

**AKADEMIE MÚZICKÝCH UMĚNÍ V PRAZE**

**FILMOVÁ A TELEVIZNÍ FAKULTA**

Filmové, televizní a fotografické umění a nová média

Animovaná tvorba

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**VLIV ANIMACE  
NA NEJMLADŠÍ GENERACI**

**Lucie Kokoliová**

**Vedoucí práce: ak. mal. Pavel Koutský**

**Oponent práce: ak. mal. Zuzana Marešová**

**Datum obhajoby: 14.9.2018**

**Přidělovaný akademický titul: BcA**

**Praha, 2018**

**ACADEMY OF PERFORMING ARTS IN PRAGUE**

**FILM AND TV SCHOOL**

Film, television and photograph art and new media

Animation

**BACHELOR THESIS**

**INFLUENCE OF ANIMATION TO  
YOUNGEST GENERATION**

**Lucie Kokoliová**

**Supervisor: ak. mal. Pavel Koutský**

**Opponent of the work: ak. mal. Zuzana Marešová**

**Datum obhajoby: 14.9.2018**

**Academic degree: BcA**

**Prague, 2018**

# PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

**VLIV ANIMACE NA NEJMLADŠÍ GENERACI**

vypracovala samostatně pod odborným vedením vedoucího práce  
a s použitím uvedené literatury a pramenů.

Praha, dne

podpis diplomanta

.....

.....

## UPOZORNĚNÍ

Využití a společenské uplatnění výsledků diplomové práce, nebo jakékoliv nakládání s nimi je možné pouze na základě licenční smlouvy tj. souhlasu autora a AMU v Praze

## Evidenční list

Uživatel stvrzuje svým podpisem, že tuto práci použil pouze ke studijním účelům a prohlašuje, že jí vždy řádně uvede mezi použitými prameny.

[illegible]

## **ABSTRAKT**

Tento text má za úkol obecněji popsat a přiblížit čtenáři principy a rozdíly v určení rozličných výstupů užívajících animaci coby nosný prvek vizuální komunikace, kategorizovat a určit kritéria pro různé etapy dětí především předškolního věku. Ráda bych nastínila jak pohled ze strany malých diváků, tak i problematiku, s kterou se potýkají tvůrci, pro které tvoří dětská diváci cílovou skupinu. Výstupy budu opírat o již zveřejněné průzkumy, o vlastní postřehy i o sondování svého okolí, jenž je blízké jak animaci, tak i dětskému vnímání světa.

## **ABSTRACT**

The purpose of this text is to more generally describe and explain the principles and differences in the identification of different outputs using animation as a carrier of visual communication, to categorize and to define criteria for different stages of children, especially pre-school age. I would like to get closer look to the view of small audiences and the issue faced by the creators for whom the viewers are the target audience. The outputs will be based on the already published surveys, their own observations and the sounding of their surroundings, which is close to both the animation and the children's perception of the world.

## **OBSAH**

- 1. Úvod**
- 2. Základní pojmy**
  - 2.1. Animace**
  - 2.2. Specifičnost animovaného filmu**
- 3. Animovaný film - dětský žánr**
  - 3.1. Pohádky**
  - 3.2. Disney**
- 4. Masmedia**
  - 4.1. Tiskoviny**
  - 4.2. Rádio**
  - 4.3. Televize**
  - 4.4. Internet**
  - 4.5. Hry**
- 5. Animace - Edukativní pomocník**
  - 5.1. Jak pomáhá vizualizace porozumět**
  - 5.2. Role animovaných filmů v rozvoji dítěte**
  - 5.3. Barvy**
  - 5.4. Negativita animace**
- 6. Násilí v animovaných filmech a seriálech**
  - 6.1. Násilí a televize**
- 7. Reklama cílící na děti**
  - 7.1. Merchandising v animovaném filmu**
- 8. Odlišnosti v zacílení animovaného filmu s ohledem na věk cílové skupiny**
  - 8.1. Od dvou do tří let**
  - 8.2. Od tří do šesti let**
- 9. Závěr**

## 1. ÚVOD

Zpracovat téma vztahu animace s jejími nejmenšími diváky jsem se rozhodla na základě dlouhodobého zájmu o tuto tematiku a i z důvodu osobní zkušenosti skrze vlastní dítě. Při nastudovávání dostupných materiálů jsem ke svému překvapení shledala, že neexistuje ucelenější text, věnující se vlivu a vztahu animace k divákům nejútlejšího věku, což vyústilo k záměru sjednotit mé poznatky do jednotného textu mé bakalářské práce. Tento text má za úkol obecněji popsat a přiblížit čtenáři principy a rozdíly v určení rozličných výstupů užívajících animaci coby nosný prvek vizuální komunikace, kategorizovat a určit kritéria pro různé etapy dětí především předškolního věku.

Ráda bych nastínila jak pohled ze strany malých diváků, tak i problematiku, se kterou se potýkají tvůrci, pro které tvoří dětská diváci cílovou skupinu. Výstupy budu opírat o již zveřejněné průzkumy, o vlastní postřehy i o sondování svého okolí, jenž je blízké jak animaci, tak i dětskému vnímání světa.

V této práci budu popisovat situaci tak, jak ji aktuálně pozoruji v dnešní době, kdy pod termín dětská animace zdaleka nelze zahrnout pouze kreslené filmy a seriály, ale kdy - i díky internetu a globalizaci - animace v různých měrách prostupuje diváky v mnohem širším měřítku.

