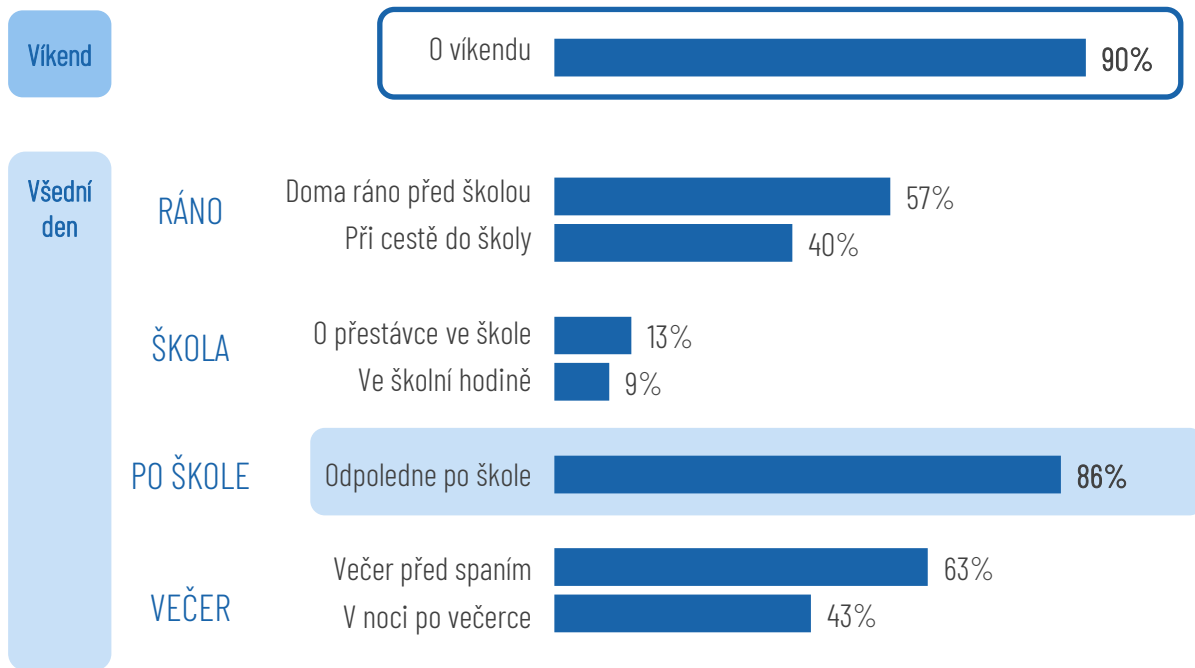
Na mobilu **průměrně 3 hodiny** denně, starší děti i 4

Velké rozdíly v čase u obrazovky souvisí hlavně s rodinným zázemím a věkem, menší roli hraje i pohlaví. **Starší děti tráví na mobilu výrazně více času – až třetinu svého dne.** Menší rozdíl vidíme i v pohlaví, kdy holky tráví na mobilu více času než kluci. Výrazný rozdíl ale vidíme i podle rodinného zázemí: děti z **neúplných rodin tráví na mobilu průměrně o 50 minut denně** více než děti z úplných rodin.



Mobil je s dětmi celé dny, nejvíce o víkendu a po škole

Mobil prostupuje celý den dětí od rána až po večerku. **Hlavní vlna přichází odpoledne po škole a o víkendu, kdy je na mobilu drtivá většina dětí.** Překvapivé je ale ráno, kdy **více než polovina dětí sáhne po mobilu ještě před odchodem do školy a velká část i při cestě do ní.** Večer pak pro mnoho dětí neznamená konec a mobil je s nimi i po večerce. A přes veškeré zákazy se dostává i do školy samotné, kde ho část dětí používá o přestávkách i ve výuce.



Pro třetinu dětí je mobil běžnou součástí stolování

Tam, kde je u stolu více lidí, mobil není tak populární. Naopak tam, kde dítě sedí samo nebo pouze s rodičem, mobil zaplňuje prostor, který by jinak patřil rozhovoru. Platí to i u jedináčků, kteří po mobilu u jídla sahají častěji než děti se sourozenci. Kluci pak mobil u jídla používají častěji než holky.

37%



Tráví čas na mobilu u jídla



Čas na jídlo spojený s mobilem má 48 % dětí z neúplných rodin. V úplných rodinách jde o 34 % dětí. V případě neúplných rodin jde tedy téměř o každé druhé dítě.

! Jedináčci používají mobil také častěji při jídle, jde o 42 %. Pokud má dítě sourozence, tak jde o 36 %.

Rodiče a děti: povídání si o mobilu

Děti si s rodiči povídají, ale ne o tom, o čem chtějí

56 %

rodičů se zajímá o to, co děti na mobilu dělají. S přibývajícím věkem tento **zájem v očích dětí slábne**.

MÁMA

je **hlavní důvěrníci**. O mobilu se děti baví především s kamarády, v rodině pak nejčastěji s mámou. Táta dominuje jen u technických problémů.

ŠKOLA

je hlavním tématem rozhovorů. Děti debatu akceptují, ale chtějí mluvit o hrách a videích. **Více než třetina dětí nechce řešit s rodiči o mobilu vůbec nic**.

37 %

42 % dětí vnímá debatu o mobilu neutrálně, 37 % pozitivně a 21 % negativně. Tam, kde se děti cítí dobře, je důvod vždy stejný: **rodiče jim věří, nekontrolují je pořád** a zajímají se bez odsuzování.

0 digitální život dětí se zajímá 6 z 10 rodičů

Zájem rodičů o to, co děti na mobilu dělají, vnímá 56 % dětí. Dívky mají pocit, že se o ně rodiče zajímají o něco více než chlapci (61 % vs. 51 %), stejně tak mladší děti vnímají rodičovský zájem silněji než starší.

S přibývajícím věkem tedy zájem rodičů v očích dětí slábne, nebo ho děti přestávají vnímat jako zájem a začínají ho číst jako kontrolu.

56



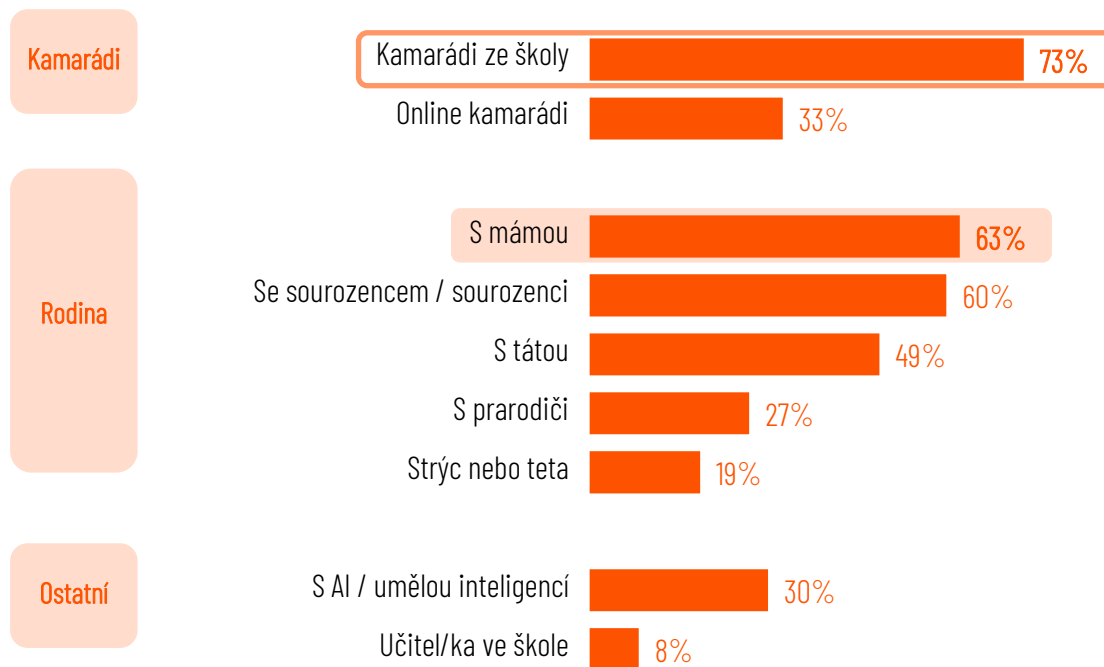
rodičů se zajímá o to, co děti na mobilu dělají

%



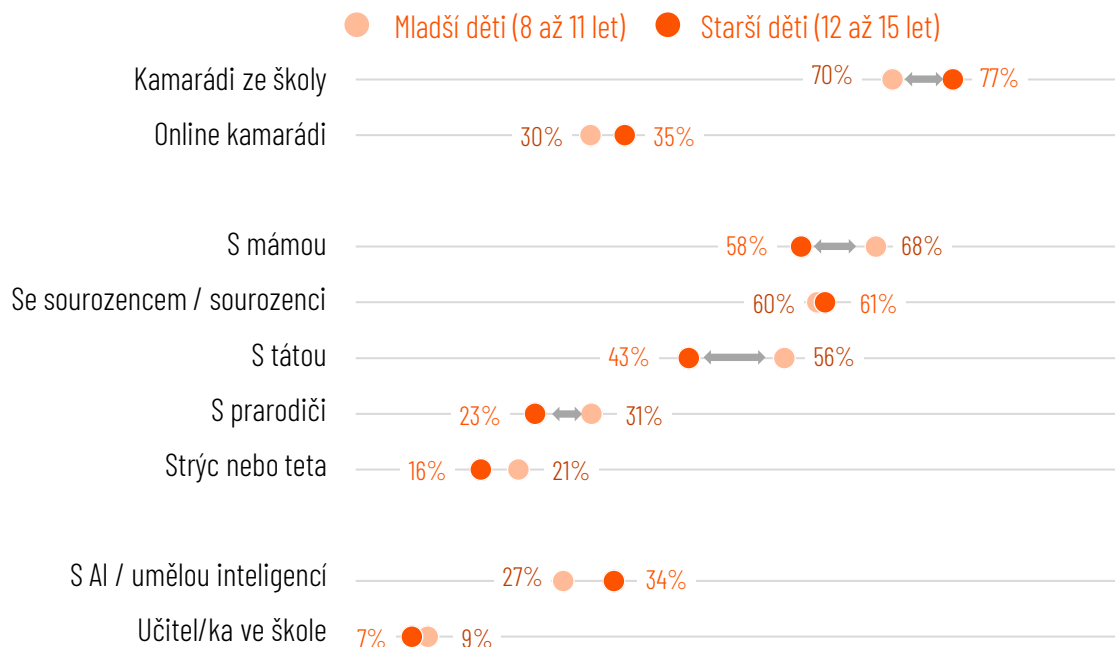
0 mobilu mluví děti spolu, na druhém místě je máma

Protože pro děti mobil znamená hlavně sociální prostor, není překvapení, že i to, co tam dělají, **sdílejí především s kamarády**. Pokud jde o hovor na toto téma v kruhu rodinném, **vede povídání s mámou**, pak následují na stejné úrovni táta a sourozenci. Co se týká širší rodiny, **s prarodiči se baví třetina dětí**, se strýcem nebo tetou jen pětina. Zajímavé ale je, **že o tom, co dělají na mobilu, se děti svěřují AI víc než prarodičům**.



