

Univerzita Hradec Králové

Pedagogická fakulta

Ústav sociálních studií

Youtuberi a podobné fenomény jako vzory současných dětí a mládeže

Diplomová práce

Autor: Bc. Ilona Linhartová

Studijní program: N7507 – Specializace v pedagogice

Studijní obor: Sociální pedagogika

Vedoucí práce: doc. PhDr. Jiří Semrád, CSc.



Zadání diplomové práce

Autor:	Ilona Linhartová
Studium:	P20K0027
Studijní program:	N7507 Specializace v pedagogice
Studijní obor:	Sociální pedagogika
Název diplomové práce:	Youtubeři a podobné fenomény jako vzory současných dětí a mládeže
Název diplomové práce AJ:	Youtubers and similar phenomena as role models of contemporary children and youth

Cíl, metody, literatura, předpoklady:

Diplomová práce se bude zabývat Youtubery a podobnými fenomény jako vzory současných dětí a mládeže. Cílem práce bude s oporou o odbornou literaturu popsat a analyzovat tyto novodobé vzory dnešní mladé generace pohledem žáků druhého stupně základní školy. Práce bude mít teoreticko-empirický charakter. Empirické šetření bude realizováno kvalitativní metodou, formou polostrukturovaných rozhovorů s žáky pátých až osmých tříd základní školy.

GIDDENS, A. *Důsledky modernity*. 2. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 2003. Post (Sociologické nakladatelství). ISBN 80-86429-15-6

KOLESÁROVÁ, K. *Životní styl v informační společnosti*. Vydání I. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2016. ISBN 978-80-7452-119-5

SAK, P. *Proměny české mládeže: česká mládež v pohledu sociologických výzkumů*. Praha: Petrklíč, 2000. ISBN 80-7229-042-8

SKALKOVÁ, J. *Pedagogika a výzvy nové doby*. Brno: Paido, 2004. Edice pedagogické literatury. ISBN 80-7315-060-3

STAŠOVÁ, L, SLANINOVÁ, G, JUNOVÁ, I. *Nová generace: vybrané aspekty socializace a výchovy současných dětí a mládeže v kontextu medializované společnosti*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. Recenzované monografie. ISBN 978-80-7435-567-7.

ŠMAHEL, D. *Psychologie a internet: děti dospělými, dospělí dětmi*. Praha: Triton, 2003. Psychologická setkávání. ISBN 80-7254-360-1

Zadávající pracoviště: Katedra sociální pedagogiky,
Pedagogická fakulta

Vedoucí práce: doc. PhDr. Jiří Semrád, CSc.

Oponent: Mgr. Lucie Křivánková, Ph.D.

Datum zadání závěrečné práce: 13.1.2021

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracovala pod vedením vedoucího diplomové práce samostatně a uvedla jsem všechny použité prameny a literaturu.

Ve Svojsčicích, dne 20. 4. 2023

Poděkování:

Děkuji vedoucímu diplomové práce panu doc. PhDr. Jiřímu Semrádovi, CSc. za aktivní, odborné vedení práce, poskytování rad a podnětů směřujících k naplnění cíle práce. Další poděkování patří mým blízkým za trpělivost a podporu a všem respondentům, kteří byli ochotni poskytnout rozhovor.

Anotace

LINHARTOVÁ, I. *Youtuberi a podobné fenomény jako vzory dnešních dětí a mládeže*, Hradec Králové, Pedagogická fakulta Univerzity Hradec Králové, 2023, s. 68, Diplomová práce

Diplomová práce je zaměřena na youtubery jako vzory dnešních dětí a mládeže pohledem žáků 5. až 8. tříd na vybraných základních školách Pardubického kraje. Tuto problematiku analyzuje v kontextu sociálně-ekonomických proměn společnosti, popisuje změny ve společnosti, které nastaly po listopadu 1989. Zaměřuje se také na rozvoj digitálních technologií, které jsou hlavním nástrojem sledování youtuberů dětmi. Poukazuje na velký zájem dětí sledovat videa youtuberů, i na důvody, které je k této činnosti vedou. Zaměřuje se dále na vztahy dětí s kamarády v kontextu digitální technologie versus vrstevníci

V empirickém šetření je zkoumán zájem dětí o youtubery, další způsoby trávení volného času a vrstevnické vztahy. Na základě zjištěných výsledků jsou prezentovány závěry a navržena doporučení k dané problematice.

Klíčová slova:

Youtuber, video, internet, vrstevníci

Annotation

LINHARTOVÁ, I. Youtubers and similar phenomena as role models for today's children and youth, Hradec Králové, Faculty of Education, University of Hradec Králové, 2023, pp. 68, Diploma thesis

The diploma thesis is focused on YouTubers as role models for today's children and youth from the perspective of 5th to 8th grade students in selected elementary schools of the Pardubice region. He analyzes this issue in the context of socio-economic changes in society, describes the changes in society that occurred after November 1989. He also focuses on the development of digital technologies, which are the main tool for watching YouTubers by children. He points to the great interest of children in watching videos of YouTubers, as well as the reasons that lead them to this activity. It also focuses on children's relationships with friends in the context of digital technology versus peers.

The empirical investigation examines children's interest in YouTubers, other ways of spending free time and peer relationships. Based on the results, conclusions are presented and recommendations on the given issue are proposed.

Keywords:

Youtuber, video, internet, peers

Prohlášení:

Prohlašuji, že diplomová práce je uložena v souladu s rektorským výnosem č. 13/2022 (Řád pro nakládání s bakalářskými, diplomovými, rigorózními, disertačními a habilitačními pracemi na UHK)

Datum_____

Podpis studenta_____

Obsah

Úvod.....	9
1 Posun hodnot a vzorů vlivem sociálně-ekonomických proměn společnosti	10
1.1 Následky globalizačních tendencí.....	10
1.2 Pozdní modernita a demokracie jako nástroje „pokroku“.....	12
1.3 Současná společnost v zasetí informačních technologií.....	14
2 Fenomény dnešní doby v kontextu moderních technologií.....	18
2.1 Jiné dětství.....	19
2.1.1 Rodina dnešní doby.....	21
2.1.2 Volný čas v digitalizované společnosti.....	23
2.1.3 Informační technologie ve školách.....	25
2.1.4 Mediální výchova.....	27
2.2 Přes internet k životu.....	28
3 Youtuberi a podobné fenomény jako vzory současných dětí a mládeže	33
3.1 Chci být „Youtuber“.....	35
3.2 Youtuberi versus vrstevníci	38
4 Výzkumné šetření a prezentace výsledků.....	41
4.1 Teoretická východiska.....	41
4.2 Cíl empirického šetření a výzkumné otázky.....	42
4.3 Kvalitativní metody empirického šetření a způsob zpracování dat.....	44
4.4 Organizace empirického šetření.....	45
4.5 Charakteristika respondentů.....	46
4.6 Analýza výsledků empirického šetření.....	48
4.7 Shrnutí empirického šetření a závěry.....	56
Závěr.....	62
Seznam použité literatury.....	64
Přílohy	

Úvod

Téma diplomové práce „Youtuberi a podobné fenomény jako vzory dnešních dětí a mládeže“ jsme zvolili zejména z důvodu velké aktuálnosti daného problému. Zaměříme se především na pohled dětí pátých až osmých tříd základních škol.

Cílem práce bude s oporou o analýzu odborných zdrojů a vlastní empirické šetření získat poznatky o tom, jaké jsou dominantní hodnoty a vzory současných dětí a mládeže s ohledem na dobu, v níž žily a žijí se zřetelem na velmi rychlý nástup rozvoje informačních technologií, které dozajista ovlivnily životy všech lidí bez ohledu na věk, pohlaví, národnost, vzdělání apod. Práce je teoreticko-empirické povahy, vlastní empirické šetření realizujeme kvalitativní formou.

Pro uvedenou práci jsme stanovili vědeckovýzkumný problém: **„Věří děti více youtuberům než svým vrstevníkům?“** Pro starší generace není jistě snadné pochopit životní styl dnešních dětí a mládeže. Žijí v jiném světě, a to ve světě, kde se musí naučit rozeznávat důležité informace od nedůležitých, pravé od nepravého, podstatné od nepodstatného. Zkrátka ovládat kritické myšlení. A to je jistě těžké v případě, že jsou od malička konfrontováni s virtuální realitou. Proto i jejich hodnoty a vzory jsou odlišné od generací, které tímto neprošly. Doba, kdy vzorem pro dítě byla paní učitelka, fotbalový trenér, pohádková postava, nebo třeba i oblíbený zpěvák, jsou nenávratně pryč. Dnešní děti a mládež jsou vlivem informačních technologií posunuty ke vzorům virtuálním, ač často k fyzické osobě, ale prostřednictvím obrazovek svých telefonů, tabletů a počítačů. Z uvedených skutečností jsme vyvodili ústřední výzkumnou otázku celé práce: **„Youtuberi a podobné fenomény jako vzory dnešních dětí a mládeže zcela ovlivňují jejich postoje a hodnoty.“**

Pro zpracování diplomové práce jsme zvolili metodu literární, obecně-logické metody a metodu dotazování formou polostrukturovaných rozhovorů s následným vyhodnocením a interpretací získaných dat.

1 Posun hodnot a vzorů vlivem sociálně-ekonomických proměn společnosti

Již od počátku věků měli lidé napříč zeměmi, národy, generacemi své vzory, které do jisté míry, více či méně, ovlivňovaly jejich životy. Již Jan Amos Komenský řekl: *“ Uvidíš-li jinde věci lepší, pravdivější a užitečnější, proč bys je rád nevyměnil za své, které nejsou tak hodnotné? ”* Dá se říci, že právě proto si lidé často berou za své vědomosti a počiny někoho jiného. Proto často napodobují chování lidí. Hlavně z toho důvodu, že chtějí vystupovat a vypadat jako oni, nebo se jim alespoň co nejvíce přiblížit. Někdy je toto chování samozřejmě žádoucí, jindy by bylo nasnadě najít vzor jiný, lepší. Je ovšem jisté, že se vzory a hodnoty lidí v čase velmi proměnily, i když samozřejmě máme i hodnoty konstantní a stálé (např. desatero, které stále platí), ale na ně není kladen takový důraz. Jiné najdeme například ve středověku, jiné v obdobích válek, za hluboké totality, po pádu železné opony a jiné dnes.

Nelze však na problematiku nahlížet pouze jen z časového hlediska. Je zřejmé, že odlišné hodnoty a vzory budou mít lidé různých národností, postavení, pohlaví, vzdělání, věku. Je nutné také vzít do úvahy fakt, že svět, potažmo naše republika, prošla určitými sociálně-ekonomickými proměnami, které zajisté ovlivnily myšlení lidí. Máme na mysli v první řadě vliv globalizace, postmoderní tendence, prohloubení demokracie a humanismu i rychlý rozvoj moderních informačních technologií a výkonová ekonomika. Hodnotový systém a postoje ovlivnily i takové skutečnosti, jako byl pád železné opony, vstup české republiky do EU, NATO aj. Právě výše zmíněné faktory budou naším hlavním tématem v první kapitole této diplomové práce.

1.1 Následky globalizačních tendencí

Všemi pády skloňovaný proces „**globalizace**“ přinesl do životů lidí po celém světě velké změny. Globalizační tendence ovlivnily sféru ekonomickou, politickou, kulturní i sociální. Jde v první řadě o provázání těchto procesů navzájem, ale zejména jejich propojení v rámci celých kontinentů. Jak uvádí Bělohradský (2009) jedná se o „*stále rostoucí simultaneitu*,

mobilitu, pluralitu, ať už idejí, znaků, informací či zboží, které se přelévají v nekontrolovatelných masách přes všechny státní hranice, institucionální bariéry, historické kontexty a národní jazyky.“ (Bělohradský, 2009, s.219)

Kraus (2014) globalizaci označuje za rozporuplný proces, do kterého jsou na jedné straně vkládány velké naděje, na straně druhé je přijímán s rozpaky a obavami. Je třeba také vyzdvihnout její původní ekonomický význam. Naděje spatřujeme zejména v možnosti snadněji získat poznatky o kultuře odlišných národů, tyto národy i snadněji pochopit. Do našich životů přichází mnoho nových aspektů, které jsme nikdy předtím neznali a ani neměli leckdy možnost poznat a často jsou i negativního charakteru. Ať už se jedná například o tak běžnou věc jako je jiné jídlo, hudba, tanec, filmy, osobnosti, výrobky odlišné kvality nebo povahy, také nové svátky, které jsme převzali, možnost neomezeného cestování, studia a zaměstnání v jakékoliv jiné zemi na světě tak i věci složitější povahy, jako je jiné politické smýšlení a ideje, apod. Anthony Giddens (2003) vidí v procesu globalizace *„zintenzívnění celosvětových sociálních vztahů, které spojují vzdálené lokality takovým způsobem, že místní události jsou formovány událostmi dějícími se mnoho mil daleko a naopak.*“ (Giddens, 2003, s. 62) Vznikají ovšem i problémy, které vyplývají z toho, že se nebere zřetel na kulturně antropologické aspekty.

Obavy mohou pramenit zejména z nepřiměřeně rychlého rozvoje ekonomiky, vývoje kapitálu, hledání levnější pracovní síly, což může mít za následek prohlubování rozdílů mezi lidmi, potažmo celými národy, častější výskyt nelegálních migrací běženců, kteří kvůli neutěšeným životním podmínkám utíkají z chudších zemí do jiných států, příliv laciného nekvalitního zboží z rozvojových zemí, zvýšený výskyt asociálního chování lidí apod. *„Globalizace tak nechtěně vyvolává střety civilizací. Rozkládají se tradiční sociální vazby, občanské vztahy solidarity a životních jistot, důvěry, kooperace v určité komunitě.*“ (Semrád, 2001, s. 176)

Globalizace zasáhla životy všech lidí planety. Odlehle země a národy, které do té doby žily stranou všeho dění často, ač většinou bez svého přičinění, a aniž by chtěly, musely změnit svůj zaběhnutý styl života a přijmout nové prvky, které obrátily „vzhůru nohama“ celý jejich dosavadní život. Změny, které je zasáhly, mohou a nemusejí být pro tyto národy vždy přínosem, právě proto, že nebyly brány v úvahu kulturně antropologické aspekty, jak již bylo uvedeno výše. Zde opět vidíme rozpor v náhledu na globalizaci.

Problém globalizace se násobí propojením s digitálními technologiemi. Dopad globalizace je problematicky, protože se nejedná jen o „vývoz“ ekonomiky, ale i kultury na kterou je ekonomika vázána. Aplikace kultury v nových podmínkách je zesložitována nerespektováním jiného kulturně antropologického základu.

V rámci tématu naší diplomové práce se proces globalizace podepsal zejména na rychlém rozšíření nových technologií do celého světa, a tím i přílivem dosud nepoznaných fenoménů, které začaly ovlivňovat všechny sféry našeho života. Jedná se zejména o sféru pracovní, kdy digitální technologie ovládají téměř všechny oblasti, urychlují pracovní proces, usnadňují pracovní činnosti a v posledních letech i nahrazují lidskou pracovní sílu, ale vyvolávají i závislosti, jak na to poukazují adiktologové.

