

Sociální sítě v životě dospívajících

Petra Měrková

Bakalářská práce
2021



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta humanitních studií

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta humanitních studií

Ústav pedagogických věd

Akademický rok: 2020/2021

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Petra Měrková**
Osobní číslo: **H18117**
Studijní program: **B7507 Specializace v pedagogice**
Studijní obor: **Sociální pedagogika**
Forma studia: **Prezenční**
Téma práce: **Sociální sítě v životě dospívajících**

Zásady pro vypracování

Zpracování rešerše a studium odborné literatury.

Vymezení terminologie a teoretických východisek z oblasti dospívání, moderních technologií, sociálních sítí a rizik spojených s užíváním sociálních sítí.

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

Realizace kvantitativního výzkumu formou dotazníkového šetření.

Zpracování a vyhodnocení získaných dat, včetně jejich interpretace.

Prezentace výsledků výzkumu, jejich shrnutí a doporučení pro praxi.

Forma zpracování bakalářské práce: **Tištěná/elektronická**

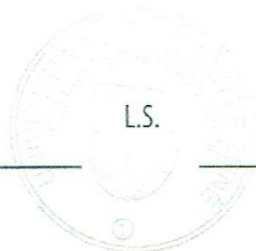
Seznam doporučené literatury:

- BLINKA, Lukáš, 2015. Online závislosti: jednání jako droga?: online hry, sex a sociální sítě: diagnostika závislosti na internetu: prevence a léčba. Praha: ve spolupráci s Masarykovou univerzitou vydala Grada Publishing, Psyché. ISBN 9788021079755.
- ECKERTOVÁ, Lenka a Daniel DOČEKAL, 2013. Bezpečnost dětí na internetu: rádce zodpovědného rodiče. Brno: Computer Press. ISBN 9788025138045.
- CHRÁSKA, Miroslav, 2007. Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu. Praha: Grada. ISBN 9788024713694.
- PAVLÍČEK, Antonín, 2010. Nová média a sociální sítě. Praha: Oeconomica. ISBN 9788024517421.
- THOROVÁ, Kateřina, 2015. Vývojová psychologie: proměny lidské psychiky od početí po smrt. Praha: Portál. ISBN 9788026207146.

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Eva Šalenová**
Ústav pedagogických věd

Datum zadání bakalářské práce: **27. ledna 2021**
Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2021**

Mgr. Libor Marek, Ph.D.
děkan



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

Ve Zlíně dne 27. ledna 2021

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

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

Prohlašuji, že

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

Ve Zlíně 18.3.2021

.....

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ABSTRAKT

Bakalářská práce se zabývá sociálními sítěmi v životě dospívajících a zaměřuje se na to, které sociální sítě využívají dospívající nejčastěji a jaké jsou nejčastější motivy k jejich užívání. V teoretické části jsou vymezeny základní teoretické poznatky z pohledu dospívání, nových médií, sociálních sítí a rizik internetové komunikace. Praktická část je zaměřená na výzkum formou dotazníkového šetření, které bylo provedeno mezi žáky 8. a 9. tříd základních škol.

Klíčová slova: dospívání, sociální sítě, motivy, elektronická komunikace, prevence, internet

ABSTRACT

The bachelor's thesis deals with social networks in the lives of adolescents and focuses on which social networks adolescents use the most and what are the most common motives for their using. The theoretical part defines the basic theoretical knowledge from the perspective of adolescence, new media, social networks and the risks of Internet communication. The practical part is focused on the research in the form of a questionnaire survey, which was demonstrated among pupils in the 8th and 9th grades of primary schools.

Keywords: adolescence, social networks, motives, electronic communication, prevention, internet

Ráda bych poděkovala paní Mgr. Evě Šalenové za její vstřícný přístup, cenné rady a připomínky při zpracování bakalářské práce. Dále bych chtěla poděkovat své rodině a přáteli, kteří mi byli oporou po celou dobu studia.

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

OBSAH

ÚVOD.....	10
I TEORETICKÁ ČÁST	11
1 OBDOBÍ DOSPÍVÁNÍ.....	12
1.1 TĚLESNÉ PROMĚNY V DOSPÍVÁNÍ	13
1.2 VÝVOJ POZNÁVACÍCH PROCESŮ	13
1.3 EMOČNÍ VÝVOJ A SOCIALIZACE	14
1.4 VÝVOJ SEBEPOJETÍ	15
1.5 MOTIVACE	16
2 NOVÁ MÉDIA	18
2.1 INTERNET	19
2.2 VIRTUÁLNÍ PROSTŘEDÍ	19
2.3 VIRTUÁLNÍ IDENTITA	21
2.4 INTERNETOVÁ KOMUNIKACE.....	22
3 SOCIÁLNÍ SÍŤ	23
3.1 DRUHY SOCIÁLNÍCH SÍTÍ	24
3.1.1 Facebook a Messenger	24
3.1.2 Instagram.....	24
3.1.3 Snapchat	25
3.1.4 Tik Tok.....	25
3.1.5 Twitter	25
3.1.6 WhatsApp.....	25
3.1.7 YouTube.....	25
4 RIZIKA VIRTUÁLNÍ KOMUNIKACE.....	27
4.1 KYBERŠIKANA.....	27
4.2 KYBERGROOMING	28
4.4 SEXTING.....	29
4.5 PREVENCE	29
II PRAKTICKÁ ČÁST	31
5 DESIGN VÝZKUMU.....	32
5.1 VÝZKUMNÉ CÍLE	33
5.2 VÝZKUMNÉ OTÁZKY	33
5.3 VÝZKUMNÝ SOUBOR	34
5.4 VÝZKUMNÁ TECHNIKA	35
5.5 ZPŮSOB ZPRACOVÁNÍ DAT.....	36
6 ANALÝZA A INTERPRETACE DAT	37

6.1	SHRnutí VÝSLEDKŮ	59
6.2	DOPORUČENÍ PRO PRAXI.....	64
6.3	DISKUZE.....	65
ZÁVĚR		67
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....		68
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK		71
SEZNAM TABULEK.....		72
SEZNAM PŘÍLOH.....		74

ÚVOD

Sociální sítě se staly fenoménem 21. století a nedílnou součástí životů lidí na celém světě. Existuje široká škála sociálních sítí, pro různě náročné uživatele. Díky neustálému technickému pokroku se tyto platformy zdokonalují a přinášejí tak svým uživatelům nové možnosti a snaží se o to, aby na nich trávili co nejvíce času. Moderní technologie jsou čím dál dostupnější pro širokou veřejnost a umožňují nám být téměř v neustálém kontaktu s dalšími lidmi prostřednictvím virtuálního prostoru. Sociální sítě nám pomáhají navázat kontakt s přáteli nebo novými lidmi a sdílet s nimi naše životy, například prostřednictvím fotek, videí nebo příspěvků. Postupem času se tvůrcům sociálních sítí podařilo oslovit a zaujmout téměř všechny věkové kategorie. Od malých dětí, kterým rodiče pouští pohádky na YouTube, přes dospívající a dospělé, až k seniorům, kteří mohou využívat například Messenger, jako komunikační prostředek se svou rodinou. Avšak nesmíme zapomínat na to, že tyto sociální sítě mají na své uživatele pozitivní, ale i negativní dopady například v oblasti chování nebo vztahů.

Mezi skupinu uživatelů, kteří využívají sociální sítě v největší míře patří především dospívající. Tyto internetové sociální platformy se staly jejich každodenní součástí, neboť jim nabízejí rychlou komunikaci s okolním světem, zábavu, odpovědi na různé otázky nebo inspiraci. V této práci se zaměříme právě na dospívající v kontextu sociálních sítí. Bude nás například zajímat, které sociální sítě používají nejčastěji, kolik času na nich aktivně tráví, nebo jaké motivy je vedou k užívání sociálních sítí.

Bakalářská práce je rozdělena na část teoretickou a část praktickou. V teoretické části charakterizujeme období dospívání a popisujeme fyzické, psychické i sociální změny, které tuto vývojovou etapu doprovázejí. Poté se zabýváme novými médii, kdy popisujeme internet, virtuální prostor nebo internetovou komunikaci. Dále se věnujeme nejpoužívanějším sociálním sítím, jako je například Facebook, Instagram nebo YouTube. V poslední kapitole se zaměřujeme na rizika virtuální komunikace.

V praktické části bakalářské práce se věnujeme kvantitativnímu výzkumu, který jsme zvolili pro získání dat. Informace zjišťujeme od žáků 8. a 9. tříd základních škol ve Zlínském kraji pomocí elektronických dotazníků, kterými zodpovíme výzkumné otázky.

Cílem naší práce je zjistit, které sociální sítě využívají dospívající nejčastěji a jaké jsou nejčastější motivy k jejich užívání.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 OBDOBÍ DOSPÍVÁNÍ

Období dospívání je přechodnou dobou mezi dětstvím a dospělostí, zahrnující jednu dekádu života a to od 10 do 20 let. Charakteristické pro toto období je především to, že dochází ke komplexní proměně osobnosti v oblastech somatické, psychické i sociální. Tyto změny jsou podmíněny biologickými, psychickými i sociálními faktory, s nimiž jsou ve vzájemné interakci. Dospívání je životní cyklus, který má své typické znaky a je především závislý na konkrétní kultuře a společenských podmínkách, které určují požadavky a očekávání společnosti ve vztahu k dospívání. Je to období, ve kterém se jedinec pomocí hledání a přehodnocování snaží zvládnout vlastní proměnu, dosáhnout přijatelného sociálního postavení a vytvořit zralejší formu vlastní identity (Vágnerová, 2012, s.367).

Současní adolescenti mají touhu zbavit se co nejdříve dětských atributů a sociální podřízenosti a touží po získání větších práv a svobody rozhodování, k tomu ovšem patří také plnění určitých povinností a nesení zodpovědnosti, tuto skutečnost ale přijímají velmi neochotně (Vágnerová, 2012, s. 367-368). Myslím si, že zodpovědnost souvisí také s tématem sociálních sítí, kterému se tato práce věnuje. Založení účtu na sociální síti a její užívání s sebou nese řadu rizik a vyžaduje i určitou míru zodpovědnost. Adolescenti si často nemusí uvědomovat následky činností, které by svým nezodpovědným chováním na sociálních sítích mohli způsobit.

Období dospívání se rozděluje na dvě fáze: raná a pozdní adolescence. V práci se zaměříme na první fázi dospívání – tzn. rannou adolescenci, označovanou jako pubescence. Toto období je časově lokalizováno přibližně mezi 11. – 15. rok (s určitou individuální variabilitou) a vyznačuje se především tělesnou změnou spojenou s pohlavním dozráváním a změnou zevnějšku. V rámci celkového vývoje dochází ke změně způsobu myšlení a emočního prožívání. Dospívající se začíná osamostatňovat od rodičů a velký význam pro něj mají vrstevnické skupiny, přátelé a první partnerské vztahy. Potřeba jistoty, která v dětství závisela na rodině pomalu mění svůj charakter a rozvíjí se v kompetence, kterými dospívající sobě i ostatním postupně dokazuje, že nepotřebuje tak vysokou míru závislosti, jak tomu bylo v dětství. Nové změny a pocity nejistoty mají za cíl dosažení nové přijatelné pozice dospívajícího a tím i potvrzení určité jistoty (Vágnerová, 2012, s. 369–370).

Raná adolescence je důležitým sociálním mezníkem. Budoucí změnu sociálního postavení naznačuje ukončení povinné školní docházky a s ní spojená volba dalšího profesního směřování a získání občanské průkazu v 15 letech (Vágnerová, 2012, s. 390-395).

1.1 Tělesné proměny v dospívání

Období dospívání představuje důležitý biologický mezník, neboť se z dítěte stává člověk schopný reprodukce. Tělo dospívajícího se mění, dochází např. k růstu postavy, proměně proporcí, rozvoji sekundárně pohlavních znaků atd. Zpracování těchto viditelných i pocitových změn může být pro dospívajícího náročné. Tělesná proměna může mít různý subjektivní význam, který závisí na představách jedince o atraktivním zevnějšku, na psychické vyspělosti a na sociálních interakcích, které tuto změnu provází. Dospívání přináší chlapcům i dívkám odlišné tělesné změny. U chlapců je významný především růst a posléze rozvoj svalů, sekundární tělesné znaky nejsou na první pohled tak nápadné. Naopak u dívek jsou sekundární pohlavní znaky nápadnější, začínají růst prsa a tělesné křivky se začínají tvarovat do podoby dospělého ženského těla. Nesmíme zapomenout také na fakt, že dívky dospívají dříve než chlapci. U obou pohlaví vzrůstá subjektivní význam zevnějšku. Projevuje se větší zaměřenost na své tělo a objevují se i pochybnosti o svém zjevu (Vágnerová, 2012, s.373-378).

1.2 Vývoj poznávacích procesů

V rané adolescenci dochází ke kvalitativní proměně způsobu uvažování, charakteristické je postupné uvolňování ze závislosti na konkrétní realitě. Toto myšlení nazýváme formálně abstraktní, jedinec začíná uvažovat o věcech, které si nelze názorně představit, chápe abstraktní pojmy jako spravedlnost, právo apod. Při řešení problému se nespokojí jen s jedním nabízeným řešením, ale snaží se nacházet další alternativy. Tento způsob myšlení má důležité následky pro postoj dospívajícího k celému světu a zejména lidem. Nastupuje nový způsob morálního hodnocení, který dospívajícímu umožňuje vytvářet mravní soudy s ohledem na druhého a dívat se na sebe z pohledu druhého člověka (Langmeier a Krejčířová, 2006, s. 149-152).

Keating (1991, cit. podle Vágnerová, 2012, s. 378-389) charakterizuje typické znaky způsobu myšlení dospívajících takto:

- Dospívající připouštějí variabilitu různých možností, což je i předpoklad k lepšímu pochopení různorodosti názorů jiných lidí.
- Dospívající dovedou uvažovat systematictěji, jsou schopni si stanovit hypotézu a postupnými kroky ji vyloučit nebo potvrdit.

- Dospívající dovedou experimentovat s vlastními úvahami, jejich myšlení je flexibilnější.

Raná adolescence je obdobím, kdy se utvářejí určité způsoby myšlení a řešení problémů a dochází k jejich zafixování, jejichž pozdější změna může být obtížná. Dochází také k rozvoji metakognice, zlepšuje se odhad vlastních schopností a dovedností, díky čemuž si může dospívající lépe stanovit cíle, kterých lze dosáhnout. Jedinec se stává vytrvalejším a umí lépe potlačovat rušivé vlivy okolí. V období dospívání může jedince doprovázet nadměrná kritičnost, přecitlivělost nebo vztahovačnost a mohou podléhat klamu, že jejich úvahy jsou zcela výjimečné. Často bývají radikální, odmítají výjimky a kompromisy a mohou reagovat zkratkovitými generalizacemi, které jsou nepřesné nebo nesmyslné (Vágnerová, 2012, s. 379-389).

1.3 Emoční vývoj a socializace

Dospívání je doprovázeno také hormonální proměnou, která stimuluje změny v citovém prožívání. Setkáváme se s kolísáním emočního ladění, přecitlivělostí, labilitou nebo dráždivostí. Dospívající si často nejsou schopni vysvětlit příčinu těchto změn a reagují tak na své pocity podrážděně. Typická je i nechuť projevovat své city navenek. K vyrovnání se se všemi nepříjemnými pocity používají různé obranné strategie, jednou z nich je tzv. mechanismus kyvadla. Dospívající, který dosáhl zralejší úrovně, se občas vrací k dětskému chování nebo infantilnímu způsobu řešení situace. Další možnou obranou je regrese na nižší vývojové stádium, ta může nastat, je-li jedinec vystaven větší zátěži, kterou nezvládá. Častým obranným mechanismem bývá únik do fantazie, který umožňuje odpoutání od reality a symbolické zvládnutí nejrůznějších situací, které nedovede dospívající reálně řešit. Ke stabilizaci emočního prožívání dochází až ke konci adolescence (Vágnerová, 2012, s. 390-393).

Jedním z hlavních vývojových cílů tohoto období je uvolnění z velké závislosti na rodičích a navazování diferencovanějších vztahů s vrstevníky obou pohlaví. Rodina dítěti zajišťuje základní citovou jistotu a útočiště ve všech směrech, odpoutání se od těchto jistot nemusí být pro všechny dospívající jednoduché. Každý hledá určitý způsob, jak se z těchto rodinných pout uvolnit, někteří jedinci volí klidnou cestu, jiní zase určitou revoltu. Emancipace od rodiny dává dospívajícímu šanci na navazování nových a diferencovanějších vztahů s vrstevníky, která nastává v určitých stupních. Zprvu se dospívající zaměřuje na skupiny jedinců stejného pohlaví - tzv. skupinová izosexuální fáze. Postupně se začíná

ozývat potřeba intimního párového přátelství, tedy mít důvěrného přítele, se kterým si může navzájem sdělovat pocity a zkušenosti – individuální izosexuální fáze. V další tzv. přechodné fázi začíná dospívající jevit zájem o druhé pohlaví, avšak zprvu nejistě a bázlivě. Tato fáze se rozvíjí až do skutečných vztahů chlapců a dívek – tzv. heterosexuální fáze polygamní. Zde můžeme hovořit o „prvních láskách“. Převládajícím prvkem v těchto vztazích je zvědavost, ujištění se o vlastní ceně a přitažlivosti. Poslední fází je zamilovanost, ta nastává později (Langmeier a Krejčířová, 2006, s. 152-155).

Přátelské vztahy dívek v rané adolescenci jsou charakteristické otevřenou komunikací, upřímností a důvěrou, naopak chlapci dávají přednost kolektivnímu přátelství, založenému na spojených zájmech a aktivitách (Macek, 2003, s. 59).

1.4 Vývoj sebepojetí

Mimo emancipaci od rodiny a navazování diferencovanějších vztahů, je dalším důležitým vývojovým úkolem dospívajícího nalezení stabilního pocitu vlastní identity. Dospívající hledá odpovědi na řadu otázek jako kdo jsem, kam patřím, kam směřuji a jaké hodnoty jsou pro mě důležité. Snaží se poznat své možnosti i meze a přijmout svou jedinečnost. Velkou váhu má v tomto věku hodnocení vlastního vzhledu. Dítě zkoumá svůj zevnějšek a začíná o sebe pečovat. Hledání identity není jen pasivní proces poznávání sama sebe. Jedná se o aktivní sebe utvářející proces, kdy se dospívající snaží být sám sebou, přibližovat se svému ideálu a formovat se určitým směrem. Morálka dospívajících se posouvá do postkonvenční úrovně, což znamená, že jedinec vědomě přijímá základní normy a principy, které rozhodují o tom, co je správné nebo špatné. Často se u dospívajících setkáváme s tzv. absolutní morálkou, podle níž platí přijaté morální normy pro všechny a za všech okolností. Takové vnímání morálky bývá častým zdrojem konfliktů s okolím (Langmeier a Krejčířová, 2006, s. 160-163).

Postupné proměny a nejistoty musí být zpracována kognitivně i emocionálně. Je důležité, aby se dospívající uměl sebeakceptovat. K tomu mu může pomoci introspekce. Jde o způsob sebepoznání, zaměřený na obsah svého vědomí, pocity a myšlenky. Aby dospívající našel ze svých introspekci získaných poznatků určitý řád, obrací se na skupinu vrstevníků, se kterými sdílí své pocity. Vrstevnická skupina hraje v procesu dospívání důležitou roli. Pomocí tzv. skupinové identity se může jedinec uspokojivě definovat příslušností k určité skupině, která se stává neformální autoritou a poskytuje mu určitou zpětnou vazbu. Vytváření identity není vždy jednoduchý proces. Důležitou roli hraje fantazijní představa

sebe sama, kterou může být často obtížné realizovat. Tento rozpor mezi ideálem a skutečností se tak stává zdrojem frustrací nebo naopak stimulem k přiblížení se ideálu (Vágnerová, 2012, s.452-457). Při utváření vlastní identity se dospívající často srovnávají s jinými lidmi. Odmítají původní identifikační vzory a hledají nové, atraktivnější. Ty mohou nacházet právě na sociálních sítích např. u youtuberů nebo influencerů.

1.5 Motivace

Jedním z cílů této práce je zjistit, jaké motivy vedou dospívající k založení účtu na sociální síti, proto se v této podkapitole pokusíme charakterizovat motivy lidského chování. Nakonečný (2014, s. 15) uvádí, že „motivace je intrapsychicky probíhající proces, vycházející z nějaké potřeby a vyústující ve výsledný žádoucí vnitřní stav. Proces, který je iniciován endogenně (vnitřní pohnutka k odpočinku vycházející z pocitu únavy) nebo exogenně (finanční pobídka k splnění nějakého úkolu).“

Lidské jednání iniciuje nějaká vnitřní pohnutka, resp. nějaká vnější pobídka, která je motivující, jen když aktivuje vnitřní pohnutku. Tento vnitřní důvod neboli vnitřní příčinu jednání tvoří motiv. Nakonečný (2014, s. 15) popisuje motiv, jako „zážitek nebo způsob jednání, přinášející nějaké uspokojení, které vyjadřuje vyabstrahovanou podstatu tohoto uspokojení“. Zdrojem motivů mohou být podněty vnitřní (záměrné, vědomé nebo bezděčné, podvědomé) nebo vnější. Motivory mohou být vyvolány potřebami, návyky, emocemi, hodnotami, ideály, postoji a zájmy. Mohou se také různě propojovat a kombinovat (Říčan, 2010, s. 95).

Obecně lze motivy rozdělit na primární a sekundární. Primární motiv je označován jako organický, vrozený, nenaučený. Je chápán jako časově prioritní nebo podstatný význam motivu pro chování jedince. Sekundární motiv je označován jako naučený nebo získaný a je nějakým způsobem spojen s primárním motivem. Jde o motiv získaný během života, formulující jednání člověka a naopak (Říčan, 2008, s. 180-186).