## 2. ZÁKLADNÍ POJMY

### 2.1. ANIMACE

Budu-li zde mluvit o “animaci” je třeba si prvně definovat tento termín. Slovní základ vychází z latinského animatio - volně přeložitelné jako “akt ožívování”. V obecně chápaném pojetí se o animaci mluví jako o animovaném filmu - soubor rychle se za sebou promítaných kreslených obrázků, které ožíví kresbu (potažmo jinou výtvarnou techniku) a jejich pomocí lze vyprávět příběh a navazovat unikátní fantaskní atmosféru. V tomto chápání výrazu animace budu i já setrvávat, nicméně je nutno říci, že tento pojem je mnohem širší - zahrnuje animované sekvence v počítačových hrách, výukových aplikacích, funguje v kombinaci s reálnými záběry, či jinými audiovizuálními technikami. Moderní animace má stovky různých podob, často rozdílných, nebo se naopak prolínajících - je tutíž těžko definovat společné zákonitosti spojující tyto jednotlivé útvary.

Věhlasný kanadský tvůrce animovaných filmů Norman McLaren přišel s velice zajímavou definicí:

*„Animace není umění pohyblivých kreseb, ale umění kreslených pohybů; to, co se odehraje mezi každými dvěma okénky je mnohem důležitější než to, co je na nich; animace je tedy umění manipulace s neviditelnými mezerami mezi jednotlivými okénky.“ [1]*

Tato definice je ovšem zjevně cílená na kreslený film, nebere ohled na jiné formy a tak nedochází k vymezení hranic tohoto pojmu. Organizace ASIFA koncem osmdesátých let zveřejnila již více obecnější definici:

*„Umění animace je vytváření pohyblivých obrazů všemi technikami s výjimkou živé akce.“ [2]*



## **2.2. SPECIFIČNOST ANIMOVANÉHO FILMU**

Předností a hlavním lákadlem animovaného filmu je především to, že má schopnost vytvářet osobitý fantaskní svět, který je na hony vzdálen světu reálnému a jenž disponuje pravidly, které si vytvářejí s minimem omezení tvůrci. Velice často využívá možnosti vtisknutí lidských vlastností a charakterů ať už do podob zvířecích, či neživých. Skrze tuto zkratku lze rafinovaně vytvořit metaforu obrazu známého světa, ukázat na některou problematiku a nabídnout řešení bez doslovnosti a konkrétnosti, zároveň i hravou a lehce stravitelnou formou, což z animovaného filmu dělá ideální nástroj pro komunikaci s nedospělým divákem. Snad i proto je animovaný film prvovoplánově spojován s dětským světem, byť je zjevné, že tato zkratka je funkční napříč celým věkovým spektrem.

## **3. ANIMOVANÝ FILM - DĚTSKÝ ŽÁNŘ**

Jak jsem již předeslala, animovaný film již dalece překročil hranice svého určení jen na dětské publikum, nicméně spojitost tu vždy bude markantnější a to i z důvodů, daných historicky.

### **3.1. POHÁDKY**

Pro animovaný film slouží pohádka velmi často jako předloha, ať už onen film pohádkový příběh přímo adaptuje, nebo používá více fragmentů z různých pohádkových příběhů k utvoření nového, či jen parafrázuje nějakého klasického pohádkového autora.

Pohádka je důležitá pro rozvoj a výchovu poznávají svět a v neposlední řadě pomáhá spoluutvářet základy morálních a etických hodnot. Na vyprávěném příběhu se obrazně zrcadlí zápletky každodenního života. Michal Černoušek, dětský psycholog a pedagog definoval pohádku těmito slovy:

*„Základní funkcí pohádek je vnést smysl a řád do dětem původně nesrozumitelného, skoro chaotického světa, jemuž děti, obzvláště v době předškolní, nemohou plně porozumět.“* [3]

Tímto tvrzením autor poukazuje na fakt, že děti vnímají okolní svět jinak než dospělí, jejich myšlení je především obrazné, animistické a konkrétní. Pohádky tak pomáhají rozvíjet jejich představivost, obrazotvornost, poukazují na potřeby jako zvládnutí strachu, překonání překážek, výhody navazování mezilidských vztahů, důležitosti vztahů v rodině.



*Víla Amálka*

Pohádku si děti předškolního věku sami přečíst ještě neumějí, rodičovské čtení pohádek, nebo babičkovské vyprávění je tak nenahraditelnou formou komunikace a sbližování, spojené s ponaučením a zapojením fantazie.

**Ilustrace** v dětských knihách doplňuje krásu jazyka krásou obrazu, podporuje obrazotvornost a představivost. Ilustrace by jistě neměla nahrazovat vyprávění, spíše jej posunout a podpořit. Známe bezpočet příkladů, kdy ilustrace ke knížce posloužila jako výtvarná předloha pro animovaný film.

Například **Povídání o pejskovi a kočičce**, napsané i ilustrované Josefem Čapkem vydané roku 1929 posloužilo jako grafická předloha pro šest krátkých filmů, které v roce 1950 natočil Eduard Hofman (vedoucím výtvarníkem i animátorem byl Josef Kábrt).



*srovnání filmového a knižního ztvárnění pejska a kočičky*

Nebo notoricky známá postava **Ferdy Mravence**, vycházející z komixů v Lidových novinách (od r. 1933 do 1941), animované podoby se jako první zhostila Hermína Týrlová, která v roce 1942 natočila první loutkový film s Mravencem Ferdou. Posléze vzniká i ve formě televizního seriálu, kdy se dočká hned dvou zpracování (František Filip v roce 1960, Hermína Týrlová roku 1977 a další verze vznikla v roce 1984 v německu).