V soukromých oblastech ovlivňují digitální technologie chod domácností, často obracejí rodinný život jiným směrem, než bylo zvykem v dřívějších dobách, protože značně oslabují sociální vztahy. Co se dříve muselo projednat osobně se dnes řeší prostřednictvím digitálních technologií i v rodině. Trávení volného času v rodinách je v současné době do značné míry těmito fenomény ovlivňováno. Touto problematikou se budeme zabývat v dalších kapitolách diplomové práce.

Je ale zřejmé, že globalizace není jediným faktorem ovlivňujícím změny, které nastaly v několika posledních desítkách let. V následující kapitole se zaměříme na některé další, jenž mají za následek nemalé změny v životech lidí celého světa, potažmo u nás. Jedná se zejména o rozvoj demokracie a humanismu i určitého myšlenkového směru zvaného pozdní modernita.

1.2 Pozdní modernita a demokracie jako nástroje „pokroku“

Anthony Giddens ve své knize *Důsledky modernity* (2003) uvádí, že globalizace je jedním ze základních důsledků modernity. Modernita je však podle autora spojena pouze s určitým časovým obdobím a již byla nahrazena jinými směry. Nová éra, která nastala je nazývána různě a jedním z pojmenování je „**postmodernismus**“, i když tento pojem je spojen zejména s kulturními fenomény

Podle Skalkové (2004) se postmodernismus neobjevuje náhodně. „*Lze jej chápat jako reakci, nezřídka ovšem velmi extrémní, na situaci, do níž se dostala na konci 20. století společnost s rozvinutou ekonomikou, vysokou úrovní technologie, informatiky, bohatým konzumem, v níž se ovšem současně ukazuje, že nezvládá celou řadu svých podstatných problémů.*“ (Skalková, 2004, s. 43) Bauman (1999) uvádí, že není tak velký rozdíl mezi životem ve společnosti nyní a tím, který ji předcházela. Změny spatřujeme pouze v důrazu a prioritách, „...*Ale tento posun v důrazu je příčinou ohromného rozdílu ve skutečně každém aspektu společnosti, kultury a individuálního života.*“ (Bauman, 1999, s. 98)

Vlivem nových faktorů, které se díky nové, pozdně moderní éře dostávají do života společnosti i jedince, ovlivňují mnohé sféry života stejně, jako globalizační procesy. Mění se i model rodiny. Od tradičních soužití přecházíme více k soužitím nesezdaným, přibývá rozvedených párů, tvoří se neúplné rodiny. To ovlivňuje hodnoty a vzory dětí, které v tomto prostředí vyrůstají. Přivalem digitálních technologií do všech oblastí života, potažmo do domácností, se dostáváme do situací, kdy namísto dříve uznávaných vzorů, nastupují vzory virtuální. Největší změny můžeme pozorovat zejména u dětí a mládeže, kteří jsou tzv. digitálními domorodci, to znamená že s digitálními technologiemi vyrůstali.

Skalková (2004) podotýká, že „*postmodernisté reagují na důsledky informačních technologií a reprodukční techniky, na stále se rozšiřující průmysl kultury a dospívají k diagnóze, že v proudech obrazů, znaků a symbolů se rozpouští realita.*“ (Skalková, 2004, s. 45). V tomto kontextu můžeme hovořit také o posunu hodnotových orientací a postojů. Podle Skalkové (2004) postmodernisté vycházejí ze skutečnosti, že různé kultury i období v dějinách mají vliv na vytváření různých koncepcí, jiných kritérií a kritik, a proto nelze sjednotit ani v tomto ohledu určité pravdy a hodnotové postoje. Dokonce tvrdí, že nemůžeme poznat realitu jako takovou, že poznáváme jenom její napodobeninu. Tvrdí rovněž, že již všechno bylo objeveno a poznáno, proto pracuje s antirealitou, antikulturou respektive antipedagogikou.

Život v postmoderní době se změnil. Je jisté, že tato doba ovlivňuje mnohé oblasti života, tedy i postoje, hodnoty a vzory dnešních dětí a mládeže a má vliv na jejich trávení volného času. Vlivem nových technologií se bytí přesouvá do virtuální reality a tímto způsobem zejména děti a mládež tráví většinu svého volného času.

Také nástup prohlubování **demokracie** přispěl nemalou měrou ke změnám ovlivňujících životy lidí u nás i ve světě. V první řadě v naší republice listopadový převrat otevřel nové, dosud nepoznané možnosti, jako například možnost kamkoliv bez omezení vycestovat, obchody se naplnily nepřeborným množstvím rozličného zboží, vyvstala svoboda slova, podnikání s čímkoliv apod. V tomto kontextu se objevila řada nových prvků, které k nám začaly proudit jako „velká voda“ přes otevřené hranice a které jsme dosud jako komunistická, uzavřená republika neměli možnost poznat.

Po již zmíněném převratu v listopadu roku 1989 se vše proměnilo. Otevřeli jsme se světu. Možnosti, které lidé znenadání získali se jako lavina rozšířily velkou rychlostí. Lidé nadšeně přijímali vše nové, dychtivě využívali získané svobody se všemi jejími vymoženostmi (problém je, že si ji dodnes někteří interpretují spíše jako anarchii) Avšak, zaplavilo nás i to negativní se svobodou spojené (např. „šmejdi“). V našem případě bychom chtěli vyzvednout zejména rychlý příchod robotizace společnosti a s tím spojený průnik informačních technologií do všech sfér života lidí. Zvláště u dětí a mladých lidí je tato změna velmi patrná. Stejně jako u globalizace a pozdní modernity, se v rámci demokratizace postupně měnily zaběhnuté vzorce chování a následně začalo docházet k rozporům ve způsobech trávení volného času, komunikaci a celkovému náhledu na život mezi staršími generacemi a dětmi a to zejména v důsledku nesprávně chápané demokratizace. Vše bylo způsobeno stále větším užíváním informačních technologií dětmi. Tuto problematiku přiblížíme více v následující kapitole.

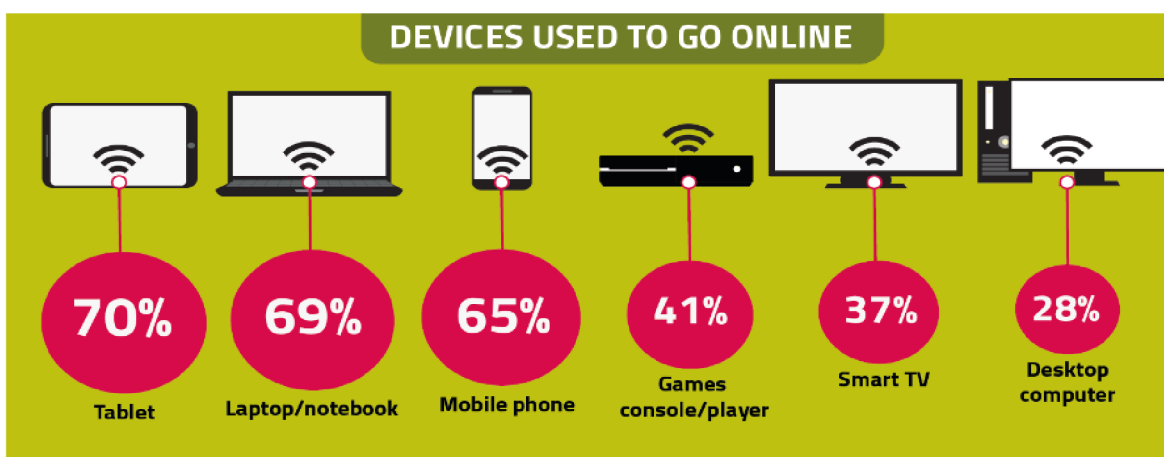
1.3 Současná společnost v zajetí informačních technologií

„Taky si někdy vyjedete autem a spoléháte na svůj navigační přístroj? Pak se vám dost možná občas stane to, co se nedávno přihodilo mně, když mi tento zázrak informační techniky někdo z auta ukradl: najednou jsem měl problém se zorientovat....Moje neschopnost orientace mě naprosto frustrovala, za žádnou cenu jsem nemohl trefit na správné místo. Dřív tomu tak nebývalo: když jsem už jednou někde byl, kdykoliv jsem tam znovu bez problémů dojel. Pro všechny případy míval člověk v autě mapu a alespoň přibližně věděl, kde se právě nachází... (Spitzer, 2017, s. 37) Takto výstižně popisuje ve své knize Digitální demence Manfred Spitzer vliv informačních technologií na člověka.

Z textu je zřejmé, jak se mění s každým digitálním přístrojem náš zaběhnutý způsob života. Co dříve bylo samozřejmostí, dnes už neplatí. Spoléháme stále více na virtuální svět, než na zdravý „selský rozum“. I v pražském metru se denně setkáváme s tím, že řada dětí na mobilu sleduje jednotlivé zastávky, aby nepřejely a nevystoupily špatně.

„Výrazná medializace prostoru současné společnosti jako celku i jednotlivých mezo či mikro prostředí, s sebou přináší i otázku používání médií mladou generací.“ (Stašová, Slaninová, Junová, 2015, s.25) My dnes už víme, že děti a mládež jsou významnými uživateli, ale také nositeli nových digitálních technologií. V tomto ohledu jsou schopni ovlivňovat i celé rodiny. Tráví velkou část svého času na počítačích, mobilních telefonech, tabletech apod. Výrazná část jejich života se přesunula do kyberprostoru. Pro dnešní děti a mládež se tento svět stává zcela přirozeným. „Průnik médií do životního pole a životního stylu mládeže je tak výrazný, že lze hovořit o nové generaci mládeže jako o „mediální mládeži.“ (Sak, Saková, 2004, s. 194)

Tuto skutečnost nám dokazují i průzkumy společnosti Ofcom (2021). Podle studie se v roce 2020 téměř všechny děti ve věku 5–15 let (97 %) připojily k internetu prostřednictvím jakéhokoli zařízení. Sedm z deseti dětí použilo k připojení k internetu notebook, srovnatelně s podílem používání tabletu nebo mobilního telefonu, zatímco přibližně čtyři z deseti používaly herní konzoli, přehrávač nebo chytrou televizi a tři z deseti využily počítač. Procentní podíl využívaných zařízení nám ukazuje následující obrázek.



Obrázek 1: Procentní podíl zařízení, ze kterých se děti připojily k internetu v roce 2020 (Ofcom, 2021)

Termín, který vystihuje generaci, která se do digitálního světa narodila a cítí se v něm jako doma je „digital natives“, nebo také digitální domorodci. Oproti tomu starší generace jsou nazývány digitálními přistěhovalci neboli v originále „digital immigrants.“ Z tohoto vyplývá, že děti často s digitálními technologiemi pracují snadněji než jejich rodiče. Jak uvádí Lenka Eckertová (2013), dospělí lidé stále ještě rozlišují mezi světem online a světem offline. U dětí to tak není. Vlastní chytré mobilní telefony, tablety, se kterými jsou schopny být online prakticky bez omezení.

Eckertová (2013) dále řeší otázku, zda by dnešní čtyřicátníci mohli dohonit své děti v jejich dovednostech se smartfony, tablety, internetem, sociálními sítěmi apod. Odpovědí je, že pravděpodobně nikoliv. Podle autorky nemají tito lidé dostatek času, sil a motivace a málokterí z nich připouští, že vlastně žijí v jiném světě než jejich děti.

„Pro současnou mládež se stává charakteristickým, že ačkoliv mladí lidé existují těsně vedle sebe, grupují se, mezi sebou nekomunikují, nebo jen velmi spoře, úsečně na principu komunikace charakteristické pro technické prostředky“ (Semrád, 2003, s. 261) Děti komunikují zcela jinak než starší generace. Díky moderním technologiím, obklopujících je od útlého věku jsou zvyklé na odlišný způsob komunikace. Rychlá domluva prostřednictvím médií je pro ně typická a mnohdy jednodušší. Často mají založené virtuální skupiny na různých platformách a domlouvají se hromadně. I styl komunikace je jiný. Často používají typické zkratky, neúplné věty nebo anglické výrazy, kterým dospělí často nerozumí.

Z výše uvedených poznatků můžeme vyvodit fakt, že díky nastalým změnám v důsledku rozšíření moderních technologií a jejich vlivu na děti a mládež se budou měnit i dříve ustálené postoje, hodnoty a vzory, ovlivňující životy mladé generace. Dnes již není pravidlem, že vzorem pro děti je paní učitelka, starší kamarád nebo trenér fotbalu či herec. Často se stává, že chtějí být někým, koho poznaly ve virtuálním světě. Někým, koho denně sledují, „lajkují“, obdivují. Proto i míru hodnot můžeme často měřit v množství „lajků“ a postoje k běžnému životu jsou změněny k životu mimo realitu, k metám často nereálným. Digitální fenomény dnešní doby podrobněji popisujeme ve třetí kapitole této diplomové práce.

Shrnutí:

V první kapitole jsme přiblížili některé sociálně-ekonomické procesy ve společnosti, které ovlivnily změny v postojích, hodnotách a vzorech zejména u dnešní mladé generace. Jedná se o globalizační procesy, nástup demokratického zřízení, pozdní modernitu, překotnou digitalizaci společnosti aj. Dalo by se říci, že před rokem 1989 trpěla společnost tzv. překolektivizovaností a nyní zase krajním individualismem v důsledku špatně chápané svobody a přeceňování digitálních technologií ve vztahu k jedinci. Pokud jde o hodnoty, často jsme opustili tzv. přežití, ale společnost nevytyčila nové, nenašla je.

Proměny, které nastaly, měly za následek zrychlení života, změnu životního stylu, kultury, v užším kontextu také změnu rodinných poměrů ve smyslu jiného rodinného modelu a odlišných vztahů mezi rodiči a jejich dětmi v pozitivním i negativním slova smyslu. Vše bylo způsobeno převážně rychlým rozšířením nových digitálních technologií do všech sfér života a s tím související změna komunikace mezi dětmi a dospělými a nepochopení dnešního dětství ze strany starších generací. Mezigenerační rozdíly jsou v tomto smyslu patrné a vzhledem k rychle se vyvíjícím informačním technologiím, se budou zřejmě ještě prohlubovat.

U rodičů je patrný nedostatek volného času, který by svým dětem věnovali, ať již z důvodu pracovní vytíženosti, či důvodů jiných, a tím se stále častěji stává, že už i malé předškolní děti tráví mnoho času s digitálními technologiemi, někdy víc než s rodiči. Tím často vzniká problém v oblasti komunikace u dětí, přibývá logopedických vad, obézních dětí, nedostatek sociálního kontaktu s vrstevníky s sebou přináší negativní stránku v podobě špatného navazování vztahů s jinými lidmi i ve starším věku, stud, nedostatek slovní zásoby při běžné komunikaci.

V budoucnosti by mohlo za určitých okolností dojít k určitému vyrovnání se generací digitálních domorodců a to tehdy, až dnešní mladá generace dospěje a bude mít své děti, které budou též vyrůstat od narození s digitálními prostředky, i když je možné, že vzhledem k tomu, že technika se rychlým tempem vyvíjí, není možné, aby k takovému srovnání došlo.