Výzkum EU Kids Online 2020 poukazuje na to, že mezi nejčastější motivy dospívajících k užívání internetu patří sledování videí, komunikace s rodinou, spolužáky a kamarády, návštěva sociálních sítí, hraní online her nebo poslech hudby (Šmahel a kol., 2020). Dalším důležitým motivem, který se v posledních letech dostává do popředí je využití internetu a sociálních sítí pro navázání vztahů, ať už přátelských, partnerských nebo pracovních. Virtuální prostředí nabízí dospívajícím nepřeberné množství vztahů nezávisle na lokalitě. Výhodou je také jednoduchost jejich navázání (Šmahel, 2003. s.88-90).

Můžeme tedy říct, že častým motivem pro užívání internetu a sociálních sítí je uspokojení vlastních potřeb.

Dospívání je životní etapa charakteristická řadou velkých i malých změn, se kterými se jedinec seznamuje a které přijímá. Tyto nejdůležitější změny jsme shrnuli v první kapitole této práce.

2 NOVÁ MÉDIA

Nová média, digitální média nebo masmédia, jsou pojmy, se kterými se denně setkáváme. Tyto pojmy se točí kolem společného slova média. Termín média pochází z latiny, kde byl jeho původní význam střed/ zprostředkovatel. V dnešní době jsou za pojem média označovány prostředky sdílení či komunikace. Pojem nová média, můžeme charakterizovat jako média, která jsou založená na elektronické/ digitální platformě, využívají výpočetní výkon (procesor), jsou interaktivní (reagují na podněty uživatele) a podporují komunikaci, nebo přinejmenším přímou zpětnou vazbu. Také tradiční média jako tisk, film, televize, rozhlas atd., která v minulosti tyto čtyři body nesplňovala, prochází technologickou změnou a mohou nabývat těchto charakteristik pro nová médií (Pavlíček, 2010, s. 7-11).

Tradiční média byla ve společnosti rozšířená do 80. let 20. století, poté došlo k masovému rozšíření nových médií díky vzniku osobního mikroprocesorového počítače a otevření počítačových sítí univerzitám a veřejnosti (Pavlíček, 2010, s. 12-14). V posledních dvou desetiletích (1990–2010) došlo díky novým médiím k největší digitální expanzi v historii médií. Můžeme říct, že pokrok v tomto odvětví je obrovský a dochází k rapidnímu tempu změn, se kterými je obtížné držet krok. Na začátku století se zdálo, že e-mail bude nejdůležitějším komunikačním médiem, poté přišly SMS a Facebook a vše bylo během pár měsíců jinak (Giles, 2012, s.139).

Výčet nových médií je vzhledem k jejich proměnlivosti a rychlosti vývoje těžké přesně vyjmenovat. Pavlíček (2010, s. 48-65) do nových médií řadí tyto položky:

- Internet, do kterého spadají služby klasického webu, služby webu 2.0, on-line hry a virtuální světy a internetové formy komunikace (email, chat atd.).
- Software, tedy počítačový program, který obsahuje všechny instrukce, které jsou vykonávány procesorem počítače. Do kterého spadají groupware, multimédia a hry.
- Digitální masmédia, jako je televize a rádio.
- Net Art, tedy virtuální galerie a nový druh umění.
- Mobilní zařízení a jejich aplikace.
- Ostatní HW aplikace, jako jsou CD/ DVD ROM a elektronické kiosky.

2.1 Internet

Internet je současnou hlavní platformou nových médií a stal se fenoménem, který stále více zasahuje do životů dospívajících i ostatních lidí. Dnešní adolescenti mají větší možnost být „online“ podle svých potřeb, než tomu měli adolescenti vyrůstající před několika lety. Tuto platformu využíváme pro práci do školy, jako komunikační prostředek k navázání kontaktů s přáteli nebo k hledání nových přátel, jako prostředek relaxace atd. S nadsázkou lze říct, že internet může za určitých okolností nahrazovat část sociálních potřeb, jako je například setkávání a komunikace s vrstevníky, navazování a objevování partnerských vztahů nebo sdílení svých problémů a zkušeností z různých oblastí s ostatními (Macek a Lacinová, 2012, s. 163).

Poprvé se internet jako technologie objevil v 60. letech 20. století, kdy vrcholily obavy z atomové války a americká armáda hledala komunikační systém, který by takovou katastrofu přežil a zároveň se nemohl dostat do nepovolaných rukou. První systém byla síť ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network) propojující jednotlivé počítače zapojené do univerzitního systému, která od 80. let umožňovala posílat si z různých univerzit vzájemné zprávy. V roce 1989 vznikl systém World Wide Web, který dnes používáme k výstavbě webových stránek a ke komunikaci prostřednictvím kyberprostoru. Následovalo vytvoření internetových prohlížečů jako např. Internet Explorer, e-mailu a dalších komunikačních nástrojů (Giles, 2012, s. 141-143).

2.2 Virtuální prostředí

Virtuální prostředí neboli kyberprostor je prostředí, do kterého se můžeme dostat prostřednictvím internetu a počítačových sítí. Často bývá vnímán a označován jako opak skutečného prostoru (Divínová, 2005, s. 23). Naše fungování v kyberprostoru a to, jak se zde cítíme je především ovlivněno technickou vybaveností počítačů, neboť vyspělejší hardwarové a softwarové komponenty počítačů nám toto fungování usnadňují (Suler, 2005).

Virtuální prostor je zcela odlišný od skutečného světa. Digitalizace lidí, vztahů a skupin prodloužila hranice toho, jak a kdy lidé interagují. Naše chování v kyberprostoru je ovlivněno dvěma faktory, které jsou ve vzájemné interakci. Prvním faktorem jsou charakteristiky jednotlivých lidí, jako je např. věk, zaměstnání, zkušenosti s užíváním internetu a další. Druhým faktorem jsou aspekty virtuálního prostředí, mezi které řadíme následující:

Omezená vnímavost – zda virtuální prostor zahrnuje vizuální nebo sluchovou komunikaci, výrazně ovlivní chování lidí a vztahy mezi nimi. Při běžné virtuální komunikaci formou psaného textu nemáme možnost vidět reakce osoby, se kterou komunikujeme, nevidíme její řeč těla ani nepoznáme změny v hlase. Někdo může tuto omezenou vnímavost považovat ve srovnání s interpersonální komunikací jako nevýhodou, pro jiného může být naopak žádoucí (Suler, 2005).

Psaní – je nejběžnější podobou komunikace ve virtuálním prostředí a stává se jedinečným způsobem, jak může jedinec prezentovat svou vlastní identitu (Suler, 2005).

Flexibilita identity – Komunikace psanou formou nám nabízí možnost být sám sebou, vyjadřovat pouze část své identity nebo zůstat zcela anonymní. Kyberprostor nabízí příležitost vyjádřit se prostřednictvím vizuálních kostýmů, tzv. avatarů, vystupovat pod jiným jménem nebo opačným pohlavím (Suler, 2005).

Změněné vnímání – Virtuální prostředí může změnit stavy našeho vnímání, v některých případech až do snového charakteru. Dochází k tomu především v průběhu komunikace formou instantních zpráv nebo prostřednictvím virtuálních her, kdy se uživatel v průběhu těchto činností odpoutává od reality a stává se členem kyberprostoru (Suler, 2005).

Rovný status – Ve většině případů má každý jedinec na internetu stejnou příležitost vyjádřit se, bez ohledu na věk, rasu, pohlaví atd. To bývá označováno jako „internetová demokracie“. To, co určuje náš vliv na ostatní, je naše schopnost komunikovat, naše vytrvalost a technické dovednosti, s nimiž dokážeme pracovat s počítačem (Suler, 2005).

Přesahující prostor – Prostřednictvím internetu můžeme komunikovat takřka odkudkoliv a s kýmkoliv po celém světě a nejsme tak omezeni geografickou polohou (Suler, 2005).

Časová flexibilita – Vyspělá technika a výborné síťové pokrytí umožňuje dnešním uživatelům internetu komunikovat prostřednictvím textových zpráv téměř okamžitě (Suler, 2005). Díky časové flexibilitě můžeme virtuální komunikaci rozdělit na synchronní a asynchronní. Synchronní komunikace probíhá například při chatování, kdy spolu uživatelé komunikují ve stejném čase. Asynchronní komunikací je například e-mail, kdy není vyžadována okamžitá interakce (Šmahel, 2003, s. 102).

Sociální mnohočetnost – S relativní lehkostí můžeme kontaktovat lidi ze všech oblastí života a komunikovat se stovkami lidmi. Vědomě i nevědomě se obklopujeme lidmi, kteří nám jsou názorově blízcí a zároveň můžeme lehce ignorovat jedince, kteří nám jsou

nesympatičtí. Výhodou internetové komunikace oproti reálné je možnost komunikovat s několika lidmi najednou (Suler, 2005).

Ukládání záznamu – Většinu online aktivit můžeme zaznamenat a uložit do počítačového souboru, na rozdíl od interakcí v reálném světě, kdy si nemůžeme vést neustálé záznamy o tom, co bylo komu a kdy řečeno. Ve virtuálním prostoru se můžeme kdykoliv vrátit k tomu, jak a o čem jsme se v minulosti vyjádřili. To ovšem vede určité jedince k obavám, že cokoliv zde uživatel napíše, může být použito proti němu (Suler, 2005).

Přerušení média – Virtuální prostředí je postaveno především na technice, která není bezchybná. Mohou nastat chvíle, kdy software a hardware nebudou fungovat správně, dojde k přerušení spojení, vymažou se uložená data atd. Pocity frustrace a hněvu, které můžeme v té chvíli pociťovat často vypovídají o našem vztahu ke strojům a internetu, tedy i něco o naší závislosti a potřebě ovládat je (Suler, 2005).

2.3 Virtuální identita

Ve virtuálním prostředí, stejně jako v reálném světě, si vytváříme svoji identitu. Na rozdíl od skutečného světa se v kyberprostoru nenacházíme fyzicky a vystupujeme pouze pod určitou reprezentací sama sebe. Naše virtuální identita je pouze shlukem digitální dat, které mají uložené informace o tom, kdo jsme ve virtuálním prostoru, tedy jaká je naše přezdívka, historie našeho uživatelského účtu nebo sociální status v rámci virtuální společnosti. Naše chování v kyberprostoru je z velké části projekcí fantazijních představ, nevědomých tendencí, přání a komplexů. Nesmíme zapomínat na to, že naše virtuální identita nic neprožívá a ani prožívat nemůže (Šmahel, 2003, s. 39-41).

Suler (2000) dělí virtuální identitu na reálnou, imaginární a skrytou. Reálnou virtuální identitu můžeme najít tam, kde jsou od nás vyžadovány pravdivé informace. Jedná se například o pracovní e-maily. Pro imaginární nebo skrytou virtuální identitu nám dává internetové prostředí obrovský prostor. Například na všech sociálních sítích můžeme vystupovat pouze pod přezdívkou a údaje o naší osobě můžeme upravovat dle svých představ a fantazií (Suler, 2000).

Virtuální prostředí nám umožňuje oprostít se od reálného světa a pokusit se zrealizovat naše fantazie, sny, myšlenky nebo touhy, které v reálném světě mnohdy vůbec neprojevujeme. Nabízí se tedy otázka, zda naše vystupování na internetu není pravdivějším a reálnějším odrazem naší identity, než je tomu v reálném světě (Divínová, 2005, s. 41).

2.4 Internetová komunikace

Internet přestal být v posledních letech nástrojem pouhého shromažďování a vyhledávání informací, ale stal se i novým komunikačním médiem. Nabízí nám možnost komunikovat v textové podobě (Facebook, email apod.), telefonicky (Skype apod.) nebo přes video konferenci. Prvním rysem internetové komunikace je multiplicita, tedy komunikace s více lidmi najednou. Pro některé dospívající komunikující tímto způsobem je charakteristická potřeba „neztrácet čas čekáním“, být tedy stále v činnosti a bavit se. To může navozovat pocit nervozity z „nestíhání“ odepisování více lidem, ale i pocit vlastní důležitosti nebo výkonnosti. Okamžitost a výhoda rozmyšlení je dalším rysem internetové komunikace. Možnost rozmyšlení si odpovědi je zde výhodou, v běžné komunikaci je tento jev brán spíše negativně. Dalším rysem je možnost porušovat normy, tedy chovat se na internetu podle vlastních představ. Dospívající vnímají často internet jako místo, kde nad nimi neexistuje žádná kontrola, nebo naopak jako místo, kde platí „jiná morální pravidla než ve skutečném světě“, například lhaní je zde vnímáno jako normální (Macek a Lacinová, 2012, s. 164-167).

Navazování vztahů nebo kontaktů s někým ve virtuálním prostředí je velmi snadné, proto je tento způsob seznamování u adolescentů oblíbený a častý. Virtuální seznamování má dvě roviny, veřejnou a soukromou. Za soukromou rovinu můžeme považovat vše, co partnerovi prostřednictvím textové komunikace nesdělujeme, například fyzický zjev nebo neverbální komunikaci (výraz tváře, mimika apod.). Veřejné je to, co umíme popsat a uchopit, např. zprostředkovaný popis životních událostí, myšlenek, pocitů apod. Hranice mezi veřejným a soukromým je volbou a vlastním rozhodnutím. Možnost osobní regulace virtuální situace je pro dospívajícího často důležitým faktorem. Povaha a anonymita virtuálního světa mu umožňuje zdánlivě větší kontrolu nad událostmi. Dalším důležitým faktorem je možnost jedince zveřejňovat jen to, co chce, aby bylo veřejné. Nic ho nenutí publikovat cokoliv ze svého soukromí (Macek a Lacinová, 2012, s. 167-169).

Nová média, a především internet se staly každodenní součástí životů milionů lidí na celém světě. Jsou to prostředky, které využíváme například v práci, ve škole, k hledání informací a komunikaci s ostatními nebo jako určitou formu odpočinku. Málo kdo z nás si dokáže představit život bez internetu, který se během několika let stal celosvětovým fenoménem a určitou závislostí většiny populace, neboť nabízí nepřebornou škálu možností, jak jej využívat ve prospěch sebe i společnosti.

3 SOCIÁLNÍ SÍŤE

Každý jedinec se narozením stává členem určité sociální skupiny, ve které dochází ke vzájemnému ovlivňování a obohacování všech členů skupiny. S rozvojem informačních technologií vznikly internetové sociální sítě, které tak přenášejí do digitálního prostředí vazby z reálného světa. Právě tyto internetové sociální sítě budeme v této kapitole blíže charakterizovat.

„Sociologie definuje sociální síť jako propojenou skupinu lidí, kteří se navzájem ovlivňují, přičemž mohou (ale nemusí) být příbuzní. Sociální síť se tvoří na základě společných zájmů, rodinných vazeb nebo z jiných více pragmatických důvodů, jako je např. ekonomický, politický či kulturní zájem.“ (Pavlíček, 2010, s. 125).

Internetovou sociální síť můžeme charakterizovat jako systém, který umožňuje vytvářet a udržovat seznam vzájemně propojených kontaktů, přátel. Každý uživatel může popsat své charakteristiky a vlastnosti, které jsou veřejně dostupné pro další uživatele a lidé se tak mohou navzájem vyhledávat a vytvářet virtuální komunity. Další možností je publikování různých informací, sdílení fotografií a videí, psaní deníčků apod. Slabinou sociálních sítí je otázka bezpečnosti a autenticity uživatelů (Bednář, 2005 cit. podle Pavlíček, 2010, s. 125).

Boyd a Ellison (2007, cit. podle Pavlíček, 2010, s. 130) definují sociální sítě založené na webových technologiích, jako službu, která jednotlivcům nabízí tyto 3 možnosti:

1. Vybudovat v rámci této sítě veřejný či polo-veřejný profil uživatele.
2. Definovat seznam uživatelů, se kterými je jedinec v rámci této sítě propojen.
3. Síť umožňuje uživatelům zobrazit a procházet seznam uživatelů, s nimiž jsou spojeni a zároveň procházet tyto seznamy u jiných uživatelů.

První internetová sociální síť Classmates.com vznikla v roce 1995 a umožňovala uživatelům spojit se se svými spolužáky. Na jejím základě vznikla také česká verze Spolužáci.cz. O dva roky později, v roce 1997 vznikla sociální síť SixDegrees.com, která již splňovala všechna kritéria sociálních sítí, jak je známe dnes. Od roku 2003 se sociální sítě staly mainstreamovou záležitostí a začínají se zaměřovat na určité skupiny lidí. Vzniká MySpace, Flickr nebo YouTube. V roce 2004 vznikla dodnes nejznámější a nejpoužívanější sociální síť Facebook, poté se přidaly další populární sociální sítě jako Twitter, LinkedIn nebo Google + (Pavlíček, 2010, s.131-135).

3.1 Druhy sociálních sítí

Existuje velké množství internetových sociálních sítí, tato práce obsahuje výčet nejčastěji užívaných sociálních sítí, který vyplývá z výzkumného šetření.

3.1.1 Facebook a Messenger

Facebook je největší sociální síť na celém světě. Oficiální čísla, která Facebook vydal v září 2018 ukazují, že celkový počet uživatelů je 2,5 miliardy, z toho 5,1 milionů aktivních uživatelů z České republiky (Holzman, 2020). Zakladatelem Facebooku je bývalý student Harvardu Mark Zuckerberg. Původně měla tato sociální síť sdružovat vysokoškolské studenty, avšak po obrovské expanzi v roce 2006 se stal Facebook veřejnou sociální sítí pro uživatele starší 13 let. Aby se jedinec mohl stát uživatelem, musí se zaregistrovat a vytvořit si uživatelský profil, který mu poté nabízí řadu funkcí, jako je vyhledávání přátel, posílání soukromých zpráv, veřejně komunikovat či sdílet fotky nebo statusy prostřednictvím zdi, stát se fanouškem Facebookové stránky nebo skupiny a mnoho dalších (Pavlíček, 2010, s. 136-144).

Od roku 2011 spadá pod Facebook bezplatná aplikace Messenger, která nabízí neomezené zprávy, hlasové hovory, videohovory a skupinový videochat (GooglePlay, ©2021).

3.1.2 Instagram

Instagram je druhou nejrozšířenější sociální sítí na světě. Jedná se o aplikaci, která uživateli umožňuje sdílet svůj osobní život skrze fotografie nebo videa prostřednictvím Insta příběhu, který zmizí po 24 hodinách, komunikovat se svými přáteli prostřednictvím soukromých nebo skupinových chatů a zveřejňovat fotografie nebo videa na svém profilu či sdílet fotografie nebo videa jiných uživatelů. Zveřejněný obsah uživatelé označují „hashtagy“, které usnadňují vyhledávání podobného obsahu (Kožíšek a Písecký, 2016, str. 26).

S nástupem sociálních sítí se rozmohl také influencer marketing. Influencer je uživatel internetu, který pomocí svých příspěvků na sociálních sítích ovlivňuje chování ostatních uživatelů. Influencer marketing je nový způsob reklamy, která snadněji ovlivňuje velký počet lidí a propaguje nové zboží nebo služby. Instagram je sociální síť, kde se můžeme setkat s nejvíce influencery. Dále vystupují také na Facebooku, Tik Tok, YouTube nebo Twitteru. Stejně jako youtubeři, se i influenceři stali novodobými vzory pro dnešní dospívající, což v určitých případech nemusí mít pozitivní přínos (Froněk, 2020).

3.1.3 Snapchat

Snapchat vznikl v roce 2011 a stal se velmi oblíbeným především u mladších uživatelů. Funguje podobně jako Instagram, je zaměřen na sdílení a posílání fotografií, videí nebo textů. Po odeslání zprávy má příjemce určitou časovou prodlevu, od 1 do 10 sekund, na shlédnutí zprávy, poté dochází k jejímu smazání. Oblíbeným nástrojem Snapchatu jsou i různé filtry, kterými lze upravovat fotografie (Jandura, 2016).

3.1.4 Tik Tok

Mnoho lidí si možná pamatuje síť Musical.ly, která byla zaměřena na sdílení krátkých několikavteřinových videí. Každý uživatel mohl sdílet s ostatními svá videa doplněná o různé filtry a efekty. V roce 2017 byla tato aplikace nahrazena novou aplikací Tik Tok. Účel aplikace zůstal stejný, došlo jen ke změně samotné aplikace a vytvoření několika nových funkcí. Veškerá videa, které sem uživatelé umisťují jsou veřejná a snadno šířitelná. Na rozdíl od jiných sociálních sítí, zde nejsou potřeba žádné uživatelské účty. Jediněc má tedy okamžitý přístup k nekonečnému streamu videí, které může sdílet, lajkovat, komentovat aplikovat filtry apod (Kopecký, 2019).

3.1.5 Twitter

Twitter je mikroblogovací služba, která uživatelům umožňuje psát vlastní blog pomocí krátkých vzkazů – tzv. tweetů, v maximální délce 140 znaků. Tyto vzkazy se zobrazují na stránce uživatele, který je jejich autorem a zároveň i uživatelům, kteří autora odebírají (followers). Tweety často slouží ke komentování současného dění, sdílení zpráv k zamyšlení nebo sdílení odkazů na fotografie, videa nebo další obsah (Pavlíček, 2010, s.145-147).

Od roku 2017 se počet znaků ve tweetu navýšil na 280 znaků (Všetečka a Kasík, 2017).

3.1.6 WhatsApp

WhatsApp je podobná aplikace jako již zmíněný Messenger. Jedná se o bezplatnou aplikaci pro zasílání textové i hlasové zprávy, fotografie, videa či dokumentů za pomoci internetového připojení v telefonu (WhatsApp LLC, © 2021).

3.1.7 YouTube

YouTube je internetový video-hosting server, založený v roce 2005. Funguje na principu bezplatné registrace a sdílení videí či filmů s ostatními uživateli. Tato videa nejdou stáhnout do počítače, lze je přehrávat pouze na serveru. Ekonomicky stojí celý projekt na reklamě,

kteřá se zobrazuje uživatelům při přehrávání videí nebo filmů. Zaregistrovaní uživatelé mohou videa hodnotit, komentovat, nahrávat vlastní videa nebo vytvářet různé play listy. Registrace není nutná, pokud se chce člověk pouze dívat na videa nebo filmy (Pavlíček, 2010, s. 155-158).