Příkladů je nesčetně mnoho, jelikož animovaný film se svým formátem a způsobem vyprávění logicky přímo nabízí k oživení výtvarného zpracování knižních titulů.



*Ferda Mravenec - od komixu k loutkovému filmu*

Nezřídka se také vyskytuje i opačný proces, kdy na základě animovaného filmu vznikají ilustrované knižní adaptace, což je běžné u komerčně úspěšných titulů, kdy knihy vznikají jako doplňkové posílení brandu (více viz kapitola o merchandisingu). Na pultech knihkupectví tak můžeme narazit množství všeobecně známých postav ze světa animovaného filmu.

### **3.2. DISNEY**

Za otce velkých a úspěšných animovaných filmů lze bezpochyby označit Walta Disneye, jehož filmy na dlouhou dobu určovaly představu o animovaném filmu obecně. Jeho kreslené postavy se staly a doteď stále jsou každodenní součástí života, aniž bychom si to často vůbec uvědomovali. Dovedl mistrně skloubit stylizaci zvířat s lidskými vlastnostmi, když Myšák Mickey stále zůstává svojí podstatou myší, ale obléká se, mluví (po skončení éry němého filmu), řeší problémy jako člověk. Stylizace v kresbě i animaci a její dopad na působení na dětského diváka je důležitý moment v pochopení funkčnosti jeho animovaných filmů na dětské diváky. Krom známých animačních pravidel

jsou důležité konstrukční principy jeho postav, kdy jsou tvary zaoblené, ničím nerušené, tím pádem oku příjemné a působící roztomile. To umožňuje se snáze dětskému publiku vžít do postavy a dožít si s ní vyprávěný příběh.

Disneyho 12 animačních principů se dodnes uplatňuje a jejich užití můžeme vysledovat třeba i ve 3D počítačové animaci.

## 4. MASMÉDIA

V dnešní době je téměř nemožné oddělit vliv médií na náš každodenní život. Takřka na každém kroku se s nimi setkáváme, často je ani vědomě nevnímáme, což ale neznamená, že na nás nemají vliv. Cílem médií je hlavně informovat své čtenáře, posluchače, či diváky. Obecně lze říci, že média mají za úkol sdělit a přenést informaci širokému publiku.

Definovat masovou komunikaci lze následovně: Masová komunikace zahrnuje instituce a postupy, jimiž specializované skupiny využívají technické prostředky – tisk, rozhlas, filmy apod. pro šíření symbolického obsahu směrem k rozsáhlému, nesourodému a široce rozptýlenému publiku. [4]

Masová média lze rozdělit do jednotlivých typů:

### 4.1. TISKOVINY

nazývané též **vizuální médium** - mluvíme především o novinách, časopisech, ale patří sem i například katalogy a letáky. Tisk je nejstarší médium, masově rozšířený v 19. století (byť technologie knihtisku datujeme do poloviny 15. století).

Jedná se o stále oblíbený a rozšířený zdroj informací i díky jeho fyzické podobě a možnosti tiskoviny uchovávat a vracet se k nim.

### 4.2. RÁDIO

čili **auditivní médium** - umožňuje rychlý přenos informací, využívá se převážně pro zpravodajství a hudební či zábavní program. Rozmach rozhlasu nastal od dvacátých let minulého století. Jeho výhodou je rychlost a širší záběr, za možnou nevýhodu můžeme považovat prchlavost trvání.

### 4.3. TELEVIZE

neboli **audiovizuální médium** - spojení zvuku s obrazem znamenalo převrat v masové komunikaci, možnost přenosu aktuálních informací napříč celým světem a naservírovaná zábava oslovila rychle miliony lidí. Dnes je naprostou samozřejmostí v drtivé většině domácností.

Masově se rozšířila po skončení druhé světové války.

#### **4.4. INTERNET**

Soňa Makulová z Filozofické fakulty Masarykovy univerzity v Brně definuje Internet takto: Internet je komplexní globální síť skládající se z tisíce dalších nezávislých sítí, které jsou provozované vládními agenturami, výchovně-vzdělávacími a výzkumnými institucemi a soukromými obchodními společnostmi. [5]

Internet je dnes již samozřejmostí, nedílnou součástí každodenního života. Postupně, ale rychlým tempem získává prvenství nad ostatními médii, díky široké nabídce a možnosti užití. Komunikace se již přestává rozdělovat na tu osobní a elektronickou, protože rozdíly se díky internetu v chytrých telefonech mnohdy slévají dohromady. Co je pro mladou generaci samozřejmostí, to může být na druhém konci starší generací naprosto nepochopitelné a neuchopitelné. Pro děti je běžné být online kdykoli a kdekoli.

Animace je s internetem spojena od jeho počátku a se stále se zvyšující dostupností a rychlostí je její využití čím dál více markantnější.

Je nosným prvkem v hrách, animace nás provází na webových stránkách v podobě různých interaktivních tlačítek, galerií, slideshow.

Internet je ideální médium pro umístění a šíření nezávislých animovaných filmů, animovaných seriálů a reklam, dobře poslouží jako archiv, na druhé straně díky nelegálnímu sdílení dat může být problematický pro komerční filmy.

#### **4.5. HRY**

Každé dítě miluje hry - v dětském věku je hraní jedna z hlavních činností a je důležitou součástí poznávání okolního světa, učení a výchovy.