2 Fenomény dnešní doby v kontextu moderních technologií

Jordan Shapiro (2019) si ve své knize **Nové dětství** pohrává s myšlenkou, že Sokrates a Platon sice zemřeli již před dvěma a půl tisíciletími, ale stále díky tomu, že jejich myšlenky jsou uchovány písemně, učí dnešní mladé lidi na školách. *„Důvtip pradávných lidí, kteří si poprvé sestavili symbolický jazykový systém je ohromující. Dávno předtím, než se objevil telefon, internet a videohry, to byla supermoderní nová technologie, umožňující lidem spolupracovat a sdílet zkušenosti způsobem, který přesahuje čas i prostor.“* (Shapiro, 2019, s. 9) Tato „technologie“ funguje i v dnešní moderní době. Tištěné informace jsou stále ještě „v kurzu“, i když v některých případech byly pomalu nahrazeny virtuální realitou v podobě digitálních článků, knih a informačními systémy v různých podobách. V důsledku uplatněných technologií se proměnil i používaný jazyk. Zvláště u mládeže je velmi „úsporný“. Mládež je postižena malou jazykovou gramotností.

Za dnešní supermoderní technologie považujeme již něco jiného. Počítače, mobilní telefony a přístup na internet nás zcela pohltily. Dostáváme se s nimi ještě mnohem dál napříč časem i prostorem. Petr Sak ve své přednášce „Mládež v konfrontaci generací“ zmiňuje fakt, že *„v kyberprostoru dochází k destrukci času a prostoru a životem ve virtuální realitě se modifikuje i vnímání časoprostoru přirozeného světa. S tím je spojen hedonistický a pragmatický životní styl „tady a teď“.* (Sak, 2019)

Manfred Spitzer (2015) trefně uvádí, že moderní technologie jsou v dnešní společnosti všudypřítomné. Rozšíření chytrých mobilních telefonů výrazně zvýšilo míru užívání digitálních technologií, a to z toho důvodu, že je nosíme u sebe stále a stále jsme online. Spitzer (2015) dále uvádí, že *„lidé už se neptají na cestu kolemjdoucích a neřeší své drobné problémy se známými, ale položí tyto otázky svému smartphonu, aby během vteřiny dostali odpověď.“* (Spitzer, 2015, s. 11) To pak vede k tomu, že někteří mladí lidé např. nerozvíjí svůj orientační reflex, ale při cestě metrem sledují jednotlivé stanice v mobilním telefonu.

Je tedy nutné podotknout, že tento nový styl života nás ovlivňuje ve všech dimenzích života. Podle Kolesárové (2016) se v současné době prolínají generace s odlišnou mírou socializace v tradiční společnosti a ve společnosti informační (kyberprostoru). Příslušníci starších generací začali mít v této oblasti určité handicap, vzhledem k malé počítačové

gramotnosti, oproti mladším generacím, kteří jsou v kyberprostoru prakticky od narození. Dětem se ale také změnilo dětství a dospívání i vzhledem k tomu, že digitální svět prostupuje do rodin a domácností, do škol, a i trávení volného času změnilo svůj směr více k virtuálnímu prostředí, i za cenu toho, že virtuální prostředí přináší i nové nesnáze, dosud nepoznané. Máme namysli například vytunelování elektronického účtu, šikanu prostřednictvím digitálních technologií apod. Mění se i celkový náhled na život, postoje a hodnoty, které současné děti a mládež vyznávají. Tradiční hodnoty v základu zůstávají (i když se často nenaplnují) a přicházejí k nim hodnoty a vzory nové, pocházející z digitálního prostředí, ovlivněné dalšími procesy, jak jsme je popsali v první kapitole této práce.

2.1 Jiné dětství

Vzpomeneme-li na své dětství, je zřejmé, že od té doby do současnosti se mnohé změnilo. Dnešní dospělí si často dělají starosti, že si jejich děti už tolik nehrají venku, jako tomu bylo dříve. Mnoho dospělých to není ochotno akceptovat. Přijmout jiné dětství je pro většinu z nich velmi těžké. Někteří ze starší generace nechápou, že sociálně-ekonomické procesy, o kterých jsme se zmínili v první kapitole této práce nám změnily svět natolik, že už není cesta zpátky. Dětství, které prožívali už dnešní děti nepoznají. Svět poznamenala industrializace, digitalizace, humanismus, globalizace. A děti, které nyní vyrůstají, jsou tím vším „poznamenané“. Tento soubor procesů nám prostoupil do všech sfér života a v kontextu toho se potýkáme často i s rozpory mezi generacemi.

Petr Sak (2019) rozděluje generace poválečné mládeže. Mimo jiné generaci let 1981 – 2000 nazývá „**kybergenerací**“ a na ni od roku 2001 volně navazuje tzv. „**rozmazaná generace**“, jak můžeme označit generaci, která nemá vlastní tvář, vlastní profil. Obě zmíněné generace jsou charakteristické určitými jevy spojenými s informačními technologiemi, internetem a sociálními sítěmi. Podle Saka neexistuje ostrý přechod mezi nimi, ale u rozmazané generace se setkáváme s prohlubováním jevů v souvislosti s využíváním digitálních technologií. *„Rozmazaná generace je subjektem přechodů z přirozeného světa do kyberprostoru virtuální reality v dalších a dalších oblastech. Věnovat se sportu je ochotno čím dále méně dětí a mládeže. I pro učitele na školách se stává problémem žáky a studenty „rozpohybovat“. Od dříve masových sportů jako je fotbal a*

hokej, které se však hrají v přirozeném časoprostoru a fyzickým tělem, které se potí, unavuje a zraňuje, se dětská a lidská hravost přesouvá do virtuální reality, kde se proměňuje v „e-hravost“ zaměřenou na elektronický sport (e-sport).“ (Sak, 2019)

Z uvedených skutečností je zřejmé, že starší generace žili odlišným způsobem, než dnešní děti a mládež. Život se posouvá do jiných dimenzí. Sepětí s přírodou je často pro současnou mládež spíše vzácností, ve většině případů vítězí virtuální realita nad výletem do přírody, nebo trávením volného času s kamarády na hřišti. Když už k tomuto dojde, tak stále častějším jevem, který můžeme vyzorovat, pokud vidíme venku skupinku dětí je, že jsou s kamarády, nebo s rodiči „venku“, ale s mobilním telefonem v ruce, neustále online. Internetová interakce je pro ně důležitá, má pro ně mnohdy větší význam, než cokoliv jiného. To má zajisté souvislost i s životním stylem dnešní mladé generace, podle Kolesárové (2016) „**kyber životním stylem**“

Je zřejmé, že komunikace přes sociální sítě a další platformy je dnes významným prvkem životního stylu a odehrává se odlišným způsobem, než tomu bylo před nástupem informačních technologií. Interakce „tváří v tvář“ již není na denním pořádku. Šmahel (2003) však varuje před tím, že „*virtuální svět je velmi omezený v neverbální komunikaci. Obvykle komunikujeme textově, což je způsob komunikace, který je vůbec ze všech nejvíce zjednodušující.*“ (Šmahel, 2003, s. 135) Podle Šmahela je jediným pozitivním aspektem této komunikace to, že podněcuje fantazii a právě ta dělá virtuální svět krásným a přitažlivým.

Sdílení fotek, videí, událostí, hudby, a dokonce i vědomostí je dalším počinem, který dnes probíhá online. Z tohoto důvodu často děti nemají potřebu chodit s vrstevníky ven. Všechno najdou v počítačích, tabletech i mobilních telefonech. Vše ostatní jako by ustoupilo do pozadí. To nám dokazují i výzkumy. Z průzkumu „**Czech children and adolescents on the internet**“, který provedl tým autorů Masarykovy univerzity na školách v období 6. října 2017 až 9. února 2018 vyplynulo, že 35 % dětí a dospívajících strávilo 4 hodiny a více online během školního dne, 9 % strávilo online 7 hodin nebo více. 51 % dětí a dospívajících tráví o víkendu 4 hodiny a více online, 22 % 7 hodin nebo více. Dívky a chlapci tráví na internetu podobné množství času. Starší děti a dospívající jsou častěji

online, a to jak během školních dnů, tak i během víkendů. Přesto jsou i mezi nejmladšími dětmi (v tomto případě 9 let), 3 %, které tráví na internetu 7 hodin a více během týdne a 9 % hodin během víkendu.

Elektronická média jsou dnes běžným nástrojem komunikace, interakce, i volnočasových aktivit. Jsou zastoupena ve všech odvětvích hospodářství, ve zdravotnictví, (i když zde velkým problémem je, že dodnes například nemáme jednotnou evidenci pacientů), školství a nemalým způsobem se podílejí na změnách v dnešních rodinách a domácnostech.

2.1.1 Rodina dnešní doby

Než si něco řekneme o současných moderních rodinách, měli bychom objasnit pojem rodina, jako takový. Kraus, Poláčková (2001) vymezuje původní rodinu, jako společně žijící malou skupinu lidí, jenž je spojena pokrevními svazky a citovými vazbami. Rodina se postupem času vyvíjela, proto autoři vidí rodinu také jako „*institucionalizovaný sociální útvar nejméně tří osob, mezi nimiž existují rodičovské, příbuzenské nebo manželské vazby.*“ (Kraus, Poláčková, 2001, s.78) Co je tedy rodina? Malá sociální skupina, primární socializační činitel, „*Rodina tvoří bezprostřední okolí každého člověka. Hovoříme-li o vlivu neuzšího prostředí a o jeho konkrétnosti, o jeho aktivitě ve vztahu k formování člověka, platí to především o rodině.*“ (Kolář, Semrád, 1983, s.46)

Kraus (2008) vidí rodinu jako nenahraditelnou instituci, nezastupitelnou při přenášení hodnot z generace na generaci. Podle autora funguje rodina jako nejvýznamnější socializační činitel, stojící na prvopočátku vývoje osobnosti.

Ze všech těchto definic můžeme vyčíst, že je rodina nejdůležitějším prvkem v životě člověka. Rodina, jako každá instituce, plní určité funkce. Kraus (2008) vymezuje tyto funkce rodiny:

- Biologickoreprodukční
- Sociálně – ekonomická

- Ochranná
- Socializačně – výchovná
- Rekreační
- Emocionální

Vzhledem k vyvíjející se celkové situaci ve společnosti, jak jsme popsali v předchozích kapitolách, i některé funkce rodiny již jen těžko zachovávají svou stabilitu. Rodina jako instituce se v čase velmi proměnila. Nukleární rodinu, tak jak ji známe z minulosti upozadily nesezdané páry, rozvedené rodiny, matky samoživitelky. Heterogenní svazky jsou někdy nahrazovány svazky homogenními. „Životní tempo, zvyšující se nároky a hlavně společensko-politická a ekonomická situace staví před rodinu nové úkoly, na které z minulosti nebyla zvyklá ani připravená.“ (Kraus, et al., 2015, s.45)

Velkou změnou pro rodiny je digitalizace a medializace. Např. výzkum z roku 2013 zaměřený na životní styl současné české rodiny (Kraus, et al., 2015) ukazuje, že alespoň jeden televizní přijímač, počítač a mobilní telefon má více než 95% respondentů. Pro dokreslení situace přidáváme aktuální tabulku ČSÚ.

Tabulka 1: „Domácnosti v ČR s vybranými informačními technologiemi 2021“ (zdroj ČSÚ)

	Počítač*		Internet		Wi-Fi router		
	v tis.	% ¹⁾	v tis.	% ¹⁾	v tis.	% ¹⁾	% ²⁾
Celkem	3 574,2	79,0	3 754,7	83,0	3 166,0	70,0	89,6
Složení domácností							
Domácnosti bez dětí celkem	2 437,3	72,9	2 584,3	77,3	2 087,3	62,4	86,8
domácnosti osob starších 65 let**	454,0	41,3	487,9	44,4	306,2	27,9	68,3
domácnosti osob mladších 40 let***	412,6	92,9	433,9	97,7	365,7	82,3	91,5
ostatní domácnosti bez dětí	1 570,7	87,1	1 662,5	92,2	1 415,4	78,5	90,9
Domácnosti s dětmi celkem	1 136,9	96,5	1 170,4	99,3	1 078,7	91,5	95,7
s 1 dítětem	607,8	97,2	622,4	99,5	577,2	92,3	96,4
s 2 a více dětmi	529,1	95,7	548,0	99,1	501,5	90,7	94,8
Velikost obce							
do 1 999 obyvatel	869,8	75,3	918,7	79,6	771,3	66,8	88,7
2 000–9 999	781,0	79,2	816,4	82,8	687,7	69,8	88,7
10 000–49 999	763,7	78,5	807,9	83,0	670,0	68,8	88,5
50 000 a více	1 159,8	82,3	1 211,7	85,9	1 037,0	73,6	91,6
Příjmová skupina							
první (nejnižší) kvintil	418,6	46,3	482,6	53,4	349,4	38,6	81,3
druhý kvintil	639,4	70,7	672,5	74,4	527,7	58,3	85,8
třetí kvintil	765,7	84,7	815,1	90,2	681,8	75,4	88,4
čtvrtý kvintil	854,1	94,5	881,4	97,5	783,7	86,7	93,3
pátý (nejvyšší) kvintil	896,5	98,8	903,1	99,6	823,5	90,8	93,7

Z uvedených dat je zřejmé, že informační technologie značně ovlivňují dnešní domácnosti. Jak vidíme v tabulce, zejména rodiny s dětmi jsou téměř všechny vybaveny počítači i internetem. Dá se předpokládat, že důvod bude i ten, že děti potřebují informační technologie mimo jiné i k přípravě do školy. Nemalou měrou k tomu přispěla i pandemie Covidu 19, kdy děti nechodily do školy a vyučování probíhalo přes počítače. Jiným důvodem také může být fakt, že mnohé matky dnes, aby se nemusely dětmi zabývat, dají jim do ruky telefon, tablet, či jim pustí počítač a děti tak tráví svůj volný čas. Digitální prostředky tak nahrazují dětem hru nebo hračku.

Jak uvádí Stašová, Slaninová, Junová (2015) pro rodiče je pořízení nových mediálních přístrojů dětem mnohdy jen potvrzením jejich sociálního statusu a pro děti je důležité držet v této oblasti krok s vrstevníky. *„často je vlastnictví nových médií, pohyb v elektronických sociálních sítích a komunikace jejich prostřednictvím základem sociální inkluze do vrstevnických skupin.* (Stašová, Slaninová, Junová, 2015, s. 24)

„Rodiče často mají pocit, že jim technologie přerůstají přes hlavu. Nejen, že jsme vyrostli v jiné době, ale připadáme si v digitálním světě jako cizinci, zvláště v porovnání se svými dětmi“ (Uhl, 2018, s. 25) Ale jak uvádějí autorky Ambrožová, Junová, Stašová (2021) *„dnešní rodiče již nemají jinou volbu, než s médii v rodině i mimo ni žít, naučit se s nimi vyrovnávat a jejich působení vzhledem k dětem správně optimalizovat.“* (Ambrožová, Junová, Stašová, 2021, s.37) Je tedy i velmi důležité, aby rodiče uměli korigovat užívání médií dětmi. Média jsou dobrým sluhou, ale často špatným pánem. V dnešní době nelze zamezit tomuto jevu, ale lze nějakým způsobem zasáhnout do času stráveného s médii, mediálního obsahu, povědomí o nebezpečí internetu apod. K tomu by mohla i v rodinách dopomoci mediální výchova, kterou zmíníme v kapitole 2.1.4 této práce.