YouTube původně sloužil ke sdílení převážně domácích videí, nyní nabízí hudební klipy, filmy, videohry a nespočet kanálů zaměřených na všechny oblasti života. Úspěšnost a popularita autora se odvíjí od počtu zhlédnutí jeho videí. Youtubeři, tedy jedinci, kteří aktivně tvoří a nahrávají svá videa na tuto sociální síť a kteří ovlivňují chování ostatních uživatelů, se stali v posledních letech vzory současné mládeže. Řeší věci, které dospívající zajímají a mohou se tak s nimi lehce ztotožnit. Nebezpečí spočívá v tom, že nemají vůči nikomu a ničemu zodpovědnost a mohou ve svých videích publikovat prakticky cokoliv. Jejich názory nebo chování nebývají mnohdy hodny následování, což dospívající nepoznají a mohou tak přebírat špatné vzorce chování (Thraumb, 2017).

Internet nabízí velké množství nejrozličnějších sociálních sítí, které splňují požadavky různě náročných uživatelů. Můžeme v podstatě říct, že každá sociální síť je něčím specifická, co ji odlišuje od ostatních, například Facebook využívá většina uživatelů přednostně pro online komunikaci, naopak Instagram je používán hlavně ke sdílení fotek a videí, YouTube zase k poslechu hudby nebo sledování videí. Ačkoliv se mohou na první pohled zdát sociální sítě jako neškodné, opak je pravdou. Existuje řada rizik, se kterými se zde můžeme setkat při online komunikaci, a právě na některé z nich se zaměřujeme v následující kapitole.

4 RIZIKA VIRTUÁLNÍ KOMUNIKACE

Internet a sociální sítě jsou fascinující nástroje, které umožňují navazování virtuálních vztahů nebo vytvářet virtuální skupiny lidí, se kterými bychom se v reálném životě třeba nesetkali. Ne všichni uživatelé internetu jsou důvěryhodní. Existuje řada nebezpečí, se kterými se na internetu a sociálních sítích může setkat dítě i dospělý.

4.1 Kyberšikana

Kyberšikana označuje nebezpečné komunikační jevy realizované prostřednictvím informačních a komunikačních technologií, které mají za následek ublížení nebo jiné poškození oběti. Toto poškození může být záměrem útočníka, ale i důsledkem např. nevhodného vtipu nebo nedorozumění mezi obětí a útočníkem. Oběť je poškozována opakovaně, ať už původním útočníkem či osobami, které se do kyberšikany zapojí později. Kyberšikana se odehrává ve virtuálním prostředí, od klasické šikany se liší tím, že k ní může dojít kdykoliv a kdekoliv a pachatel je ve většině případů anonymní, skrytý pod přezdívkou (Kopecký a Krejčí, 2010, s. 5).

Přihlížejícím kyberšikany může být v podstatě každý, kdo má přístup k internetu. Šířiteli kyberšikany jsou lidé, kteří dále rozesílají informace o kyberšikaně a nevědomě se tak do ní zapojují taky. Obětí kyberšikany se může stát kdokoliv, neboť na rozdíl od klasické šikany jsou zde potlačeny aspekty jako je věk, pohlaví, sociální postavení atd. Během kyberútoku nedochází k osobnímu kontaktu útočníka s obětí, avšak dopad vlivu informace zveřejněné na internetu trvá déle než pomluva v reálném světě. Ve virtuálním prostředí zůstávají uložené diskriminující materiály, které mohou kyberšikanu znovu a znovu rozvířovat. Bránit se kyberútokům můžeme tak, že nebudeme komunikovat s útočníkem nebo jej zablokujeme, oznámíme útok a schováme si důkazy pro vyšetřování (Kopecký a Krejčí, 2010, s. 6-7).

Mezi specifické projevy kyberšikany řadí Kopecký a Krejčí (2010, s. 8) publikování ponižujících záznamů nebo fotografií, ponižování a pomlouvání v rámci sociálních sítí, blogů nebo jiných webových stránek, krádež identity, ztrapňování pomocí falešných profilů, provokování a napadání uživatelů v online komunikaci, zveřejňování cizích tajemství s cílem poškodit oběť, vyloučení z virtuální komunity a obtěžování.

4.2 Kybergrooming

Kybergrooming je termín označující chování uživatelů internetu, tzv. predátorů, které má v oběti vyvolat falešnou důvěru a přimět ji k osobní schůzce. Výsledkem schůzky může být sexuální zneužití nebo fyzické násilí na oběti, zneužití oběti pro dětskou prostituci, k výrobě dětské pornografie apod. Realizuje se prostřednictvím internetu, mobilních telefonů, komunikačních platforem, inzertních a herních portálů atd. Oběťmi kybergroomingu jsou především děti ve věku 11-17 let, které jsou častými uživateli sociálních sítí. Mezi nejčastější typy obětí řadíme děti s nízkou sebeúctou nebo nedostatkem sebedůvěry, děti s emocionálními problémy a děti v nouzi, děti přehnaně důvěřivé a adolescenty, neboť je zajímá sexualita a chtějí o ní hovořit. Kyberútočníci (predátoři) tvoří heterogenní skupinu uživatelů s nízkým i vysokým sociálním statutem (právníci, učitelé, policisté) a patologickým zájmem o děti. Navazují vztahy s dětmi, protože mají strach z navazování vztahů s dospělými a děti tak vnímají jako méně ohrožující (Kopecký a Krejčí, 2010, s. 14-15).

Nejlepší ochranou před kybergroomingem je prevence. Ta spočívá především na fungující komunikaci mezi dítětem a rodičem a začleněním témat rizik internetové komunikace do učebních osnov. Důležitými pravidly pro prevenci kybergroomingu je nenechat se oklamat sliby virtuálních útočníků, všimnout si nesrovnalostí v komunikaci, kdy útočník např. udává různý věk a mění informace, vytyčít si osobní hranice s ohledem na sex a nepřijímat ani neodesílat uživatelům materiály sexuální povahy, nesdělovat své osobní údaje, zejména fotografie a nechodit na osobní schůzku, aniž by o ní nikdo nevěděl (Kopecký a Krejčí, 2010, s. 20).

4.3 Stalking a kyberstalking

Stalking, též pronásledování je opakované, dlouhodobé, systematické a stupňované obtěžování, které může mít řadu různých forem a různou intenzitu. Pronásledovatel svou oběť například dlouhodobě sleduje, bombarduje SMS zprávami, e-maily, telefonáty a vyvolává tak u oběti pocit strachu. V případě kyberstalkingu jde o zasílání různých zpráv prostřednictvím komunikačních kanálů, jako jsou např. sociální sítě. Mezi nejčastější projevy stalkingu řadíme opakované a dlouhodobé pokusy kontaktovat oběť, demonstrování moci a síly stalkera, naplňování výhrůžek, snaha poškodit reputaci oběti stalkerem a jeho vydávání se za oběť. Vztahy mezi stalkerem a obětí mají 3 podoby: oběť stalkera zná a ví, že ji pronásleduje, oběť stalkera osobně zná, ale neví, že ji pronásleduje a oběť stalkera

osobně nezná (např. kyberstalkeré hledající své oběti na internetu). Obětí stalkingu se může stát kdokoliv bez rozdílu věku, pohlaví, sociálního postavení atd., často se jedná o svobodné jedince žijící bez partnera nebo jedinci krátce po rozchodu. Bránit se stalkingu můžeme přerušением osobního kontaktu s pronásledovatelem, vyhýbat se místům možného setkání, snažit se projevy pronásledování zdokumentovat a vyhledat pomoc nebo kontaktovat Policii ČR, mimo domov se pohybovat s další osobou a nosit u sebe legální prostředky pro svou obranu (Kopecký a Krejčí, 2010, s. 24-28).

4.4 Sexting

Sexting je termín, který označuje zasílání či sdílení vlastních odhalených fotografií, videí nebo textů s erotickým a sexuálním podtextem, prostřednictvím moderních komunikačních technologií. Tyto materiály vytváří sami jedinci, kteří je umísťují na internet a sociální sítě. Sexting probíhá většinou mezi vrstevníky. Dospívající objevují sexuální vztahy a experimentují. Neuvědomují si, že se v důsledku sextingu vystavují vysokému riziku vydírání, zneužívání a veřejného posměchu. Často dochází k zasílání zpráv se sexuálním podtextem neznámým lidem (Eckertová a Dočekal, 2013, s. 68-69).

4.5 Prevence

Stejně tak, jak se s prevencí setkáváme v různých oblastech života, nesmíme ji opomenout ani při užívání internetu. Dnešní děti vyrůstají s mobilními telefony, počítači nebo tablety a rodiče jsou ti, kteří jim dovolují a umožňují navštěvování internetu. Děti by měly znát pravidla bezpečného užívání internetu, aby se nestaly obětmi některého z trestných činů. Ve virtuálním prostředí platí jiná pravidla než v reálném světě a chyby, které zde učiníme mohou mít daleko větší důsledky. Nejúčinnější prevencí rizikové online komunikace je osvěta, tedy poučit děti o nebezpečí manipulátorů, predátorů a agresorů. Děti v předškolním a mladším školním věku mají vytvořenou přirozenou nedůvěru k neznámým lidem, budou si tak více rozmyšlet, s kým a jakým způsobem komunikovat. Dospívající mohou varování ignorovat a různé zprávy mohou považovat za vzrušující zábavu. Zákazy jsou v tomto směru spíš neúčinné, větší váhu má uvádění informací o skutečných případech (Eckertová a Dočekal, 2013, s. 47).

Existují pravidla pro rodiče, kteří by měli brát komunikaci s dětmi o nebezpečí na sociálních sítích jako důležitý prvek prevence. Jedná se o tyto pravidla:

- Komunikujte se svými dětmi o tom, co dělají na internetu.
- Počítač dítěte nechejte na veřejně dostupném místě (např. v obývacím pokoji), které můžete namátkou kontrolovat.
- Vysvětlete dětem, jaká rizika může internet představovat.
- Uvědomte si, že když doma dítěti zakážete používat počítač a internet, najde si jinou cestu, jak se k těmto nástrojům dostat (u kamaráda, ve škole atd.)
- V případě, že se dítě dostane do problémů spojených s kybergroomingem, kyberšikanou či dalšími nebezpečnými komunikačními jevy, nepoužívejte nefunkční metodu zákazu práce s počítačem a internetem! (Kopecký a Krejčí, 2010, s. 20).

Rizikovým chováním na internetu se věnuje mnoho preventivních programů, které se zaměřují na prevenci rizikového chování na internetu a nabízí zároveň pomoc při řešení těchto problémů. Jedná se o tyto programy:

- Bílý kruh bezpečí, www.bkb.cz
- E-Bezpečí, www.e-bezpeci.cz
- Národní centrum bezpečnějšího internetu (Safer Internet), www.saferinternet.cz
- Pomoc online (Internet Helpline), www.pomoconline.cz
- Policie ČR, tel. 158, www.policie.cz

(Kopecký a Krejčí, 2010, s. 21)

Rizika spojená s užíváním internetu a online komunikací mohou číhat na každého z nás. Je třeba mít na mysli, že ačkoliv se nám může cizí uživatel zdát jako důvěryhodný, nemusí tomu tak ve skutečnosti být. Každý, kdo používá sociální sítě by si měl chránit své soukromí a chovat se ve virtuálním prostředí bezpečně, čímž lze omezit možné riziko setkání se s nežádoucím chováním na internetu. V následující praktické části práce se zaměříme na výzkumné šetření, popíšeme výzkumné cíle, výzkumné otázky a analyzujeme a vyhodnotíme data, která jsme získali.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 DESIGN VÝZKUMU

V praktické části se snažíme zjistit, jak dospívající využívají sociální sítě. Zvolené téma je aktuální, neboť většina žáků 8. a 9. tříd základní školy má již vytvořený profil na některé ze sociálních sítí. Také samotná výuka se v poslední době více přesunula do virtuálního prostoru. S tímto intenzivním užíváním sociálních sítí a celkově moderních informačních a komunikačních technologií se životní styl současné mládeže proměnil, a to především v oblasti komunikace a prožívání. V posledních letech se stal internet každodenní součástí našich životů. Jeho užívání s sebou přináší řadu pozitiv, ale také rizik. Mezi nejvýznamnější pozitiva internetu můžeme zařadit rychlost a lepší dostupnost informací a také jednoduchost a rychlost internetové komunikace. (Pavlíček, 2010, s. 16) Mezi rizika užívání internetu řadí Weinstein a kol. (2014, cit. podle Blinka, 2015, s. 73) především závislost na hraní online her, závislost na kybersexu, online gambling a závislost na online sociálních sítích. Nebezpečným jevem se v posledních letech stává také kyberšikana, kybergrooming a kyberstalking (Kopecký a Krejčí, 2010, s. 4). Existuje řada výzkumů, které zkoumají, jakým činnostem se děti na internetu a sociálních sítích věnují nebo kolik času na nich tráví. Například výzkum EU Kids Online 2020, který se zaměřuje na přístup k internetu, online dovednosti nebo online rizika pro děti ve věku 9-16 let v Evropě ukazuje, že čas dětí strávený na internetu se za posledních deset let zdvojnásobil (Šmahel a kol., 2020).

V našem výzkumu zjišťujeme, které sociální sítě preferují žáci 8. a 9. tříd ZŠ, jaké jsou nejčastější motivy k jejich užívání a jakým činnostem se tito žáci nejčastěji věnují. Také se zaměříme na bezpečnost používání internetu a sociálních sítí, kdy zjišťujeme, jestli si žáci chrání své soukromí a zda znají a popřípadě se setkali s rizikovým chováním na internetu.

5.1 Výzkumné cíle

Hlavním cílem je zjistit, **které sociální sítě využívají žáci 8. a 9. tříd ZŠ nejčastěji a jaké jsou nejčastější motivy k jejich užívání.**

Dílčí výzkumné cíle:

1. Zjistit, které sociální sítě využívají žáci 8. a 9. tříd ZŠ nejčastěji.
2. Zjistit, jaké jsou nejčastější motivy žáků k jejich užívání.
3. Zjistit, jakým činností se na sociálních sítích žáci 8. a 9. tříd ZŠ převážně věnují.
4. Zjistit, zda se žáci 8. a 9. tříd ZŠ chovají na sociálních sítích zodpovědně a jaké informace mají o rizicích jejich užívání.
5. Zjistit, zda žáci 8. a 9. tříd ZŠ znají a mají osobní zkušenost s rizikovým chováním na internetu.
6. Zjistit, zda žáci 8. a 9. tříd ZŠ sledují youtubery/influencery a jaký význam jim připisují.

5.2 Výzkumné otázky

Hlavní výzkumnou otázkou je, **které sociální sítě využívají žáci 8. a 9. tříd ZŠ nejčastěji a jaké jsou nejčastější motivy k jejich užívání?**

Dílčí výzkumné otázky:

1. Které sociální sítě využívají žáci 8. a 9. tříd ZŠ nejčastěji?
2. Jaké jsou nejčastější motivy žáků k jejich užívání?
3. Jakým činností se na sociálních sítích žáci 8. a 9. tříd ZŠ převážně věnují?
4. Chovají se žáci 8. a 9. tříd ZŠ na sociálních sítích zodpovědně a jaké mají informace o rizicích jejich užívání?
5. Znají žáci 8. a 9. tříd ZŠ formy rizikového chování na internetu a mají s nimi osobní zkušenost?
6. Sledují žáci 8. a 9. tříd ZŠ youtubery/ influencery a jaký význam jim připisují?

Vzhledem k charakteru výzkumného tématu a za účelem zodpovězení výzkumných otázek jsme zvolili **kvantitativní pojetí výzkumu**, formou dotazníkového šetření. Jak uvádí Gavora (2000, s. 31)“...kvantitativní výzkum pracuje s číselnými údaji. Zjišťuje množství, rozsah nebo frekvenci výskytu jevů, resp. jejich míru (stupeň). Číselné údaje se dají matematicky zpracovat. Je možné je sečítat, vypočítat jejich průměr, vyjádřit je v procentech nebo použít další metody matematické statistiky“. Toto pojetí jsme zvolili především z důvodu rychlého a přímočarého sběru dat a za účelem oslovení většího počtu žáků.

5.3 Výzkumný soubor

Základní soubor

Základní soubor tvoří dospívající, konkrétně se zaměřujeme na žáky 8.a 9. tříd základních škol ve Zlínském kraji. Tento soubor byl zvolen z důvodu předpokladu, že většina žáků právě 8. a 9. třídy ZŠ má již založený profil na některé ze sociálních sítí a mohli by tedy poskytnout validní informace.

Výběrový soubor

Výběrový soubor tvoří žáci 8. a 9. tříd ze čtyř základních škol ve Zlínské kraji. Tyto školy jsme určili dostupným výběrem. Jednalo se o školy: ZŠ Zdounky, ZŠ Loučka, ZŠ Na Výsluní v Uherském Brodě a ZŠ Koryčany. Ředitele škol jsme oslovili s prosbou o pomoc s vyplněním elektronických dotazníků a přiložili jsme odkaz na tento dotazník, který byl vytvořený na webové stránce Surio.com. Výběrový soubor tvořilo celkem 92 žáků z vybraných základních škol. Jednalo se o děti ve věku 13 až 15 let. Výzkum proběhl v únoru 2021. Díky ochotě a spolupráci ředitelů, kteří umožnili provést výzkum na jejich škole, a především díky žákům, kteří vyplnili dotazníky ve svém vlastním volnu bylo odevzdáno 92 dotazníků.

Tabulka 1 Struktura výběrového souboru

Pohlaví	Počet žáků 8. třídy	Počet žáků 9. třídy
Chlapci	21	19
Dívky	38	14

5.4 Výzkumná technika

Techniku pro získání dat jsme zvolili dotazníkové šetření. Jednalo se o nestandardizovaný elektronický dotazník vlastní konstrukce, inspirovaný dotazníkem EU Kids Online 2017 (Ólafsson a Staksrud, 2017). Dotazník byl vytvořený přes webovou stránku Survio.com. Především z důvodu momentální distanční výuky by bylo neefektivní a nákladné posílat každému jedinci dotazník ve fyzické podobě domů. I následný sběr by byl náročný. Ředitelům výše uvedených základních škol byly tedy zaslány internetové odkazy na elektronický dotazník, které předali učitelům a ti zajistili vyplnění elektronických dotazníků žáky. V úvodu dotazníku byl respondentům sdělen cíl výzkumného šetření a informace o anonymitě dotazníku. Vyplnění dotazníku trvalo cca 10 minut.

Dotazník se skládal z 27 otázek, možnosti odpovědí byly použity podle Chrásky (2007, s. 165–167) a to: položky otevřené, uzavřené – polytomické položky s výběrem odpovědí, polouzavřené položky a položky výčtové. Otázky položené v dotazníku se týkaly těchto okruhů:

- nejčastěji využívané sociální sítě,
- motivy k užívání sociálních sítí,
- nejčastější činnosti na sociálních sítí,
- sociální sítě a osobní údaje,
- rizikové chování na internetu,
- význam youtuberů a influencerů v životě dospívajících.

U každé otázky byly uvedeny instrukce, zda vybrat jednu nebo více odpovědí. Dotazník byl sestaven s přihlédnutím k věkovému rozložení výzkumného souboru. Kompletní dotazník, který jsme použili pro tento výzkum naleznete v příloze P I Dotazník.

Před samotným rozesláním dotazníků ředitelům škol byl proveden předvýzkum u 10 respondentů. Zjišťovali jsme, zda rozumí všem otázkám a popřípadě, zda jim chybí některé možnosti odpovědí. Na základě tohoto předvýzkumu byla v dotazníku změněna otázka číslo 18, kde jsme místo otevřené otázky zvolili výběr z možností a otázky 26. a 27. jsme zjednodušili.

5.5 Způsob zpracování dat

Po dokončení sběru dat byla provedena kontrola internetových dotazníků. Žádný z dotazníků nebyl vyřazen, všechny byly správně vyplněny. Po kontrole následovalo zpracování dat. V první fázi byly ke každé otázce ze všech dotazníků čárkovací metodou spočítány vybrané možnosti, kdy z těchto dat byla vytvořena tabulka četností, kde jsme vyjádřily číselně i procentuálně relativní a absolutní četnost. U otevřených a polouzavřených otázek jsme nejprve odpovědi roztřídili do očíslovaných kategorií a poté následovala čárkovací metoda a vytvoření tabulky četností. Následně byl pro každou otázku vytvořen graf zobrazující relativní četnost, z důvodu lepší přehlednosti. Grafy byly vytvořeny v počítačovém programu Microsoft Office Excel.

6 ANALÝZA A INTERPRETACE DAT

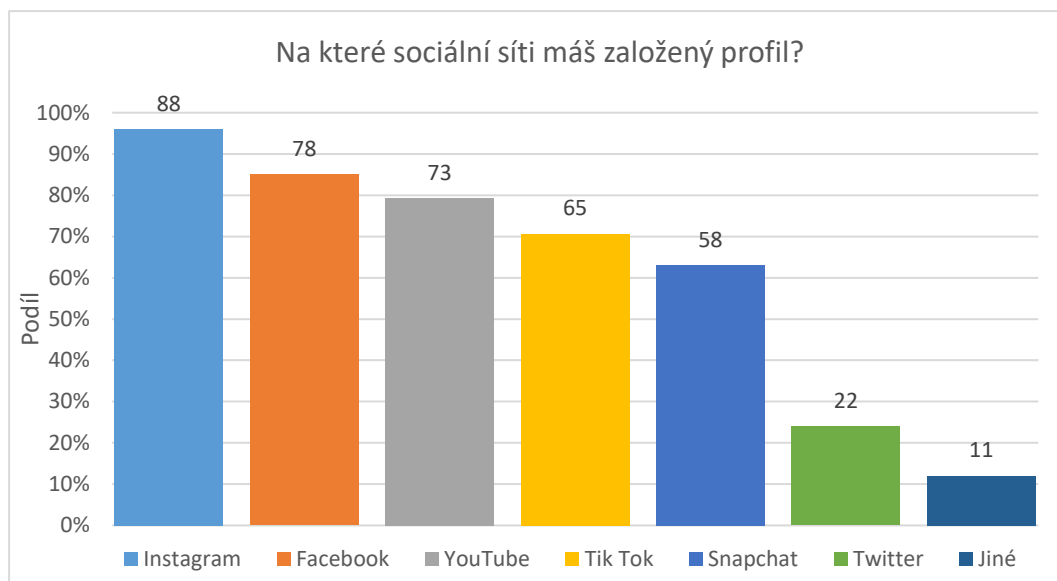
V následující kapitole vyhodnocujeme data, která jsme získali výzkumným šetřením. Tato data popisujeme dle jednotlivých výzkumných cílů, na které jsme získali odpovědi prostřednictvím položek dotazníku. Vyhodnocená data jsou interpretována slovně a znázorněna v grafech.