Mladší mluví o mobilu s rodiči, starší s kamarády a AI

S věkem se komunikace o mobilu přesouvá mimo rodinu. **Mladší děti o mobilu mluví více s rodiči**, s přibývajícím věkem je ale nahrazují kamarádi a u kluků i AI. Tento posun je vidět napříč všemi kategoriemi, starší děti se méně svěřují rodičům, prarodičům i sourozencům a více hledají důvěrníka mimo rodinu. Co se týká rozdílů na základě pohlaví, **holky se více svěřují mámě a sourozencům**, **kluci tátovi a online kamarádům**. Takže u holek konverzace zůstává více v rodinném kruhu než u kluků, kteří dávají přednost online prostoru, ať už v podobě kamarádů, nebo AI.



HOLKY SE BAVÍ VÍCE

S mámou

Se sourozenci

KLUCI SE BAVÍ VÍCE

S tátou

S online kamarády

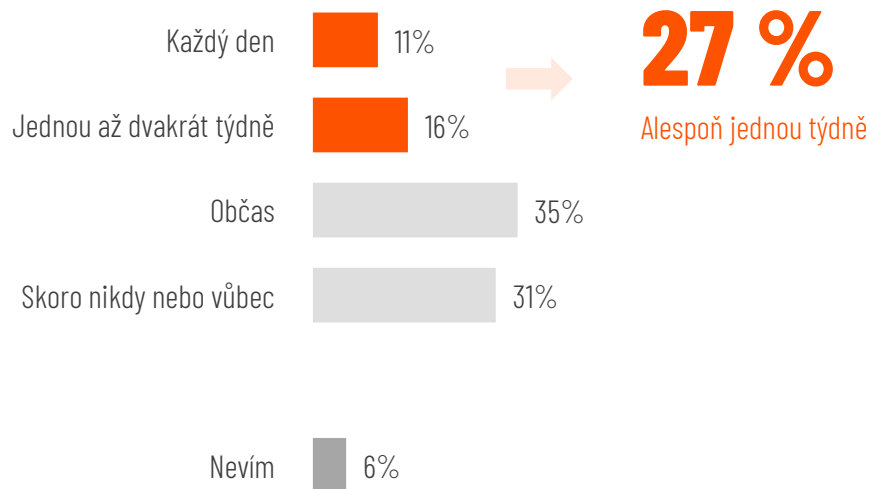
S AI

Pravidelnost diskuzí o mobilu

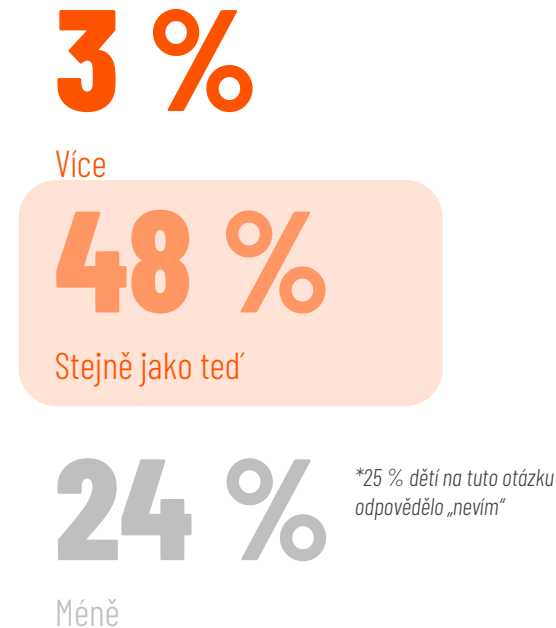
Týdně na mobil přijde řeč ve ¼ rodin. Dětem to vyhovuje

Jen **3 %** by si přála mluvit více, a to zejména mladší děti. To ale neznamená, že děti o mobilu mluvit nechtějí. Kvalitativní část výzkumu ukazuje, že ochota sdílet existuje, ale naráží na **způsob, jakým rodiče komunikaci vedou**. Tam, kde rodiče přistupují k mobilu negativně, děti se po čase přestanou snažit věci vysvětlovat, protože vědí, že povídání o mobilu nemusí vždy vést k pozitivně naladěné konverzaci.

Jak často se děti s rodiči o mobilu baví?



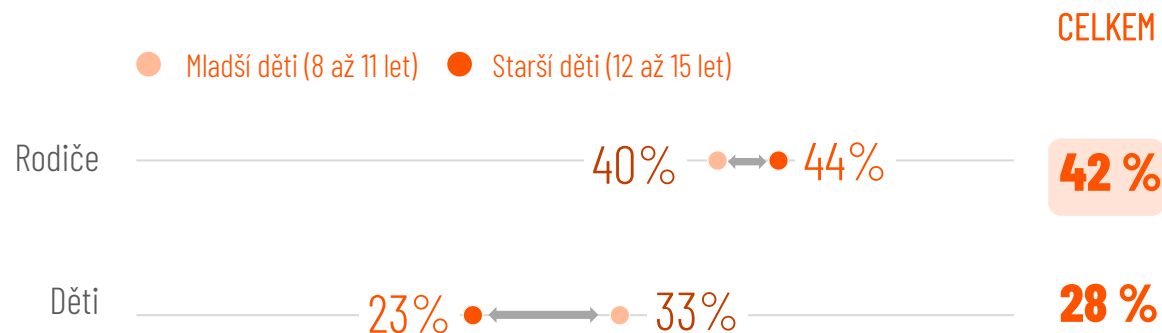
Jak často by se děti o mobilu bavit chtěly?*



Diskusi otevírají rodiče. S věkem děti ztrácí iniciativu

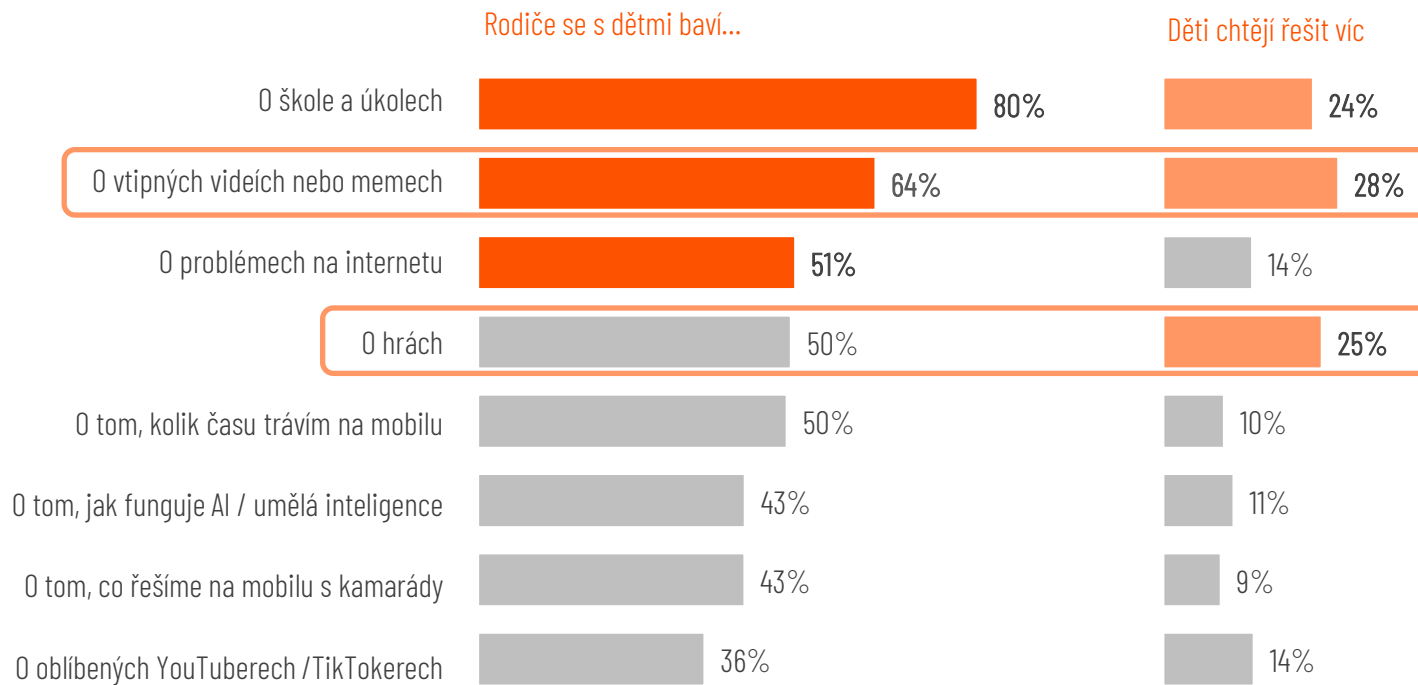
Mladší děti jsou ochotnější debatu samy otevřít, **s přibývajícím věkem ale tato ochota klesá**. To odpovídá zjištění z kvalitativní části, kde mladší děti rodiče stále vnímají jako autoritu a přirozeně s nimi chtějí sdílet svůj digitální svět. Starší děti naopak téma raději nechají na rodičích nebo ho neřeší vůbec.

Povídání o **mobilu** začínají...



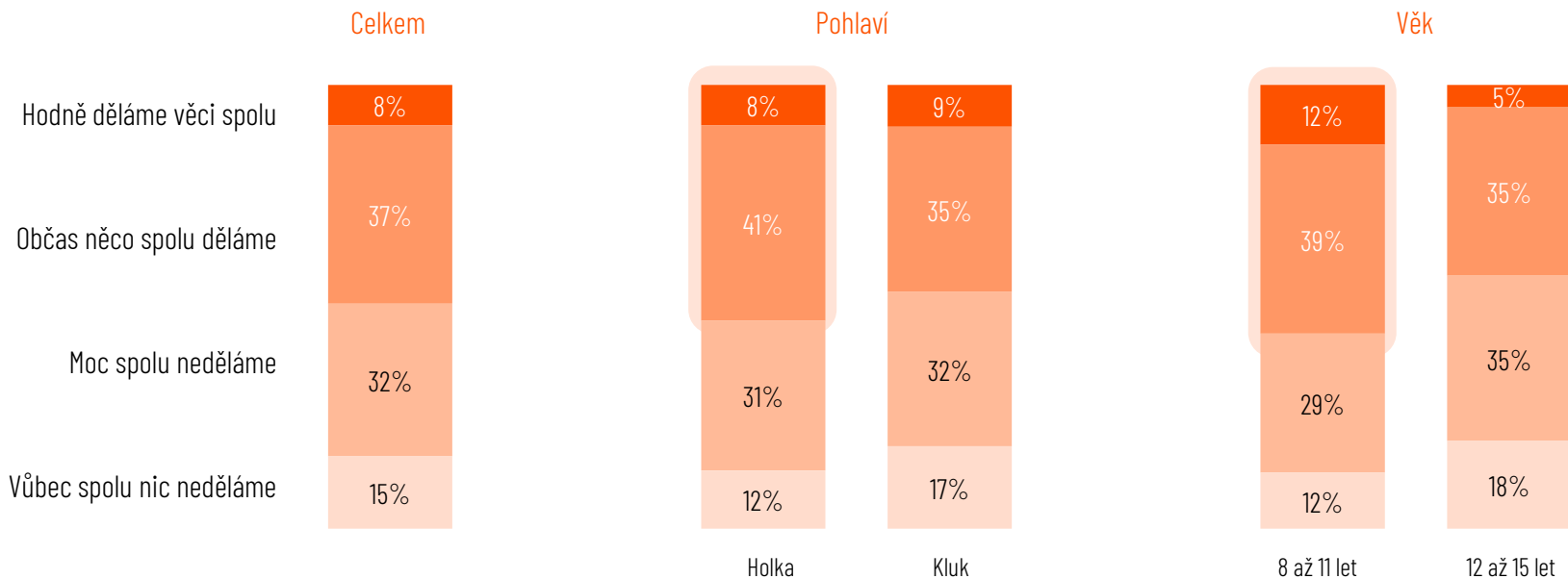
Rodiče řeší školu, **děti chtějí mluvit o hrách a videích**

S dívkami rodiče více řeší problémy na internetu, školu a čas na mobilu. Holky to ale příliš netrápí a o těchto tématech mluvit nechtějí. Naopak by uvítaly více prostoru pro videa a memy, tedy obsah, který je pro ně důležitý a který rodiče často přehlíží. S kluky rodiče nejčastěji otvírají hry, což odpovídá tomu, že hry jsou u kluků jednoznačně nejrozšířenější aktivitou. Kluci by pak o hrách chtěli mluvit ještě více. Pokud jde o věk, mladší děti jsou ochotnější se s rodiči bavit a chtějí řešit hlavně hry a čas na mobilu. Starší děti zase zajímá téma AI. **Víc než třetina dětí ale nechce řešit s rodiči o mobilu vůbec nic.**



Společné aktivity rodičů a dětí s věkem ubývají

Společné aktivity na mobilu s rodiči nejsou úplnou výjimkou, ale ani standardem. Občas něco spolu dělá zhruba třetina dětí, hodně pak jen každé desáté. **Holky tráví společně s rodiči čas na mobilu o něco více než kluci. U mladších dětí je společných aktivit výrazně více, s přibývajícím věkem ale klesají.**



Pocity spojené s diskuzí o mobilu

Debata o mobilu není drama. Ale mohla by být lepší

42 %

děti bere povídání o mobilu s klidem, bez silných emocí na jednu nebo druhou stranu. Negativní zkušenost má pětina dětí (21 %), pozitivní třetina (37 %).