2.1.2 Volný čas v digitalizované společnosti

Stejně jako rodinný život, se s rychlým nástupem médií změnilo i trávení volného času. Volným časem rozumíme *„část časové jednotky (dne, týdne...), ve které se jedinec může svobodně rozhodovat o sobě a o svých aktivitách na základě hodnot, zájmů, potřeb, nálad a pocitů. Je to čas, který má k dispozici pro sebe, a proto se mu také říká disponibilní čas.“* (Kolesárová, 2016, s. 60) Je to tedy čas, který člověk tráví podle svých představ.

Kraus (2015) uvádí že existují rozdíly mezi volným časem dospělých a volným časem dětí a dopívajících. Jedná se především o míru ovlivňování volného času, finanční možnosti, struktury činností, množství a rozložení během dne i týdne apod.

V posledních letech se trávení volného oproti minulosti proměnilo. Mimo jiné velký vliv na tuto situaci má medializovaná společnost. „*S nástupem informačních technologií probíhá informační revoluce....Trávení volného času dětí se postupně přesunulo z volně dostupných míst venku mimo rodinu právě do domácností samotných, především větší množství času je stráveného u médií.*“ (Kraus et al., 2015, s. 143)

Ze závěrečné zprávy z výzkumu z května 2016, kterou provedla Nadace Proměny Karla Komárka a byla zaměřena na trávení volného času dětí venku vyplývá, že děti stráví podle svých odhadů denně u různých typů médií (televize, počítače, chytré telefony, počítačové hry) v průměru 3 hodiny 29 minut (pokud přičteme, poslech hudby či rádia, tak 4 hodiny 14 minut, pokud i čtení knížky, časopisu nebo novin, pak 4 hodiny 45 minut), podle odhadu rodičů 3 hodiny 15 minut. U sociálních sítí z toho děti v průměru stráví 45 minut denně. Vliv času tráveného u médií jako je televize, počítač, chytrý telefon nebo hudební přehrávač na množství času stráveného venku potvrzují i výsledky tohoto výzkumu. Podle nich děti, které tráví více času u obrazovek, jsou v průměru o 83 minut týdně méně na zahradách a o 67 minut týdně méně v přírodě. Méně jsou i v parcích (o 15 minut). Více času jsou naopak na ulicích (o 48 minu) a na hřištích (o 30 minut). Venku je to baví méně než ostatní skupiny dětí. (Nadace Proměny, 2016)

Je tedy zřejmé, že volný čas dětí je mimo jiné poměrně závislý i na době strávené u nových technologií. Tato situace je úplně odlišná od doby, kdy média nebyla vůbec, nebo jen v omezeném množství. V té době děti trávil všechny svůj volný čas převážně venku. Ty doby jsou nenávratně pryč a je proto nutné se zaměřit zejména na to, aby volný čas dětí byl využíván co nejefektivněji. Častou alternativou jsou tzv. organizované volnočasové aktivity, mezi něž můžeme zařadit Základní umělecké školy, pravidelné kroužky, zájmová sdružení typu Sokol apod. Druhým modelem jsou neorganizované aktivity volného času muzea, zoologické zahrady, planetária apod. Patří sem také i již zmíněné mediální prostředí, ale i tam se dá trávit čas smysluplně. Logické, paměťové hry, čtení knih přes média apod. není dnes výjimkou. Jen je nutné laicky řečeno „uhlídat obsah“ mediálního

prostředí. K tomu by nám mohla dopomoci také mediální výchova, nebo i škola se svou osvětou.

2.1.3 Informační technologie ve školách

Havlík, Kořa (2002) konstatují ve své knize Sociologie výchovy a školy, že se škola v souvislosti s evolučním pohybem postupně modernizuje. Vidí ji jako sociální organismus, který sobě vlastním způsobem vytváří určitá vnitřní pravidla a je nucena se svým způsobem prezentovat sociálnímu okolí.

Škola jako socializační činitel, stejně jako rodina, by měla plnit několik základních funkcí. „Tyto funkce vymezil Kraus (2008):

- **Funkce socializační** – škola je základním instrumentem přizpůsobování nastupující generace společenským poměrům. V současnosti to vyžaduje reagovat na rychlé změny ve společnosti.
- **Funkce výchovná** – do popředí se dostávají jiné otázky než přímo vzdělávací. V této funkci je v současné době škola spíše nahraditelná jinými médii. Důraz by se měl klást na celkový osobnostní rozvoj, odklon od jednoznačné orientace pouhého předávání informací a důležitý je i trend globálního pojetí, který se projevuje integrací vyučovacích předmětů.
- **Funkce pečovatelská** – zajištění úkolů v oblasti péče o žáky, jako je uspokojování hygienických potřeb, stravování. Dříve se jednalo i o lékařská ošetření, dnes je tato péče ponechána výhradně rodině.
- **Funkce poradenská** – většinou je redukována na profesní poradenství, které obvykle zajišťují výchovní poradci z řad učitelů. Je málo škol, kde funkci zajišťuje profesionální psycholog.
- **Funkce selektivní** – do jisté míry platí, že škola funguje jako výtah, který člověka vysadí v jistém podlaží, a to podle toho, jaký stupeň a typ školy absolvuje. Svoji roli může sehrát i prestiž školy.

Dalšími funkcemi školy mohou být např. **funkce poznávací, kultivační atd.**“ (Linhartová, 2020, s.30)

S nástupem informačních technologií se proměnilo i školní prostředí. Školy musely také reagovat na vliv médií, přizpůsobit tomu i styl výuky. *„Využívání ICT, mediální, informační a digitální gramotnost, digitální kompetence, stejně jako rozvoj informačního myšlení a rychlejší zavádění nových metod do vzdělávání, to vše je v posledních letech prioritou školských politik evropských zemí, Českou republiku nevyjímaje.* (Svoboda a kol. 2020, s.15) Školní prostředí se proto přizpůsobuje rychlému rozvoji technických prostředků.

Skalková (2004) podotýká, že vhodné používání informačních technologií může výuku zkvalitnit, ale je nutné rozvíjet kritické myšlení u žáků, aby uměli správně utřídit velký rozsah informací a vytvořit si vlastní úsudek. Žáci, zvláště na základních školách, potřebují více skutečného a konkrétního života než mediální vědění z druhé ruky. To je potom úkolem rodiny a školy naučit děti, jak tyto informace získané z médií vstřebat a roztrždit, tak, aby pro sebe získali to podstatné, a to nedůležité a nesprávné dokázali z obsahu odstranit. *„Ve vyučování je nutno vytvářet podmínky pro to, aby žáci neulpívali u fragmentární empirie. Je potřebné, aby byl zajištěn včasný přechod od práce s názorným materiálem k abstrakci, zobecňování, kritickému hodnocení.* (Skalková, 2004, s. 19) Jak uvádějí J. Semrád a kol. v knize *Digitální kompetence učitelů SOŠ*, nebo také Liessmann ve své *Teorii nevzdělanosti*, moderní technologie často způsobují, že děti nerozlišují mezi informacemi a poznatkem.

Dnešní doba přinesla snahu o optimální začlenění mediálních prostředků do výuky. Žáci mohou využívat běžně v jakýchkoliv hodinách tablety, interaktivní tabule, počítače. Proto je důležité vzdělávat pedagogy v oblasti mediální gramotnosti, aby dokázali správně dětem média ve škole zprostředkovat. Aby zvládali děti naučit, jak efektivně informační prostředky využívat. Někdy je to těžké, vzhledem k tomu, že učitelé spadají do starší generace, která nová média běžně neužívala a někdy ani neužívá. Sami se často učí s informačními technologiemi teprve pracovat. Záleží potom na jednom z každých učitelů, jak se k této problematice postaví a jak je ochoten se v této oblasti dále rozvíjet. Z výzkumů, které se konaly např. na ČVUT jednoznačně vyplývá, že ani mladá generace neovládá počítače tak, jak by se předpokládalo a jak by bylo třeba. Jejich ovládní je vysoce výběrové. Nelze tedy předpokládat, že mladí učitelé vše znají.

„Má-li být informační výchova ve školách skutečně efektivní, musí probíhat v klimatu, které v žákovi vyvolává potřebu orientovat se v médiích a ve světě informací. Tomu může napomoci vedle kvalitní práce učitele a promyšlené koncepce mediální výchovy ve škole také vybavené prostředí... (Mašek a kol., 2010, s. 72). Vybavené prostředí je v některých školách problémem. Aby mohla mít škola dostatek mediálních prostředků, je nutné mít potřebné finance. A to je často právě velkým problémem. Školy se často potýkají s nedostatečným rozpočtem, proto se mnohdy stává, že nemá dostatek např. počítačů k zajištění kvalitní výuky v tomto směru. Jak uvádí Mašek a kol. (2010), toto je největší překážkou spolu se zastaralou technikou nebo nedostačujícím vybavením školní knihovny. Učitelé sami by uvítali také lepší proškolení pedagogů, nejen technické ale i metodické.

2.1.4 Mediální výchova v rodině a ve škole

Autorky Ambrožová, Junová, Stašová (2021) uvádějí že cílem mediální výchovy je zejména vytvoření tzv. komunikační kompetence a mediální gramotnosti, což znamená vytvoření určitých dovedností, znalostí, které umožňují efektivně a bezpečně média využívat. „*Mediálně gramotní lidé jsou schopni provádět informovanou volbu a chápat povahu nabízeného obsahu a služeb. Přitom jsou schopni využívat celou šíři příležitostí, kterou nové komunikační technologie využívají*“ (Ambrožová, Junová, Stašová, 2021, s.38)

Protože nejdůležitějším a prvním socializačním činitelem, který na nás působí od narození je rodina, je důležité získat alespoň minimální povědomí o informačních technologiích právě v ní. Stašová, Slaninová, Junová (2015) podotýkají, že dnešní rodina se musí naučit s médii žít, protože jejich působení nijak neunikne a z toho důvodu je i mediální výchova v dnešní technické době v rodinách zcela nevyhnutelná. Podle Ambrožové, Junové, Stašové (2021) je mediální výchova v rodině v dnešní době již vnímána jako součást širšího přístupu k výchově v rodině jako takové. Je to proces kdy si dítě osvojuje přístupy k užívání technických prostředků a selektuje svým kritickým myšlením obsah mediálního sdělení. Snahou rodičů by tedy mělo být ukázat správnou cestu k užívání digitálních technologií, umět vhodným způsobem vysvětlit nástrahy internetu, jednoduše naučit děti jak s technickými prostředky „dobře vycházet“. Je ale otázkou, zda rodina obecně může nahradit školu v zacházení s digitálními technologiemi v procesu poznávání.

Z tohoto důvodu je i škola důležitým socializačním činitelem. Ve škole najdeme vhodné prostředky, které pomohou tuto oblast dále rozvíjet. Dnes jsou hojně ve výuce mediální prostředky používány, a to zejména tzv. nová média, což jsou tablety, interaktivní tabule a počítače. Vzhledem k tomuto velkému rozšíření informačních prostředků do školního prostředí bylo nezbytné zařadit do vyučovacího procesu i mediální výchovu. Proto *„mediální výchova byla od roku 2000 zařazena do vznikajících Rámcových vzdělávacích programů a od roku 2007 je součástí kurikulární reformy.“* (Stašová, Slaninová, Junová, 2015, s. 165) Jako samostatný předmět se ale zatím vyskytuje pouze zřídka. Většinou je zařazena do výuky jiného předmětu (občanské výchovy, českého jazyka, výuky počítačů), jako volitelný předmět, v rámci projektového dne.

Mašek a kol. (2010) zaznamenali pohled na mediální výchovu očima učitelů. Zjistili, že velkým problémem je ve školách zejména nedostatek počítačů, zastaralá technika a často i špatné vybavení školních knihoven. Důležité v rozvoji mediální výchovy je podle nich také správná podpora vedení škol, dobře proškolení pedagogové a dostupné metodické i technické vybavení a to včetně např. sluchátek a jiných drobných pomůcek. Školy se ale často potýkají s nedostatkem financí, které jim brání v rozvoji v této oblasti.

„Vhodné používání informační technologie může nepochybně zefektivnit výuku. Představuje atraktivní přístup k poznatkům i dovednostem, které by nezřídka byly jinak těžko dostupné.“ (Skalková, 2004, s. 91) Ale také je důležité umět u dětí rozvíjet snahu rozdělit čas, který mají, aby ho dokázaly nejen trávit u mobilu, či počítače, ale zároveň sportovaly, tvořily, či se scházely venku se svými vrstevníky. K tomu by měla mediální výchova dopomoci. V následující kapitole nastíníme dnešní život dětí a mládeže. Život v informační společnosti, v internetovém světě.

2.2 Přes internet k životu

Jak už jsme několikrát uvedli, digitální doba přinesla velké změny v rodinách, školách, volném čase, v podstatě změnila od základů život ve společnosti. Děti, které se do této doby narodily jsou ovlivňovány jinými činiteli než starší generace. Těmi činiteli máme na mysli informační technologie nebo také tzv. nová média. Tato skutečnost posunula

společnost do nových dimenzí. Informace jsou snadněji dostupné, komunikace je rychlejší, práce snadnější, nakupování atraktivnější apod. Na druhé straně ale můžeme hovořit o tom, že rizika bývají v některých oblastech větší, pobyt na čerstvém vzduchu vzácnější a osobní kontakty často velmi omezené. Také se setkáváme s tím, že forma vítězí nad obsahem. Dvě strany mince informační společnosti. Výhody a nevýhody digitální revoluce. Jak se s tím vším poprat? Zejména u dětí a mládeže jsou tyto otázky nasnadě. Je zřejmé, že bez informačních technologií život již není možný. Jsou všude kolem nás a využíváme je, i když nejsme jejich zastánci.

„K moderním technologiím, které nejvíce proměňují náš život, patří internet. Zatímco počátkem devadesátých let „informační dálnice“ neměla u nás prakticky význam, v současnosti si velké skupiny lidí neumí již život bez internetu ani představit.“ (Sak, Saková, 2004, s. 132) Internet zkracuje vzdálenosti, propojuje světy a tím velmi ovlivňuje všechny sféry života. Zejména děti a mládež tzv. žijí přes internet.

Nejprve bychom si měli přiblížit určitá specifika internetu, potažmo virtuálního světa, jako takového. Šmahel (2003) definoval určité fenomény, které vyjadřují specifickou virtuálního prostředí:

- **Prostředí bez zábran** – větší otevřenost, redukce úzkosti, absence sankcí, sexuální narážky, možnost lži a přetvářky, pocit fyzického bezpečí, anonymita apod.
- **Prostředí odreagování a zábavy** – zábava, prostředek k odreagování, relaxaci, povyražení, děláni si legrace
- **Prostředí bez závazků**
- **Prostředí lži a přetvářky**
- **Prostředí štěstí** – bezstarostnost, uvolněná atmosféra, emoční podpora

Velkým specifickým internetového prostředí je jeho **anonymita**. Často je uváděno, že na internetu může být člověk prakticky kýmkoliv. S využitím přezdivek, skrytých identit lze zcela bez zábran sdílet či přijímat bezmezná množství internetového obsahu a šířit prakticky cokoli. Velkým rizikem v tomto ohledu je zneužívání poskytnutých údajů, tím rozšíření možnosti tzv. kyberšikany, která se mnohem hůře odhaluje právě kvůli často skryté identitě pachatele. Podle Koláře (2011) je kyberšikana jednou z forem psychické šikany. Jedná se o záměrné chování pachatele za účelem poškodit oběť prostřednictvím

moderních informačních technologií. Objevují se i další nástrahy internetového světa, jako je například velmi nebezpečný sexting, což je odesílání nebo přijímání fotek, zpráv nebo videí se sexuálním obsahem. Někteří autoři (Ševčíková a kol., Rainie, Kiesler, Ruongu, Madden, 2013) se ale domnívají, že internet neskýtá zcela anonymní prostředí. Zejména s nástupem webkamer, digitálních fotoaparátů se do jisté míry zviditelnila identita mnoha uživatelů. Rainie, Keisler, Ruongu, a Madden (2013) navíc provedli průzkum, který se týkal přímo anonymity na internetu. Mimo jiné z výsledků vyplynulo, že jen 37% dospělých dotazovaných si myslí, že internet může být anonymní a 59% respondentů naopak uvedlo, že není možné být na internetu anonymní vůbec.