První výzkumný cíl: **Zjistit, které sociální sítě využívají žáci 8. a 9. tříd ŽŠ nejčastěji.**

K tomuto dílčímu cíli se váže čtvrtá, pátá, šestá a sedmá položka dotazníku.

Položka číslo 4. Na kterých sociálních sítích máš založený profil?

U této položky měli respondenti možnost vybrat více odpovědí. Sociální síť Instagram uvedla naprostá většina, tedy 88 (96 %) respondentů z celkových 92. Druhou sociální sítí byl Facebook se 78 (85 %) respondenty, dále YouTube, na kterém má profil založeno 73 (79 %) tázaných dospívajících. Na Tik Tok je zaregistrováno 65 (71 %) respondentů a na Snapchatu má profil 58 (63 %) respondentů. Pouze 22 (24 %) dotazovaných má založený profil na Twitteru. Respondenti měli možnost vypsát i jiné sociální sítě, které nebyly ve výběru. 11 (12 %) z jich uvedlo jako další možnosti chatovací aplikace Messenger, WhatsApp, Discord, Clubhouse, Tellonym, Amino nebo Twitch. Můžeme tedy říct, že většina dospívajících využívá sociální sítě, které jim nabízejí rychlou a bezplatnou komunikaci, jako je např. Facebook a také platformy, které jsou založeny na zábavě a sledování videí, jako je Instagram, YouTube nebo Tik Tok.



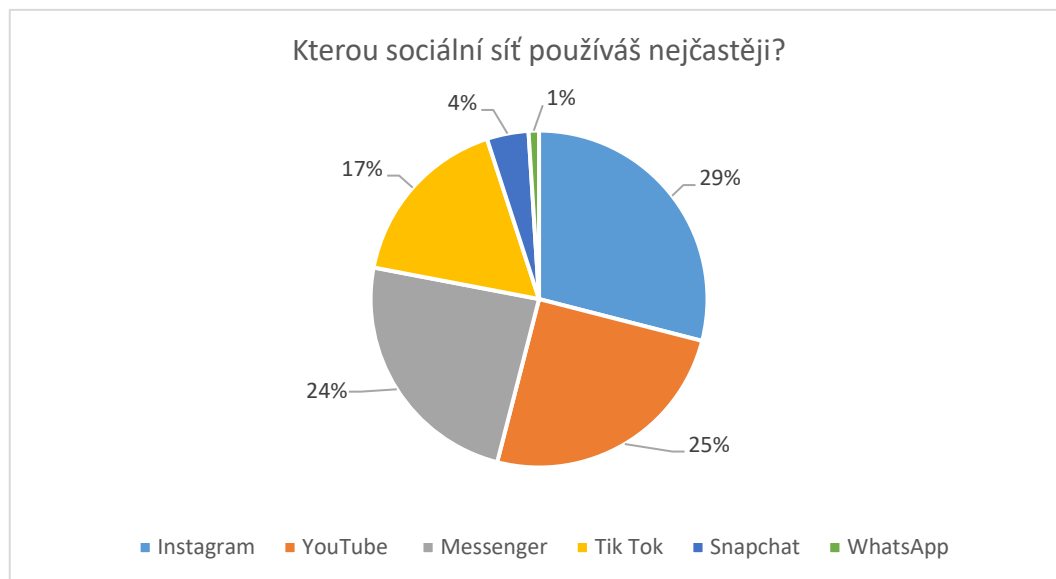
Graf 1: Na které sociální síti máš založený profil?

Položka číslo 5. Na jakém zařízení nejčastěji navštěvuješ sociální síť?

U této položky mohli respondenti vybrat jen jednu odpověď. Na výběr byly možnosti: mobilní telefon s datovým připojením, mobilní telefon s wifi připojením, stolní počítač nebo notebook a tablet. Nejvíce respondentů má přístup na sociální síť díky telefonům, na kterém využívají Wifi připojení, tuto možnost uvedlo 67 (73 %) respondentů z celkových 92. Mobilní telefon s datovým připojením má k dispozici pouze 15 (16 %) respondentů a posledních 10 (11 %) dotazovaných navštěvuje sociální síť na stolním počítači nebo notebooku. Dalo by se předpokládat, že respondenti s mobilními daty mohou na sociálních sítích trávit více času, neboť nejsou omezeni na pevný internet.

Položka číslo 6. Kterou sociální síť používáš nejčastěji?

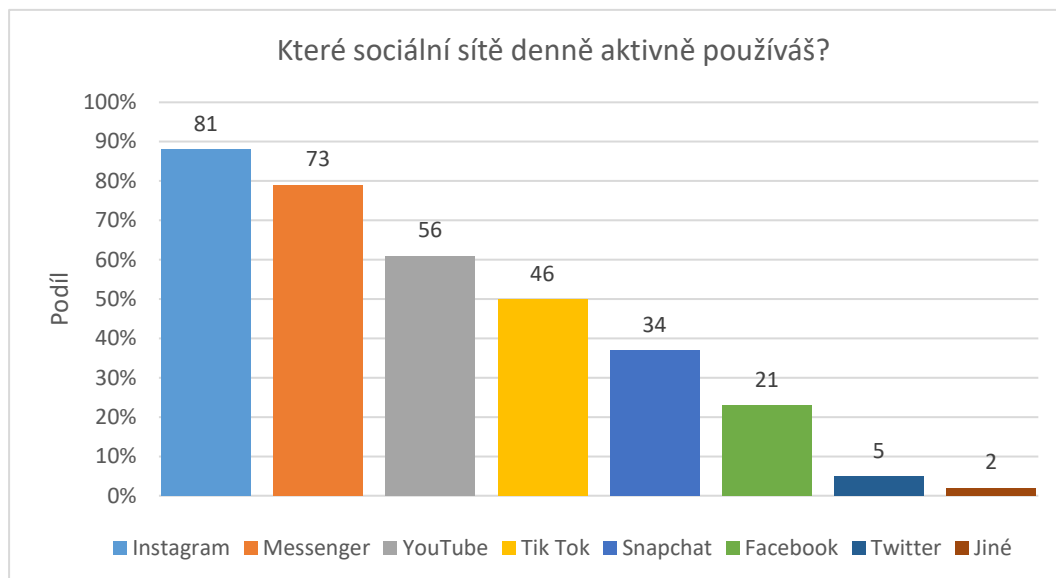
U této položky mohli respondenti vybrat jen jednu možnost. Nejnavštěvovanější sociální síť byl podle výzkumu Instagram, který zvolilo 27 (29 %) respondentů, YouTube se stalo druhým nejnavštěvovanějším, s celkovými 23 (25 %) respondenty, třetí v pořadí byl Messenger, který nejčastěji využívá 22 (24 %) dotazovaných. Platformu Tik Tok zvolilo jako nejčastěji používanou sociální síť 15 (17 %) respondentů, Snapchat zvolili 4 (4 %) lidé a pouze 1 (1 %) člověk uvedl, že nejčastěji používá WhatsApp. Naopak Facebook ani Twitter nikdo z respondentů nezvolil. Vypadá to tedy, že tyto kdysi nejpoblárnější a nejpoužívanější sociální síť nemají mezi dnešními dospívajícími takovou popularitu nebo oblibu, jako tomu bylo v minulosti.



Graf 2: Kterou sociální síť používáš nejčastěji?

Položka číslo 7. Které sociální sítě denně aktivně používáš?

U této položky měli respondenti možnost vybrat více odpovědí. I v této položce dotazníku uvedlo 73 (79 %) respondentů Messenger a YouTube, které používá 56 (61 %) dospívajících. Tik Tok denně aktivně sleduje 46 (50 %) dotazovaných, následoval Snapchat se 34 (37 %) a Facebook s 21 (23 %) uživateli. Ostatní sociální sítě aktivně používá jen menšina, například Twitter uvedlo jen 5 (5 %) dotazovaných a 2 (2 %) lidé doplnili do jiných možností WhatsApp a Discord. Z výsledků vyplývá, že nejpoužívanější sociální sítě je Instagram a Messenger. Instagram slouží především ke sdílení fotek nebo videí, zatímco Messenger je komunikační platforma. Dospívající tedy používají nejvíce sociální sítě, které jim umožňují komunikovat a být tak stále s někým v kontaktu nebo platformy, které „zaplní“ jejich volný čas, avšak většina z nich aktivně používá více než jednu sociální síť.



Graf 3: Které sociální sítě denně aktivně používáš?

Druhý výzkumný cíl: **Zjistit, jaké jsou nejčastější motivy žáků k užívání sociálních sítí.**

K tomuto výzkumnému cíli se váže první, druhá, třetí, osmá, devátá a desátá položka dotazníku.

Položka číslo 1. **Máš založený profil na sociální síti?**

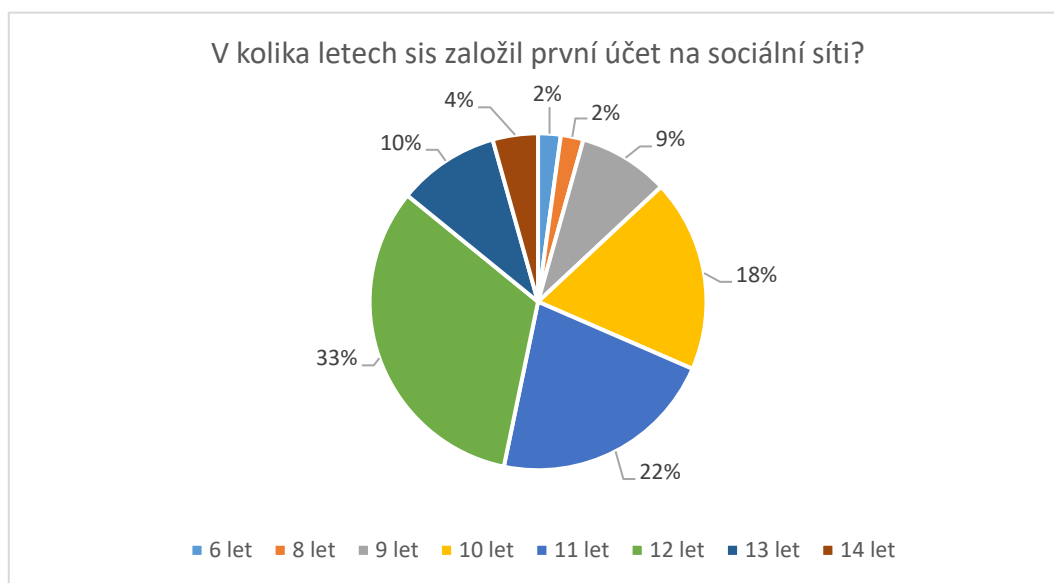
Všech 92 (100 %) respondentů uvedlo, že má založený profil na některé sociální síti. Očekávali jsme, že se najde několik jedinců, kteří nebudou mít založený žádný profil, ale sociální sítě jsou očividně pro dospívající tak důležité, že je, obrazně řečeno, skoro nutností mít profil alespoň na jedné z nich.

Položka číslo 2 se věnovala tomu, z jakého důvodu nemá respondent založený profil na sociální síti. Vzhledem k tomu, že všichni dotazovaní měli založený profil, zůstala tato položka u všech dotazníků nezodpovězená.

Položka číslo 3. **V kolika letech sis založil první účet na sociální síti?**

Přestože většina sociálních sítí požaduje minimální věk pro založení profilu 13 let, není tato podmínka pro děti žádnou překážkou, jak ukazují výsledky dotazníku. Při vyplňování registrace mohou děti bez kontroly uvést vyšší věk, než skutečně mají. Většina respondentů, tedy 30 (33 %) dospívajících si založilo svůj první profil ve 12 letech, dalších 20 (22 %)

si jej založilo v 11 letech. Pouze 9 (10 %) dotazovaných mělo svůj první profil v 13 letech, tak jak to požadují oficiální pravidla sociálních sítí. Dalších 8 (9 %) respondentů uvedlo, že si profil na sociální síti založili v 9 letech. V 8 letech si jej založili 2 (2 %) dotazovaní. V 10 letech mělo profil 17 (18 %) dospívajících a ve 14 letech jen 4 (4 %). Nejnižším uvedeným věkem bylo 6 let věku, který uvedli 2 (2 %) respondenti. Podle výsledků můžeme říct, že po sociálních sítích touží děti již v mladším školním věku a nic jim nebrání tomu, aby při registraci lhaly a uvedly svůj nepravý věk, neboť ví, že se tato informace nedá ověřit.

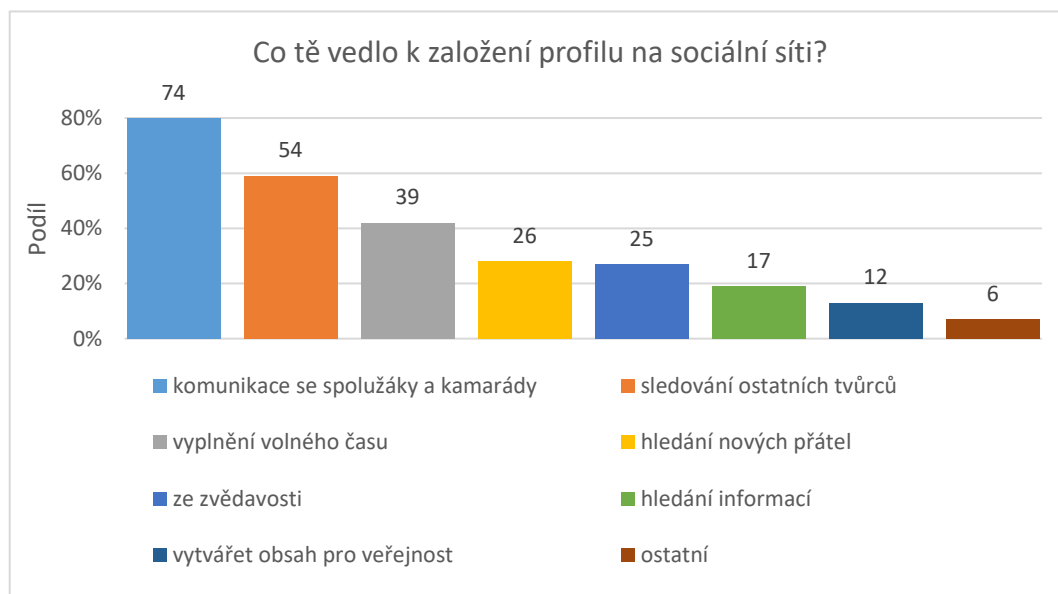


Graf 4: V kolika letech sis založil první účet na sociální síti?

Položka číslo 8. Co tě vedlo k založení profilu na sociální síti?

U této položky měli respondenti možnost vybrat 3 odpovědi. Nejčastějším důvodem k založení profilu na sociální síti byla komunikace se spolužáky a kamarády, kterou zvolilo 74 (80 %) respondentů. Poté více než polovina respondentů, přesněji 54 (59 %), vybrala sledování ostatních tvůrců. Třetím nejčastějším motivem pro založení profilu bylo vyplnění volného času, které vybralo 39 (42 %) dospívajících. Za účelem hledání nových přátel si profil založilo jen 26 (28 %) jedinců, ze zvědavosti jich bylo 25 (27 %) a dalších 17 (19 %) respondentů uvedlo možnost hledání informací. Vytvářet obsah pro veřejnost vedlo k založení profilu 12 (13 %) respondentů. Pouze 6 (7 %) dospívajících si založilo profil, kvůli tomu, aby zapadli do kolektivu. Minimum respondentů, pouze 3 (3 %) uvedli možnost navázání partnerského vztahu a další 3 (3 %) uvedli v nabídce „jiné“ možnost účastnit se soutěží. Překvapivou odpověď uvedl respondent, kterému sociální síť založil rodič.

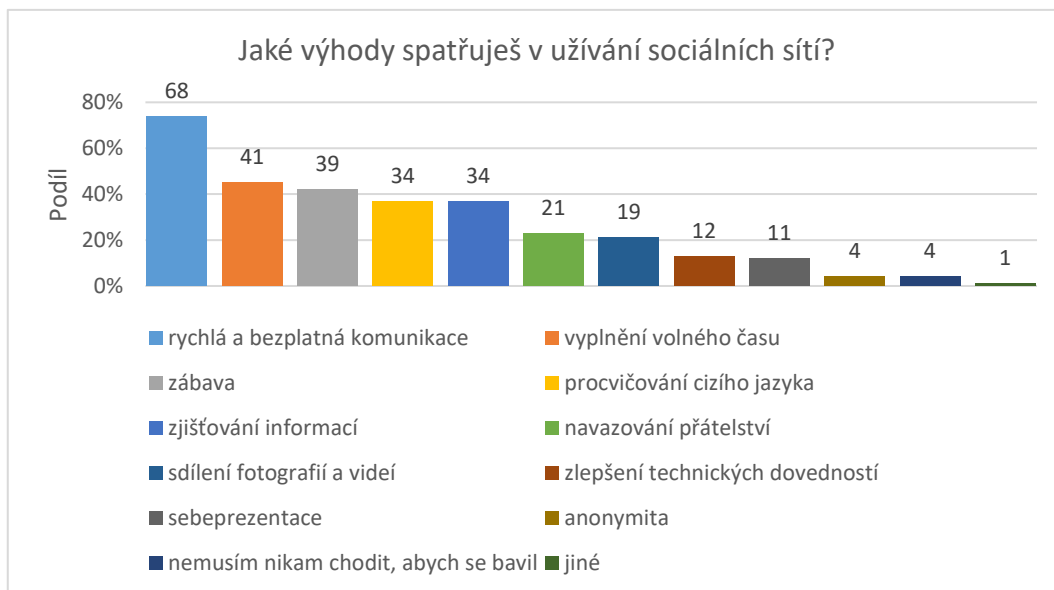
Udržování a navazování nových vztahů je pro dospívající důležitým faktorem, a proto není divu, že právě komunikace je v největší míře vedla k založení profilu. Díky sledování ostatních tvůrců mohou přijímat inspiraci a vzory, které jim mohou pomoci utvářet jejich vlastní identitu.



Graf 5: Co tě vedlo k založení profilu na sociální síti?

Položka číslo 9. Jaké výhody spatřuješ v užívání sociálních sítí?

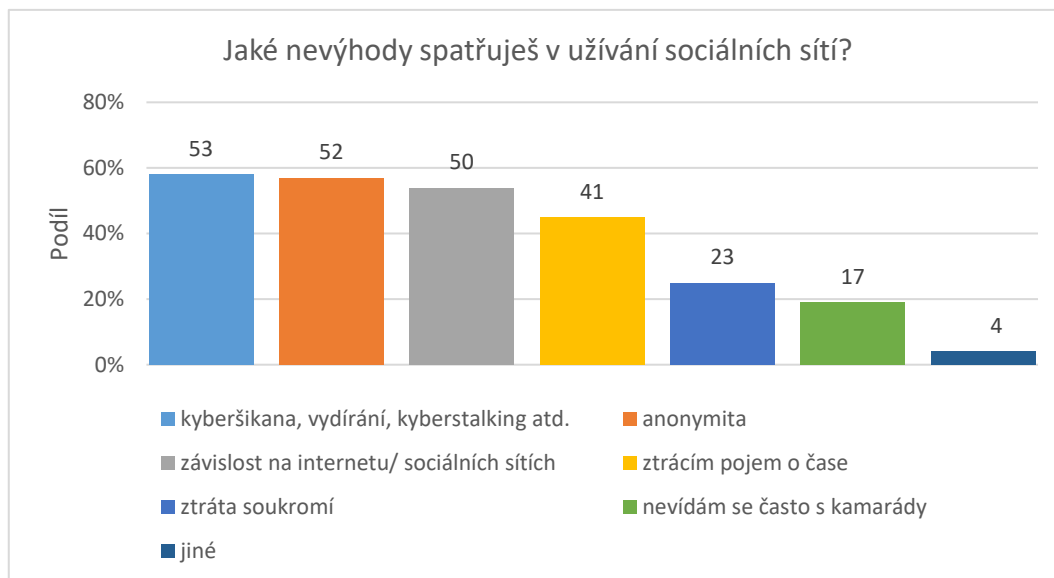
U této položky měli respondenti možnost vybrat 3 odpovědi. Sociální sítě nabízí svým uživatelům širokou škálu výhod, které mohou být důvodem toho, proč si jedinec vybere používání dané platformy. Námi oslovení dospívající považují za největší výhodu rychlou a bezplatnou komunikaci, kterou vybralo 68 (74 %) z 92 respondentů. Další výhodou je podle nich vyplnění volného času, které zvolilo 41 (45 %) jedinců a zábava, kterou kladně hodnotí 39 (42 %) dospívajících. Možnost procvičování cizího jazyka a zjišťování informací považuje za výhodu 34 (37 %) dotazovaných. Navazování přátelství zvolilo 21 (23 %) dospívajících, sdílení fotografií nebo videí je výhodou pro 19 (21 %) respondentů a pouze 12 (13 %) jich uvedlo jako výhodu zlepšení technických dovedností. Naopak anonymitu považují za výhodu jen 4 (4 %) žáci, stejně jako možnost „nemusím nikam chodit, abych se bavil“, kterou zvolili také 4 (4 %) respondenti. V možnosti „jiné“ uvedl 1 (1 %) respondent, že sociální sítě celkově považuje za výhodu vzhledem k probíhající pandemii. Je překvapivé, kolik respondentů uvedlo možnost „vyplnění volného času“, neboť to může ukazovat na to, že dospívající neumí efektivně trávit čas ve svůj prospěch, ale raději se „zaseknou“ u sledování sociálních sítí.