Neutrální postoj ≠ spokojenost

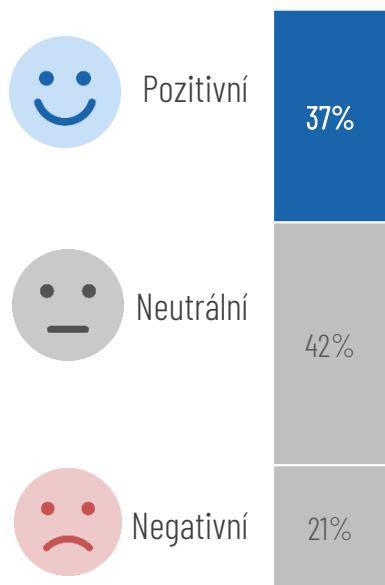
31 %

Si myslí, že dobrou debatu s rodiči o mobilu mají i proto, že jim rodiče důvěřují. Není to tedy otázka technické zdatnosti ani přísnosti pravidel. Je to otázka přístupu.

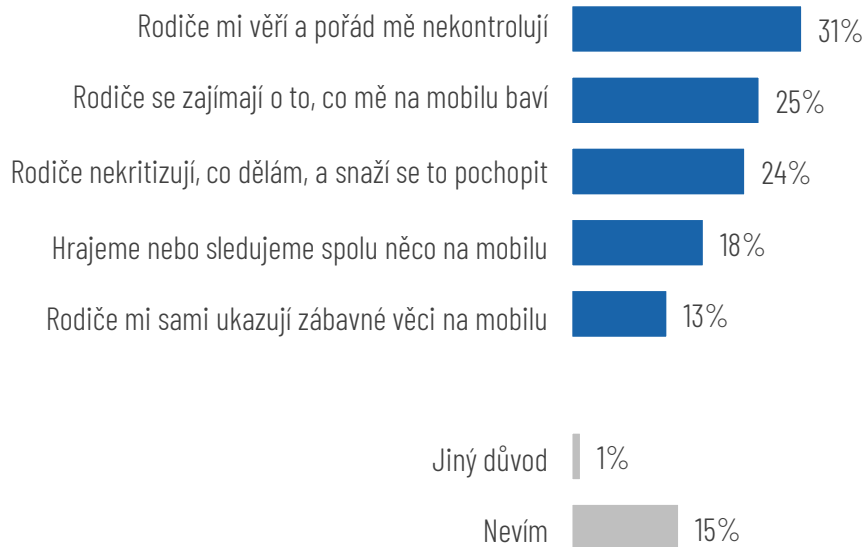
Pokud rodiče dětem věří, děti se o mobilu rády baví

Třetina dětí vnímá debatu o mobilu s rodiči pozitivně. Tam, kde se děti cítí dobře, je důvod vždy stejný. Rodiče jim věří a nekontrolují je pořád, zajímají se o to, co je baví a nesnaží se to okamžitě odsoudit. Někteří rodiče dokonce dětem sami ukazují zábavné věci na mobilu nebo s nimi společně sledují obsah. Právě tyto momenty sdílení jsou tím, co debatu o mobilu proměňuje z povinnosti v příjemný zážitek.

Když se baví s rodiči o tom, co dělají na mobilu, děti se cítí...



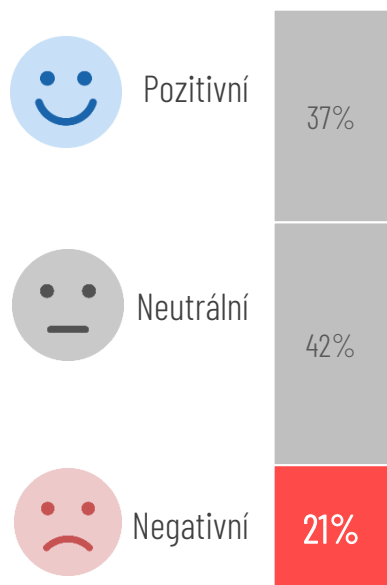
Proč se cítí dobře (N=625)



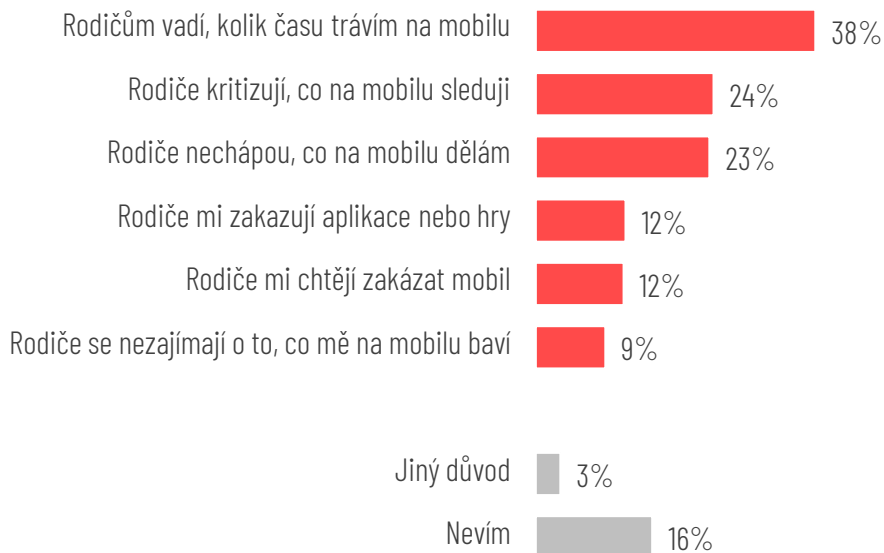
Rodiče řeší limity a čas, ale děti chtějí pochopení

Pětina dětí vnímá debatu o mobilu s rodiči negativně. Hlavním problémem je to, že **rodiče řeší jen věci, které se snadno dají kontrolovat**, jako je čas na mobilu a obsah bez kontextu. Nezajímají se tedy o to, co děti na mobilu dělají a proč. Děti si pak připadají nepochopené a tento rozhovor si spojují zejména s kritikou a kontrolou. To přesně potvrzuje zjištění z kvalitativní části, kde rodiče a děti stojí na zcela odlišných pozicích. **Rodiče řeší čas a bezpečnost, děti chtějí být pochopeny a vyslyšeny.**

Když se baví s rodiči o tom, co dělají na mobilu, děti se cítí...



Proč se cítí špatně (N=362)



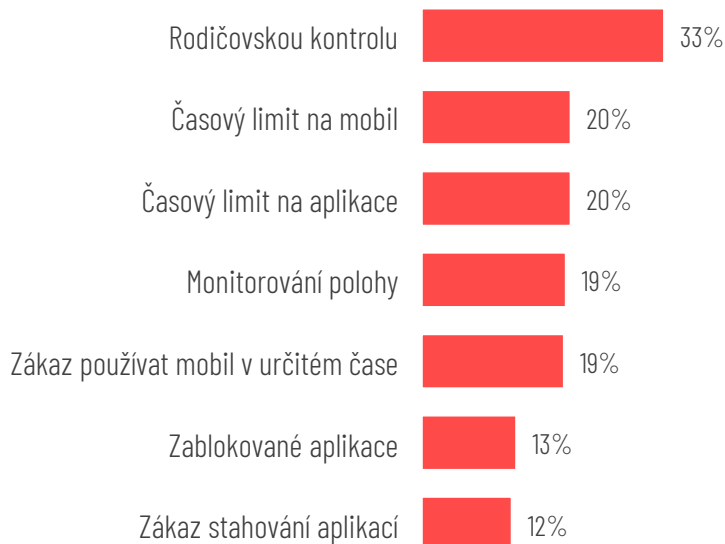
Více kontroly neznamená lepší komunikaci

Většina dětí má na mobilu nastavena nějaká bezpečnostní opatření. U mladších dětí jsou omezení výrazně častější než u dětí starších, ke kterým rodiče přistupují s větší benevolencí.

61 %

Děti má na mobilu nastavená omezení

Nejvíce je to...



Kvalitativní výzkum ukázal, že technická omezení bez dialogu výchovný potenciál nemají. Děti se je naučí obcházet, vyjednávat o výjimkách nebo přejít na jiné zařízení.

Více kontroly tedy neznamená nutně lepší komunikaci, ani větší bezpečí.

Typické situace online: komu se svěřuji

Komu se děti svěřují? Představení situací

Dětem jsme představili celkem 11 různých situací, které mohou na mobilu zažít. Situace vycházely z kvalitativního šetření a představují to, co se dětem opravdu děje. U každé situace děti volily, komu by se svěřily. Situace citlivějšího charakteru hodnotily pouze starší děti ve věku 12 až 15 let.



- Vtipné video, které chci ukázat
- Spolužák se mi posmívá na WhatsAppu
- Ostatní se posmívají mému kamarádovi na WhatsAppu
- Někdo neznámý mi píše zprávy na internetu
- Omylem jsem klikl/a na podivný odkaz
- Chci koupit postavu/skin ve hře za reálné peníze
- Někdo zveřejnil moji trapnou fotku bez souhlasu
- Zahlédl/a jsem děsivý nebo nepříjemný obsah
- Dospělý mi píše milou zprávu a chce se setkat
- Kamarádi sdíleli fotky z akce bez mě
- Někdo sdílí moje soukromé zprávy s ostatními

Tyto situace hodnotily pouze děti ve věku 12 až 15 let ↗

- Zábava
- Emoce a vztahy
- Emoce a vztahy
- Online riziko
- Online riziko
- Zábava
- Emoce a vztahy
- Online riziko
- Online riziko
- Emoce a vztahy
- Emoce a vztahy

Se zážitky se blízkým svěřuje **většina dětí**

Pozitivní zprávou je, že většina dětí má někoho, komu se svěřuje s tím, co na mobilu zažívá – ať už jsou to zážitky pozitivní, či negativní. Pouze 1,5 % dětí se s věcmi, které na mobilu vidí nebo zažijí, nesvěřuje systematicky nikomu. Třetina dětí už pro konzultaci používá AI, ale zejména v technických oblastech.

98 %

se svěřuje alespoň s něčím, co se jim na mobilu děje, nějakému blízkému člověku.