A to do určité míry souvisí právě i se zmiňovaným sextingem. Hollá (2016) uvádí jako jedno z rizik sextingu tzv. subjektivní anonymitu. Podle autorky si mnozí myslí, že je virtuální prostředí zcela anonymní, ale v tomto případě je opak pravdou. Sdílený citlivý obsah se může dostat velmi rychle k dalším mnoha lidem a může být dlouhodobě dostupný a být zneužíván i s velkým časovým odstupem.

Kolář (2011) určil i další nebezpečné internetové fenomény. Patří mezi ně tzv. cyberstalking, kde tzv. stalkeri vyhledají svou oběť a zasílají jim opakovaně výhrůžné zprávy. Často je oběť nucena bát se o svou bezpečnost. Dalším fenoménem je cybergrooming. Zde pachatel manipulací dovede oběť k osobní schůzce a často dochází k fyzickému či sexuálnímu napadení oběti. Zde opět o anonymitě internetu nelze hovořit.

Jak se ukazuje internet může být „dobrý sluha, ale zlý pán“ Do jisté míry nám usnadňuje život, ale přináší i mnoho nástrah se kterými je třeba se vypořádat. Zvláště u dětí a mládeže je toto téma velmi diskutované již řadu let. Kromě již zmiňované kyberšikany a dalších fenoménů, je podle Ševčíkové a kol. (2014) zařazení dětí a mládeže do tzv. online komunit. Tyto komunity nelze jednoznačně vnímat jako škodlivé. *„Online komunity mohou být atraktivním prostředím pro jedince. Kterí jsou určitým způsobem znevýhodněni a jsou blízkým okolím odmítáni. Komunita pro ně může představovat bezpečné prostředí, které jsou jinak v offline okolím odmítány.“* (Ševčíková a kol., 2014, s. 159) Na druhou stranu však existují i takové komunity, které mohou člověka, potažmo děti a mládež negativně ovlivnit. Jedná se zejména o takové, které nabádají k sebepoškození, extremistické skupiny, komunity prezentující anorexii, drogy apod. Takové skupiny mají samozřejmě na vývoj dětí neblahý vliv a mohou je velkou měrou ohrozit.

Vzhledem k tématu naší práce nesmíme v této souvislosti opomenout uvést také herní online skupiny, které jsou v současné době pro děti a dospívající velmi atraktivní a rozšířené. Ševčíková (2014) přímo uvádí, 69 % chlapců a 49 % dívek hraje online hry s dalšími lidmi. „*Co vlastně taková počítačová hra je? Tenhle obor už má vlastní definice a struktury. Hraje se samozřejmě na počítači, čímž je myšlen stolní počítač, notebook, dnes už i tablet nebo chytrý telefon – smartphone. Můžete hrát sám, ve dvojici nebo více hráčů najednou.*“ (Pilný, Kučerová, 2014, s 173) Podle autorů lze hrát kdekoliv a v podstatě cokoliv. Ševčíková uvádí, že z výzkumů vyplývá, že „*v České republice je online hraní velmi rozšířenou aktivitou, vysoko nad Evropským průměrem.*“ (Ševčíková, 2014, s. 26) A samozřejmě mezi dětmi a mládeží obzvláště. Online herní skupiny nabízejí možnost komunikovat s kamarády, řešit společně úkoly, které jim hra nabízí. Velmi výstižně tento již běžný obrázek volného času dnešních dětí popsali autoři Pilný, Kučerová. „*Pokaždé mě udivovalo, proč se radši nesejdou všichni někde v parku, nekopou do míče a nepovídají si o holkách. Ale asi mi na téhle zábavě uniklo něco, co pozná jen opravdový hráč. Výkřiky „Střílej, střílej. Zabij ho.“ Mě však doteď přijdou trochu mimo.*“ (Pilný, Kučerová, 2014, s.175) Ale je to realita.

V této souvislosti by bylo vhodné také zmínit riziko, které z této činnosti vyplývá, a to je fakt, že počítačové hry mohou vést k podněcování agresivity. Eckertová, Dočekal (2013) uvádějí, že nevhodný obsah počítačových her může způsobit u mladších dětí problémy. Záleží na osobnostních předpokladech každého jedince. „*Existuje množství studií dokládajících, že již velmi malé děti, dokonce už roční, dokáží napodobovat to, co viděly v televizi*“ (Matoušek, Kroftová, 2003, s. 102) Proto je velmi důležité se zajímat, na co se děti dívají a co hrají za hry. Hraní počítačových her online, stejně jako další aktivity, které si představíme v následující kapitole, patří k životu mladé generace, jako dříve zmiňovaný park, kopání do míče a povídání o holkách.

Shrnutí

V předchozí kapitole diplomové práce jsme se zaměřili na fenomény dnešní doby v kontextu moderních technologií. Představili jsme si, jak se změnilo dětství a dopívání s nástupem elektronických médií, jaké výhody a také nástrahy tyto proměny přinesly. Velkou měrou zasáhly do životů jednotlivců i rodin, jejich volného času, proměnily školský systém, potažmo celou infrastrukturu států. Nelze s jistotou tvrdit, že by tato změna měla pouze pozitivní či pouze negativní účinky na fungování společnosti. Média a s nimi související fenomény jsou zajisté velkým pomocníkem v mnoha oblastech života. Leckdy už si nelze bez nich život představit. Na druhou stranu mohou mít i neblahý vliv na člověka a poskytují mnoho prostoru k zamyšlení nad tím, jak nejlépe zajistit co největší bezpečnost při jejich využívání. K tomu nám může posloužit mediální výchova, kterou jsme také v kapitole popsali. Bohužel i zde ovšem narážíme na fakt, že je zatím mediální výchova tzv. „v plenkách“.

Bude do budoucna nutné ji nadále rozvíjet, aby s její pomocí bylo možné efektivně působit na děti a mládež v rodinách i ve školách a tím rozvíjet větší povědomí o bezpečném užívání elektronických médií a efektivnějším využití těchto prostředků v běžném životě. Fakt, že počítač, telefon apod. není hračka, ale prostředek, který nám má pomoci ke snadnějšímu životu, není pro děti zcela běžný a také často ani přijatelný. Rozvoj mediální gramotnosti bude v budoucnu zajisté velkým úkolem vědců a lidí, kteří se touto problematikou zabývají.

3 Youtubeři a podobné fenomény jako vzory současných dětí a mládeže

Každá etapa vývoje společnosti má svoje charakteristické znaky, které můžeme označit jako fenomény, zvláštní úkazy. Proto se budeme v další části diplomové práce zabývat fenomény, jenž mají v současné době velký vliv na děti a mládež. Máme na mysli youtubery a jim podobné, kteří značnou měrou zasahují do životů dětí a často ovlivňují jejich myšlení a jednání. Již jsme se zmiňovali, jak se postoje, hodnoty a vzory časem posouvaly a měnily. Původní hodnota, kterou bylo pro dítě například plyšové zvířátko, oblíbená panenka nebo autíčko se proměnily v hodnoty, jimiž jsou mobilní telefon, tablet, počítač. Od původních vzorů, jimiž byli rodiče, učitelé, trenéři a podobně se postupně přešlo na vzory jako jsou třeba hrdinové z oblíbených filmů, např. Harry Potter, Hvězdné války a jejich Dart Wader, Aquamen apod. A právě takovými jsou i youtubeři. Ač se jedná o reálnou postavu, reálného člověka, zároveň můžeme jeho identitu označit za počítačovou. Tito lidé vystupují prostřednictvím médií a dá se říci, že jejich zaměstnáním jsou média.

Kdo jsou tedy youtubeři? Petr Sak (rukopis) uvádí, že to jsou *„většinou mladí lidé či dokonce děti, tedy vrstevníci, kteří přidávají na server YouTube svoje videa, v kterých prezentují*

především sami sebe, svůj život, svoje názory na aktuální téma ...“ Autoři odborného článku s názvem „You Tubers videos and the construction of adolescent identity“ (2018) se domnívají že youtubeři jsou mladými lidmi vnímáni často jako vrstevníci, a to právě proto, že jim jsou blízcí tím, že vykazují podobné rysy, jako jsou věk, jazyk, kultura, sociální kontext. Často je důležitým prvkem podle autorů také vzájemná interakce – možnost „lajků“ ze strany sledujících, a naopak i odpovědi od youtuberů, kteří se tak jeví jako přátelští a přístupní. (Pérez-torres, Pastor-ruiz, Ben-boubaker, 2018) Sak (...) podobně uvádí, že *„Youtubeři, povětšinou nezralí pubescenti a adolescenti, jsou pro své vrstevníky vzorem. Formující se mladá generace místo přijímání stimulů ke svému rozvoji je utvrzována ve virtuální sociabilitě sdílení, lajků a nápodoby.“* Děti se tak často ztotožňují s youtuberem, kterého sledují a často přejímají i jeho názory a postoje. Youtuber je v tomto případě velkým vzorem pro děti a mládež a svým jednáním často velmi silně ovlivňuje jejich konání.

V předchozím odstavci jsme zmínili kanál YouTube. Jedná se o server, kam youtubeři vkládají svá videa. *„Za zrodem YouTube stojí trojice tehdejších zaměstnanců firmy Paypal, Američan Chad Hurley, narozen 1977, absolvent Indianské University v Pennsylvanii, Číňan Steve Chen, narozen roku 1978 a Němec Jawed Karim, narozen v roce 1979, oba absolventi oboru počítačové vědy na Illinoiské univerzitě. 14. února 2005 dochází k registraci domény YouTube.com.“* (Voců, Ikaros.cz, 2011) První video bylo na stránky nahráno 23. dubna téhož roku. Jmenovalo se „Me at the Zoo“ a na stránky ho vložil jeden ze zakladatelů Jawed Karim. Nahrávka je dlouhá necelých dvacet sekund a je stále možné ji přehrát. (ČT24, 2015)

Původně byla platforma zaměřena zejména na sdílení domácích videí. V současnosti na YouTube najdeme hudební videoklipy, filmy, vzdělávací videa apod., které sledují miliardy uživatelů internetu na celém světě. Postupně se ze zcela amatérské platformy stala velmi rozšířeným fenoménem a specifickým světem youtuberů. (Vacek a kol., 2018) *„Témat o kterých lze natáčet je nespočet. Například móda, kosmetika, zábava, knihy jídlo a stále vznikají témata nová... YouTube měl v roce 2015 dvě miliardy přístupů denně a každou minutou uživatelé nahráli 300 hodin nových videí. YouTube je tak po internetovém vyhledávači Google druhou nejnavštěvovanější webovou službou světa.“* (Vacek a kol., 2018, s. 23)

Kanál YouTube může být považován za nejsledovanější televizi pro děti a mládež. Témata videí jsou různorodá a také někteří autoři rozlišují youtubery podle propagovaného obsahu. Například **„Blogeři“** respektive **„Vloggeři“** vytvářejí videa na různá témata v pravidelných intervalech a udržují trvalou interakci se svým publikem. **„Let's playeři“** hrají a komentují počítačové a jiné hry a vyzývají sledující k jejich hraní. Velmi rozšířené, hlavně mezi mladými ženami, jsou tzv. **„Influencerky“** neboli **„Beauty youtuberky“**, které natáčí videonávody s tipy na kosmetické přípravky, líčení, módní oblečení a v neposlední řadě i cvičení. Jsou většinou špičkou ledovce. Setkávají se se svými fanoušky, mají své agentury. **„Pranksteři“** vytvářejí vtipky s cílem nachytat diváky. (CZ.NIC, Sak...)

Youtubery nenajdeme v současné době pouze na platformě YouTube. Velkým fenoménem, kde se youtubeři prezentují je i Instagram. Vacek (2018) uvádí, že *„jde o rychlejší a snazší*

způsob, jak se prezentovat a komunikovat se sledovateli,“ Proto je Instagram hojně využívaný zejména Influencery.

3.1 Chci být youtuber

„Mladí lidé se dobře ztotožňují s YouTubery, protože je považují za rovnocenné. Jsou to stejně staří (i když to není vždy pravda) a smyšlející lidé, kteří začali doma točit videa a točí o tématech, která jim přijdou relevantní. Svůj obdiv si získali díky talentu, kreativitě a schopnosti upoutat pozornost bavit ostatní, což adolescenti velmi oceňují“ (Dvořák, 2017. s. 22) A nejen oceňují, ale spousta z nich by chtěli být jako ten jejich oblíbený youtuber. Otázkou zůstává: Proč se mladí lidé uzavírají do světa youtuberů, paralelního světa? Proč youtubery tak oslavují? Tento fenomén dnešní doby je zajímavý tím, že mnoho z mladých lidí operuje s vidinou nespočtu „lajků“ a velkých výdělků. To v dnešní době není pro některé z mladých lidí zcela nereálná představa. To i z toho důvodu, že v České republice byla otevřena první střední škola pro youtubery a hráče e-sportů. Škola má ovšem velmi omezenou kapacitu a z hlediska toho, že se jedná o školu soukromou, je nutné počítat s vyšší částkou na školné. (Zajac, IDNES, 2021) Ale u nás „nezasvěcených“ vytane v této souvislosti na mysli otázka: „Budeme mít nakonec i školu ala Bradavice?“

Drtivá většina mladých lidí však z obligátních důvodů zůstane pouze u svých snů a přání. Sledují své oblíbené youtubery a často se je snaží napodobit. Typické v této souvislosti, je užívání zkratk v běžné mluvené řeči, či při psaní zpráv. Někdy je velmi náročné danou zprávu rozšifrovat. Většinou se jedná o zkratky anglických slov a slovních spojení. Například:

- BFF – Best Friend Forever – nejlepší přítel stále
- MYSM – Miss You So Much – moc mi chybíš
- OMG – Oh My God – proboha
- LOL – Laughing Out Loud – opravdu se hodně směju
- AFAIK – As Far As I Know – jestli se nepletu
- PLS – Please – prosím
- THX – Thanks – děkuji, apod.

Mladí lidé podporují svého oblíbeného youtubera přidáváním tzv. „lajků“ pod jeho příspěvky. Čím více zmiňovaných lajků a odběratelů youtuber má, tím více je úspěšný. Podle úspěšnosti, tedy podle počtu odběratelů nebo také průměrných výdělků, jsou zveřejňovány žebříčky nejsledovanějších a nejlépe placených youtuberů, průběžně upravované podle aktuální situace.