Graf 6: Jaké výhody spatřuješ v užívání sociálních sítí?

Položka číslo 10. Jaké nevýhody spatřuješ v užívání sociálních sítí?

U této položky měli respondenti možnost vybrat 3 odpovědi. Podle 53 (58 %) respondentů je největší nevýhodou sociálních sítí nebezpečí v podobě kyberšikany, vydírání a dalšího rizikového chování. Anonymitu jako určité nebezpečí zvolilo 52 (57 %) dospívajících a závislost na internetu nebo sociálních sítích vnímá negativně 50 (54 %) z celkových 92 dotazovaných. Další nevýhodou je podle dospívajících ztráta pojmu o čase, kterou uvedlo 41 (45 %) jedinců nebo ztráta soukromí, kterou uvedlo 23 (25 %) respondentů. Omezený čas s kamarády zvolilo 17 (19 %) dotazovaných, v možnosti „jiné“ uvedli 4 (4 %) jedinci jako nevýhodu ztrátu lidského kontaktu, šíření nevhodného obsahu nebo rizika spojená se svěřováním se neznámým lidem. Každá věc má své pro i proti, to platí i v souvislosti se sociálními sítěmi. Podle odpovědí můžeme usoudit, že mezi dospívajícími převládají spíše výhody těchto sítí než nevýhody, neboť jak vyplývá z odpovědí, všichni respondenti sociální sítě užívají. Kdyby převládaly nevýhody, dalo by se předpokládat menší množství jejich uživatelů.



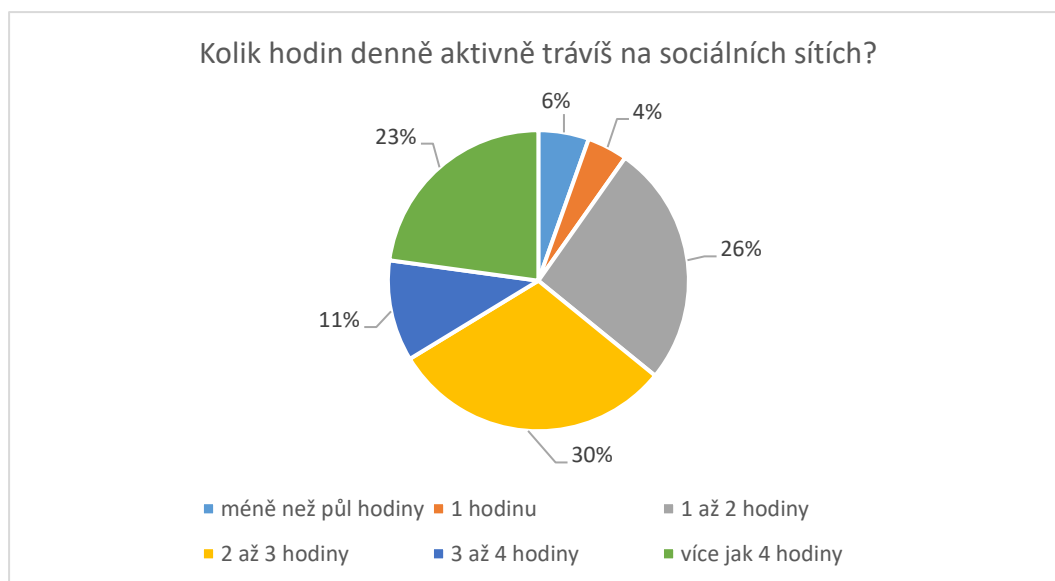
Graf 7: Jaké nevýhody spatřuješ v užívání sociálních sítí?

Třetí výzkumný cíl: **Prozkoumat, jakým činností se na sociálních sítích žáci 8. a 9. tříd ZŠ převážně věnují.**

K tomuto výzkumnému cíli se váže jedenáctá, dvanáctá a třináctá položka dotazníku.

Položka číslo 11. **Kolik hodin denně aktivně trávíš na sociálních sítích?**

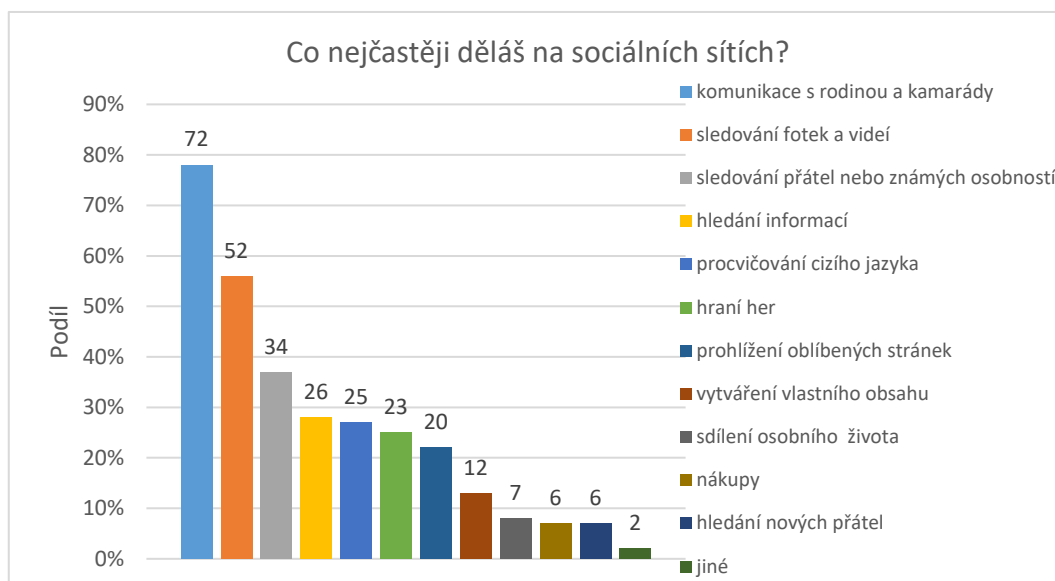
U této položky měli respondenti možnost vybrat jen jednu odpověď. Z výsledků vyplývá, že pouze 5 (6 %) respondentů tráví denně na sociálních sítích méně než půl hodiny, 1 hodinu denně uvedli 4 (4 %) dotazovaní. Celkem 24 (26 %) žáků uvedlo dobu 1 až 2 hodiny. Nejvíce respondentů tráví na sociálních sítích aktivně 2 až 3 hodiny denně, přesněji se jednalo o 28 (30 %) respondentů. Hodnotu 3 až 4 hodiny denně uvedlo 10 (11 %) žáků. Více jak 4 hodiny denně uvedlo 21 (23 %) respondentů, což může značit problém z hlediska nadměrného užívání internetu.



Graf 8: Kolik hodin denně aktivně trávíš na sociálních sítích?

Položka číslo 12. Co nejčastěji děláš na sociálních sítích?

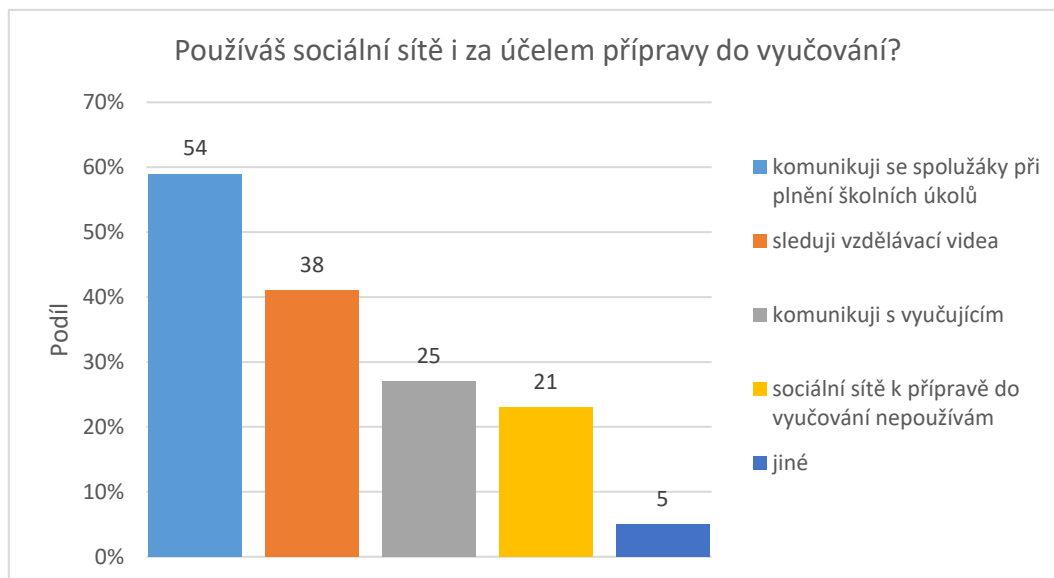
U této položky měli respondenti možnost vybrat 3 odpovědi. Opět většina respondentů a to 72 (78 %) zvolilo komunikaci s kamarády a rodinou, neboť jak již bylo řečeno, je komunikace jedním z hlavních účelů sociálních sítí a důležitým faktorem v dospívání. Druhou nejoblíbenější činností je podle 52 (57 %) respondentů sledování fotek a videí. Třetí místo obsadilo sledování přátel nebo známých osobností, které na sociálních sítích vyhledává 34 (37 %) dospívajících. Sociální sítě jsou také zdrojem různých informací, které zde hledá 26 (28 %) respondentů. Procvičování cizího jazyka zvolilo 25 (27 %) žáků, poměrně malé množství, 23 (25 %) jedinců z 92, hraje na sociálních sítích hry. Mezi méně časté činnosti můžeme zařadit prohlížení oblíbených stránek, které zvolilo 20 (22 %) respondentů nebo vytváření vlastního obsahu, kterému se věnuje jen 12 (13 %) dotazovaných. Sdílení osobního života nepatří mezi dospívajícími mezi nejčastější aktivity na sociálních sítích, neboť tuto možnost zvolilo jen 7 (8 %) respondentů. Nakupování nebo hledání nových přátel zvolilo za nejčastější aktivitu pouze 6 (7 %) žáků. V možnosti „jiné“ někteří respondenti uvedli jako častou činnost např. pomoc kamarádům s jejich problémy nebo přípravu do vyučování.



Graf 9: Co nejčastěji děláš na sociálních sítích?

Položka číslo 13. Používáš sociální sítě i za účelem přípravy do vyučování?

U této položky měli respondenti možnost vybrat 3 odpovědi. Z výsledků je patrné, že většina respondentů sociální sítě používá i za účelem přípravy do vyučování. Pro komunikaci se spolužáky při plnění školních úkolů využívá sociální sítě 54 (59 %) respondentů, s učitelem komunikuje 25 (27 %) žáků. Oblíbenými jsou i vzdělávací videa, které sleduje 38 (41 %) respondentů. Existuje mnoho youtubových kanálů, které nabízejí uživatelům vzdělávací videa zábavnou formou a dokážou tak diváky zaujmout, což dokazuje i výsledek této dotazníkové položky. Pouze 21 (23 %) žáků z celkových 92 sociální sítě v souvislosti s vyučováním nepoužívá. V možnosti „jiné“ uvedlo 5 (5 %) respondentů sledování videí v cizím jazyce nebo hledání informací, což do přípravy do vyučování zahrnout můžeme. Samotná výuka se v posledním roce musela kvůli pandemii přesunout do virtuálního prostředí, a tak není divu, že i sociální sítě hrají v přípravě do vyučování u žáků určitou roli.



Graf 10: Používáš sociální sítě i za účelem přípravy do vyučování?

Čtvrtý výzkumný cíl: **Zjistit, zda se žáci 8. a 9. tříd ZŠ chovají na sociálních sítích zodpovědně a jaké informace mají o rizicích jejich užívání.**

K tomuto dílčímu cíli se váže čtrnáctá, patnáctá, šestnáctá, sedmnáctá a osmnáctá položka dotazníku.

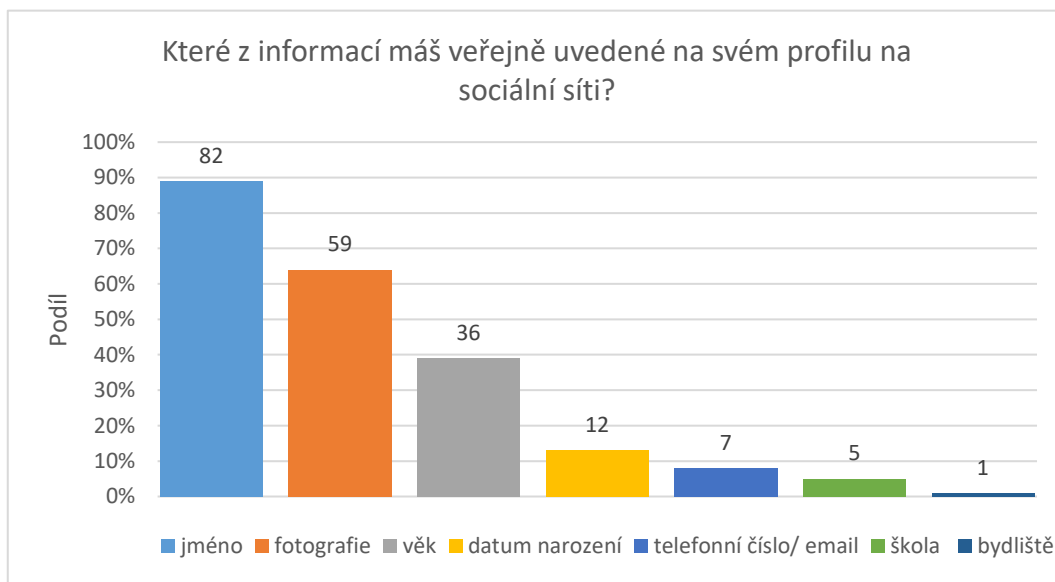
Položka číslo 14. **Kdo může na sociálních sítích vidět tvé příspěvky?**

U této položky měli respondenti možnost vybrat jednu odpověď. Z výsledků vyplývá, že skoro polovina respondentů, přesněji 45 (49 %) má informace na svém profilu dostupné jen pro své přátele, 39 (43 %) jich má veřejný profil, což znamená, že veškeré informace, které o sobě na sociální síť uvedou, mohou vidět i ostatní uživatelé. Pouze 4 (4 %) respondenti mají informace dostupné jen pro sebe a poslední 4 (4 %) uvedli, že neví, jak mají soukromí na sociální síti nastavené.

Položka číslo 15. **Které z informací máš veřejně uvedené na svém profilu na sociální síti?**

U této položky měli respondenti možnost vybrat více odpovědí. Své pravé jméno má na sociální síti uvedeno 82 (89 %) dotazovaných žáků v celkových 92, kdo nechce uvádět své pravé jméno, může použít přezdívku. Své fotografie uveřejňuje na sociálních sítích 59 (64 %) respondentů. Zde je otázkou, jak mají nastavené soukromí a zda tyto fotografie umožňují vidět jen svým přátelům, které znají nebo i ostatním uživatelům.

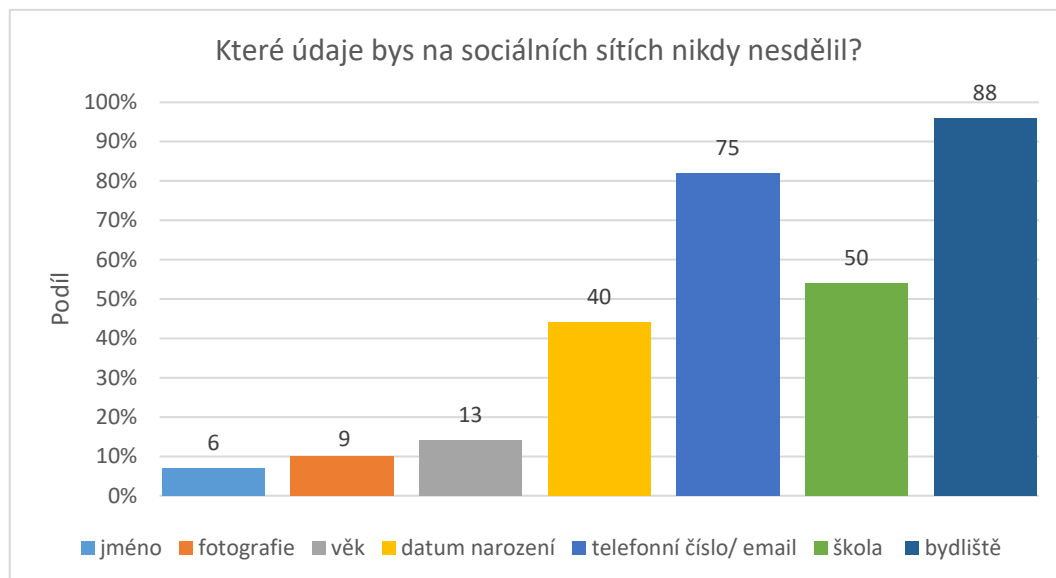
Věk má uveřejněno jen 36 (39 %) respondentů a datum narození pouze 12 (13 %). Datum narození je citlivá informace, která by se na veřejných místech, jako jsou sociální sítě neměla objevovat a dospívající by si tyto fakta měli více uvědomovat. Další položky, jako školu, bydliště nebo telefonní číslo má na svých profilech uveřejněno jen minimum žáků.



Graf 11: Které z informací máš veřejně uvedené na svém profilu na sociální síti?

Položka číslo 16. Které údaje bys na sociálních sítích nikdy nesdělil?

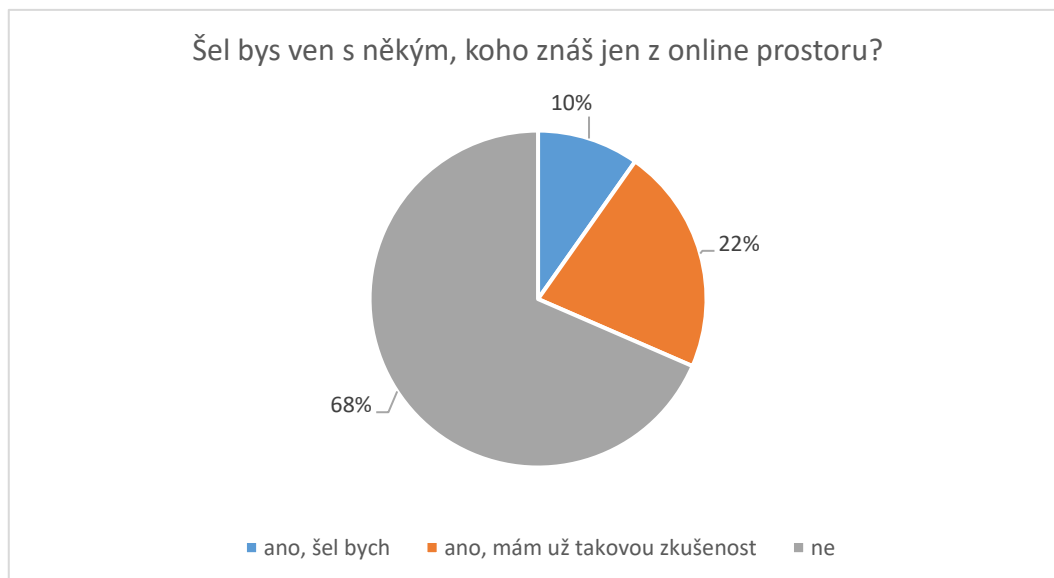
U této položky měli respondenti možnost vybrat více odpovědí. Tato otázka navazuje na předchozí a snaží se zjistit, které soukromé informace si dospívající na sociálních sítích střeží nejvíce. Většina respondentů, 88 (96 %) z 92 uvedla, že by nikdy veřejně nesdělila své bydliště. Druhou pozici obsadilo telefonní číslo nebo email, které by veřejně neuvédlo 75 (82 %) dotazovaných. Třetí místo patří škole, kterou zvolilo 50 (54 %) respondentů. Jen 40 (44 %) dotazovaných by neuveřejnilo své datum narození. Jak bylo řečeno u předchozího grafu, datum narození je citlivá informace, která by na sociálních sítích neměla co dělat. Svůj věk by veřejně neuvédlo jen 13 (14 %) žáků. Naopak fotografie nebo právě jméno na sociálních sítích uveřejňuje většina a jen malé množství respondentů uvedlo jejich nezveřejňování.



Graf 12: Které údaje bys na sociálních sítích nikdy nesdělil?

Položka číslo 17. Šel bys ven s někým, koho znáš jen z online prostoru?