1,5 %

děti si nechává zážitky z mobilního prostředí pro sebe a nemluví s nikým o ničem.

31 %

zážitky z mobilu sdílelo s AI.

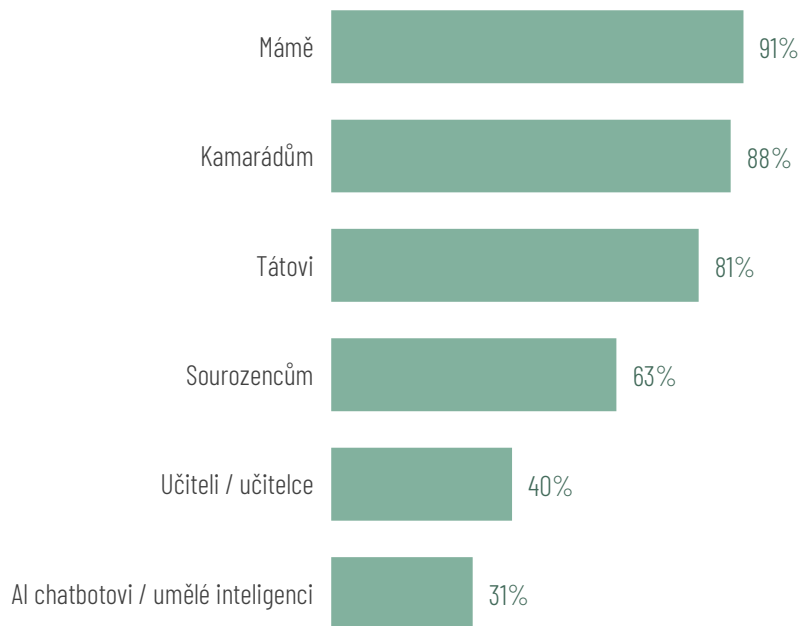
Důvěrníkem je zejména **máma**, táta až třetí

Děti se spíše svěří kamarádům než tatínkovi. Část dětí se systematicky svěřuje učitelům a učitelkám, jako důvěryhodným dospělým. Zejména tak činí v momentech, kdy se setkávají s nepříjemným chováním ze strany spolužáků, např. na třídním WhatsAppu.

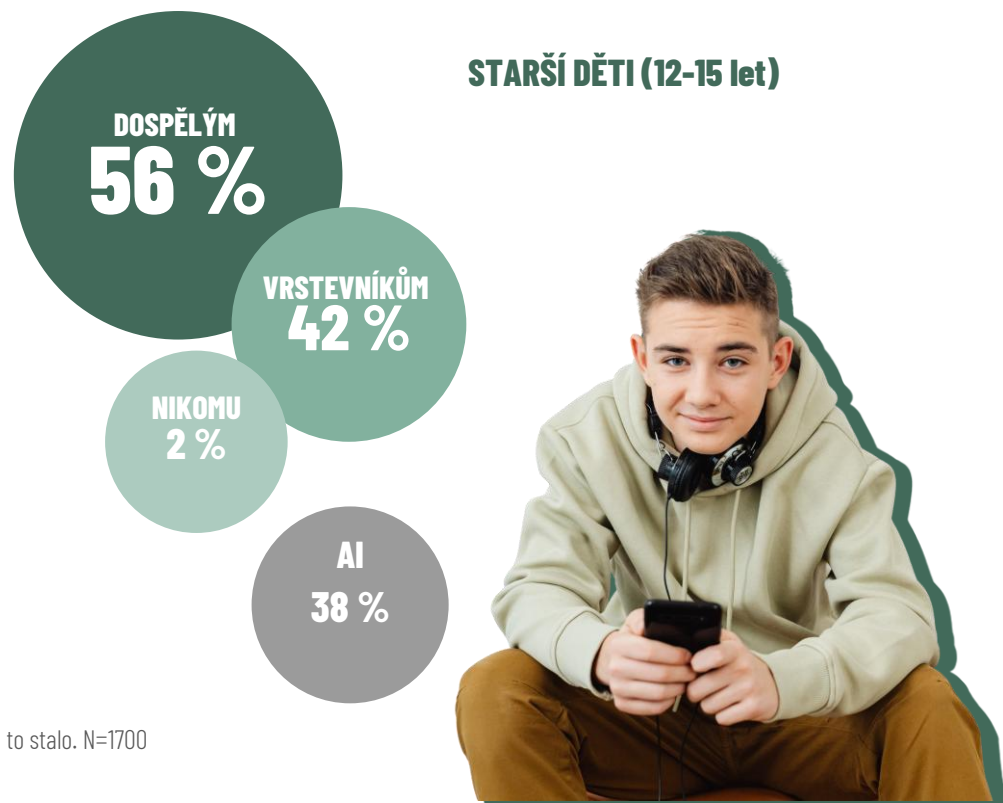
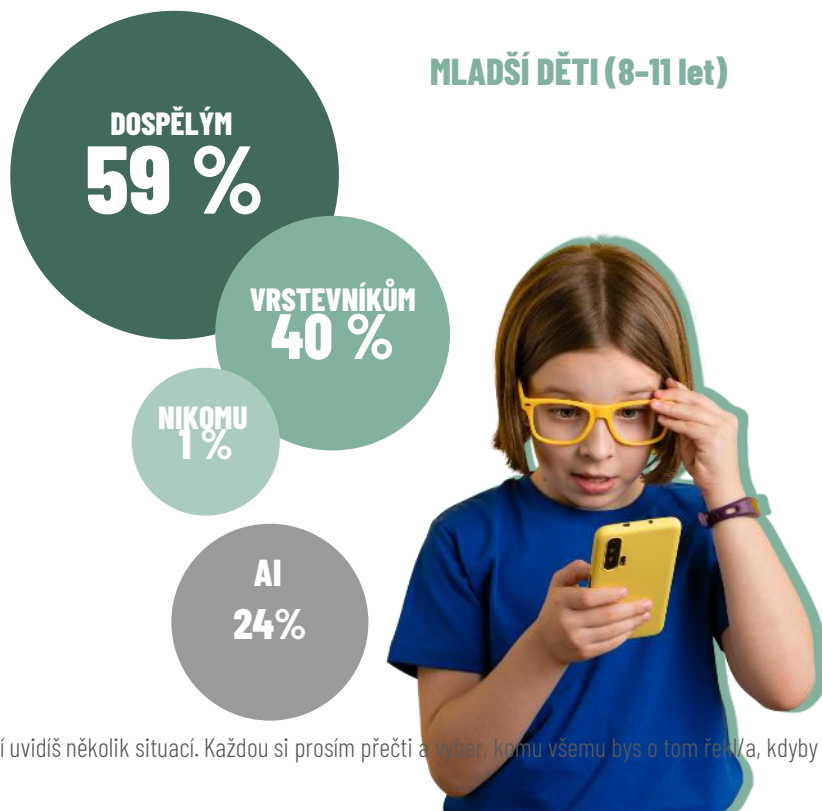
91 %

se mámě svěřuje s zážitky, které zažije na mobilu

Aspoň někdy se se zážitkem svěřilo:



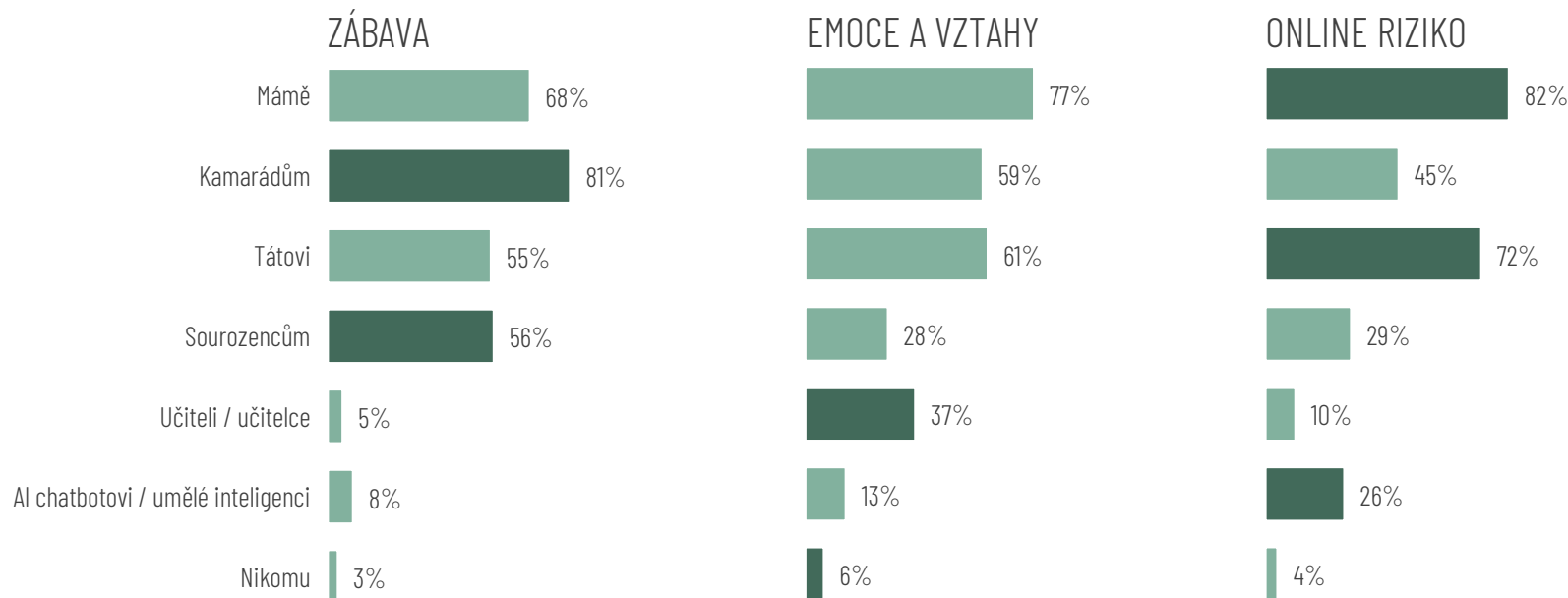
Mladší se svěrují dospělým, starší častěji AI



Se zábavou za kamarády, s problémy za rodičem

Děti se svěřují blízkým osobám, ale preferují různé lidi na jiné důvěrné informace. Se zábavnými věcmi se děti svěřují kamarádkům a sourozencům, o něco méně maminkám. Tátové jsou adresátem zábavných momentů na mobilu v přibližně polovině případů. Emočně složitější události svěřují děti převážně maminkám – posmívání, zveřejňování fotek bez souhlasu. K AI se v takových případech uchyluje 13 % dětí. S online rizikem děti chodí za oběma rodiči podobně, ale čtvrtina už při takových situacích vyhledává pomoc AI – Klikl/a jsem na podivný odkaz nebo mi někdo píše o peníze – co mám dělat?

Aspoň někdy se se zážitkem svěřilo:



AI je poradce pro technické situace

Typ situace určuje, komu se děti svěří. U **zábavného obsahu** jako je vtipné video **vedou jednoznačně kamarádi**. U **závažnějších situací** jako je neznámý kontakt nebo trapná fotka bez souhlasu **přebírají roli rodiče, hlavně máma**. Učitel jako důvěrník hraje roli pouze u situací spojených přímo se školou, jako je posmívání na WhatsAppu. U situací spojených se sociálním vyloučením nebo narušením soukromí ale děti volí možnost neříct nikomu výrazně častěji. Sdílení soukromých zpráv si pro sebe nechá dokonce polovina dětí. Čím více se situace dotýká jejich soukromí nebo vztahů s vrstevníky, tím méně jsou děti ochotné se svěřit komukoli.