„Nezaháleli a bez váhání naskočili na vlnu, která je vynesla až na vrchol. Jsou mladí, hezcí, šikovní a žijí svůj sen. Hobby se jim stalo více než dobře placeným džobem. Kdo jsou nejúspěšnější čeští youtubeři a v čem si vedou nejlépe?“ To je téma článku autorky Nicole Škorpilové zveřejněného 25. 1. 2023 na webu Webživě.cz. V současné době nejaktuálnější přehledový článek.

Tabulka č 2: „Youtubeři a jejich výdělky“ (zdroj: <https://www.webzive.cz>)

Youtubeři a jejich výdělky		
	YouTube kanál	Roční výdělek (2022)
1	FIZIstyle	20 mil. korun
2	Batrix	19 mil. korun
3	Tary	14 mil. korun
4	Agraelus	13 mil. korun
5	MenT	12 mil. korun
6	Xnapy	12 mil. korun
7	Erik Meldik	9 mil. korun
8	Kovy	7 mil. korun
9	Veronika Biasol	6,5 mil. korun
10	Anna Sulc	6 mil. korun

Tabulka nám ukazuje deset nejlépe placených youtuberů v České republice za rok 2022. Z údajů je zřejmé, že výdělky dosahují závratných rozměrů, proto není divu, že se děti chtějí youtubery stát a takovéto částky vydělávat. A jak vlastně tyto částky vydělávají? Z velké většiny spoluprací s různými firmami, nabízením jejich produktů, reklamou, prodejem svého „merche“, což je zboží se značkou daného youtubera apod. „Čepice,

mikiny, trička, zkrátka co vás jen napadne. Merchandising k youtuberům a obecně showbyznysu tak nějak patří. Pro mnohé z hvězd YouTube jde dokonce o jeden z hlavních zdrojů výdělků.“ (www.webzive.cz)

Z výzkumu P. Vacka a kol. (2018) vyplynulo že „žáci základní školy jsou technicky a dovednostně vybaveni tak, že 38% si již vyzkoušelo vytvářet vlastní video a 16% našlo odvalu jej umístit na YouTube.“ (Vacek a kol., 2018, s. 73) P. Dvořák (2017) ve své diplomové práci zkoumal pomocí dotazníků 369 respondentů mezi 10 a 16 rokem věku. Z dat vyplynulo, že 57,3% z tohoto vzorku dětí a mládeže se již pokoušelo stát se youtuberem či youtuberkou.

V následující tabulce uvidíme žebříček deseti youtuberů v České republice, kteří v roce 2022 získali nejvíce sledování nebo také můžeme říci, nejvíce odběratelů.

Tabulka č. 3: „Youtubeři a jejich odběratelé“ (zdroj: <https://www.webzive.cz>)

Youtubeři a jejich odběratelé		
	YouTube kanál	Počet odběratelů
1	Batrix	1,5 mil. ve světě, 871 tis. v Čechách
2	MenT	1,4 mil. + 393 tis.
3	Tary	1,1 mil.
4	Kovy	919 tis.
5	Agraelus	630 tis. + 198 tis.
6	FIZIstyle	821 tisíc
7	Anna Sulc	485 tis.
8	Erik Meldik	415 tis. + 144 tis.
9	Xnapy	104 tis.
10	Veronika Biasiol	98,5 tis.

Výzkum P. Vacka (2018) ukázal, že nejvíce pozornosti respondenti věnují let's play videím, jsou to videa, kde youtuber hraje počítačovou hru a komentuje průběh hraní, dále videím typu challenge, to jsou online výzvy a třetí místo zaujímají vlogy, což je zkrácené

vyjádření pro video blog. Jedná se tedy o web, kde se místo textu, který je známý z bloku, objevuje video obsah. Podle autora jsou genderové rozdíly ve sledování videí. Chlapci preferují již zmíněný gaming, reakční videa a děvčata beauty videa, tedy videa zaměřená na krásu a péči o zevnějšek. Vyrovnaná čísla najdeme u obou pohlaví u vlogů.

Určitá část youtuberů získává své odběratele i na kanálu TikTok, jako např. Erik Meldik nebo Anna Sulc, někteří působí na Instagramu, např. MenT, Kovy apod., jiní ovládají Twitch.tv, např. Agraelus se svými streamy. Youtubery najdeme i ve filmu, v televizních pořadech jako moderátory, Kovy působil například také jako dabér v animovaném filmu, vydal knihu o své kariéře youtubera s názvem Kovy. (www.webzive.cz) Jistě bychom našli i další oblasti jejich uplatnění.

3.2 Youtuberi versus vrstevníci

V předchozích kapitolách jsme popsali vliv youtuberů na dnešní děti a mládež. Primární působení však připisujeme zejména rodině, kde dnes vidáme často velké odcizení. Rodiče jsou zaměstnaní většinou oba a nemají na děti tolik času, výchova se posunula jakob do jiných dimenzí. Dále je primárním socializačním činitelem škola a také vrstevnické skupiny. Vrstevníci jsou důležitou součástí života dětí a mládeže. *Vrstevnické skupiny představují přirozenou formu života dětí a mládeže. Jsou to skupiny, které charakterizuje věková, ale také názorová blízkost, z níž vyplývá souhlasné jednání.*“ (Kraus, 2008, s. 88) Autor dále uvádí, že vrstevnické skupiny jsou často skupinami referenčními, tzn. skupinami kde si mladý člověk přeje být a identifikuje se s nimi a probíhá zde proces socializace.

Dříve jsme vidali venku party mladých lidí ve vzájemné interakci. Scházeli se na předem domluveném místě v předem domluvený čas a zabývali se různými aktivitami. Hráli hry, sportovali nebo jen tak posedávali a povídali si, jejich středem pozornosti byl mnohdy oblíbený zpěvák, kapela, sportovec apod. Dnes je tento obrázek mnohdy vzácný. Pokud už takovou partu potkáme, většinou vidíme všechny její členy s mobilním telefonem v ruce. Dívky často řeší módu, líčení, chlapci online hry. Komunikace mezi těmito vrstevníky probíhá spíše online, než tváří v tvář. A to i doma, kdy děti sedí u počítačů a tabletů a

komunikují s kamarády přes média, komentují průběh právě hrané hry, či poslouchají svého oblíbeného youtubera.

Dalo by se říci, že interakce mezi vrstevníky není tak intimní jako dříve. Děti často nespojuje vzájemné sportování, či oblíbený zpěvák, ale spíše právě hraná hra, sdílená videa apod. *„Internet je úžasný nástroj na to, abychom zůstávali v kontaktu se starými přáteli a poznávali nové lidi, kteří sdílejí naše zájmy a cíle.“* (McCarthy, 2013, s. 220) Mladí lidé tak se svými vrstevníky na internetu sdílejí mnohem více, než v běžné interakci. Anonymita dává více prostoru k vyjádření pocitů, přání, snadněji můžeme sdílet své životní zážitky. *„Problém je v tom, že lidé, kteří nabízejí pomoc, nejsou vždy těmi, za koho se vydávají. „Dospívající“ kamarád, se kterým si opravdu můžete promluvit o svém životě, možná ani není dospívající“* (McCarthy, 2013, s.220) Je tedy velmi důležitá osvěta v této oblasti. Vznikají často velké problémy, které si původně dítě ani neuvědomí. Je tedy důležité děti naučit bezpečně se na internetu chovat.

Je tedy důležité děti naučit bezpečně se na internetu chovat. Kamarádi dětí jsou velkou devizou ke kvalitnímu prožití dětství. Sdílení svých pocitů, zážitků s „pravým“ kamarádem je velmi důležité. Pokud je dítě členem nějaké vrstevnické skupiny je dost pravděpodobné, že se naučí uplatnit se mezi vrstevníky, relativní nezávislosti na dospělých, podpořit své zájmy v kruhu svých vrstevníků. (Kraus, 2008)

Z výše uvedených informací vyplývá fakt, že reálný přítel je vždy lepší, než vysněný internetový kamarád. Ač se může zdát, že online prostředí nám skýtá více uplatnění, životního štěstí, ve většině případů to tak není. Pokud si dítě může vybrat mezi kyber přítelem například i ve formě oblíbeného youtubera, nebo reálným kamarádem „z masa a kostí“, je jistě přijatelnější, pokud bude v přímé interakci s kamarádem ze třídy, kroužku či ze sousedství.

Shrnutí:

Ve výše uvedené kapitole naší diplomové práce jsme představili fenomény dnešní doby - youtubery. Z textu vyplývá jejich velký vliv na dnešní děti a mládež. Děti často dají přednost oblíbenému youtuberovi před svými vrstevníky. Fascinuje je zejména online

realita, věková blízkost, vyhraněné názory. Děti často žijí snem, že jednou se stanou také slavnými s velkými výdělky. V diplomové práci jsme ukázali, že někteří youtubeři jsou opravdu slavní a mají pohádkové výdělky. Ale samozřejmě je to jen hrstka vyvolených, kteří se v tomto oboru proslavili. Vydali se správným směrem a jejich kariéra se vydařila. Velká spousta dětí a mládeže zkouší natáčet videa a vystavovat je na YouTube, či jiných platformách. Ani obrázek dnešních dětí sedících u počítače, tabletu, či telefonu a sledujícího svého oblíbeného youtubera není dnes ničím zvláštním. Se zaujetím sledují svého oblíbeného „gamera“, který jim s radostí ukazuje, jak hrát oblíbenou hru. Dívky zase obdivují „beauty“ kanál, kde jejich influencerka předvádí nejnovější styly líčení, oblečení a doporučuje fantastické výrobky, které si určitě musí koupit, aby byly „in“. To je obraz dnešní doby. Bez tohoto vyžití si mnoho mladých lidí neumí představit volný čas. Bez „kamaráda“ youtubera, který se mnou bude všude a vždy mi dobře poradí.

Děti a mládež často i v kruhu svých kamarádů, například v parku, třímá v ruce mobilní telefon a mezi sebou komunikují pouze vzácně. Pokud ano, často je jejich předmětem hovoru právě oblíbený youtuber, či jím doporučená hra, výrobek, nebo nejnovější video, ve kterém dokázal někoho napálit. Tato zábava je náplní volného času většiny dětí a mládeže v dnešní době. Do jaké míry se děti s youtubery ztotožňují, jak hodně vyplňují jejich volný čas, zda je upřednostňují před svými vrstevníky se pokusíme přiblížit v praktické části této diplomové práce.

4 Empirické šetření a prezentace výsledků

4.1 Teoretická východiska

Z teoretické analýzy sledovaného problému nám vyplynulo, že youtubeři jsou dnes důležitou součástí života dětí a mládeže. Vše souvisí ve velké míře s digitalizací společnosti. Velký vliv na tento jev, potažmo na nové fungování celé společnosti má několik faktorů a událostí, kterými společnost prošla. Máme na mysli globalizační procesy, jenž spojily světy ve všech sférách života lidí. V této souvislosti bychom mohli hovořit o určité nepřipravenosti lidí na nové podněty, které se vlivem globalizace velmi rychle rozšířily. Kromě přijímání prvků nových kultur do životů následkem otevření hranic, rozvolnění morálních hodnot, velkého důrazu na ekonomický růst, vedl nástup globalizace společně s postmoderním myšlením k právě zmíněnému rychlému rozšíření digitalizace celé společnosti.

Nové technologie začaly zasahovat do všech oblastí života včetně rodin a často změnil i jejich fungování. I celkový vzhled rodin se proměnil. Více se setkáváme s rodinami neúplnými, nebo jsou oba rodiče natolik zaměstnaní, že na své děti mají méně času. A to se promítlo do trávení volného času rodičů a dětí. Jak jsme v diplomové práci uváděli, děti tráví svůj volný čas často sami s digitálními technologiemi. To je potom svázáno se sledováním oblíbených youtuberů a jejich příspěvků. Zde najdeme také klíč k útěku do virtuální reality, stejně jako přeceňování digitálních technologií společností.

Velmi účinným nástrojem k řešení těchto záležitostí by mohla být mediální výchova, a to jak ve školách, tak i v rodinách. Co se týká škol, již nějaké náznaky mediální výchovy sledujeme, a to zejména v kontextu volitelných předmětů, projektových hodin apod. V rodinách bohužel s mediální výchovou zatím nebylo počítáno. Děti ovládají digitální technologie často lépe než jejich rodiče, a to z toho důvodu, že jsou v tomto ohledu tzv. digitálními domorodci, to znamená, že se do digitální doby již narodily a vyrůstaly s nimi. Oproti tomu rodiče se ve většině případů museli s médii učit zacházet. Proto je pro ně často těžké se s dětmi v tomto měřit.

Hodnoty a vzory dětí se v průběhu času v důsledku digitalizace proměnily. Dnes je pro ně důležitá internetová komunikace i mezi vrstevníky. Často spolu komunikují prostřednictvím právě hrané hry, nebo předmětem jejich hovoru je oblíbený youtuber, který je pro ně již zmiňovaným vzorem. Chtěli by být jako on, dělat co on. Mnoho dětí a mladých lidí již také natočilo nějaké video a zveřejnilo na některé z platforem. Kupují si předměty a oblečení s logem svého oblíbeného youtubera. Je to zábava, kterou by si starší generace neuměly představit a často ani nyní toto jednání nechápu. Je proto důležité, aby rodiče se svými dětmi mluvily o tom, co se jim líbí, proč to sledují, aby se přiblížili k myšlení svých dětí. Také pedagog by se měl o tuto problematiku alespoň okrajově zajímat. Pro některé děti je tato zábava velmi důležitá, stejně jako pro starší generace byl například fotbalový zápas, či jízda na kole s kamarády.

4.2 Cíl empirického šetření a výzkumné otázky

Na základě stanoveného vědeckovýzkumného problému, cíle diplomové práce a ústřední výzkumné otázky se v empirickém šetření zaměřujeme na to jaké jsou dominantní vzory dnešních dětí a mládeže pohledem dětí páté až osmé třídy základních škol a proč.

Dílčí cíle:

1. Zjistit, jaké typy youtuberů jsou mezi dětmi nejvíce rozšířené.
2. Zjistit, jak a do jaké míry ovlivňují youtubeři a podobné fenomény dnešní děti a proč.
3. Zjistit, jak jinak děti tráví volný čas, zda jsou dominantní digitální technologie.
4. Zjistit, zda je vliv youtuberů na děti větší než vliv jejich vrstevníků.

Z dílčích cílů nám vyplynuly i následující úkoly ve formě dílčích výzkumných otázek 1, 2, 3, 4 a 5

Dílčí výzkumná otázka 1 (DVO1): Jaké typy youtuberů jsou mezi dětmi nejvíce rozšířené?

Tazatelské otázky pro děti:

- 1) Řekneš mi, jakého youtubera rád sleduješ?
- 2) Co ten youtuber přesně dělá?
- 3) Kam nahrává svá videa?

Dílčí výzkumná otázka 2 (DVO2): Jakým způsobem a proč ovlivňují youtubeři dnešní děti?

Tazatelské otázky pro děti:

- 1) Na čem nejvíce sleduješ svého oblíbeného youtubera?
- 2) Co se ti líbí na tom, co on dělá?
- 3) Koupil sis někdy něco od svého oblíbeného youtubera, nebo na jeho doporučení?
- 4) Ty sám jsi někdy už také natočil a nahrál někam nějaké video?