Elektronické hry přináší podobné benefity, jako klasické dětské hrací činnosti, mohou však také působit negativně. Názory rodičů i odborníků jsou různé, někdo počítačové hry zatracuje obecně, jiný je bere jako jednoduchý prostředek k zabavení dítěte. Sama věřím, že hry mohou být užitečné, ledať dokáže osvětlit (i díky efektivitě použití animace) daleko pochopitelněji a pro dítě srozumitelněji než jiné prostředky.

Hraní her by se ovšem nemělo být na úkor ostatních - pro dítě - důležitých aktivit (fyzických i duševních).

#### 4.5.1. HARDWARE

Zařízení, používané ke hraní her existuje veliké množství. Díky stále sílícímu výkonu se v posledních letech výrazně dostávají do popředí mobilní telefony a tablety, díky své mobilitě a multifunkčnosti i rozšířeným možnostem ovládání (multitouch display, kamera, akcelerometry.) Stolní počítač oproti tomu nabízí lepší grafiku a pro někoho vhodnější ovládání pomocí klávesnice a myši. Je až s podivem, jak rychle si dítě dokáže zvyknout a ovládnout prostředí mobilního operačního systému a princip dotykové obrazovky je vlastně tak intuitivní, že dítě jej přijme naprosto přirozeně. Dalšími prostředky, umožňující hraní her jsou herní konzole, kapesní digitální hry, apod.

#### 4.5.2. HRY PRO PŘEDŠKOLNÍ DĚTI

Existuje mnoho titulů her, které jsou určeny pro ty nejmenší. Většina z nich plní i edukativní účel a zábavnou, barevnou a hravou formou pomáhá dítěti například s rozpoznáváním barev, s pilováním jemné motoriky. Častým jevem je hlasový komentář popisující odehrávající se objekty a situace. Tématem těchto her je často napodobování činností z reálného světa, jako jsou puzzle, umísťování tvarů na správné pozice, přiřazování barev, omalovánky, hry napodobující hudební nástroje, nebo třeba oblékání panenek.

Do vývoje her investují i velké firmy, jejichž marketing cílí na dětské publikum. Když se hra povede, šíří se virálně sama a kampaň může být mnohem úspěšnější než v provedení pomocí klasických marketingových nástrojů.



*příklad hry pro děti - interaktivní piano*

## 5. ANIMACE - EDUKATIVNÍ POMOCNÍK

### 5.1. JAK POMÁHÁ VIZUALIZACE POROZUMĚT

V posledních dvou dekádách proběhlo několik výzkumů v rámci kognitivní psychologie na téma zdali může být použití pohyblivé grafiky skutečně účinné při podpoře učení. Zjištění z velké části podporují tvrzení, že animace přináší benefity z hlediska zapamatování a porozumění obsahu. Již v roce 1990 například Thompson a Ridding uskutečnili test, kdy studentům prezentovali Pythagorovu větu ve statické a animované podobě<sup>[6]</sup>.

Animovaná forma z testu vyšla mnohem výhodněji, studenti, kterým byl prezentován animovaný model měli ve většině případů větší schopnost látku i s delším časovým odstupem znovu vybavit i sami odprezentovat. Jiné testy naopak poukázaly na fakt, že pokud se animovaná grafika použije nevhodným způsobem, nemusí být pro učení vhodná, případně může být dokonce kontraproduktivní, pokud například odvádí pozornost od probírané látky. Nabízí se proto otázka jaké je optimální užití animace při vzdělávacím procesu. Některé z těchto možných způsobů použití jsou:

- **Podpora vizualizace:** animaci lze využít k vizualizaci dynamických jevů, které nejsou snadným způsobem vnímatelné (prostorové a časové měřítko), které lze jen obtížně realizovat v praxi, protože jsou příliš nákladné, nebo nebezpečné, případně nejsou jiným způsobem vizuálně zaznamenatečné (pojmy jako síla, apod).
- Vyvolání “**kognitivního konfliktu**”: animace může být použita k vizualizaci jevů, kdy studentům může pomoci vyobrazení správných i nesprávných animací daného jevu.
- **Interaktivita výuky:** studenti si hypotézy ověří pomocí manipulace s parametry - animace se stává simulací, kdy si studenti vizualizují dosažené zkušenosti.

Hodně výzkumů spojených s učením a animací se uskutečnilo v prostředí středních a vysokých škol, výzkumů zahrnujících nižší stupně existuje již o poznání méně. Existuje však řada experimentů s historicky starší technologií (například televize), z nichž lze některé poznatky aplikovat i na téma animace a učení.

Bylo třeba zjištěno, že předškolní děti si lépe pamatují akce zobrazené vizuálně, než mluveným slovem, tento rozdíl ovšem zmizel u starších dětí (7 let). Mladší děti též prokazovaly lepší výsledky při zpracování obrazu, než při samostatném poslechu stejné látky podané jen zvukem.

Navíc děti mladší čtyř let vykázaly nečekaně dobré porozumění kinematografického uspořádání, souběžností akce a prostorovými vztahy, což poskytlo důkaz, že malé děti mají schopnost účinně zpracovat animovanou vizuální informaci a čerpat z ní složité informace.

Klíčovým problémem tedy není otázka zda je animace prospěšná pro učení, ale **kdy a proč** může být výuka obsahující animaci efektivní. Řešení tohoto problému si žádá dalšího zkoumání kognitivního procesu interaktivní, dynamické vizualizace.

## **5.2. ROLE ANIMOVANÝCH FILMŮ V ROZVOJI DÍTĚTE**

Každá živá bytost vnímá svět okolo sebe pomocí smyslů. Učení se prostřednictvím smyslového vnímání je životně důležité pro duševní růst dětí. Nyní se budeme soustředit na zrakový vjem, zkusíme pochopit vliv animace na dětský rozvoj. Začneme u barev.