	MÁMĚ	TÁTOVI	KAMARÁDŮM	AI	NIKOMU
Vtipné video, které chci ukázat	53 %	41 %	79 %	4 %	4 %
Chci koupit postavu/skin ve hře za reálné peníze	57 %	45 %	19 %	3 %	18 %

Spolužák se mi posmívá na WhatsAppu	64 %	49 %	31 %	7 %	15 %
Ostatní se posmívají mému kamarádovi na WhatsAppu	49 %	35 %	44 %	7 %	14 %
Kamarádi sdíleli fotky z akce bez mě	19 %	11 %	25 %	5 %	53 %
Někdo zveřejnil moji trapnou fotku bez souhlasu	62 %	47 %	36 %	10 %	14 %
Někdo sdílí moje soukromé zprávy s ostatními	40 %	27 %	40 %	9 %	25 %

Někdo neznámý mi píše zprávy na internetu	66 %	54 %	30 %	11 %	11 %
Omylem jsem klikl/a na podivný odkaz	64 %	60 %	19 %	21 %	9 %
Zahlédl/a jsem děsivý nebo nepřijemný obsah	38 %	28 %	26 %	8 %	35 %
Dospělý mi píše milou zprávu a chce se setkat	64 %	52 %	35 %	8 %	16 %

Čtyři typy komunikace

Čtyři typy komunikace o mobilu

Aby bylo možné pochopit, jak rodiče a děti o mobilu komunikují, rozdělili jsme děti do čtyř segmentů podle dvou klíčových proměnných:

- **kdo rozhovor o mobilu iniciuje** (rodič, nebo dítě samo)
- **jaké emoce v dítěti tento rozhovor vyvolává** (pozitivní, neutrální, negativní).

Kombinací obou dimenzí vznikly čtyři skupiny, které se liší nejen v tom, jak často a o čem se s rodiči baví, ale i v tom, co by potřebovaly, aby komunikace fungovala lépe:

37 %

KOMUNIKATIVNÍ

32 %

14 %

17 %

Otevřená, přátelská atmosféra bez ohledu na to, kdo téma mobilu otevře. Rozhovor v dítěti vyvolává pozitivní emoce.

Neutrální atmosféra, téma mobilu otevírají hlavně rodiče. Dítě se nebrání, ale samo iniciativu nevyhledává.

Mobil je zdrojem napětí. Děti se o něm bavit nechtějí, rodiče téma přesto otevírají. Rozhovor vyvolává negativní emoce.

Rodiče téma mobilu neotevírají, přestože by děti chtěly. Rozhovor vyvolává negativní nebo neutrální emoce.

Metodologický popis skupin

Do segmentů spadají děti, které mají svůj vlastní mobil nebo pravidelný přístup k němu (N=1675). Výpočet segmentů je postaven na **dvou proměnných**:

- a) **kdo rozhovor** o mobilu **začíná**
- b) **jak se** u tohoto rozhovoru **dítě cítí**

Emoce byly měřeny na šestibodové škále s možností „nevím“. Jednotlivé hodnoty škály byly následně sloučeny do tří kategorií: pozitivní, neutrální a negativní.

Iniciativa rozhovoru byla v dotazníku zastoupena otázkou, zda téma mobilu otevírají většinou rodiče, většinou dítě samo, nebo to respondent nedokáže posoudit.

Kombinací těchto dvou dimenzí vznikly 4 segmenty dětí podle charakteru komunikace s rodiči o mobilu:

- Komunikativní
- Pasivní
- Pod tlakem
- Opomíjení



Komunikativní



ZASTOUPENÍ MEZI DĚTMI 8 AŽ 15

37 %



ČAS NA MOBILU

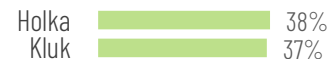
3:02

Spíše mladší děti, nejčastěji ve věku **10 až 11 let**. Na mobilu si **hlavně píš**í s kamarády a rodinou, hledají informace a **sledují YouTube**. **Nejoblíbenějšími aplikacemi** jsou již zmiňované **YouTube** a následují ho **WhatsApp** a **Roblox**. **TikTok** a **Instagram** je tolik nelákají.

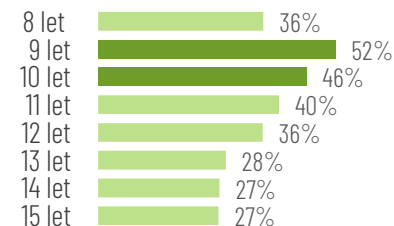
O tom, co na mobilu dělají, **otevřeně mluví s celou rodinou**, s mámou, tátou, prarodiči i dalšími příbuznými výrazně více než ostatní segmenty.

Na mobilu jsou nejčastěji **odpoledne a o víkendu**. V noci po večerce ponocují **nejméně** ze všech segmentů.

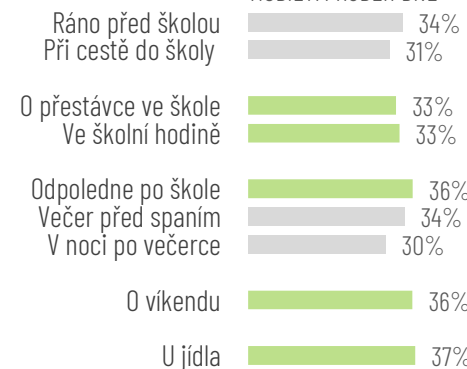
POHLAVÍ



VĚK



MOBIL A PRŮBĚH DNE



signifikantně **více/méně** v porovnání s celkem

Pasivní



ZASTOUPENÍ MEZI DĚTMI 8 AŽ 15

32 %



ČAS NA MOBILU

3:15

Jde spíše o starší děti ve věku **12 až 14 let**, bez výrazných rozdílů mezi pohlavími. Pocházejí **častěji z neúplných rodin**. Na mobilu hlavně **scrollují a sledují krátká videa, Reels a TikTok**.

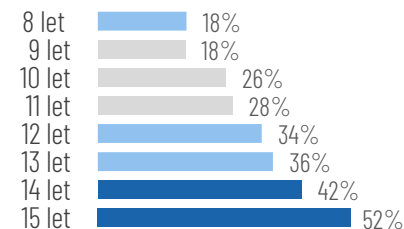
O mobilu **s rodinou příliš nemluví** a pokud s někým, tak spíše **s kamarády ze školy**.

Na mobilu jsou nejčastěji **večer a v noci**. Po **večerce** ponocuje polovina tohoto segmentu.

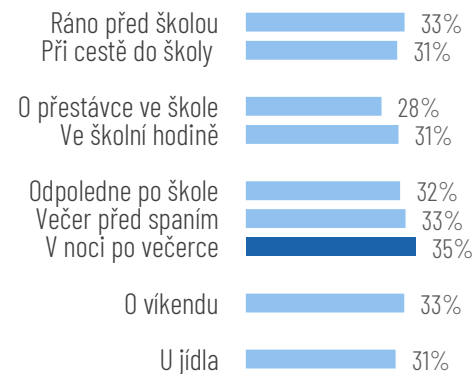
POHLAVÍ



VĚK



MOBIL A PRŮBĚH DNE



signifikantně **více**/méně v porovnání s celkem

Pod tlakem



ZASTOUPENÍ MEZI DĚTMI 8 AŽ 15

14 %



ČAS NA MOBILU

3:15

Segment tvoří nepatrně **více dívek**. Děti z tohoto segmentu častěji **vyrůstají v úplných rodinách**, kde si mohou rodiče udělat více času na kontrolu dětí a toho, co na mobilu dělají.

Intenzivně **poslouchají hudbu, sledují videa a sociální sítě** a ze všech segmentů nejvíce **používají AI chatboty**. O mobilu mluví hlavně s **kamarády nebo s AI**. Z aplikací více používají **WhatsApp a Spotify**.

Na mobilu tráví nejvíce času a ze všech segmentů nejvíce ponocují a používají mobil i večer před spaním.

POHLAVÍ	
Holka	15%
Kluk	12%

VĚK	
8 let	9%
9 let	9%
10 let	11%
11 let	15%
12 let	13%
13 let	17%
14 let	17%
15 let	11%

MOBIL A PRŮBĚH DNE	
Ráno před školou	16%
Při cestě do školy	19%
O přestávce ve škole	16%
Ve školní hodině	16%
Odpoledne po škole	15%
Večer před spaním	16%
V noci po večerce	16%
O víkendu	14%
U jídla	13%

signifikantně **více/méně** v porovnání s celkem

Opomíjení



ZASTOUPENÍ MEZI DĚTMI 8 AŽ 15

17 %



ČAS NA MOBILU

3:20

Jde spíše o mladší děti okolo 9 až 11 let, mírně více kluků. Na mobilu jsou **aktivnější o přestávce ve škole nebo u jídla**.

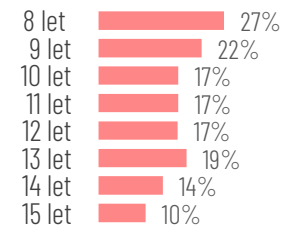
Rozhovor o mobilu iniciují **výrazně více děti než rodiče**, kteří o to nejeví zájem. Chybějící kontakt s blízkými **supluje online kamarádi**, s kterými o mobilu mluví nejčastěji ze všech segmentů.

Oblíbenými aplikacemi jsou hlavně hry Roblox a Minecraft, které jim slouží jako prostor pro sociální kontakt.