Dílčí výzkumná otázka 3 (DVO3): Do jaké míry ovlivňují youtubeři dnešní děti?

Tazatelské otázky pro děti:

- 1) Jak často sleduješ svého oblíbeného youtubera?
- 2) Kdy ho nejvíce sleduješ?
- 3) Jak dlouho ho vydržíš sledovat?

Dílčí výzkumná otázka 4 (DVO4): Tráví děti volný čas i jiným způsobem?

Tazatelské otázka pro děti:

- 1) Co jiného děláš ve svém volném čase, než sledování youtuberů?
- 2) Kolik času této činnosti věnuješ?

Dílčí výzkumná otázka 5 (DVO5): Je vliv youtuberů na děti větší, než vliv jejich vrstevníků?

Tazatelské otázky pro děti:

- 1) Chodíš ven s kamarády?

- 2) Jak často s nimi chodíš ven?
- 3) Co s kamarády nejraději děláte?
- 4) O čem si s kamarády nejvíce povídáte?
- 5) Věříš svým kamarádům?

4.3 Kvalitativní metody empirického šetření a způsob zpracování dat

V této diplomové práci jsme vedle analýzy dostupných zdrojů v její teoretické části použili pro část empirickou metodu polostrukturovaného rozhovoru, a to zejména z důvodu ucelenějšího uchopení vybraného tématu a jeho hlubšího prozkoumání.

„Metoda rozhovoru je charakterizována především přímou sociální interakcí. Právě odtud vyplývají její významné možnosti. Navázání osobního kontaktu usnadňuje hlouběji proniknout do motivů a postojů respondentů. Je pružná, dá se přizpůsobit zvláštnostem různých situací, slouží k hlubšímu objasnění kontextu a důvodů odpovědi.“ (Skalková, 1983, s. 92) Autorka dále uvádí, že pomocí přímého rozhovoru lze lépe navodit sblížení s dotazovanou osobou, usměrnit interakci správným směrem a zachytit i vnější reakce dotazovaného.

Polostrukturovaný rozhovor vychází podle Švaříčka, Šed'ové (2007) z předem připraveného seznamu témat a otázek. Na kvalitě získaných dat se projeví, pokud není rozhovor s pečlivostí připraven. Z tohoto důvodu jsme otázky předem definovali a připravili pro respondenty z řad žáků základní školy, aby pro ně byly srozumitelné. Miovský (2006) představuje metodu polostrukturovaného rozhovoru jako zřejmě nejrozšířenější podobu metody rozhovoru, avšak také podle autora vyžaduje poněkud náročnější přípravu. Je nutné vytvořit si jakési schéma, které nám definuje okruhy otázek, které budeme respondentům pokládat.

K našemu účelu jsme pro vytváření schématu polostrukturovaného rozhovoru využili tzv. pyramidový model, *„kde je základní výzkumná otázka nejprve rozložena na specifické výzkumné otázky a tyto specifické otázky jsou potom dále rozloženy do otázek tazatelských.“* (Švaříček, Šed'ová, 2007, s. 166) Autoři také uvádějí, že účelem této přípravy je ujasnit si, na co se chci plát a proč.

Pro náš rozhovor jsme využili otázky otevřené, kdy mohou respondenti podat vysvětlení svých odpovědí, mohou respondenta stimulovat k vyprávění, a to způsobem připomínajícím běžný rozhovor mezi dvěma lidmi. (Švaříček, Šed'ová, 2007) Vzhledem k věku respondentů se nám při rozhovorech stávalo, že na některé otázky odpovídali jednoslovně. V takovém případě jsme využili doplňujících otázek k dosažení kýženého cíle. Dále jsme se v rozhovorech zaměřili na otázky přímé, které se podle Svobody in Miovský (1999) umožňují zeptat respondenta na daný jev přímo a bez dalšího skrývání toho, co nás zajímá.

V menší míře jsme v některých rozhovorech užili i otázek navazujících. Ty jsou využívány hlavně tam, kde se tazatel „ *při kladení hlavních otázek snaží pochopit význam řečeného a klade jedinci dodatečné otázky, které jsou zaměřeny na specifická témata a myšlenky.*“ (Švaříček, Šed'ová, 2007, s. 168)

4.4 Organizace empirického šetření

Rozhovory byly prováděny ve druhém a třetím kvartálu roku 2022.

Získané rozhovory byly nahrávány, poté doslovně přepsány a podrobeny metodě otevřeného kódování. „*Kódování obecně představuje operace, pomocí nichž jsou údaje rozebrány, konceptualizovány a složeny novým způsobem. Při otevřeném kódování je text jako sekvence rozbit na jednotky, těmto jednotkám jsou přidělena jména a s takto nově pojmenovanými (označenými) fragmenty textu potom výzkumník dále pracuje.*“ (Švaříček, Šed'ová, 2007, s. 211) Vzhledem k užití metodě pyramidového systému otázek nebylo v našem případě složité v určité části textu vytyčit kódy. Děti se obvykle v určitých pasážích opakovaly a odpovídaly podobným způsobem.

Kódy patřící podobnému jevu jsme poté rozdělili do tzv. kategorií. Miovský (2006) popisuje kategorie jako třídu pojmů, jenž vzniká vzájemným porovnáváním a tříděním určitých významových jednotek a v nich obsažených pojmů. Naším úkolem je zjistit, zda náleží či nenáleží dalšímu podobnému jevu. Jednotlivé kategorie poté pojmenováváme originálními názvy. Vhodné jsou i slangové výrazy užitých respondenty při rozhovoru pro

vyšší autentičnost údajů. My jsme z kódů vytvořili devět kategorií, které jsme pojmenovali patřičnými názvy.

„Pojmy a kategorie jsou vytvářeny na základě materiálu. Tak dochází ke tvorbě něčeho nového, v mnoha případech nepředpokládaného a překvapujícího. Tím novým, co v průběhu otevřeného kódování vzniká, je sada pojmů, kategorií a konceptů, které jsou následně seskupovány podle podobnosti, a tak se buduje základ pro jejich další „síťování“, definování vztahů a závislosti mezi nimi.“ (Švaříček, Šed'ová, 2007, s. 222)

Postup kategorizace dat, který autoři výše popisují, jsme využili v naší diplomové práci. Přehled jednotlivých kódů a kategorií uvádíme v dalších kapitolách práce.

4.5 Charakteristika respondentů

Při výběru respondentů jsme využili metodu záměrného výběru, což znamená, že na základě určitého kritéria cíleně vyhledáváme ty jedince, kteří toto kritérium splňují a jsou zároveň ochotni se výzkumu účastnit. (Miovský, 2006) Pro účel našeho výzkumu bylo osloveno 21 žáků pátých až osmých tříd základní školy. Rozhovor bylo ochotno poskytnout patnáct dětí. Proto máme k dispozici pro empirickou část diplomové práce celkem 15 rozhovorů. Respondenti jsou žáci pátých až osmých tříd základních škol ze čtyř vybraných škol Pardubického kraje. Dvě školy byly vesnického typu a dvě školy městské.

Pro zachování anonymity jsme jednotlivým subjektům dotazování přiřadili náhodně písmena, tedy v našem případě respondenti A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, N a O. V textu nebude přihlíženo k pohlaví respondentů.

- Respondent A – žák 7. třídy základní školy vesnického typu, záliby: počítač, jízda na kole
- Respondent B – žák 6. třídy základní školy vesnického typu, záliby: hraní počítačových her, fotbal
- Respondent C – žákyně 6. třídy základní školy ve městě, záliby: hudba, tancování
- Respondent D – žákyně 6. třídy základní školy vesnického typu: záliby: hudba, tancování

- Respondent D – žákyně 6. třídy základní školy vesnického typu: záliby: hudba, tancování
- Respondent E – žák 7. třídy základní školy ve městě, záliby: hraní her na tabletu, skateboard
- Respondent F – žák 5. třídy základní školy ve městě, záliby: počítač
- Respondent G – žák 5. třídy základní školy ve městě, záliby: hraní počítačových her, koloběžka
- Respondent H – žák 6. třídy základní školy ve městě, záliby: hraní her na telefonu, sledování videí
- Respondent I – žákyně 6. třídy základní školy vesnického typu, záliby: zpívání, líčení
- Respondent J – žák 8. třídy základní školy vesnického typu, záliby: hraní počítačových her, sledování videí, fotbal
- Respondent K – žák 7. třídy základní školy vesnického typu, záliby: hraní her na telefonu, florbal, judo
- Respondent L – žákyně 7. třídy základní školy ve městě, záliby: nakupování s kamarádkami, mažoretky
- Respondent M – žák 8. třídy základní školy ve městě, záliby: hraní strategických her na počítači, sledování videí, fotbal, hasiči
- Respondent N – žák 5. třídy základní školy ve městě, záliby: hraní Minecraftu, fotbal, judo
- Respondent O – žák 6. třídy základní školy ve městě, záliby: hraní her na tabletu, plavání, pes

Všichni dotazovaní respondenti byli ujisti o anonymitě. Vzhledem k věku respondentů jsme požádali jejich rodiče o podepsání informovaného souhlasu s poskytnutím rozhovoru. Všichni souhlasili s nahráváním rozhovoru pro účely dalšího zpracování a zároveň vyjádřili také souhlas se zpracováním údajů z rozhovorů za účelem jejich vyhodnocení.

4.6 Analýza výsledků empirického šetření

Uskutečněné rozhovory jsme přepsali a podrobili otevřenému kódování. Kódy, které byly podobného či stejného významu, jsme následně rozdělili do kategorií. V tomto duchu bylo vytvořeno devět kategorií. V rámci dalšího zpracování jsme následně v textu využili přímých citací respondentů.

Kategorie 1: Kdo vlastně je?

Kategorie 2: Sleduju tě z...

Kategorie 3: Líbí se mi

Kategorie 4: Mám tvůj merch

Kategorie 5: Točil jsem sám

Kategorie 6: Velké sledování

Kategorie 7: Dělam i jiné věci

Kategorie 8: Kámoši a Já

Kategorie 9: Kámoš versus youtuber

První kategorie je zaměřena na povědomí o youtuberech u dětí a navazuje svým významem na DVO 1 „Jaké typy youtuberů jsou mezi dětmi nejvíce rozšířené?“

Kategorie 1: Kdo vlastně je?

Kódy:

- Hry
- Videa
- Natáčení
- Hraní
- Vtipy
- Challenge
- Youtube

V této kategorii vlastně zdůrazňujeme, jaký přehled o youtuberech děti mají a na jaký typ videí se zaměřují. Odpovědi se v mnohém shodovaly. V textu se objevovala často stejná jména jako Agraelus, Haus, Fizey, Anna Šulc, Pedro, Tary, Rider, ale několik respondentů uvedlo i jména méně známých youtuberů, například Nakashi, Trospy. V deseti případech respondenti uvedli více oblíbených youtuberů než jednoho. Většinou se však jednalo o youtubery, kteří natáčí podobný typ videí. **Respondent H** přesně uvedl „*tak to jsou youtubeři, který hrajou hry a natáčeji to*“, podobně **respondent M** „*oba jsou Let'splayeři, jakože komentují hry.*“

Na to navážeme tím, jaké youtubery děti preferují. Ve velké většině se v odpovědích objevily typy videí Let'splay, a to v osmi případech. Například **Respondent N** uvedl „*natáčí Minecraft a hraje ho*“, ve čtyřech případech se objevili vlogeri, respektive vlogerky. **Respondent C** stejně tak i **respondent D** shodně uvedli „*točí vlogy*“. Na mou otázku, co to přesně znamená mi **respondent C** odpověděl „*natáčí svůj den, co přesně ten den dělá*“ Další čtyři respondenti dávají přednost videím typu challenge. Tady nám **respondent O** řekl „*natáčí challenge, výzvy, jakože šlápne na špatný, křehký dřevo, pak spadne do bazénu, kterej je ledovej*“ Ve dvou případech se objevila i vtipná videa, a byli jmenováni influenceři, také ve dvou případech.

Všichni jmenovaní youtubeři podle respondentů nahrávají svá videa na platformu Youtube a někteří je zveřejňují na Instagramu a Tiktoku. **Respondent A** přímo řekl: „*nahrává videa na Youtube a taky na Instagram a tam ho sleduju*“ a **respondent C** odpověděl na otázku Kam nahrává svá videa? „*Na Youtube a ještě taky ji můžu sledovat na Tiktoku.*“

Další čtyři kategorie navazují svým významem na DVO 2 „Jakým způsobem a proč ovlivňují youtubeři dnešní děti?“ Toto rozdělení na více kategorií má za účel podrobněji prozkoumat vliv youtuberů na děti, a to je pro naše výzkumné účely jedna z klíčových otázek.

Kategorie 2: Sleduji tě z...

Kódy:

- Mobil
- Telefon
- Počítač

- Tablet

Tato kategorie má za úkol nám poukázat na to, na kterém zařízení děti nejvíce své oblíbené youtubery sledují. Lze z toho usoudit zejména to, zda jsou se svým zařízením mobilní a mohou sledovat videa v podstatě kdekoliv a kdykoliv. Ukázalo se, že nejvíce dětí, tedy 11, sleduje oblíbená videa převážně na mobilním telefonu. **Respondent C** například uvedl „nejvíce na telefonu, ten mám pořád s sebou“, také **respondent K** odpověděl: „na mobilu nejvíce“.

U tří respondentů jsme získali informaci, že sledují videa na tabletu, jako například **respondent L** odpověděl: „Koukám hlavně na tabletu“. Pouze jeden z respondentů uvedl: „Teď koukám spíš na počítači“. Některé děti mají k dispozici více zařízení, na kterých videa sledují. **Respondent F** uvedl přímo „můžu koukat na telefonu i na tabletu“ a **respondent E** „mám mobil i počítač, takže koukám na mobilu i na kompu, i když teda na mobilu asi víc.“

Kategorie 3: Líbí se mi

Kódy:

- Zábava
- Sledování
- Zájem
- Inspirace
- Baví mě

Tato kategorie nám pomůže popsat zejména to, co se dětem na sledování youtuberů líbí. V první řadě je to pro děti zábava. V několika případech se odpověděli „jsou zábavní, baví mě“. **Respondent H** uvedl přesně: „Jsou zábavný a zajímá mě, jak hrajou., jakože prostě mě baví je sledovat.“ Také **respondent G** vidí ve sledování videí zábavu, říká: „Je to zábavný, jak natáčí šílený nákupy s tou dcerou, ona na všechno šahá...“

Další častější důvod, proč děti youtubery sledují je podle nich, že jim sledování přináší inspiraci. Například **respondent C** přesně říká „no je zajímavý vědět, co přes den dělá ...jakože se můžu někdy inspirovat.“ I **respondent D** vidí ve sledování videí inspiraci. Odpovídá : „líbí se mi to, co dělá, protože hledám u ní inspiraci. Potom si můžu na

doporučení koupit nějaký dobrý výrobek.“

V odpovědích najdeme i jiné důvody sledování videí. Například **respondentovi N** se líbí na tom, co jeho oblíbený youtuber dělá to, že *„hraje Minecraft s módama“* což podle něj znamená, že *„jakože tam jsou věci stažené, který normálně v tý hře nejsou.“* U **respondenta J** najdeme odpověď, že se mu líbí *„jak učí ve videích youtubery parkur, mám rád parkur a rád na to koukám“*

Kategorie 4: Mám tvůj merch

Kódy:

- Merch
- Oblečení
- Tričko
- Mikina
- Náramek
- Líčení
- Make up

Tato kategorie by měla ukázat, zda jsou děti natolik ovlivněny youtubery, že nakupují jejich zboží neboli merch, či zboží na jejich doporučení. Co se týká merche, většina dotázaných si již od svého oblíbeného youtubera něco koupila, a to v jedenácti případech.