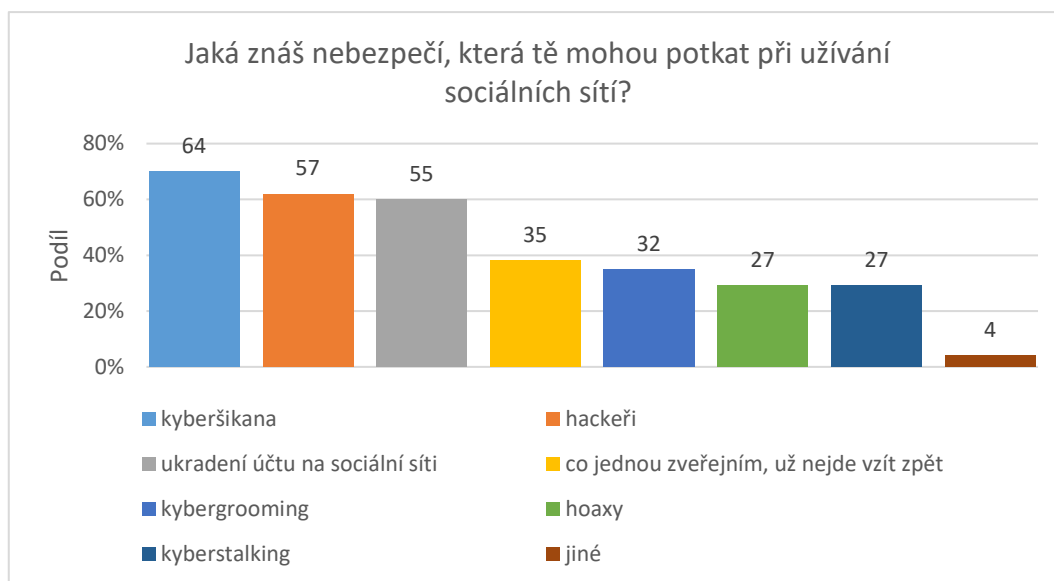
U této položky měli respondenti možnost vybrat jen jednu odpověď. S neznámou osobou z virtuálního prostředí by ven nešlo 63 (68 %) dotazovaných z 92. U této odpovědi byl očekáván větší počet respondentů. U možnosti, zda se respondenti setkali s takovou situací a byli již v minulosti venku s cizí osobou, kterou znali jen z virtuálního prostředí jsme očekávali minimální počet respondentů, ale překvapivě mělo tuto zkušenost 20 (22 %) žáků. Posledních 9 (10 %) odpovědělo, že by na schůzku s cizí osobou šlo. Setkání s osobou z virtuálního prostředí s sebou nese značná rizika. Dospívající si mohou být vědomi těchto rizik, ale zvědavost a snaha experimentovat může být silnější. Rozhodnou-li se dospívající vydat na takovou schůzku, rozhodně by tuto skutečnost měli oznámit někomu blízkému.



Graf 13: Šel bys ven s někým, koho znáš jen z online prostoru?

Položka číslo 18. **Jaká znáš nebezpečí, která tě mohou potkat při užívání sociálních sítí?**

U této položky měli respondenti možnost vybrat 3 odpovědi. Na sociálních sítích může na uživatele číhat řada rizik. My jsme v dotazníku respondentům nabídli ty nejznámější a nejvíce se vyskytující. Klasickým příkladem rizikového chování na internetu je kyberšikana, o které má podle našeho výzkumu ponětí 64 (70 %) žáků z 92. Hodně respondentů má povědomí o hackerství, které zvolilo 57 (62 %) z nich. O možnost ukradení účtu má povědomí 55 (60 %) žáků. Možnost „co jednou zveřejním, už nejde vzít zpět“ zvolilo jen 35 (38 %) žáků. Kybergrooming zná pouze 32 (35 %) dospívajících. Jedná se o nebezpečné chování, kdy tzv. predátoři (dospělí uživatelé sociálních sítí) vyvolávají v oběti falešnou důvěru a nutí ji k osobní schůzce, jejímž výsledkem může být sexuální zneužití nebo fyzické násilí (Kopecký a Krejčí, 2010, s. 14-15). V posledních dvou letech se tato problematika začala dostávat do povědomí široké veřejnosti. Kyberstalking nebo hoaxy zná pouze 27 (29 %) respondentů. V možnosti „jiné“ žáci uvedli, že znají všechna uvedená rizika. Otázkou zůstává, zda tyto rizika dokáží také včas rozpoznat.



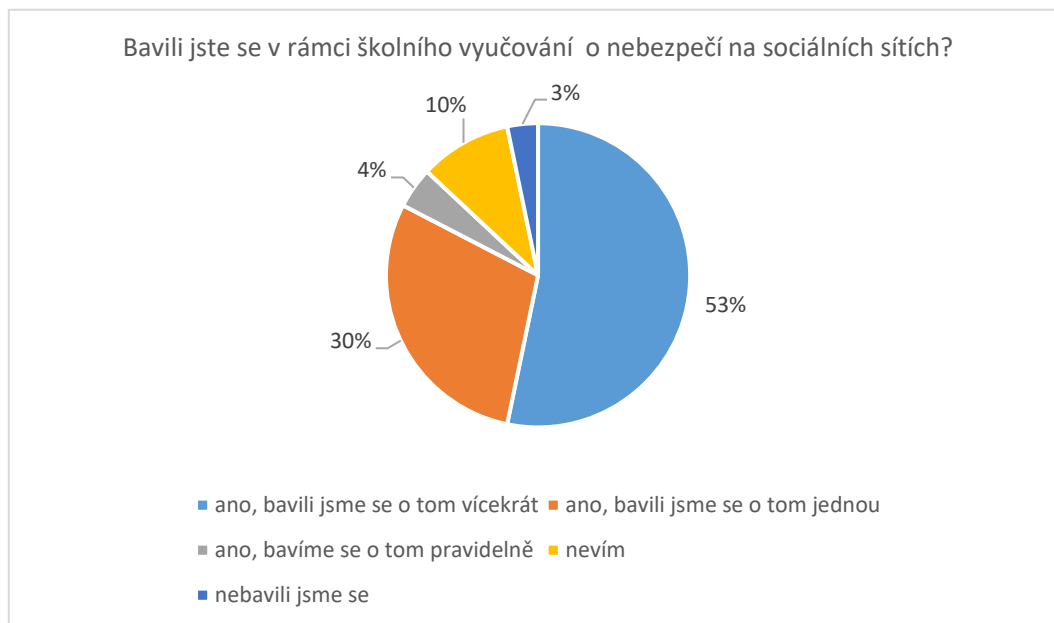
Graf 14: Jaká znáš nebezpečí, která tě mohou potkat při užívání sociálních sítí?

Pátý výzkumný cíl: **Zjistit, zda žáci 8. a 9. tříd ZŠ znají a mají osobní zkušenost s rizikovým chováním na internetu.**

K tomuto dílčímu cíli se váže devatenáctá, dvacátá, dvacátá první a dvacátá druhá položka dotazníku.

Položka číslo 19. **Bavili jste se v rámci školního vyučování o nebezpečí na sociálních sítích?**

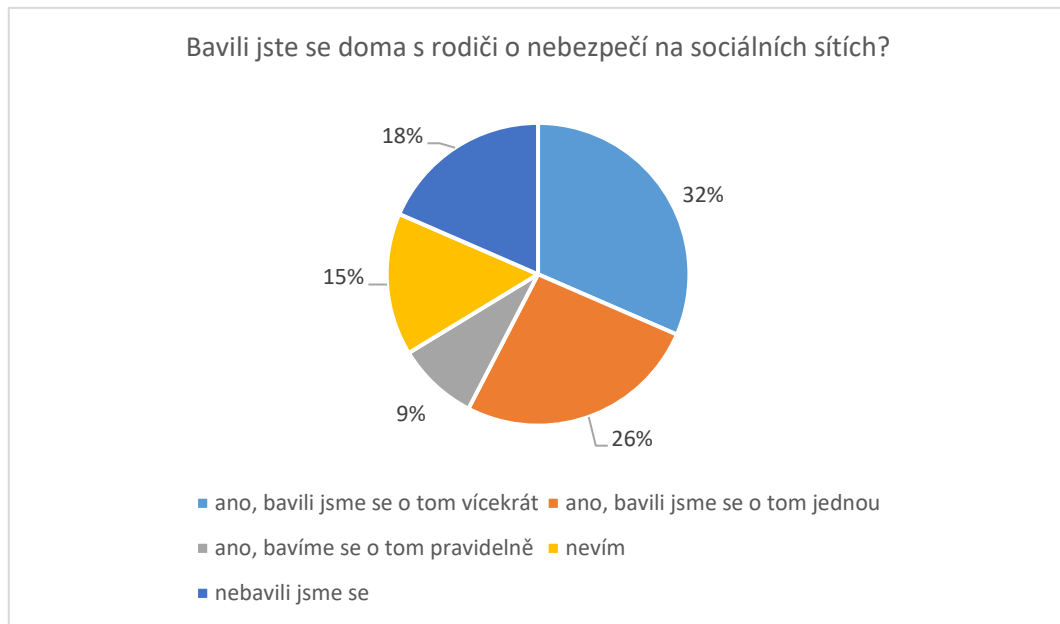
U této položky měli respondenti možnost vybrat jednu odpověď. Více než polovina žáků, přesněji 49 (53 %) odpověděla, že se o problematice nebezpečí na sociálních sítích bavili ve škole vícekrát. Jednou se o tomto tématu podle výzkumu bavilo 27 (30 %) žáků, 9 (10 %) neví nebo si nepamatuje, zda se o tom ve škole vedla diskuze. Pravidelné rozhovory probíhají ve školách jen podle 4 (4 %) žáků. Poslední 3 (3 %) respondenti uvedli, že se o této problematice ve vyučování nebavili. Se sociálními sítěmi se dnes děti dostanou do styku již v mateřské škole, většinou ještě pod dozorem rodičů. Na základních školách má již většina dětí přístup na internet sama bez dozoru, a proto by bylo dobré zařadit téma nebezpečí na sociálních sítích do vzdělávacích programů škol v průběhu celého školního roku, aby s ním byli děti stále v kontaktu.



Graf 15: Bavili jste se v rámci školního vyučování o nebezpečí na sociálních sítích?

Položka číslo 20. **Bavili jste se doma s rodiči o nebezpečí na sociálních sítích?**

U této položky měli respondenti možnost vybrat jednu odpověď. Z odpovědí vyplývá, že vícekrát se o rizicích na sociálních sítích bavilo s rodiči 29 (32 %) žáků, jednou tuto problematiku řešilo s rodiči 24 (26 %) respondentů. 17 (18 %) dospívajících uvedlo, že se o tomto tématu s rodiči nikdy nebavilo a možnost „nevím“ zvolilo 14 (15 %) dotazovaných. Pouhých 8 (9 %) žáků se s rodiči o rizicích baví pravidelně. Důvodem, proč se rodiče tomuto tématu tolik nevěnují může být i ten, že řada z nich nemá nebo nepoužívá sociální síť a nemusí mít vůbec tušení, že nějaká rizika existují.



Graf 16: Bavili jste se doma s rodiči o nebezpečí na sociálních sítích?

Položka číslo 21. Setkal ses někdy na sociálních sítích s chováním vůči tvé osobě, které ti bylo nepříjemné? S jakým?

U této položky měli respondenti možnost vybrat jednu odpověď. S nepříjemným chováním vůči své osobě se na sociálních sítích setkalo 31 (34 %) respondentů. Zbýlých 61 (66 %) uvedlo, že se s takovým chováním neseťkalo. V konkrétních příkladech uvedlo 16 respondentů, že se setkalo s kyberšikanou zahrnující urážení, zesměšňování, vydírání nebo pomlouvání. O zaslání fotky (oblečené i nahé postavy) bylo požádáno také 18 dospívajících, 4 byl nabídnut vztah za úplatu s dospělou osobou nebo žádost o intimní věci a 1 žák se setkal s ukradením účtu.



Graf 17: Setkal ses někdy na sociálních sítích s chováním vůči tvé osobě, které ti bylo nepříjemné?

Položka číslo 22. Byl jsi někdy svědkem nepřiměřeného chování vůči jiné osobě na sociálních sítích?

U této položky měli respondenti možnost vybrat jednu odpověď. Z výsledků plyne, že 65 (71 %) žáků, tedy většina, se s nepříjemným chováním na sociálních sítích nesešla. Svědkem takového chování na internetu se stala třetina respondentů, přesněji 27 (29 %) z 92. Z těchto 29 respondentů jich 10 uvedlo, že se setkali se sdílením soukromých konverzací, 8 žáků se setkalo se sdílením intimních fotek někoho z jejich okolí a 3 se setkali se sdílením fotek bez souhlasu osoby na ní. Mezi dalšími konkrétními příklady se objevily setkání s profily, které se vydávaly za někoho cizího, se zesměšňujícím materiálem vůči určitým lidem nebo s týráním zvířat.



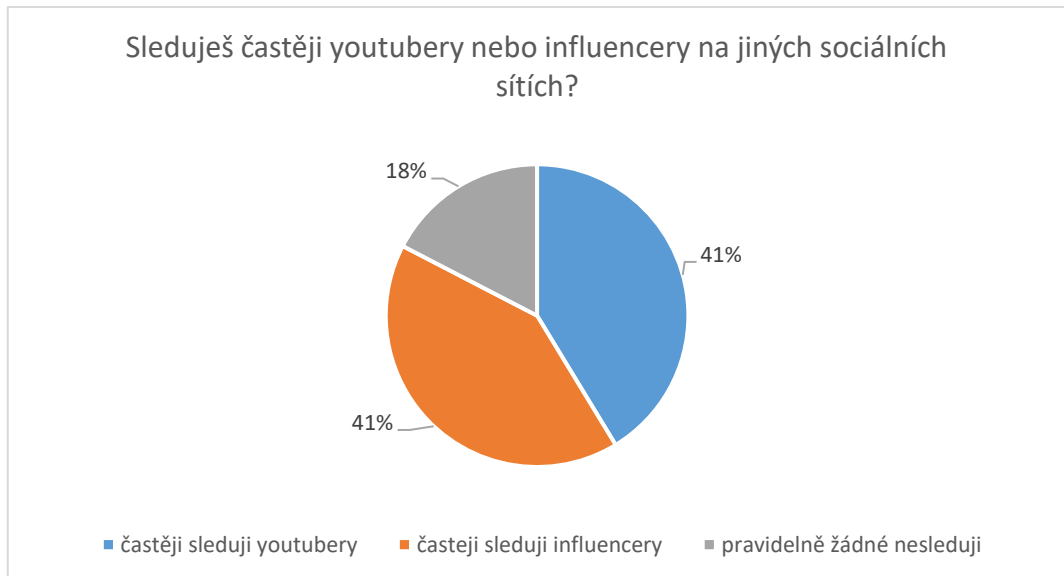
Graf 18: Byl jsi někdy svědkem nepřiměřeného chování vůči jiné osobě na sociálních sítích?

Šestý výzkumný cíl: **Zjistit, zda žáci 8. a 9. tříd ZŠ sledují youtubery/influencery a jaký význam jim připisují.**

K tomuto dílčímu cíli se váže dvacátá třetí, dvacátá čtvrtá, dvacátá pátá, dvacátá šestá a dvacátá sedmá položka dotazníku.

Položka číslo 23. Sleduješ častěji youtubery nebo influencery na jiných sociálních sítích?

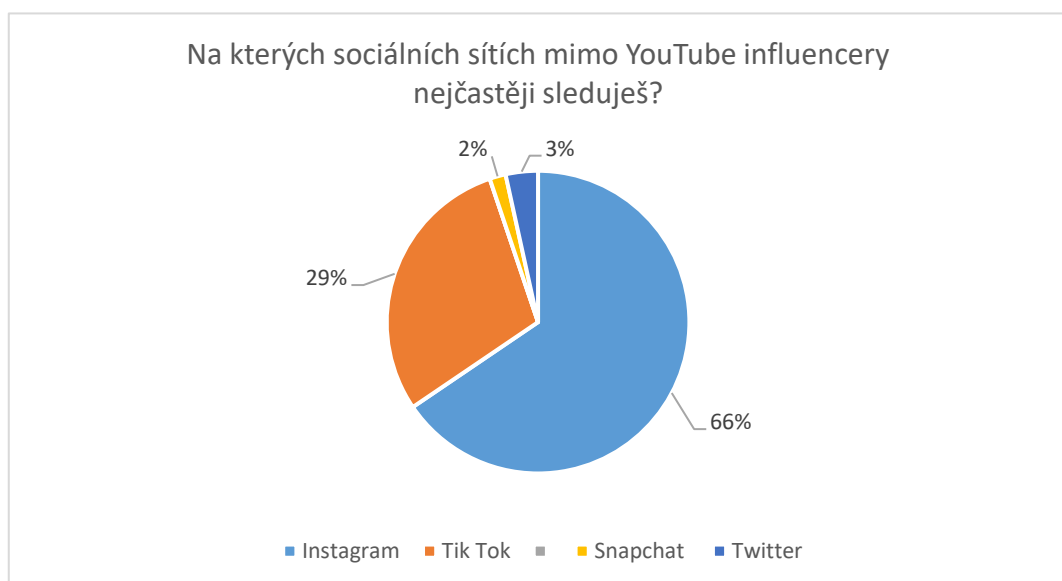
U této položky měli respondenti možnost vybrat jednu odpověď. Youtubeři se stali před několika lety fenoménem, ke kterým začali vzhlížet především děti i dospívající. V posledních letech se do popředí dostali také influenceři, kteří nevystupují na platformě YouTube, jako jejich předchůdci, ale můžeme je najít na sociálních sítích jako je Instagram nebo Tik Tok. Koho sledují dospívající častěji? Výsledky jsou vyrovnané. Z výzkumu plyne, že 38 (41 %) respondentů sleduje youtubery a stejný počet, tedy 38 (41 %) dospívajících sleduje více influencery. Pouze 16 (18 %) respondentů uvedlo, že pravidelně žádné tvůrce nesledují.



Graf 19: Sleduješ častěji youtubery nebo influencery na jiných sociálních sítích?

Položka číslo 24. Pokud jsi odpověděl, že sleduješ častěji influencery, na kterých sociálních sítích, mimo YouTube je nejčastěji sleduješ?

U této položky měli respondenti možnost vybrat jednu odpověď. Nejvíce respondentů uvedlo, že influencery sleduje na Instagramu, přesněji se jednalo o 38 (66 %) dotazovaných. Tik Tok je druhou nejoblíbenější platformou, na které influencery vyhledává a sleduje 17 (29 %) dospívajících. Pouze 2 (3 %) žáci používají za tímto účelem Twitter a jen 1 (2 %) Snapchat. Na Facebooku nesleduje influencery nikdo.



Graf 20: Pokud jsi odpověděl, že sleduješ častěji influencery, na kterých sociálních sítích, mimo YouTube je nejčastěji sleduješ?

Položka číslo 25. Myslíš si, že youtubeři a influenceři, které sleduješ sdělují vždy pravdivé a věrohodné informace?

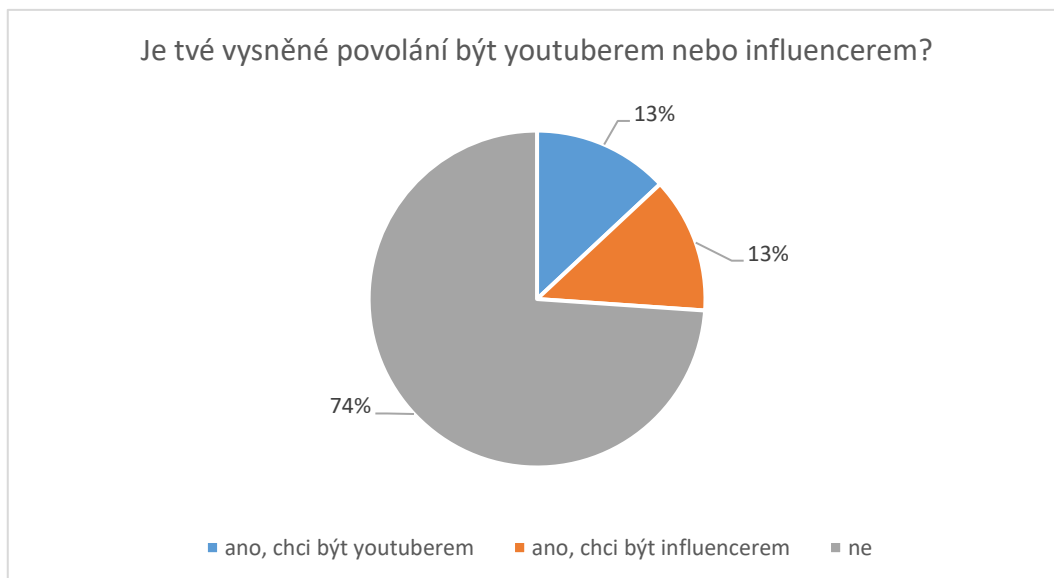
U této položky měli respondenti možnost vybrat jednu odpověď. Není tajemstvím, že youtuberství i influencerství se točí především kolem marketingu a tito lidé slouží jako reklamy různým společnostem, které jim platí za propagaci. Často tuto skutečnost můžeme ale přehlížet a stát se obětí marketingových strategií, neboť si myslíme, že když nám známá osobnost představuje produkt, musí být zaručeně skvělý a veškeré informace, které nám sděluje jsou pravdivé. Opak je někdy pravdou. Z výzkumu ovšem vyplývá, že 76 (83 %) dospívajících si je vědoma toho, že informace, které nám youtubeři nebo influenceři poskytují nemusí být vždy pravdivé. Zbylých 16 (17 %) respondentů považuje veškeré informace za pravdivé a věrohodné. To už je ovšem otázka osobních preferencí.

Položka číslo 26. Koupil sis někdy produkt na základě doporučení youtubera nebo influencerera?

U této položky měli respondenti možnost vybrat jednu odpověď. Tato otázka navazuje na předchozí položku dotazníku. Jak již bylo zmíněno, často se youtubeři i influenceři stávají součástí marketingových strategií. Díky svému vlivu mohou tak sledující přesvědčovat, aby si koupili produkty, které propagují. Z výsledků vyplývá, že na základě doporučení youtubera nebo influencerera si produkt zakoupila třetina respondentů, tedy 31 (34 %) žáků. Zbylých 61 (66 %) si žádný produkt na základě doporučení nezakoupilo.

Položka číslo 27. Je tvé vysněné povolání být youtuberem nebo influencerem?