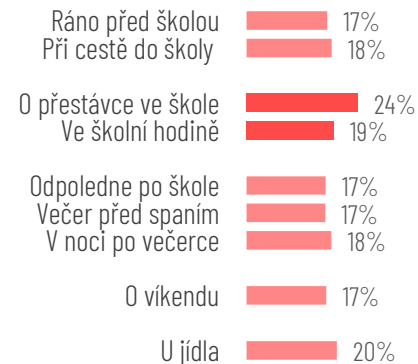
POHLAVÍ



VĚK



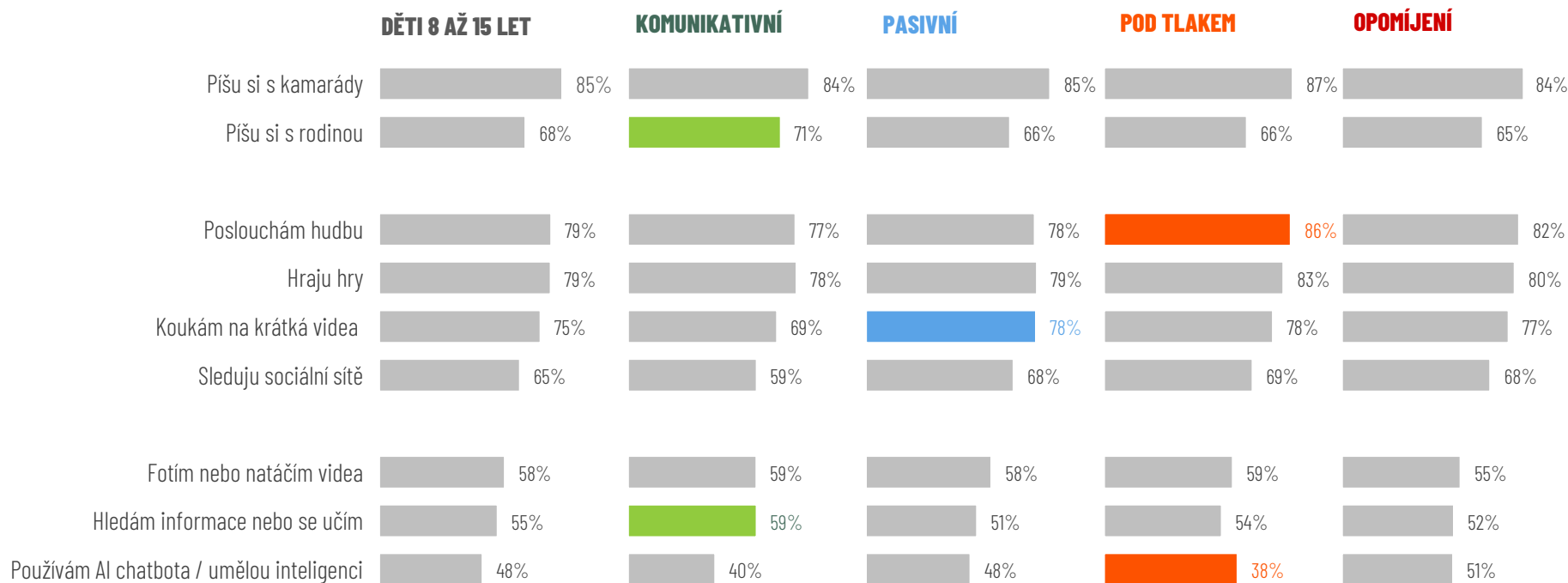
MOBIL A PRŮBĚH DNE



signifikantně **více**/méně v porovnání s celkem

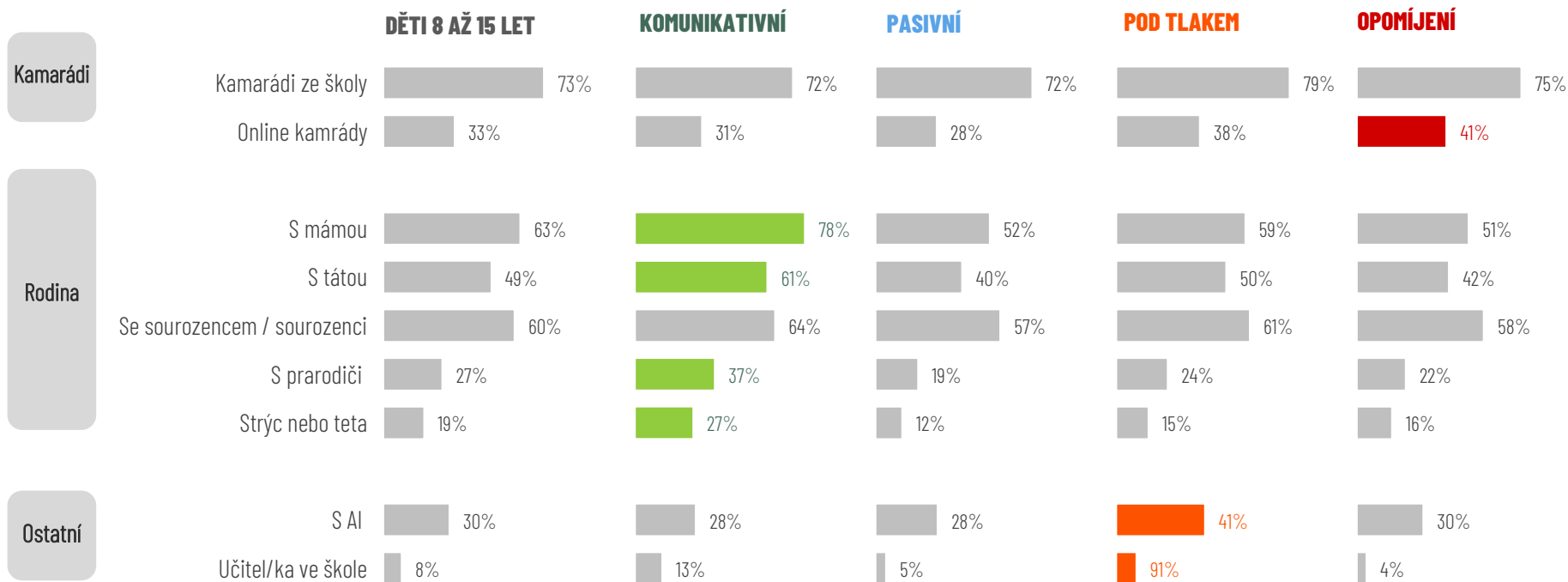
Komunikativní děti mobil používají aktivně

Psaní s kamarády, hry a hudba jsou společné všem. Rozdíly se ukazují v tom, co děti dělají nad rámec zábavy. Komunikativní děti výrazně častěji dohledávají informace nebo se učí a méně sledují krátká videa a sociální sítě – jejich používání mobilu má více aktivní charakter. Naopak děti pod tlakem se nad průměr odlišují hlavně u AI chatbota a hudby – mobil je pro ně spíše únikem než nástrojem.



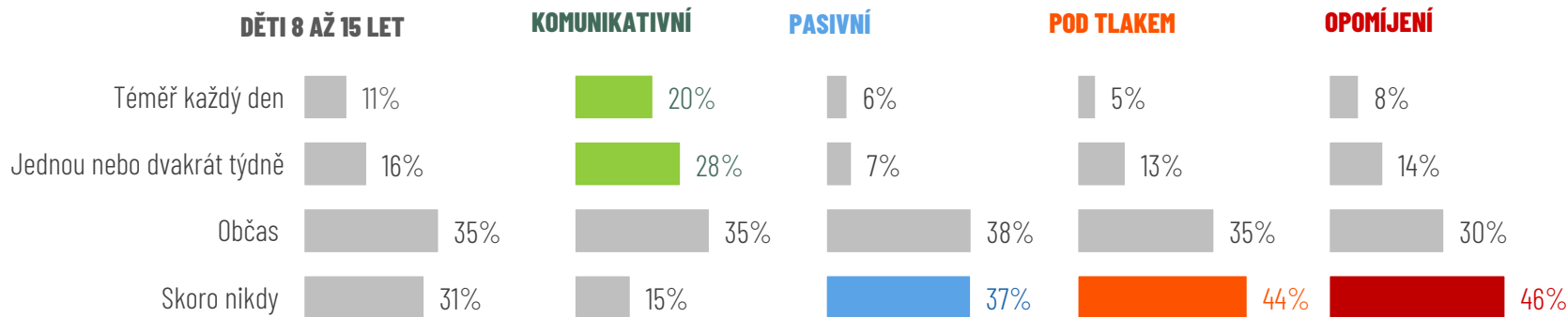
Komunikativní mají o mobilu s kým mluvit

Komunikativní děti se o mobilu baví s výrazně širším okruhem lidí – nejen s mámou a tátou, ale i s prarodiči, tetami a strýci nebo učiteli. Mobil je pro ně přirozené téma rozhovoru. U opomíjených dětí a dětí pod tlakem rodiče jako partner výrazně chybí – a jejich místo částečně přebírají online kamarádi nebo AI chatbot.



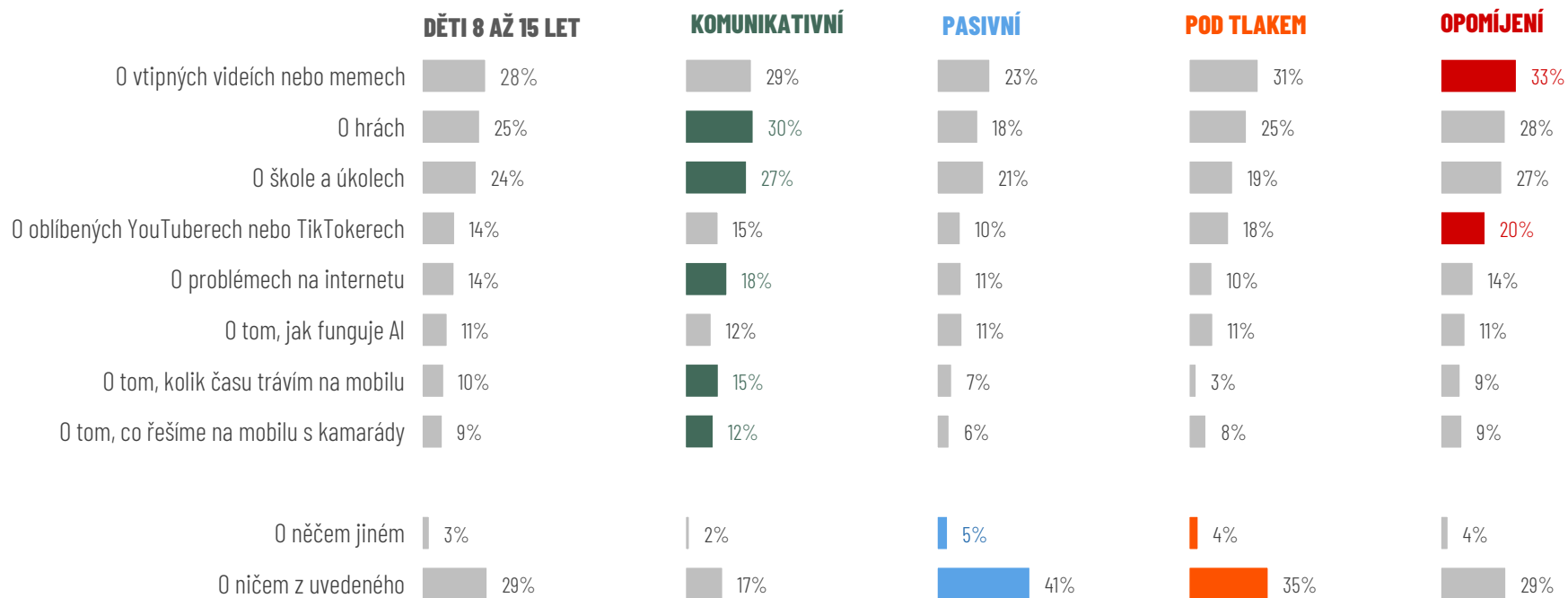
Děti pod tlakem a opomíjení se o mobilu **moc nebaví**

Frekvence rozhovorů o mobilu segment přesně rozlišuje. Komunikativní děti mluví s rodiči o mobilu každý den nebo skoro každý den čtyřikrát častěji než děti pod tlakem. Téměř polovina dětí pod tlakem a bez kontaktu se s rodiči o mobilu nebaví skoro nikdy – a většina z nich by to tak chtěla ponechat i nadále.



Komunikativní chtějí mluvit o všem, pasivní o ničem

Největší rozdíl mezi segmenty není v konkrétním tématu, ale v ochotě mluvit vůbec. Čtyři z deseti pasivních dětí nechce s rodiči o mobilu řešit nic navíc – a téměř stejně tak děti pod tlakem. Komunikativní děti jsou i zde výjimkou: poptávají více rozhovorů o hrách, škole, problémech na internetu i o kamarádech. Zároveň jako jediné výrazně chtějí řešit i čas na mobilu – téma, které děti pod tlakem odmítají úplně nejvíce ze všech. Pro ně je čas na mobilu bolavé místo, ne námět k rozhovoru. Opomíjené děti pak stojí někde uprostřed – přály by si mluvit o lehčích věcech, videích nebo oblíbených tvůrcích, jako by hledaly bezpečný, nenásilný vstupní bod do rozhovoru s rodičem.