## **5.3. BARVY**

Bez ohledu na fakt, že malé děti vnímají barvy během svého vývoje odlišně, existuje řada důkazů, že barvy samotné mohou být nositeli konkrétních zpráv. Třeba měkké, pastelové odstíny - často též používané v dětských pokojích stimulují pocit klidu a bezpečí a naopak syté, jasné barvy evokují aktivitu.

Animovaný film je jedním z účinných nástrojů, které používají barevnost k tomu, aby s její pomocí něco sdělily. Pohyblivé barevné obrázky dokáží zachytit dětskou pozornost ještě dlouho předtím, než vůbec porozumí nějakému obsahu, poselství, či příběhu a poskytují i nejmenším divákům svět plný symbolů, které jsou odrazem složitého světa, do kterého se malý človíček právě dostal.



#### 5.4. NEGATIVITA ANIMACE

Televize i animované filmy a seriály jsou často obviňovány, že nemohou správně svým pasivním přístupem a obsahem děti vzdělávat a vychovávat. V mnoha Disneyových filmech nenajdeme rodiče, nalezneme tam nevlastní maminky, čarodějnice, sirotky. Disneyho celovečerní filmy, inspirované pohádkami bratří Grimmů, byly odrazem tehdejší doby, protagonisté jsou parafrázemi nálad ve společnosti dvacátých let dvacátého století ve spojených státech. Už z tohoto příkladu je patrné, že animované filmy plní vzdělávací roli a mohou hodně naučit.

Je důležité, aby rodiče pochopili, že děti vnímají svět jinak a pohádky pozitivně pomáhají pochopit složitou dynamiku života.

#### 6. NÁSILÍ V ANIMOVANÝCH FILMECH A SERIÁLECH

Násilí, ať už chceme, nebo nechceme, k animovanému filmu dozajista patří. Na toto téma vznikla řada výzkumů, které hodnotí vliv a dopad násilných scének v televizi i kině, existuje řada odborných textů, některé obhajují přítomnost násilí v určité míře, jiné se snaží poukazovat na negativní dopad na dětské vnímání světa a morálních hodnot. Na otázku proč se vůbec násilí vyskytuje i v animovaných filmech určených pro děti dojdeme nejspíše k názoru, že se jedná o nabídku, která je reakcí na poptávku. Divák si žádá dávku vzrušení, násilí umožňuje rychle v krátkém čase předvést konflikt a drama. Důvod tak může být ekonomický - film obsahující násilí přitáhne více diváků. Násilí lze kategorizovat více způsoby, existují ratingová hodnocení, kterým filmy jdoucí do distribuce musí být opatřeny a které určují spodní věkovou hranici a ve zkratce naznačují o který typ potencionálně škodlivého obsahu se jedná.



*Itchy a Scratchy, násilnické postavy ze seriálu Simpsonovi*



*příklad hodnocení ratingu, zde americký systém vytvořený MPAA (Motion Picture Association of America)*

Z různých dostupných pohledů a dělení násilí mě zaujalo rozdělení do čtyř kategorií podle publikace Violence and the media<sup>[7]</sup>, jež vytvořila tyto typy násilí:

**Nepotrestané násilí** - pachatel násilí ze situace vychází nepotrestán zcela, potažmo nedostatečně, u mladších diváků tu může podvědomě docházet k úniku morální zásady, že násilí je špatné.

**Bezbolestné násilí** - exponované násilí v tomto typu nevyústí v adekvátní dopad na zdraví oběti, ale násilí zlehčuje. To může způsobit problém při dětských šarvátkách, kdy děti neodhadnou možné následky například hodů kamenem. Tento typ funguje výborně jako gag na dospělé, či dospívající, ale pro malé děti může být jeho časté opakované sledování rizikové.

**Veselé násilí** - násilí jako pointa vtipu, často obsažené v kreslených seriálech určených pro děti. Ve zvýšené míře může dojít k otupění citlivosti diváka vůči násilí a jeho přítomnost považovat za běžnou.

**Násilí hrdinů** - je posledním typem a poukazuje na fakt, že až čtyřicet procent násilí v animovaných seriálech či filmech se dopouští kladné postavy, hrdinové, do kterých se dítě svévolně vciťuje. To může vyústit v podvědomé či vědomé motivaci následovat svůj hrdinský vzor a doupouštět se tak násilí.

Násilí v animovaných filmech nemusí být problémem, pokud jsou rodiče důslední ve výběru obsahu a s vědomím, že se nelze veškerým negativním vlivům okolí vyhnout, by se měli snažit dítěti vysvětlit rozdíl mezi filmovou fikcí

a realitou a nezahlcovat dítě obsahem obsahujícím násilí pravidelně a opakovaně, protože opakované shlédnutí toho samého může způsobit zažití a zevšednění negativních situací.

## **6.1. NÁSILÍ A TELEVIZE**

Chceme-li zkoumat faktory, určující dětský způsob myšlení, měli bychom je hledat v prostředí, ve kterém děti vyrůstají. Tyto faktory jsou utvářeny ze střípků každodenního života, z vyjímečných a nezapomenutelných zážitků, a okolního prostředí. Animované filmy a seriály bezpochyby patří mezi každodenní zvyklosti velkého množství dětí. Studie ukázaly<sup>[8]</sup>, že průměrné dítě s přístupem k televizi, sleduje doma přibližně 18 000 hodin od mateřské školy až po maturitu. Děti ve věku 2-5 sledují kreslené filmy a seriály v průměru 32 hodin týdně. Děti ve věkovém rozmezí 5-10 pak 28 hodin za týden. 71% dětí (8-18 let) má ve svém pokoji televizi. 53% dětí nemá při sledování televize rodičovský dohled.