U této položky měli respondenti možnost vybrat jednu odpověď. Pouze 12 (13 %) dospívajících by se chtělo stát youtuberem, stejně tak influencerem touží být 12 (13 %) dotazovaných. Zbylých 68 (74 %) žáků by rádo vykonávalo jiné povolání. Z odpovědí vyplývá, že většina dospívajících touží vykonávat klasická povolání a žít se na internetu jako youtuber nebo influencer je příliš neoslovuje. Může to být způsobeno například tím, že nemá ve svém okolí, nikoho, kdo by se tímto způsobem živil a nemají tak skutečné a věrohodné informace, které by je přesvědčily.



Graf 21: Je tvé vysněné povolání být youtuberem nebo influencerem?

6.1 Shrnutí výsledků

Cílem práce bylo zjistit, které sociální sítě využívají žáci 8. a 9. tříd ZŠ nejčastěji a jaké jsou nejčastější motivy k jejich užívání. Výzkumné šetření bylo provedeno kvantitativní formou, přesněji se jednalo o elektronické dotazníky. Pomocí dostupného výběru byly zvoleny čtyři základní školy ve Zlínském kraji, jejímž ředitelům byly zaslány odkazy na elektronické dotazníky, a ti je zprostředkovali žákům. Výzkumného šetření se zúčastnilo celkem 92 žáků 8. a 9. tříd ZŠ ve Zlínském kraji. Následuje shrnutí nejdůležitějších výsledků výzkumného šetření.

Dílčí výzkumný cíl: 1. **Zjistit, které sociální sítě využívají žáci 8. a 9. tříd ZŠ nejčastěji.**

Na základě získaných dat lze říci, že nejvíce využívanou sociální sítí mezi dospívajícími je Instagram, na kterém má založený profil 96 % respondentů a nejvíce ho aktivně využívá 88 % dotazovaných. Tato sociální síť slouží především ke sdílení fotek a videí a nabízí také bezplatnou komunikaci skrze soukromý chat. Druhou nejčastěji využívanou aplikací je Messenger, který spadá pod Facebook a nabízí svým uživatelům posílání zpráv. Profil na Facebooku má založeno 81 % respondentů, ale většina respondentů, tj. 79 % aktivně používá jen Messenger. Třetí nejčastější aplikací je podle výzkumu YouTube, na kterém má založený profil 79 % respondentů, z čehož ho aktivně denně využívá 61 % respondentů. Nesmíme také opomenout Tik Tok, který se stal v posledních letech nejoblíbenější sociální sítí mezi dětmi i dospívajícími. Na Tik Toku má založený profil 71 % dotazovaných dospívajících a 50 % respondentů ho denně aktivně používá. Tato sociální síť slouží především k zábavě, nabízí svým uživatelům sledování různých videí nebo vytváření a sdílení vlastních videí. Naopak kdysi nejoblíbenější sociální síť Facebook nemá mezi dnešními dospívajícími takovou popularitu, jako tomu bylo v minulosti. Jak již bylo řečeno, profil na Facebooku má sice založeno 81 % respondentů, ale aktivně ho využívají pouze 23 % respondentů. Co se týče zařízení, na kterých dospívající nejčastěji navštěvují sociální sítě, tak největší zastoupení měl mobilní telefon s Wifi připojením, který má k dispozici 73 % dotazovaných, mobilní telefon s mobilními daty využívá 16 % a jen 11 % respondentů navštěvuje sociální síť na stolním počítači nebo notebooku. Sociální sítě se staly důležitou součástí životů dospívajících, neboť jim poskytují nová přátelství, komunikaci s okolním světem a hledání a předávání informací.

Dílčí výzkumný cíl: 2. **Zjistit, jaké jsou nejčastější motivy k užívání sociálních sítí žáky 8. a 9. tříd ZŠ.**

Abychom mohli zjistit nejčastější motivy, bylo za potřeby nejprve zjistit, kolik respondentů má založený profil na sociální síti. Všechny 92 oslovených respondentů mělo již založený profil. Z tohoto výsledku je možné vyvodit, jak se sociální sítě staly důležitou součástí života dospívajících. Další položka dotazníku směřovala k věku, kdy došlo k založení profilu. Většina sociálních sítí požaduje v oficiálních pravidlech pro založení profilu minimální věk 13 let, z výzkumného šetření ovšem plyne, že 86 % respondentů si založilo první profil již před dosažením 13 let věku, 33 % jich uvedlo věk 12 let. Pouze 10 % dospívajících si profil založilo ve 13 letech, tak jak určují pravidla. Nejnižším věkem bylo 6 let, což určitě není vhodný věk pro užívání sociálních sítí. Tyto platformy jsou plné rizikových faktorů, které nemusí mladší dítě hned rozpoznat. Co tedy vedlo respondenty k založení profilu na sociální síti? V 80 % to byla možnost komunikace se spolužáky a kamarády. Udržování a navazování diferencovanějších vztahů je pro období dospívání typické, není tedy divu, že právě komunikace je nejdůležitějším motivem, pro užívání sociálních sítí. Dalším motivem, který zvolilo 59 % bylo sledování ostatních tvůrců a s ním související možnost vyplnění volného času, kterou zvolilo 42 % dospívajících. Sociální sítě jsou plné potenciálních vzorů, ke kterým mohou dospívající vzhlížet a přebírat jejich hodnoty. Může to být youtuber, influencer nebo jen kamarád, a právě díky sledování jeho videí nebo příspěvků má dospívající šanci pochopit a přebrat jeho postoje, názory nebo hodnoty. Sociální sítě s sebou nesou řadu výhod i nevýhod. Největší výhodou je podle 74 % respondentů rychlá a bezplatná komunikace, což je hlavním účelem většiny těchto sítí. Druhé místo překvapivě obsadila možnost vyplnění volného času, kterou zvolilo 45 % respondentů a která může poukazovat na to, že dospívající neumí nebo nechtějí efektivně trávit volný čas ve svůj prospěch. Třetí nejčastější výhodou je zábava, kterou zvolilo 42 % dospívajících. Naopak mezi nevýhody patří podle 58 % respondentů rizikové chování jako je např. kyberšikana, vydírání nebo kyberstalking. Anonymitu by mohl někdo pokládat za výhodu sociálních sítí, ovšem v našem výzkumu ji 57 % respondentů označilo za nevýhodu. Ztrátu soukromí za nevýhodu považuje pouze 25 % dotazovaných, to ovšem závisí na každém jedinci a do jaké míry zveřejňuje osobní informace.

Dílčí výzkumný cíl: 3. **Prozkoumat, jakým činností se na sociálních sítích žáci 8. a 9. tříd ZŠ převážně věnují.**

Na základě získaných dat můžeme říct, že 78 % žáků na sociálních sítích komunikuje s rodinou a kamarády. Sociální sítě jim poskytují bezplatnou a rychlou možnost, jak být v kontaktu s těmi, koho mají rádi. Tato výhoda sociálních sítí nabrala na důležitosti především v dnešní pandemické době, kdy jsou omezené styky s ostatními lidmi. Druhou nejčastější činností je podle 57 % respondentů sledování fotek a videí, s čímž souvisí i sledování účtů kamarádů nebo známých osobností, což podle výzkumu dělá 37 % dospívajících. To může být důvodem toho, proč jsou platformy jako Instagram, YouTube nebo Tik Tok tolik populární a využívané mezi dospívajícími. 27 % dospívajících uvedlo, že často také sledují videa v cizím jazyce, čím se mohou rozvíjet v jazykové oblasti a má to na ně pozitivní dopad. Vzhledem k pandemii se muselo i samotné vyučování přesunout do virtuálního prostředí a není tedy divu, že se sociální sítě staly pro některé žáky součástí přípravy do vyučování. Překvapivým výsledkem byl fakt, že pro komunikaci se spolužáky při plnění školních úkolů využívání sociální sítě 59 % respondentů a také, že vzdělávací videa sleduje 41 % dotazovaných žáků. S učitelem skrze sociální sítě komunikuje 27 % respondentů.

Již víme, jakým činností se dospívající na sociálních sítích věnují, nyní je také důležité objasnit, kolik času na nich denně aktivně tráví. Nejvíce respondentů, a to 30 % uvedlo 2 až 3 hodiny denně. Překvapivých 23 % dotazovaných tráví na sociálních sítích více jak 4 hodiny denně, což může značit problém z hlediska nadměrného užívání internetu a tito uživatelé by měli svůj čas na těchto platformách rozhodně zkrátit. Nadměrné užívání internetu může mít na jedince negativní dopady v oblasti fyzické, psychické i sociální. Jedno z možného vysvětlení nárustu času online může být i pandemie. Respondenti nemuseli mít možnost být či dělat něco jiného než se pohybovat právě v online prostoru.

Dílčí výzkumný cíl: 4. **Zjistit, zda se žáci 8. a 9. tříd ZŠ chovají na sociálních sítích zodpovědně a jaké informace mají o rizicích jejich užívání.**

Naše zveřejněné příspěvky na sociálních sítích mohou okolí poskytovat mnohdy citlivé informace, které si ani nemusíme uvědomovat a vystavujeme se tak riziku setkání se s některými formami rizikového chování na internetu. Je důležité vědět, jak máme nastavené soukromí profilu na sociální síti. Z výzkumu vyplývá, že 49 % respondentů má

profil nastavený tak, aby se příspěvky zobrazovaly jen přátelům, dalších 43 % dospívajících má veřejný profil, což znamená, že veškeré informace, které o sobě na sociální síti uvedou, jsou dostupné i ostatním uživatelům. Pouze 4 % respondentů uvedlo, že mají zcela soukromý profil a veškeré informace mohou vidět jen oni sami. Z hlediska větší bezpečnosti na internetu je důležité i to, jaké informace o sobě veřejně poskytujeme. Právě jméno uvádí na svých profilech 89 % respondentů, následují fotografie, které zveřejňuje 64 % dospívajících. Překvapivých 12 % žáků uvedlo i datum narození, což je citlivější informace, která by se na sociálních sítích neměla raději objevovat. Naopak bydliště by veřejně neuvedlo 96 % tázaných a školu 54 %. Z těchto dat můžeme odvodit, že dospívající zřejmě mají povědomí o rizicích, která by mohla nastat při zveřejnění tak soukromých informací. Při otázce, zda by šel dospívající ven s někým, koho zná jen z online prostoru odpovědělo 68 %, že by nešlo. Překvapivých 22 % respondentů odpovědělo, že již takovou zkušenost z minulosti má a 10 % jich uvedlo, že by na schůzku šli. Období dospívání je charakteristické experimentováním, zvědavostí i rebelií, což může vysvětlovat, proč by respondenti byli ochotni takovou schůzku s neznámým člověkem absolvovat i přesto, že si mohou být vědomi následků. Jaké mají dospívající informace o rizikovém chování na sociálních sítích? Z výzkumu vyšlo, že 70 % žáků má povědomí o kyberšikaně, kterou můžeme zařadit mezi nejznámější rizikové chování na internetu. O hackerství ví 62 % respondentů. Naopak o kybergroomingu ví jen 35 % dospívajících. Jedná se o nebezpečné chování tzv. predátorů (dospělých uživatelů sociálních sítí), kteří vyvolávají v oběti falešnou důvěru a nutí ji k osobní schůzce, jejímž výsledkem může být sexuální zneužití nebo fyzické násilí (Kopecký a Krejčí, 2010, s. 14-15). Problematika kybergroomingu se začala hodně řešit v posledních dvou letech díky dokumentu V síti, který právě ukazuje realitu z virtuálního prostředí v souvislosti s dětmi a dospívajícími. Ne všichni dospívající se na sociálních sítích chovají nezodpovědně a naopak, je individuální záležitostí každého jedince, které informace o sobě na internetu zveřejní. Z výzkumu ovšem vyplývá, že dospívající znají různé formy rizikového chování na internetu.

Dílčí výzkumný cíl: 5. **Zjistit, zda žáci 8. a 8. tříd ZŠ znají a mají osobní zkušenost s rizikovým chováním na internetu.**

Škola i rodina jsou důležitým výchovným činitelem v životě každého jedince. Je proto žádoucí, aby důležité informace jedinec přijímal od obou těchto determinantů. Co se týče problematiky rizikového chování na internetu probíraného v rámci vyučování, zdá se být

v některých případech nedostačující, jak plyne z výzkumu. Pouze 4 % žáků uvedlo, že se o tomto tématu baví ve škole pravidelně, což může být až alarmující. Vícekrát se o rizikovém chování na internetu bavilo 53 % respondentů, to je ale stále málo. Většina dětí má již na 1. stupni základní školy přístup na internet bez dozoru rodičů a je zde pravděpodobnost, že se mohou s některými formami rizikového chování na internetu setkat. Proto je podle nás důležité, aby se do vzdělávacích osnov na základních i středních školách zahrnuły tyto témata v průběhu celého školního roku. Stejně tak s rodiči je tohle téma také málo probírané. Pouze 9 % žáků si pravidelně s rodiči povídá o rizicích na internetu, ačkoliv minimálně jednou se s rozhovorem na toto téma s rodiči setkalo 26 % respondentů. Jedním z možných důvodů, proč se rodiče tomuto tématu tolik nevěnují, může být ten, že řada z nich nemá nebo nepoužívá sociální sítě a nemusí mít tušení, že na jejich děti zde může číhat řada nebezpečí. Jednou pozitivní věcí, která z výzkumu plyne je ta, že většina dospívajících, tedy 66 % se na sociálních sítích neseťkalo s nepřiměřených chování vůči své osobě. Zbylých 34 % respondentů, kteří se s nějakým chováním bohužel setkali, nejčastěji uváděli kyberšikanu, která zahrnovala vydírání nebo pomlouvání, prosby o zaslání fotografií nebo nabídky vztahu s dospělou osobou za úplatu. Tito jedinci, kteří jsou ohroženi ve virtuálním prostředí mohou mít problémy i v jiných oblastech života, jako jsou např. vztahy. Podobné výsledky také plynou z otázky, zda se někdy setkali s nepřiměřeným chování na internetu vůči jiné osobě. Zde uvedlo 71 % respondentů, že takovou zkušenost nemají, zbylých 29 % se nejčastěji setkalo se sdílením soukromých konverzací nebo intimních fotek osob z blízkého okolí, ale i s týráním zvířat nebo zesměšňujících obsahem.

Dílčí výzkumný cíl: 6. **Zjistit, zda žáci 8. a 9. tříd sledují youtubery/ influencery a jaký význam jim připisují.**

Poslední výzkumný cíl se věnuje youtuberům a influencerům, kteří se stali fenomény sociálních sítí. Jsou populárními především mezi dětmi a dospívajícími, protože řeší věci, které je zajímají, jsou jim inspirací a mnohdy i vzory, se kterými se snaží ztotožnit. Jejich negativní stránkou je ovšem to, že nemají vůči nikomu a ničemu zodpovědnost a mohou tak zveřejňovat názory nebo chování, které nemusí na jejich sledovatele působit zrovna výchovně. Podle našeho výzkumu je zřejmé, že většina dospívajících sleduje youtubery i influencery. Přesněji 41 % uvedlo, že častěji sleduje youtubery a 41 % naopak influencery. Youtubeři vystupují především na platformě YouTube, neboť jim umožňuje sdílet dlouhá videa a vytvořit si tak základnu fanoušků. Zatímco s influencery se setkáváme na více

sociálních sítích. 66 % respondentů uvedlo, že nejčastěji sledují influencery na Instagramu nebo na Tik Toku, který uvedlo 29 % respondentů. Obě tyto platformy těmto influencerům nabízejí více možností, jak být se svými fanoušky v kontaktu. Youtuberi i influenceři se stali součástí marketingových strategií a mohou tak nenásilnou formou přesvědčovat své fanoušky, aby si zakoupily produkty, které propagují. Je otázkou, zda tyto informace přijímají jejich sledující za pravdivé a věrohodné. Z výzkumu plyne, že 83 % dospívajících si je vědoma toho, že informace, které youtuberi i influenceři sdílí, nemusí být vždy pravdivé a věrohodné. Celkově můžeme říct, že dospívající youtubery i influencery znají a sledují. Někteří jim mohou připisovat důležitý význam ve svém životě, ale většina dospívajících si je vědoma záměru těchto fenoménů, a tak ani netouží po tom, stát se jimi taky. 74 % dospívajících uvedlo, že jejich vysněná práce není youtuberství ani influencerství.

6.2 Doporučení pro praxi

Z výsledků výzkumného šetření vyplývá, že sociální sítě mají v životě dospívajících důležité místo a jejich užívání se stalo každodenní záležitostí. Nesmíme tedy opomíjet důležitost mediální výchovy v tomto směru, která by se podle nás měla stát povinnou součástí výuky na základních i středních školách. V rámci této výuky by měly být žákům nabízeny preventivní programy o bezpečném chování na internetu, které by zajímavou formou poskytovaly důležité informace o důsledcích rizikového chování na internetu. Příkladem mohou být krátká videa projektu Internetem Bezpečně, která se snaží upozornit na rizika číhající na internetu. Jedná se o krátká videa, která jsou dostupná na platformě YouTube. Tato platforma je žákům ZŠ i SŠ blízká, a proto by je tenhle způsob prevence mohl zaujmout. Dalším příkladem může být nový dokumentární film V síti od režiséra Víta Klusáka a Barbory Chalupové, který se zaměřuje na problematiku sexuálního zneužívání dětí na internetu.

Preventivní programy by se neměly zaměřovat pouze na potenciálně ohrožené osoby, ale i na jejich blízké, zejména rodiče. Spousta rodičů nemusí sociální sítě využívat tak často a v takové míře jako jejich děti a nemusí mít povědomí o tom, jaká nebezpečí tu mohou nastat. Určitě bychom neměli zapomínat ani na prevenci internetových závislostí, kterými jsou žáci do značné míry také ohroženi. Jak vyplývá z výzkumu, až 23 % dospívajících tráví na sociálních sítích denně více jak 4 hodiny, což už může být hraniční doba poukazující právě na závislost.

Další doporučení se týká dětí v nižším věku. Můžeme využít toho, že děti na 1. stupni základní školy jsou více ochotné naslouchat rodičům i učitelům, na rozdíl od dospívajících. Měli bychom v nich od útlého věku vypěstovat zdrženlivost při kontaktu s cizími lidmi nejen na ulici, ale také na internetu. Naučit je, že ne všechny informace, které na internetu najdou jsou pravdivé a také, že soukromí na internetu je velmi ošemetná věc a veškeré informace, které zde o sobě uvedou, mohou jiní uživatelé zneužít.

6.3 Diskuze

Pro dospívajícího jsou uznání, pozitivní přijímání a kladné hodnocení velmi významné a důležité aspekty. V období dospívání je člověk zaměřen na sebepoznání, na své vlastní pocity a myšlenky, v nichž hledá řád, přičemž mu pomáhá sdílení těchto pocitů s vrstevníky. Snaží se o vytvoření své identity a realizaci představy o tom, jaký by chtěl být (Vágnerová, 2012, s. 452–456). Naplňování těchto potřeb se v posledních letech odehrává převážně ve virtuální rovině. Dospívající se často srovnává s ostatními nebo se je snaží napodobit, internet je plný potencionálních vzorů, ke kterým může vzhlížet nebo určitým způsobem přebírat vzorce chování. Právě problematice internetu a sociálních sítí v životě dětí a dospívajících se věnuje řada autorů, kteří na toto téma vytvářejí výzkumná šetření. Jedním z významných autorů je prof. PhDr. David Šmahel, Ph.D., který s kolektivem autorů vytvořil projekt EU Kids Online. Nejnovější výzkumné šetření EU Kids Online 2020 se zaměřuje na děti ve věku 9-16 z 19 Evropských zemích a zkoumá jejich přístup k internetu, online dovednosti nebo setkání s online riziky (Šmahel a kol., 2020). Tento výzkum jsme použili pro srovnání výsledku našeho výzkumného šetření, které probíhalo také dotazníkovou formou.

Jednou ze společných oblastí obou výzkumných šetření jsou zařízení, díky kterým mají žáci přístup na internet. Z výzkumného šetření Šmahela a kol. (2020) vyplývá, že pro přístup k internetu užívají české děti ve věku 9 až 17 let nejčastěji smartphony, 84 % to dělá denně. Srovnáme-li výsledky tohoto a našeho šetření, dostaneme podobné hodnoty. V našem výzkumném šetření uvedlo 89 % respondentů, že nejvíce využívají mobilní telefon, přesněji 73 % z nich se na internet připojuje pomocí Wifi připojení, zbylých 16 % má k dispozici mobilní data. Ostatních 11 % žáků má přístup na internet přes stolní počítač nebo notebook. V důsledku neustálého používání internetu a účasti na online aktivitách, se děti vystavují vyššímu riziku setkání s online rizikovým chováním. Tuto zkušenost má podle Šmahela a kol. (2020) 34 % českých dětí. S kyberagresí má zkušenost 19 % chlapců ve věku 13 až 17 let, dívek se stejnou zkušeností je v tomto věku pouze 8 %. Mezi další škodlivý obsah řadí

autoři nenávistné zprávy, se kterými se setkala 27 % žáků, videa nebo obrázky s násilnou tematikou, na které narazilo 19 % českých dětí nebo stránky související s poruchami příjmu potravy, se kterými se setkala 17 % respondentů. S podobnými výsledky v oblasti rizikového chování na internetu jsme se setkali také v našem výzkumném šetření. Přesněji 34 % respondentů má zkušenost s nenávistným chování vůči své osobě na internetu, 29 % žáků bylo svědky takového chování na internetu vůči někomu jinému. Z výzkumu EU Kids Online 2020 dále vyplývá, že čas dětí strávený na internetu se za posledních deset let zdvojnásobil. Děti ve věku 12 až 14 let tráví na internetu zhruba 3 hodiny denně, žáci ve věku 15 až 16 let zde tráví až 4 hodiny denně (Šmahel a kol., 2020). Podobné hodnoty vykazují i respondenti našeho výzkumu. Až 30 % žáků uvedlo, že na sociálních sítích tráví denně aktivně 2 až 3 hodiny. Dalších 23 % respondentů tráví online více jak 4 hodiny denně. Tento čas může poukazovat na možné rozvinutí závislosti na internetu v budoucnosti uživatelů. Co se týče aktivit, které dospívající provádějí online nejčastěji, první příčku v našem výzkumu obsadila komunikace s kamarády a rodinou, kterou uvedlo 78 % respondentů, druhou nejčastější aktivitou bylo podle 56 % žáků sledování fotek nebo videí a s tím i související sledování přátel nebo známých osobností, které často provádí 37 % dospívajících. V této kategorii byly výsledky našeho šetření jiné, než výsledky dotazníku EU Kids Online 2020. V něm byla podle 73 % českých respondentů nejčastější aktivita sledování videí, druhou nejčastější činností byl poslech hudby, který uvedlo 68 % žáků a komunikace s kamarády a rodinou obsadila díky 66 % respondentů až pomyslné třetí místo. Výzkumy podobných zaměření nám mohou do budoucna přinést spoustu dalších zajímavých poznatků, díky kterým můžeme lépe pochopit chování dětí na internetu a zaměřit se na efektivní prevenci.