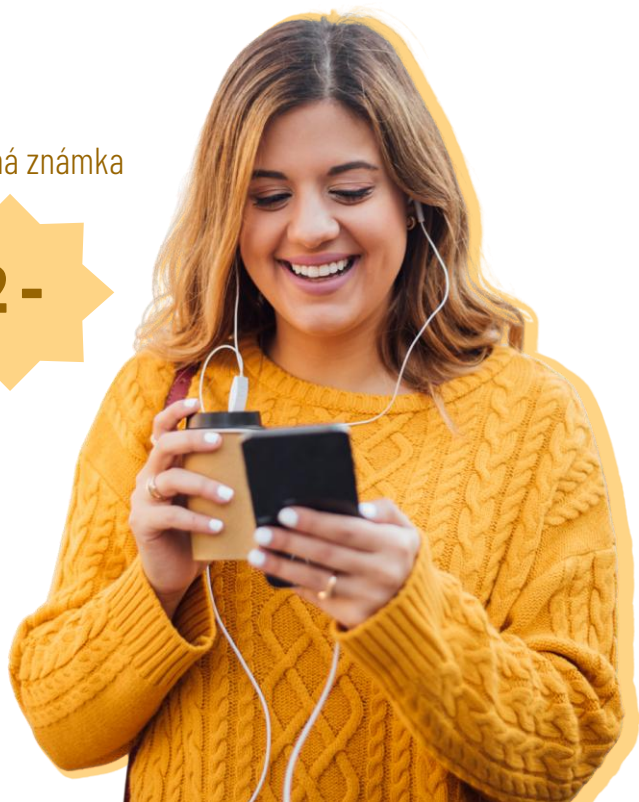
Digitální dovednosti rodičů

Tátové mají o něco lepší hodnocení

Táta vychází z hodnocení dětí o něco lépe než máma. Rozdíl ale není dramatický a oba rodiče dostávají velmi podobné hodnocení ve dvou krajních oblastech: ovládání telefonu patří k nejlépe hodnoceným dovednostem u obou, memy a brainrot k nejhůře hodnoceným. Holky hodnotí oba rodiče mírně lépe než kluci. Mladší děti (8–11 let) jsou ke svým rodičům výrazně shovívavější než starší – tento věkový efekt je konzistentní u mámy i táty a napříč většinou dovedností.

Průměrná známka

2 -



Průměrná známka

2



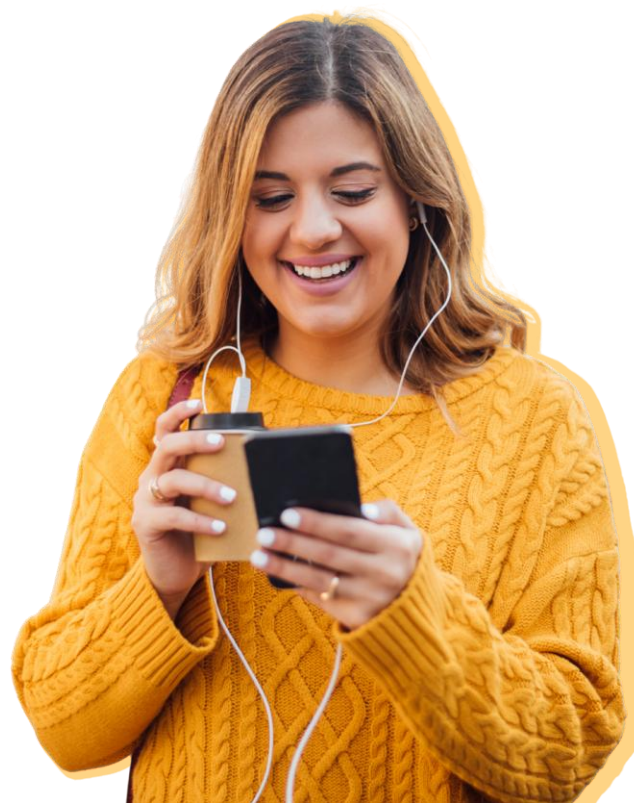
Mamka dostává od dětí dvojku

Nejlépe si vede v ovládání aplikací, kde dostává jedničku. U her, memů a influencerů ale ztrácí a dostává spíše dvojku s mínusem. Lépe ji hodnotí mladší děti, které ji stále vnímají jako autoritu a průvodce digitálním světem. S přibývajícím věkem ale hodnocení klesá, starší děti mamce přiznávají méně znalostí a kompetencí. Holky jsou k mamce o něco shovívavější než kluci.

Používání aplikací v mobilu	1,58
Řešení technických problémů	2,14
Používání AI	2,19
Přehled o hrách	2,24
Influenceri a youtubeři	2,65
Memy a brainrot	2,82

Průměrná známka

2 -



Táta ovládá techniku. S memy je ale pozadu

Táta vychází z hodnocení dětí o něco lépe než mamka. Boduje hlavně v technických oblastech, ovládání aplikací a řešení technických problémů dostává jedničku s mínusem. U her a AI je na tom podobně jako mamka. Ztrácí stejně jako ona u memů a influencerů, tedy obsahu, který je čistě doménou dětí.

Táta tedy zná digitální svět svých dětí o něco lépe než mamka, ale jen v té technické části. Svět memů, brainrotu a YouTuberů mu zůstává stejně vzdálený.

Používání aplikací v mobilu	1,52
Řešení technických problémů	1,62
Používání AI	2,11
Přehled o hrách	2,25
Influenceři a youtubeři	2,60
Memy a brainrot	2,70

Průměrná známka

2



Cool rodič je ten, který se ptá

Více než polovina dětí by si přála, aby rodiče měli zájem proniknout do jejich digitálního světa. Třetina by je to dokonce chtěla tímto světem sama doprovázet. Učení formou knih, videí nebo samostatného zkoušení je až na dalších místech.

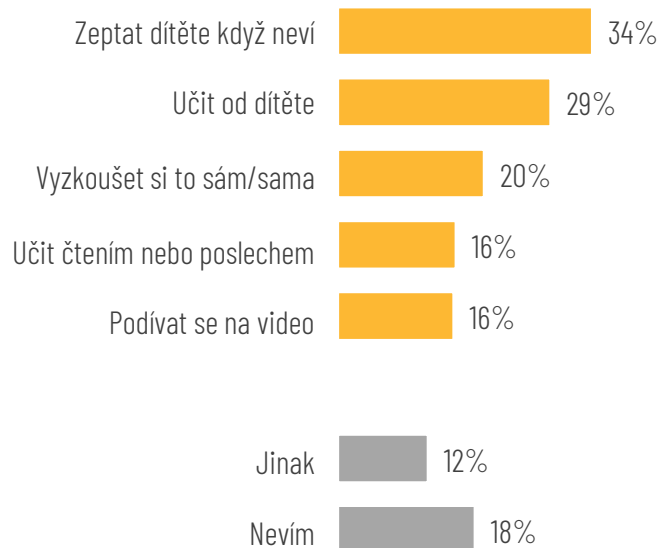
Děti tedy nechtějí rodiče posílat na kurz digitální gramotnosti. Chtějí, aby se zajímali, ptali se a nechali se poučit. To přesně odpovídá tomu, co děti v kvalitativní části popisovaly jako ideálního rodiče. Není to ten, kdo ovládá techniku, ale ten, kdo se zajímá o to, co baví dítě, nechá se poučit a je ochoten se dívat na svět mobilu jeho očima.

52



děti by chtěly, aby se rodiče naučili to, co
na mobilu děti samy dělají

Jak se to má rodič naučit?



Děti a využívání AI

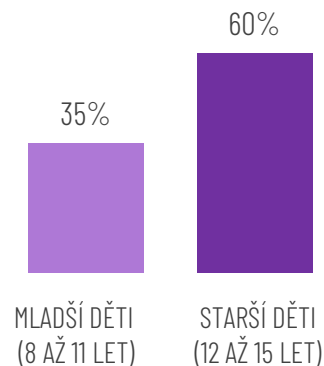
AI používá téměř polovina dětí. Je to nástroj, ale i důvěrník

AI není pro děti něčím abstraktním, jde spíše o užitečný nástroj a někdy i kamaráda, kterému se děti svěřují. S věkem její využití výrazně roste, u mladších dětí ji používá třetina, u starších více než polovina. Pokud v rodině vázne komunikace, je pro některé děti alternativou právě AI. Výrazně více ji využívají děti ze segmentu pod tlakem, kde komunikace o technice téměř není. AI tak pro ně může plnit roli rádce, kterého jim rodiče neposkytují. To přesně odpovídá zjištění z kvalitativní části, kde děti AI popisovaly jako kamaráda, který ví všechno a nesoudí.

48 %



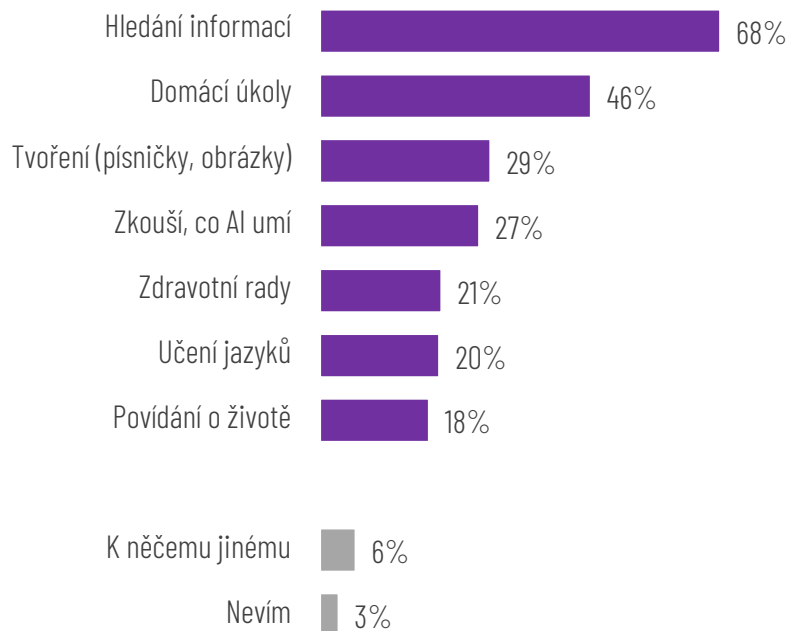
Děti používá AI



AI k hledání informací. Holky se svěřují, kluci testují

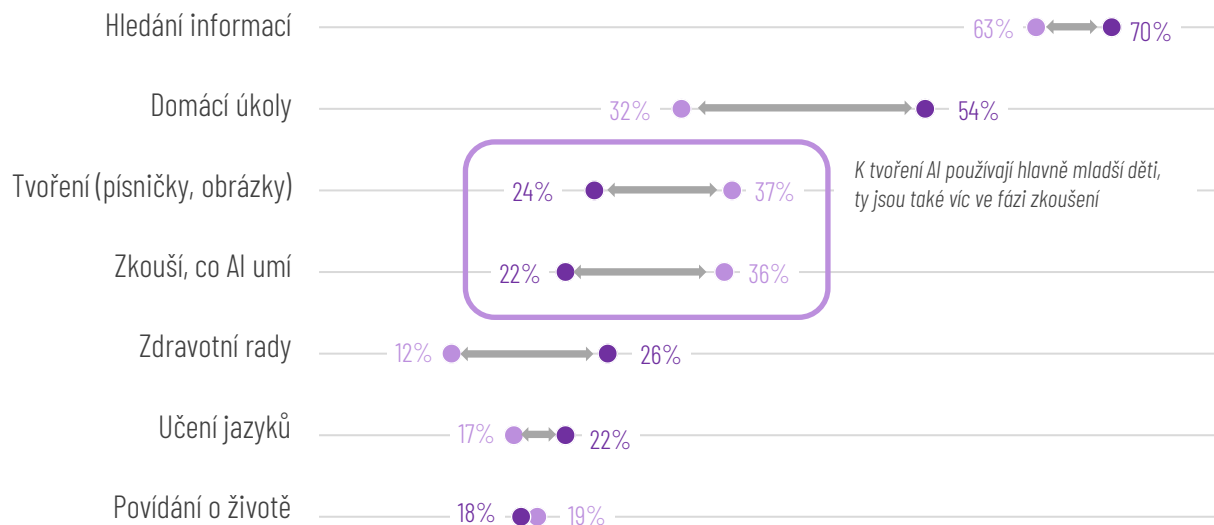
Děti AI používají jako pomocníka při hledání informací a vypracování domácích úkolů. Starší děti AI používají výrazně více prakticky, na již zmiňované úkoly, radí se s ní o zdravotních problémech nebo se s ní učí jazyky. Mladší děti ji více využívají k tvorbě obrázků a písniček.