Televize je po projekcích v kinech dalším již po generaci fungujícím médiem, přenášejícím animovaný film a seriál k očím malých diváků. Snad již od doby svého vzniku (s trochou nadsázky) rozděluje rodiče do dvou táborů - na ty, kteří televizi spíše odmítají, coby prvek narušující přirozený vývoj dítěte, omezující ve tvoření vlastní imaginace, případně jako prostředek k získání pokroucené představy o násilí. Na druhé straně stojí rodiče, tvrdící, že televize dokáže dětem rozšířit vědomosti a posunout jejich vnímání dál. Z mého pohledu považuji za krátkozraké televizi dětem úplně odepírat, ale také jí nelze nahrazovat ostatní segmenty výchovy, či ji pouštět bez ohledu na běžící obsah jen pro to, aby se dítě zabavilo, protože na něj zrovna nemají rodiče čas. Jako i v případě dalších nových médií je tato problematika dvousečná a je na zdravém uvážení každého rodiče, do jaké míry a jakým způsobem nechá dítě ovlivnit. Existuje již mnoho studií, které se snaží monitorovat vliv - především - násilí ukryté v televizním vysílání na děti.

Obecně lze z těchto výzkumů vyčíst, že televize apriory neochuzuje děti o vlastní imaginaci, nebo nepodněcuje k násilnějšímu chování, ale při hojné konzumaci bez větší kontroly nad obsahem zvyšuje pravděpodobnost rizika násilného chování a pokřivenějšího pohledu na svět. V případě, že děti sledovaly ve větší míře naučné pořady, dosahovaly naopak lepších studijních výsledků. Je též nesporné, že delší vyjednávání před obrazovkou je na úkor pohybových aktivit a odvádí pozornost od dalších důležitých činností.

## 7. REKLAMA CÍLÍCÍ NA DĚTI

Přesto, že děti samy nedisponují svými finančními prostředky, reklama cílená jejich směrem hraje jednu z nejdůležitějších rolí na poli marketingu. Výrobci i zadavatelé využívají snadnosti spotřebitelské manipulace s dětmi a fakt, že rodiče snadno neodolají nátlaku ze strany svých ratolestí a tak se druhotně stávají též cílem dětské reklamy. Velké agentury mají sofistikované principy a systémy, sestavené dětskými psychology nastavené pro co nejefektivnější vzbuzení dětské pozornosti a umocnit potřebu vlastnit nabízený produkt. V některých zemích se snaží regulovat (Švédsko), nebo dokonce zakázat (Norsko).

Podle výzkumů je prokazatelné, že děti ve věkovém rozmezí od čtyř do pěti let jsou již schopné reklamu vnímat, ale chápou ji pouze jako zábavu, nikoliv jako výpověď o dané, produktu. mladší děti nejsou ještě schopny rozlišit realitu od smyšleného.

Okolo šestého roku života již shrábl polovina dětí dokáže porozumět reklamními sdělení, chápe že smyslem je prodat produkt. Třetina dokonce dokáže zpochybnit, či vyvrátit věrohodnost reklamy. Od sedmého roku jsou mladí diváci schopni reklamu i kriticky soudit a to i na základě vlastních zkušeností. Povědomí o existenci brandu a rozlišování značek se dovyvíjí okolo desátého roku života. To ovšem neznamená, že v tomto věku děti získávají nadhled a jakousi odolnost vůči reklamě. Děti jsou celkově více smyslově vnímavější než jejich rodiče, reklama je baví, neodmítají ji, baví se při ní a lépe si ji zapamatují.

Dle jedné americké studie<sup>[9]</sup> každé dítě shlédne v průměru 20 000 reklam za jeden rok, přičemž okolo dvou třetin souvisí s propagací jídla a nápojů.

Reklama v dětech dokáže vyvolat nadšení z pochopení děje, reklama snáze než u dospělých dokáže u dětí vyvolat emoce, vzbudit pozornost. Animovaná reklama hraje v tomto oboru stále zásadnější roli, díky svým takřka neomezeným možnostem stylizace, kdy na krátkém časovém úseku lze rozehrát množství gangů, vypointovaných vtipů s postavami, do kterých je snadné se vžít. Vymyslet funkční a komerčně úspěšnou reklamu je ovšem přinejmenším stejně složité, jako vytvořit úspěšný krátký film - byť je její účel jasně daný, její čas omezený, vyžaduje notnou přípravu a nemalé tvůrčí úsilí.

Existují pevná pravidla, která vytvořili marketingoví stratégové, které - pokud se dodržují - mohou, ruku v ruce s dobrým nápadem, pointou a výtvarným zpracováním, vést ke komerčnímu úspěchu, tedy kýženému a hlavnímu cíli. Mezi tato pravidla patří například zásady, že děti reklamu ocení, pokud obsahuje zábavné prvky, je barevná, znělá a vypointovaná, dále že děti reklamu chápou od šesti let, značku a brand si uvědomují od desíti let - jak již bylo řečeno výše. Nebo kupříkladu to, že děti jsou čím dál více interaktivní a to stejné se žádá i po reklamě, většina dětí vlastní i mobilní telefon, nebo je aktivní na internetu. Také se zdůrazňují rozdíly mezi chlapeckými a dívčími diváky - chlapce osloví vzrušení a dobrodružství, dívky zase příležitost něco opečovávat a starat se. Děti rovněž milují rozšířené možnosti všeho co lze sbírat, případně jakýkoliv merch - k produktu je dobré nabízet trička, užitkové předměty s potiskem apod.