Výsledky obou studií byly většinou podobné. Jen v pár položkách se lišily, a to především v kategorii činností, které žáci vykonávají nejčastěji ve virtuálním prostředí. Podle výzkumu EU Kids Online 2020 je nejčastější aktivitou českých dětí sledování videí (73 %) a poslech hudby (68 %). Naopak podle našeho výzkumu je nejčastější aktivitou komunikace s kamarády (78 %) a sledování fotek a videí (56 %).

ZÁVĚR

Bakalářskou práci na téma Sociální sítě v životě dospívajících jsme zvolili z důvodu aktuálnosti, neboť většina žáků 8. a 9. tříd ZŠ má již vytvořený profil na některé ze sociálních sítí a díky rozvoji a nárůstu moderních technologií se tak proměnil životní styl současných adolescentů. Hlavním záměrem práce bylo zjistit, které sociální sítě využívají žáci 8. a 9. tříd ZŠ nejčastěji a jaké jsou nejčastější motivy k jejich užívání.

V teoretické části práce byly vymezeny základní teoretická východiska dospívání z pohledu vývojové psychologie. Zaměřili jsme se na důležité fyzické, psychické i sociální změny, které jsou pro toto vývojové období charakteristické. Dále jsme se věnovali novým médiím, v rámci, kterých jsme popsali internet, virtuální prostředí a s ním spojenou také virtuální identitu nebo základní znaky internetové komunikace. Část práce byla věnována sociálním sítím. Přiblížili jsme, co to internetová sociální síť je a stručně jsme charakterizovali nejznámější a nejpoužívanější sociální sítě mezi adolescenty. V závěru teoretické části jsme se věnovali rizikům virtuální komunikace a jejich prevenci.

Praktická část práce vycházela z dotazníkového šetření. Hlavním cílem výzkumu bylo zjistit, které sociální sítě využívají žáci 8. a 9. tříd ZŠ nejčastěji a jaké nejčastější motivy je vedou k jejich užívání. Po zodpovězení dílčích i hlavního cíle můžeme říct, že nejpoužívanějšími sociálními sítěmi mezi žáky 8. a 9. tříd jsou Instagram, Messenger a YouTube. Mezi nejčastější motivy užívání sociálních sítí patří komunikace s kamarády a rodinou, sledování profilů kamarádů, známých osobností nebo ostatních tvůrců ale i možnost zaplnění volného času. Velká intenzita online komunikace je u adolescentů vzhledem k jejich vývojovým úkolům pochopitelná. Díky neustálému kontaktu s vrstevníky mohou sdílet své problémy z každodenního života. Čas dospívajících strávených aktivně na internetu narůstá, což může mít za následek rozvoj a dostupnost moderních technologií, především telefonů, díky nimž mohou být děti online každý den.

V doporučení pro praxi jsme se zaměřili na preventivní programy bezpečného užívání internetu a sociálních sítí, které by se nezaměřovaly pouze na žáky ZŠ a SŠ, ale i na samotné rodiče ohrožených osob. Na závěr můžeme doporučit další výzkumnou činnost, zaměřenou na problematiku online závislostí, neboť se jedná o zajímavou problematiku, se kterou se může v budoucnu setkávat stále více uživatelů internetu. Budoucí výzkumné činnosti by mohly být přínosné pro práci se všemi uživateli moderních technologií a sociálních sítí.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] BLINKA, Lukáš. Online závislosti: jednání jako droga? : online hry, sex a sociální sítě : diagnostika závislosti na internetu : prevence a léčba. Praha: ve spolupráci s Masarykovou univerzitou vydala Grada Publishing, 2015, 198 s. Psyché. ISBN 9788021079755.
- [2] DIVÍNOVÁ, Radana. Cybersex: Forma internetové komunikace. Triton, 2005. ISBN 978-80-7254-636-7.
- [3] ECKERTOVÁ, Lenka a Daniel DOČEKAL. Bezpečnost dětí na internetu: rádce zodpovědného rodiče. Brno: Computer Press, 2013, 224 s. ISBN 9788025138045.
- [4] FRONĚK, Jan. Kdo je to influencer? F-mark [online]. 4.1.2020 [cit. 2021-03-02]. Dostupné z: <https://www.f-mark.cz/kdo-je-to-influencer/>
- [5] GAVORA, Peter. Úvod do pedagogického výzkumu. Brno: Paido, 2000, 207 s. ISBN 8085931796.
- [6] GILES, David. Psychologie médií. Praha: Grada, 2012, 185 s. Z pohledu psychologie. ISBN 9788024739212.
- [7] HOLZMAN, Ondřej. Facebook po světě používá každý měsíc 2,5 miliardy lidí. V Česku už je to více než polovina populace. CzechCrunch.cz [online]. 4.2.2020 [cit. 2021-03-02]. Dostupné z: <https://www.czechcrunch.cz/2020/02/facebook-po-svete-pouziva-kazdy-mesic-25-miliardy-lidi-v-cesku-uz-je-to-vice-nez-polovina-populace/>
- [8] CHRÁSKA, Miroslav. Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu. Praha: Grada, 2007, 265 s. Pedagogika. ISBN 9788024713694.
- [9] JANDURA, Xaver. Snapchat: Mladými oblíbený, pro mnohé zábavný, ale zatraceně chaotický. Smartmania.cz [online]. 7. 6. 2016 [cit. 2021-03-02]. Dostupné z: <https://smartmania.cz/snapchat-mladymi-oblibenypro-mnohe-zabavny-ale-zatracene-chaoticky/>
- [10] KOPECKÝ, PH.D., Mgr. Kamil a Mgr. Veronika KREJČÍ. RIZIKA VIRTUÁLNÍ KOMUNIKACE: (příručka pro učitele a rodiče) [online]. Olomouc: NET UNIVERSITY, 2010 [cit. 2020-11-15]. ISBN 978-80-254-7866-O. Dostupné z: https://www.zsmalse.cz/phprs/storage/enebezpeci_a5_3.pdf

- [11] KOPECKÝ, Kamil. Problém zvaný Tik Tok. E-bezpečí [online]. Olomouc: Univerzita Palackého, 4.1.2019, 4.(1.) [cit. 2021-03-02]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/rizikove-jevy-spojene-s-online-komunikaci/socialni-site/1403-problem-zvany-tik-tok>
- [12] KOŽÍŠEK, Martin a Václav PÍSECKÝ. Bezpečně na internetu: průvodce chováním ve světě online. Grada, 2016. ISBN 978-80-247-5595-3.
- [13] LANGMEIER, Josef a Dana KREJČÍŘOVÁ. Vývojová psychologie. 2., aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2006. Psyché (Grada). ISBN 8024712849.
- [14] MACEK, Petr a Lenka LACINOVÁ, ed. Vztahy v dospívání. 2. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2012, 196 s. ISBN 9788087474464.
- [15] MACEK, Petr. Adolescence. Vyd. 2., upr. Praha: Portál, 2003, 141 s. ISBN 8071787477.
- [16] Messenger. GooglePlay [online]. © 2021 [cit. 2021-03-02]. Dostupné z: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.facebook.orca&hl=cs&gl=US>
- [17] NAKONEČNÝ, Milan. Motivace chování. 3., přeprac. vyd. V Praze: Triton, 2014, 599 s. ISBN 9788073878306.
- [18] ÓLAFSSON, Kjartan a Elisabeth STAKSRUD. EU Kids Online 2017: Questions for children and young people [online]. 2017 [cit. 2021-01-28]. Dostupné z: <https://www.lse.ac.uk/media-and-communications/assets/documents/research/eu-kids-online/toolkit/Questionnaire-core-EUKO-2017.pdf>
- [19] PAVLÍČEK, Antonín. Nová média a sociální síť. Praha: Oeconomica, 2010, 181 s. ISBN 9788024517421.
- [20] ŘÍČAN, Pavel. Psychologie osobnosti: obor v pohybu. 6., rev. a dopl. vyd., V Grada Publishing 2. Praha: Grada, 2010, 208 s. Psyché. ISBN 9788024731339.
- [21] ŘÍČAN, Pavel. Psychologie: Příručka pro studenty. Vyd. 2. dopl. Praha: Portál, 2008, 296 s. Psychologie. ISBN 9788073674069.
- [22] SULER, John. The Psychology of Cyberspace [online]. May 1996, revised June 2005 [cit. 2021-03-02]. Dostupné z: <http://www-usr.rider.edu/~suler/psycyber/psycyber.html>

- [23] ŠMAHEL, David. Psychologie a internet: děti dospělými, dospělí dětmi. V Praze: Triton, 2003, 158 s. Psychologická setkávání. ISBN 8072543601.
- [24] ŠMAHEL, David, Hana MACHACKOVA, Giovanna MASCHERONI, Lenka DEDKOVA, Elisabeth STAKSRUD, Kjartan ÓLAFSSON, Sonia LIVINGSTONE a Uwe HASEBRINK. EU Kids Online 2020: Survey results from 19 countries [online]. 2020 [cit. 2021-01-28]. ISSN 2045-256X. Dostupné z: <https://irtis.muni.cz/media/3218267/eu-kids-online-2020-16march2020.pdf>
- [25] THRAUMB, Jaroslav. Vliv youtuberů na myšlení mladých je obrovský. Nikdo o tom však nemluví. Forum24 [online]. 5.8.2017 [cit. 2021-03-02]. Dostupné z: <https://www.forum24.cz/vliv-youtuberu-na-mysleni-mladych-je-obrovsky-nikdo-o-tom-vsak-nemluvi/>
- [26] VÁGNEROVÁ, Marie. Vývojová psychologie: dětství a dospívání. Vyd. 2., rozš. a přeprac. Praha: Karolinum, 2012, 531 s. ISBN 9788024621531.
- [27] VŠETEČKA, Roman a Pavel KASÍK. Twitter zkouší dvojnásobný počet znaků. Uživatelé se bojí blábolení. Idnes.cz [online]. 27.9.2017 [cit. 2021-03-02]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/technet/internet/twitter-test-280-znaku.A170927_092723_sw_internet_vse
- [28] WhatsApp: Funkce. WhatsApp LLC [online]. © 2021 [cit. 2021-03-02]. Dostupné z: <https://www.whatsapp.com/features/?lang=cs>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

Např. Například

Apod. A podobně

Atd. A tak dále

ZŠ Základní škola

SŠ Střední škola

Kol. Kolektiv

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 Struktura výběrového souboru.....	34
---	----

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Na které sociální síti máš založený profil?.....	38
Graf 2: Kterou sociální síť používáš nejčastěji?	39
Graf 3: Které sociální síť denně aktivně používáš?.....	40
Graf 4: V kolika letech sis založil první účet na sociální síti?.....	41
Graf 5: Co tě vedlo k založení profilu na sociální síti?	42
Graf 6: Jaké výhody spatřuješ v užívání sociálních sítí?	43
Graf 7: Jaké nevýhody spatřuješ v užívání sociálních sítí?	44
Graf 8: Kolik hodin denně aktivně trávíš na sociálních sítích?	45
Graf 9: Co nejčastěji děláš na sociálních sítích?.....	46
Graf 10: Používáš sociální síť i za účelem přípravy do vyučování?	47
Graf 11: Které z informací máš veřejně uvedené na svém profilu na sociální síti?	48
Graf 12: Které údaje bys na sociálních sítích nikdy nesdělil?	49
Graf 13: Šel bys ven s někým, koho znáš jen z online prostoru?	50
Graf 14: Jaká znáš nebezpečí, která tě mohou potkat při užívání sociálních sítí?.....	51
Graf 15: Bavili jste se v rámci školního vyučování o nebezpečí na sociálních sítích?	52
Graf 16: Bavili jste se doma s rodiči o nebezpečí na sociálních sítích?	53
Graf 17: Setkal ses někdy na sociálních sítích s chováním vůči tvé osobě, které ti bylo nepříjemné?.....	54
Graf 18: Byl jsi někdy svědkem nepřiměřeného chování vůči jiné osobě na sociálních sítích?	55
Graf 19: Sleduješ častěji youtubery nebo influencery na jiných sociálních sítích?.....	56
Graf 20: Pokud jsi odpověděl, že sleduješ častěji influencery, na kterých sociálních sítích, mimo YouTube je nejčastěji sleduješ?	56
Graf 21: Je tvé vysněné povolání být youtuberem nebo influencerem?.....	58

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Dotazník

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK

Ahoj, jmenuji se Petra Měrková, jsem studentkou sociální pedagogiky na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně a tímto bych Tě chtěla poprosit o vyplnění následujícího dotazníku, který ti nezabere více než 10 minut. Dotazník je anonymní a slouží pro výzkum v mé bakalářské práci na téma **Sociální sítě v životě dospívajících**. Cílem dotazníku je zjistit motivaci k užívání sociálních sítí. Předem Ti děkuji za ochotu a spolupráci.

Pohlaví: _____ Věk: _____ Třída: _____

1. Máš založený profil na sociální síti? (zde vyber jednu odpověď)

- a) Ano
- b) Ne
- c) Ne, ale uvažuji o tom

2. Pokud nemáš profil na sociální síti, jaký je důvod? (zde vyber jednu odpověď)

- a) Rodiče mi to nedovolili.
- b) Profil na sociální síti nepotřebuji.
- c) Nemám telefon nebo počítač s připojením k internetu.
- d) Jiný důvod _____

3. V kolika letech sis založil první účet na sociální síti?

4. Na kterých sociálních sítích máš založený profil? (zde můžeš vybrat více odpovědí)

- a) Facebook
- b) Instagram
- c) YouTube
- d) Tik Tok
- e) Twitter
- f) Snapchat
- g) Lide.cz
- h) Jiné: _____

5. Na jakém zařízení nejčastěji navštěvuješ sociální síť? (zde vyber jednu odpověď)

- a) Mobilní telefon (mám mobilní data)
- b) Mobilní telefon (jen na wifi)
- c) Stolní počítač nebo notebook
- d) Tablet

6. Kterou sociální síť používáš nejčastěji? (zde vyber jednu odpověď)

- a) Facebook
- b) Messenger
- c) Instagram
- d) YouTube
- e) Tik Tok
- f) Twitter
- g) Snapchat
- h) Lide.cz
- i) Jiné:

7. Které sociální síť denně aktivně používáš? (zde můžeš vybrat více odpovědí)

- a) Facebook
- b) Messenger
- c) Instagram
- d) YouTube
- e) Tik Tok
- f) Twitter
- g) Snapchat
- h) Lide.cz
- j) Jiné:

8. Co tě vedlo k založení profilu na sociální síti? (zde můžeš vybrat 3 odpovědi)

- a) Zvědavost
- b) Komunikace se spolužáky a kamarády
- c) Hledání nových přátel
- d) Navazování partnerského vztahu
- e) Vytvářet obsah pro veřejnost
- f) Sledování ostatních tvůrců
- g) Abych zapadl/zapadla do kolektivu

- h) Hledání informací
- i) Vyplnění volného času
- j) Jiné: _____

9. Jaké výhody spatřuješ v užívání sociálních sítí? (zde můžeš vybrat 3 odpovědi)

- a) Rychlá a bezplatná komunikace
- b) Zjišťování informací
- c) Sebe prezentace
- d) Anonymita
- e) Zábava
- f) Vyplnění volného času
- g) Navazování přátelství
- h) Sdílení fotografií a videí
- i) Zlepšení technických dovedností
- j) Procvičování cizího jazyka (např. sledováním zahraničních videí atd.)
- k) Nemusím nikam chodit, abych se bavil
- l) Jiné: _____

10. Jaké nevýhody spatřuješ v užívání sociálních sítí? (zde můžeš vybrat 3 odpovědi)

- a) Anonymita (nevím, kdo je na druhé straně)
- b) Ztrácím pojem o čase
- c) Nevídám se tak často s kamarády
- d) Ztráta soukromí
- e) Závislost na internetu/ sociálních sítích
- f) Nebezpečí v podobě kyberšikany, vydírání, kyberstalkingu atd.
- g) Jiné: _____

11. Kolik hodin denně aktivně trávíš na sociálních sítích? Např. píšu příspěvky, vkládám fotky, sleduji videa atd. (zde vyber jednu odpověď)

- a) Méně než půl hodiny
- b) 1 hodinu
- c) 1 až 2 hodiny
- d) 2 až 3 hodiny
- e) 3 až 4 hodiny
- f) více jak 4 hodiny

12. Co nejčastěji děláš na sociálních sítích? (zde můžeš vybrat 3 odpovědi)

- a) Komunikace s kamarády a rodinou
- b) Hledání nových přátel
- c) Hraní her
- d) Sledování fotek a videí
- e) Vytváření vlastního obsahu (např. točení videí na YouTube atd.)
- f) Hledání informací
- g) Sledování přátel nebo známých osobností
- h) Prohlížení oblíbených stránek
- i) Sdílení osobního života
- j) Procvičování cizího jazyka
- k) Poslech hudby
- l) Nákupy
- m) Jiné: _____

13. Používáš sociální sítě i za účelem přípravy do vyučování? (zde můžeš vybrat 3 odpovědi)

- a) Ano, sleduji vzdělávací videa
- b) Ano, komunikuji se spolužáky při plnění školních úkolů
- c) Ano, komunikuji s vyučujícím (např. doučování, konzultace)

- d) Ano, jiné: _____
- e) Ne, sociální sítě k přípravě do vyučování nepoužívám

14. Kdo může na sociálních sítích vidět tvé příspěvky? (zde vyber jednu odpověď)

- a) Všichni
- b) Jen přátelé
- c) Jen já
- d) Nevím, jak to mám nastavené

15. Které z informací máš veřejně uvedené na svém profilu na sociální síti? (zde můžeš vybrat více odpovědí)

- a) Jméno
- b) Věk
- c) Datum narození
- d) Fotografie
- e) Telefonní číslo nebo email
- f) Bydliště
- g) Škola

16. Které údaje bys na sociálních sítích nikdy nesdělil? (zde můžeš vybrat více odpovědí)

- a) Jméno
- b) Věk
- c) Datum narození
- d) Fotografie
- e) Telefonní číslo nebo email
- f) Bydliště
- g) Škola

17. Šel bys ven s někým, koho znáš jen z online prostoru? (zde vyber jednu odpověď)

- a) Ano, šla/ šel bych
- b) Ano, mám už takovou zkušenost
- c) Ne

18. Jaká znáš nebezpečí, která tě mohou potkat při užívání sociálních sítí? (zde můžeš vybrat 3 odpovědi)

- a) Kyberšikana
- b) Kyberstalking (pronásledování)
- c) Ukradení účtu na sociální síti
- d) Kybergrooming (snaha zneužít dětské důvěry a prostřednictvím falešné identity dítě zlákat ke schůzce a zneužít)
- e) Hoaxy (vymyšlené poplašné zprávy)
- f) Hackeři
- g) Co jednou zveřejním, už nejde vzít zpět
- b) Jiné: _____

19. Bavili jste se v rámci školního vyučování o nebezpečí na sociálních sítích? (zde vyber jednu odpověď)

- a) Ano, bavili jsme se o tom vícekrát
- b) Ano, bavíme se o tom pravidelně
- c) Ano, bavili jsme se o tom jednou
- d) Nevím
- e) Nebavili jsme se

20. Bavili jste se doma s rodiči o nebezpečí na sociálních sítích? (zde vyber jednu odpověď)

- a) Ano, bavili jsme se o tom vícekrát
- b) Ano, bavíme se o tom pravidelně
- c) Ano, bavili jsme se o tom jednou
- d) Nevím
- e) Nebavili jsme se

21. Setkal ses někdy na sociálních sítích s chováním vůči tvé osobě, které ti bylo nepříjemné? S jakým? (např. zesměšňování, vydírání, prosba o tvé fotografie atd.)

- a) Ano, setkal jsem se s: _____
- b) Ne

22. Byl jsi někdy svědkem nepřiměřeného chování vůči jiné osobě na sociálních sítích? (např. sdílení posměšných fotografií spolužáka, sdílení soukromých konverzací nebo fotografií atd.)

- a) Ano, setkal jsem se s: _____
- b) Ne

23. Sleduješ častěji youtubery nebo influencery na jiných sociálních sítích? (zde vyber jednu odpověď)

- a) Častěji sleduji youtubery
- b) Častěji sleduji influencery
- c) Pravidelně žádné nesleduji

24. Pokud jsi odpověděl, že sleduješ častěji influencery, na kterých sociálních sítích, mimo YouTube je nejčastěji sleduješ? (zde vyber jednu odpověď)

- a) Instagram
- b) Tik Tok
- c) Facebook
- d) Snapchat
- e) Twitter

25. Myslíš si, že youtubeři a influenceři, které sleduješ sdělují vždy pravdivé a věrohodné informace? (zde vyber jednu odpověď)

- a) Ano
- b) Ne

26. Koupil sis někdy produkt na základě doporučení youtubera nebo influencera? (zde vyber jednu odpověď)

- a) Ano
- b) Ne

27. Je tvé vysněné povolání být youtuberem nebo influencerem? (zde vyber jednu odpověď)

- a) Ano, chci být youtuberem
- b) Ano, chci být influencerem
- c) Ne, chci být: _____