Holky se AI více svěřují s osobními věcmi, zdravotními radami i povídáním o životě. Kluci AI testují a zkouší její limity. AI tedy pro holky plní spíše roli důvěrníka, pro kluky spíše hračky.



Starší děti AI berou prakticky, mladší s ní tvoří

S věkem se způsob využití AI výrazně proměňuje. Starší děti ji používají především prakticky, na hledání informací, domácí úkoly a zdravotní rady. Mladší děti jsou naopak ve fázi zkoušení, tvoří s ní obrázky a písničky a testují její limity. Děti z úplných rodin AI více využívají k hledání informací, děti z neúplných rodin ji naopak více zapojují při přípravě domácích úkolů. AI tedy neslouží všem dětem stejně, způsob jejího využití odráží věk, rodinné zázemí i to, co dítě právě potřebuje.



Děti z úplných rodin častěji AI používají pro hledání informací (70 %), ale méně pro přípravu domácích úkolů (44 %).

Naopak v neúplných rodinách děti spíše s pomocí AI dělají domácí úkoly (54 %) a méně hledají různé informace (60 %).

● Mladší děti (8 až 11 let)

● Starší děti (12 až 15 let)

AI důvěřují tři čtvrtiny dětí, kluci víc než holky.

Kluci jsou k AI důvěřivější než holky. U holek nevyvolává AI nedůvěru, ale spíše neví, co si o ní mají zatím myslet. To odpovídá i tomu, jak AI využívají. Zatímco kluci AI více testují a zkoušejí její limity, holky ji používají více prakticky. Větší důvěra kluků tedy může jít ruku v ruce s jejich experimentálnějším přístupem. Holky naopak AI sice používají, ale s větší mírou kritického odstupu.

76 %

Děti věří informacím z AI

HOLKY

71%



Věří

15%



Nevěří

14%



Neví

KLUCI

81%

+ 10 p. b.



Věří

13%



Nevěří

7%



Neví

Postoje dětí k zákazu mobilu a sociálních sítí

Zákaz mobilů ve škole chtějí hlavně starší děti.

Děti na zákaz používání mobilů ve školách nemají vyhraněný názor. Největší část nemá k otázce silný postoj (35 % + 10 %). Třetina mobilní telefony ve školách spíše podporuje a čtvrtina ne.

Patří mobil do školy?*

31 %

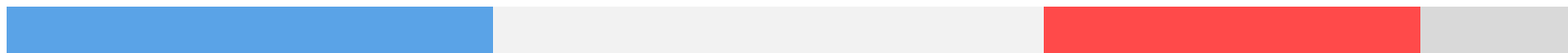
patří

35 %

je to jedno

24 %

nepatří



Sociální sítě by zakázala pětina dětí

Kluci by sociální sítě povolili výrazně více než holky, které jsou k jejich povolení opatrnější. To odpovídá tomu, jak sociální sítě obě skupiny využívají. Holky jsou na sociálních sítích aktivnější a zranitelnější vůči jejich negativním dopadům, a proto k nim přistupují s větší obezřetností. Kluci je naopak využívají méně osobně a zákaz by proto vnímali jako zbytečný.

Měly by mít děti povolené sociální sítě?

26 %

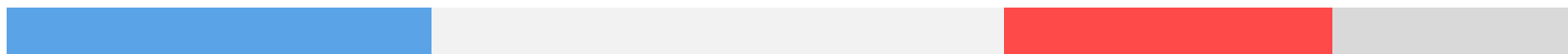
povoleny

39 %

je to jedno

20 %

zakázány



Dvojí metr u sociálních sítí řeší pětina dětí

Většina dětí otázku spravedlnosti kolem sociálních sítí příliš neřeší, téměř polovina je to jedno. Jen čtvrtina to považuje za nespravedlivé. Zajímavé je, že starší děti jsou k tomuto paradoxu ještě smířlivější než mladší. Přestože sociální sítě využívají výrazně více, méně je trápí, že dospělí je mají a jim se zakazují. Možná proto, že starší děti si cestu k sociálním sítím stejně najdou a zákaz vnímají spíše jako formální překážku než skutečné omezení.

Je spravedlivé, že dospělí mají sociální sítě a děti ne?

21 %

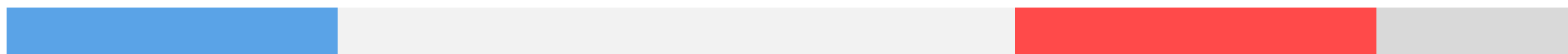
spravedlivé

43 %

je to jedno

23 %

nespravedlivé



Metodologie

Metodologie



Kvantitativní část výzkumu navazuje na mapping problému a kvalitativní část, kterou tvořilo 16 polostrukturovaných rozhovorů s dětmi ve věku 8 až 13 let. Navazující kvantitativní část se zejména při tvorbě dotazníků a následných analýz opírala o předchozí zjištění, kdy cílem bylo tato zjištění ověřit na reprezentativních datech.



Výzkumu se účastnily děti ve věku 8 až 15 let. Cílová skupina byla oproti kvalitativní fázi rozšířena o děti ve věku 14 a 15 let, aby bylo možné zapojit do sběru na školách všechny děti ve třídě bez ohledu na věk a usnadnit tak organizaci sběru. Pro zajištění reprezentativního zastoupení dívek a chlapců ve věkových kategoriích a) 8 až 11 let, b) 12 až 15 let, byla data po sběru a vyčištění následně vážena na základě podkladů z ČSÚ.



Výzkum proběhl metodou CAWI (online sběr pomocí dotazníků) na vzorku **N=1700 respondentů**. Dotazník byl distribuován na českých školách, za podpory databáze O2 Chytré školy (participují / žádaly o grant). Dotazování proběhlo pomocí databáze kontaktů na školy a učitele. Do výzkumu se zapojily školy z devíti krajů České republiky. Nejvíce respondentů pocházelo ze Středočeského, Moravskoslezského, Ústeckého a Jihomoravského kraje, menší část pak z Kraje Vysočina, Pardubického kraje, Hlavního města Prahy, Plzeňského a Zlínského kraje. Vzorek tak pokrývá jak velké a ekonomicky silnější regiony, tak i strukturálně postižené kraje, a to v Čechách i na Moravě. Přestože byly v rámci programu Chytrá škola O2 osloveny školy ve všech krajích, z Jihočeského, Karlovarského, Libereckého, Královéhradeckého a Olomouckého kraje se do sběru dat žádná škola nezapojila.



Sběr probíhal 28. 05. – 24. 06. 2026



Jakub Bakule
Managing director NMS
m (+420) 728 202 184
e jakub.bakule@nms.eu



Tereza Friedrichová
Analytička NMS Public
m (+420) 733 610 461
e tereza.friedrichova@nms.eu



Růžena Smrčková
Datová analýza
m (+420) 773 992 520
e ruzena.smrckova@nms.eu

NMS Market Research
U Nikolajky 13, 150 00 Praha 5
t (+420) 222 351 611
w www.nms.cz



Dodatek

Score karty segmentů

Score karta: Komunikativní

37 %



KOMUNIKATIVNÍ

Pohlaví

49%



Holky

51%



Kluci

Věk

1%

8 let

6%

9 let

27%

10 let

25%

11 let

18%

12 let

12%

13 let

7%

14 let

4%

15 let

Aplikace



Činnosti

HRY

KOMUNIKACE S KAMARÁDY

DOMÁCÍ ÚKOLY

HUDBA

SOCIÁLNÍ SÍŤ

KOMUNIKACE
S RODINOU

S kým

S RODIČI

AI

UČITELY

KAMARÁDY

PRARODIČI

ONLINE KAMARÁDY

SOUROZENCI

Jak často

ČASTO
(TÝDNĚ)

OBČAS

SKORO
NIKDY

Čas na
mobilu

3:02 h

Průměrný čas 3:13 h

Nejčastěji

ODPOLEDNE
VÍKEND



Score karta: Pasivní

32 %



PASIVNÍ



Čas na
mobilu

3:15 h

Průměrný čas 3:13 h

Nejčastěji

VEČER
PO VEČERCE
VÍKEND

Pohlaví

48%



Holky

52%



Kluci

Věk

0%

8 let

2%

9 let

17%

10 let

20%

11 let

20%

12 let

18%

13 let

13%

14 let

9%

15 let

Aplikace



Činnosti

KRÁTKÁ VIDEO

HRY

SOCIÁLNÍ SÍTĚ

DOMÁCÍ ÚKOLY

HUDBA

KOMUNIKACE S RODINOU

A KAMARÁDY

POUŽÍVÁNÍ AI

S kým

RODIČI

KAMARÁDY

AI

UČITELY

PRARODIČI

ONLINE KAMARÁDY

SOUROZENCI

Jak často

ČASTO
(TÝDNĚ)

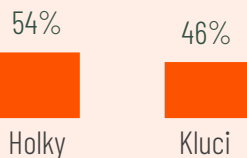
OBČAS

SKORO
NIKDY

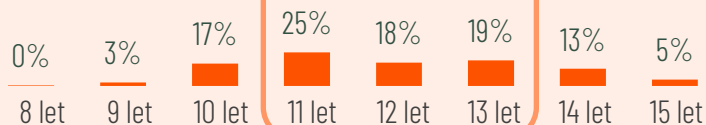
Score karta: Pod tlakem



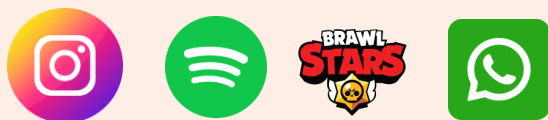
Pohlaví



Věk



Aplikace



Činnosti

KRÁTKÁ VIDEO HRY SOCIÁLNÍ SÍTĚ
HUDBA DOMÁCÍ ÚKOLY KOMUNIKACE S RODINOU
POUŽÍVÁNÍ AI A KAMARÁDY

S kým

RODIČI AI ONLINE KAMARÁDY
KAMARÁDY PRARODIČI
UČITELÉ SOUROZENCÍ

Jak často

ČASTO (TÝDNĚ) OBČAS SKORO NIKDY

Čas na mobilu

3:34 h

Průměrný čas 3:13 h

Nejčastěji

RÁNO
VEČER
PO VEČERCE
VÍKEND

Score karta: Opomíjení

17 %



Pohlaví

46%



Holky

54%



Kluci

Věk

1%

8 let

5%

9 let

22%

10 let

23%

11 let

19%

12 let

18%

13 let

8%

14 let

3%

15 let

Aplikace



Činnosti

KRÁTKÁ VIDEO

DOMÁCÍ ÚKOLY

POUŽÍVÁNÍ AI

HUDBA

HRY

SOCIÁLNÍ SÍŤ

KOMUNIKACE
S KAMARÁDY

S kým

RODIČI
KAMARÁDY

AI
PRARODIČI
UČITELÉ

ONLINE KAMARÁDY
SOUROZENCI

Jak často

ČASTO
(TÝDNĚ)

OBČAS

SKORO
NIKDY

Čas na
mobilu

3:20 h

Průměrný čas 3:13 h

Nejčastěji

VEČER
PŘESTÁVKA
VÍKEND
U JÍDLA