### 7.1. MERCHANDISING V ANIMOVANÉM FILMU

Sběratelské předměty a doplňkové výrobky posilující značku provází animovaný film, či seriály již od dob rozmachu disneyovských filmů. Staly se nedílnou součástí každé větší marketingové kampaně k novému animovanému filmu, s jasným cílem vrytí titulu či postavy do paměti diváka a etablovat je do běžného života dětských, ale i dospělých diváků.

Na pultech obchodů jsou běžně k vidění figurky se známými postavami, ale záběr je mnohem širší - přes plyšové hračky, obaly potravin, oblečení, hygienické potřeby, předměty každodenního používání, kancelářské výrobky, po kryty na mobil, samolepky, povlečení a podobně.

Zaběhlé značky dokonce kolikrát čerpají z prodeje produktů se svým brandem více finančních příjmů, než ze samotného profitu plynoucího z distribuce. Prodej reklamních a sběratelských předmětů již dávno není doménou zahraničních produkcí - malý český divák tak ve svém pokoji s jistotou najde nějaký předmět například s Krtečkem.

Existují i případy, kdy se role otočily a vznikl film na základě produktů, například značka Transformers vychází ze série dětských hraček, podle nichž byl následně natočen seriál a později celovečerní filmy.



*Bob a Bobek,  
plyšové hračky*

## **8. ODLIŠNOSTI V ZACÍLENÍ ANIMOVANÉHO FILMU S OHLEDEM NA VĚK CÍLOVÉ SKUPINY**

Každá fáze v období vývoje dítěte má své specifikace a liší se v zásadních úskalích ruku v ruce s měnící se schopností vnímat a vykládat si zobrazovaný obsah. Pokud je naším úkolem zamýšlet se nad vlivem animace na dětského diváka, je nutné od sebe oddělit jednotlivé fáze vývoje dítěte a vymezit si alespoň základní kategorie, které se můžeme pokusit dále rozebrat. Nutno podotknout, že schopnost vnímání a čtení audiovizuálního materiálu je dost individuální a nelze přesně kategorizovat co je pro kterou skupinu typické, proto je třeba brát níže popsané jako obecně dané.

### **8.1. OD DVOU DO TŘÍ LET**

Dítě v batolecím věku samozřejmě nelze považovat za plnohodnotného diváka, ale zároveň by nebylo fér tuto věkovou kategorii opomenout. V tomto období je každé dítě konfrontováno s realitou skrze hlavní smysly, jimiž vnímá svět okolo sebe. Zprvu převažuje hmat a chuť, v pozdějším batolecím věku vzrůstá na významu sluch a zrak. Batole se učí rozlišovat základní smyslové kvality, jako jsou barva, velikost, tvar, zvuk, pach, skupenství a hrubost povrchů, později rozeznává základní geometrické tvary, rozvíjí vizuální rozpoznávací schopnost, napodobování a rozlišování tváří i řeči těla. Zdokonaluje se sluch a smysl pro rytmus, výšku a intenzitu tónů.

**Rozvoj řeči** - na přelomu prvního a druhého roku je dítě schopno zapamatovat si cca 20-30 výrazů, vyjadřuje se většinou jen jednoslovně. Ve dvou letech začíná spojovat slova do jednoduchých vět a slovní zásoba se rozroste na 300 slov a do konce třetího roku zná již okolo tisícovky výrazů.

**Představivost** dítěte v tomto věku úzce souvisí s vjemovou dovedností a s pamětí. Po obsahové stránce se jedná o představy situací a vzpomínek, které dítě zažilo, později - okolo druhého roku se již začínají vytvářet představy kombinující fantazii s prožitou realitou.

**Koncentrace** - soustředěnost u dětí v batolecím věku je zprvu mimovolná, pevně spjatá s činností, jakou dítě vykonává. Její doba se postupně prodlužuje, starší děti v této kategorii se dokáží soustředit až 19 minut v rámci pro něj zajímavé činnosti. Soustředěnost je velmi individuální a může se rychle měnit během mentálního růstu dítěte.

**Citové kvality** - děti okolo druhého roku jednají hlavně na základě citů, jejich projev bývá velmi intenzivní, ale krátkodobý. Radost a strach jsou asi

vývojově nejstarší pocity každého dítěte. Okolo třetího roku již můžeme pozorovat tzv. “naučený strach”, čili strach vyvolaný vzpomínkou na nepříjemný zážitek, ať už na základě situací, nebo třeba předmětů.

Schopnost zapamatovat si prožité situace, je v tomto věku spíše mimovolná, spontánní, dítě si uchová v paměti hlavně emocionálně silné prožitky, ať už kladné (to co má dítě rádo, co se mu líbí), nebo záporné (strach, bolest, apod).

**Vnímání animace** - dítě už s oblibou sleduje animovaná videa, vnímá děj, byť jej ještě nedokáže plně rozklíčovat, vnímá emoce, barevnost i stylizaci.

**Specifičnost** animovaných filmů můžeme vnímat na více úrovních:

- **Grafická podoba** se přizpůsobuje potřebám a možnostem, kterými disponuje smyslové vnímání dětí do třetího roku života. Postavy bývají stylizované, zjednodušené, lehce čitelné. Barevnost určuje náladu a posiluje emoční náboj, tudíž se v animacích přizpůsobuje i užití barevných palet, které jdou zpravidla ruku v ruce s atmosférou děje.
- **Děj** bývá jednoduchý, často velmi popisný, vygradovaný do čitelné zápletky. Děti v tomto věku filmové vyprávění jako takové ještě plnohodnotně nevnímají, s přibývajícím věkem a zkušeností pak dokáží příběh sledovat a pochopit.
- **Zvuk** je velice důležitý, měl by být popisný a dopňovat obrazovou akci. Pro dítě okolo druhého roku života je sluch stejně důležitý jako zrak a tak volba popisného ruchování a výběru hudby napomáhá k zažití si vztahovosti zvuku a obrazu.

**Příklady:** prasátko peppa, krteček



*příklady oblíbených postav: Krteček a Prasátko Peppa*



## 8.2. OD TŘÍ DO ŠESTI LET

V tomto věku se rozvíjí jemná motorika, neustále se zlepšuje koordinace pohybu, po fyzické stránce se tělesná konstituce mění, batolecí baculatost je pryč a děti se “vytahují”. Dítě také prochází dvěma mezníky v sociálním zařazení, vstupem do školky a školy si buduje sociální vazby mezi vrstevníky.

**Rozvoj řeči** - slovníček předškoláka disponuje třemi až čtyřmi tisíci slovy. Dítě již umí skloňovat a časovat, řeč se stává hlavním prostředkem komunikace.

**Představivost** - fantazijní představy slouží pro dítě jako pomůcka při vysvětlování si reálného světa, představy jsou velmi živé a pro dítě mnohdy nelehce odlišitelné od reality. Dítě je schopno plynule převyprávět prožitý zážitek, děj pohádky, nebo popsat daný předmět.

**Koncentrace** - schopnost se soustředit se postupně velmi zlepšuje, dítě s nabývajícími zkušenostmi je schopné si udržet pozornost úmyslně.

**Citové kvality** - začínají se rozvíjet sociální, etické, estetické a intelektuální city. Vývojem projde i smysl pro humor, strach a radost má dítě již více pod kontrolou. Sociální vazby se přestávají vztahovat jen na rodinu, ale nově i na vrstevníky ve školce. Dítě si už plně uvědomuje co je špatné a co dobré, co smí a co je zakázáno, pociťuje vinu a pokárání a radost při pochvale. Důležitým socializačním prostředkem je hra. Chápe hru s pravidly, ale rozvíjí se i volné hraní, kdy dítě do hry reprodukuje skutečnost i fantazii.

**Vnímání animace** - v tomto období mají děti již svoje oblíbené seriály, či filmy, většinou doplněné o produkty s motivy svých hrdinů. Již rožlišujeme pohlavní diferenciaci témat, kdy holčičky vyhledávají pohádky obsahující princezny, koně, jednorožce, roztomilá zvířata. Naopak chlapci si libují v hrdinech se superschopnostmi, v akčních a dobrodružných příbězích.

**Specifikace** animovaného filmu pro předškolní děti:

- **Grafika** již bývá propracovanější, děti v tomto věku jsou schopné rozlišit složitější.
- **Děj** je již více propracovaný, graduje do zápletky, často končí nějakým morálním poučením. Velice často se děj situuje do rodinného prostředí, nebo do fantaskního světa pohádek.
- **Zvuk** už nehraje tolik edukativní a pouze popisnou roli, obraz doplňuje, doprovází.



## **9. ZÁVĚR**

Jakožto rodič tří a půl leté holčičky se tématem animace určené dětem zabývám takřka na denní bázi. Zastávám názor, že animované filmy, seriály a hry jsou významnou složkou ve výchově, určování morálních hodnot, zábavě i učení. Je ovšem třeba pečlivě hlídat obsah, kterému je dítě vystavováno, jelikož vedle edukativních počinů existuje celá řada nevyhovujících materiálů, které mohou - při větším objemu - působit nevhodně, mohou pokroutit dětské vnímání reality.

### **Seznam použité literatury:**

[1] <http://www.imdb.com/name/nm0572235/> (cit. 19. 10. 2016)

[2] <http://www.asifa.net> (cit. 19. 10. 2016)

[3] ČERNOUŠEK, M. Děti a svět pohádek. 1. vyd. Praha: Albatros, 1991. ISBN 80-00-00060-1. (1990, s. 7)

[4] MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. Vyd. 1. Praha: Portál, 1999, 447 s. ISBN 80-717-8200-9

[5] MAKULOVÁ, Soňa. Vyhľadávanie informácií v Internete. Problémy, východiská, postupy. Bratislava : EL&T, 2002. 1. vyd. 376 s. ISBN 80-88812-16-X. S. 27.

[6] Thompson, S. V. & Riding, R. J. (1990). The effect of animated diagrams on the understanding of a mathematical demonstration in 11– to 14–year–old pupils. *British Journal of Educational Psychology*, 60, 93–98.

[7] Cynthia Carter, *Violence And The Media - Issues in cultural and media studies*, McGraw-Hill Education (UK), 2003, ISBN 0335224539

[8] Khaled Habib, Tarek Soliman (2015) Cartoons' Effect in Changing Children Mental Response and Behavior. *Open Journal of Social Sciences*, 03, 248-264. doi: 10.4236/jss.2015.39033

[9] Schmidt and Vandewater, Media and attention, cognition, and school achievement *The Future of Children*, 18 (1) (2008), pp. 63-85