Respondent H uvedl: *„Jo koupil. Merch od Nakashiho, když jsem byl menší. Ponožky a tričko a taky jsem dostal k Vánocům merch od Pedra, tam bylo tričko, mikina, vak a nějaký blbosti ještě. Jako náramek, samolepky.“* Také **respondent N** řekl: *Mám merch od Fizeho a Ridera. Nosím to i do školy. Jsou to pěkné věci. Trička a mikiny.“* **Respondenti A, K a O** podobně odpověděli, že si koupili náramky, vaky a mají nějaké samolepky.

Dalším fenoménem v tomto případě je, že si děti koupí něco na doporučení youtubera potažmo influencera. Většinou se jedná v těchto případech o make-up, oblečení a doplňky.

Respondent C a D uvedli téměř shodně, že jim youtuberka doporučila make-up a oni ho vyzkoušeli, **respondent I** řekl přesně: *„Koupila jsem si tričko na doporučení youtuberky a taky líčení si občas kupuju“* a **respondent L** *„mám make-up, co doporučuje youtuberka a*

taky rtěnku. Je to docela dobrý, když vám někdo poradí, co je dobrý. Kolikrát bych to nevěděla.“

Kategorie 5: Točil jsem sám

Kódy:

- Sketche
- Let'splay
- Nahrávka
- Video
- Na Youtube
- Tik tok

V této kategorii se zaměřujeme na to, zda děti někdy natočily nějaké své video a nahrály ho někam na platformu. Ukázalo se, že jedenáct dětí z patnácti to již zkusilo. Například **respondent D** přesně uvedl *„Jo. Na Youtube, to jsem si hrála ještě s petschopákama, byla jsem menší a taky sketche jsem nahrávala. Jako vtipky, vtipný...“* Také **respondent H** odpověděl: *„Jo. Lets'play na Youtube a edit na Tik Tok. Edit je vlastně, že vemeš pár videí nebo fotek a uděláš z toho jako jedno celý video. Jakože se tam objeví nejdřív jedna fotka nebo video a potom začne mizet a objeví se další. Většinou je to tak dvanáctivteřinový.“*

Čtyři respondenti uvedli, že ještě nikdy žádné video na Youtube ani jinam nenahráli, ani ho nenatočili. Například **respondent F** řekl: *„Ne, ještě jsem nic nenatočil“*, stejně tak i **respondent G** *„nenatáčel jsem ještě nic, třeba to někdy zkusím“*

Všichni respondenti, kteří video již natočili ho vložili na platformu Youtube a někteří z nich ještě využili Tik Tok k nahrání krátkých videí.

Kategorie 6: Velké sledování

Kódy:

- Každý den
- Odpoledne
- Večer
- Podle nálady

- Celý den
- Dlouho

Tato kategorie navazuje svým významem na DVO 3 „Do jaké míry ovlivňují youtuberi dnešní děti?“ a její tazatelské otázky. Má nám ukázat, jak často sledují děti youtubera, v který čas a jak dlouho ho vydrží sledovat. Ve většině případů se respondenti shodovali u otázky „Jak často sleduješ svého oblíbeného youtubera?“ Zde nejvíce odpovídali, že ho sledují každý den. **Respondent F** například odpověděl „*skoro každéj den*“, **respondent C** podobně „*každéj den asi...*“ u **respondenta N** najdeme odpověď : „*Často, úplně nevím, asi tak třikrát denně*“

Co se týká doby, kdy youtubera nejvíce sledují, tam se odpovědi mírně lišily. V šesti případech respondenti uvedli, že nejvíce sledují videa večer. **Respondent B** odpověděl: „*zase spíš večer*“, **respondenti C a D** podobně uvedli, že se dívají hlavně večer, protože mají nejvíce času. Další častou odpovědí na tuto otázku bylo stejně jako u **respondenta H** a **O** sledování youtuberů po škole. Dále se objevovaly odpovědi typu „*koukám se i o přestávce ve škole*“ či „*každou volnou chvíli koukám*“ nebo „*v autobuse, když jedu do školy, nebo ze školy.*“

Další otázka se týkala toho, jak dlouho vydrží video sledovat. **Respondent N** nám odpověděl: „*Klidně celej den*“ podobně jako dalších devět respondentů. Například **respondent G** uvedl „*Dlouho, klidně celý odpoledne i večer, i celej den, když můžu.*“ Dalších pět respondentů uváděly čas sledování „*celý odpoledne*“, nebo **respondent D** řekl přesně „*jedno až dvě videa.*“ A na doplňující otázku, „Jak dlouhá jsou ta videa?“ odpověděl „*Asi tak patnáct minut*“

Kategorie 7 : Dělam i jiný věci

Kódy:

- Hraní her
- Chození ven
- Fotbal
- Sledování televize
- Kroužky
- Tanec

- Jízda na kole
- Koloběžka
- Skateboard

Tato kategorie navazuje svým obsahem na DVO 4: Tráví děti volný čas i jiným způsobem? Snažili jsme se zjistit, zda děti sledující youtubery mají i jiné záliby a případně jaké a kolik času této činnosti věnují. Ukázalo se, že všechny z dotazovaných respondentů jiné záliby mají. Ve více případech, a to v šesti se objevil v odpovědích fotbal a jízda na kole. Například **respondent F** odpověděl: *„Jezdím na kole s kámošema nebo i sám, na koloběžce, to miluju....hraju hry na tabletu“* z této odpovědi vyplývá, že k činnostem, které děti provozují mimo sledování youtuberů patří i hry na tabletech a počítačích. Tudiž volný čas tráví mimo jiné s digitálními technologiemi. V odpovědích se to objevilo jedenáctkrát. **Respondent H** například uvedl: *„Hraní her, videoher, chození ven, když jdou i kamarádi.“* Deset respondentů zmínilo kroužky, například tanec, hra na klavír, judo, fotbal, Dalšími zálibami je skateboard, pejsek nebo sledování televize. **Respondent N** ještě uvedl: *„Ležím, jím a jsem venku. Nebo mám kroužky“*

Čas, který činnosti ve volném čase děti věnují je různý, podle typu činnosti. Pokud budeme řešit kroužky, většinou respondenti odpovídali, že je navštěvují jednou nebo dvakrát v týdnu hodinu až dvě. U dalších činností se odpovědi lišily. Například **respondent H** uvedl: *„Tak hraní asi tak můžu dělat celý den, se sledováním videí můžu i hrát. A chození ven, tak většinou dvě hodky až tři, když jdou kámoši.“* Nebo u **respondenta D**, kde se jednalo o sledování televize a kroužky najdeme odpověď: *„Tak akorát, když můžu třeba každý den, ale někdy to nevyjde. Na klavír chodím jednou v týdnu a na tancování taky jednou v týdnu.“* **Respondent F** u jízdy na kole a koloběžce uvedl čas dvě hodiny, když má s kým a *„někdy nemám, tak jsem doma a hraju, nebo koukám.“*

Další dvě kategorie nám navazují na DVO 5: Je vliv youtuberů na děti větší, než vliv jejich vrstevníků? Mají nám ukázat, zda a jakým způsobem fenomén youtuberů zasahuje do vrstevnických vztahů.

Kategorie 8: Kámoši a já

Kódy:

- Povídáme si

- Park
- Kecáme
- Všechno možný
- Sedíme
- Co hrajou

V této kategorii jsme se zaměřili zejména na to, zda děti chodí s kamarády ven, jak často, o čem si nejvíce povídají a co spolu dělají. Všichni respondenti podle očekávání chodí s kamarády ven. Otázka „jak často“ přinesla už mírně odlišné odpovědi. Několikrát se objevila odpověď, že chodí ven několikrát týdně. **Respondent H** přesně řekl: „*Tak dvakrát týdně, protože víckrát nemůžou.*“, **respondent N** podobně řekl: „*Moc často ne, málo často, jenom párkrát za týden*“ a také **respondent K** uvedl: „*dvakrát, třikrát týdně, někdy víc.*“

Mírně odlišné odpovědi byly i u otázky, co venku s kamarády dělají. Respondenti uváděli například, že jezdí na kole, hrají fotbal, sedí v parku apod. **Respondent D** řekl přesně: „*Sedíme v parku, povídáme si, chodíme k Vietnamcům.*“ **Respondent A** odpověděl: „*Jezdíme na tom kole, sedíme, kecáme, a tak něco. Prostě co nás napadne.*“

Zajímavé odpovědi byly také na otázku „O čem si nejvíce povídají s kamarády.“ Například **respondent F** uvedl: „*O všem možným. Jak kdy. Třeba o holkách. Ale taky o hrách, o blbostech.*“ **Respondent N:** „*Nejvíce si povídáme asi srandovní slova, jinak nevím.*“ U **respondenta H** najdeme odpověď: „*O hrách, co hrajeme. Hrajeme je někdy spolu, když se spojíme na počítači, tak si o tom povídáme...jakože jak to hrajeme, co jsme udělali a tak.*“ Z těchto odpovědí je patrné, že počítačové hry jsou součástí komunikace mezi vrstevníky. **Respondent C** i **D** téměř shodně uvedli, že cílem jejich setkání není povídání o youtuberech.

Kategorie 9: Kámoš versus youtuber

Kódy:

- Jo
- Asi
- Těžká otázka
- Někdy

- Kámoši

Tato kategorie nám má přiblížit fakt, zda děti věří svým kamarádům a zda jim věří více, než oblíbenému youtuberovi. Odpovědi byly téměř jednoznačné, i když u dvou respondentů se objevily nerozhodné odpovědi. A to u **respondenta N**, který odpověděl na otázku, zda věří svým kamarádům: „*jenom někdy*“ a na doplňující otázku, zda by jim věřil víc než youtuberovi: „*No to je těžký. Asi jak v čem.*“ A také **respondent A** nevyjádřil zcela kladně náklonost ke svým vrstevníkům. Uvedl: „*Někdy kámošům věřit nemůžu. Youtuber mě někdy zajímá víc. Jako co řekne, nebo udělá.*“

V dalších případech však jednoznačně převládají odpovědi klonící se na stranu vrstevníků. Například **respondent F** řekl: „*Jasný, jsou to kámoši*“ a **respondent C** uvedl: *To je jasný, že věřím kámošům víc.*“ **Respondent H** řekl, že „*je to těžká otázkaasi spíš kamarád má větší pravdu.*“ A také uvedl, že by určitě věřil víc kamarádovi než youtuberovi.

4.7 Shrnutí empirického šetření a závěry

Dílčí výzkumná otázka 1 (DVO1): Jaké typy youtuberů jsou mezi dětmi nevíce rozšířené?

K DVO otázce se vztahuje první vytvořená kategorie – Kdo vlastně je? Chtěli jsme ukázat, jaké youtubery děti nejvíce sledují. Ukázalo se, že je rozdíl zejména mezi dívkami a chlapci. Dívky nejčastěji sledují beauty videa, tedy ta, kde youtuberky (influencerky) představují a nabízejí kosmetické přípravky, módu či parfémy a také v několika případech vlogeri (vlog – video blog), respektive vlogerky U chlapců se objevuje více typů sledovaných videí. Nejvíce chlapce zajímají Let'splayeri, kteří hrají a komentují počítačovou hru. Dalšími často sledovanými videi jsou tzv. challenge, tedy online výzvy.

Nejvíce sledovanými youtubery u našich respondentů jsou Agraelus, Haus, Fizy, Anna Šulc, Pedro, Tary a Rider. Videa sledují děti ve všech případech na kanálu Youtube. Několik respondentů uvedlo také platformu TikTok a zmínili i Instagram.

Z uvedených údajů tedy vyplývá, že se děti shodují v tom, jaká videa sledovat, jací youtubeři jsou v současné době „in“ a znají platformy, kam videa jejich oblíbení youtubeři

nahrávají. Velmi dobře se v této oblasti orientují a zvládají ji velice obratně popsat.

Dílčí výzkumná otázka 2 (DVO2): Jakým způsobem a proč ovlivňují youtubeři dnešní děti?

K této dílčí výzkumné otázce se vztahují čtyři vytvořené kategorie - Sleduju tě z..., Líbí se mi, Mám tvůj merch a Točil jsem sám. Podrobnější rozdělení nám mělo ukázat více do hloubky vliv youtuberů na děti, jak vnímají youtubery a proč se stává, že právě oni jsou často jejich velkým vzorem.

Co se týká zařízení, ze kterých respondenti videa sledují, jedná se zejména o mobilní telefony a tablety. Tato zařízení mají ve většině případů děti stále při sobě. To nám ukazuje, že mohou oblíbené youtubery sledovat kdekoliv a kdykoliv bez omezení. Počítače v tomto případě tak rozšířené nejsou. Zjistili jsme také, že děti vidí ve sledování youtuberů zejména zábavu a inspiraci. To jsou hlavní důvody, proč youtubery sledují. Videá jim přijdou zábavná, líbí se jim, co youtubeři ve videích dělají a často se těmito činnostmi inspiroují. Zkoušejí například na základě online výzvy vykonat činnost, kterou youtuber ve výzvě představuje. Inspirací je potom také zboží, které youtuber ukazuje svým divákům a doporučuje ke koupi, například pro dívky to může být doporučení influencerky ke koupi nového make-upu, rtěnky či nejnovějšího parfému. Také tzv. merch je pro děti a mládež velmi zajímavým artiklem. To je zboží s logem daného youtubera. Jedná se o oblečení, náramky, batohy, samolepky apod. Děti na základě doporučení nakupují tyto výrobky.

Na základě odpovědí se také ukázalo, že děti samy zkouší natáčet videa a vkládat je na platformy, zejména na Youtube a v menší míře také na TikTok. Jednalo se o videa typu Let's play, což jsou hrané a komentované hry, Edit, poskládané fotografie či krátká videa do určitých sekvencí tak, že nám vznikne příběh a Sketche – vtipná videa. I to nám ukazuje, jak jsou děti ovlivněny youtubery. Chtějí se jim vyrovnat, být jako oni.

Dílčí výzkumná otázka 3 (DVO3): Do jaké míry ovlivňují youtubeři dnešní děti?

K zodpovězení této dílčí výzkumné otázky nám pomáhá kategorie 6 - Velké sledování. Má za úkol nám přiblížit, jak často děti youtubery sledují, jak dlouho ho vydrží sledovat a kdy se na videa nejvíce dívají. Podle očekávání nám tyto otázky ukázaly časté sledování videí.

Většina dětí sleduje oblíbeného youtubera každý den, respektive několikrát za týden. Pokud by mohly sledovat videa i celý den. Většinou však respondenti uváděli, že se dívají odpoledne, po škole, večer, protože mají nejvíce času. Méně potom bylo v odpovědích i to, že sledují videa o přestávce ve škole, či v autobuse cestou do školy a ze školy a objevily se i odpovědi, že sledují youtubera podle své nálady.

Ukazuje se tedy, že tato činnost je nedílnou součástí jejich dne a významnou náplní volného času. V podstatě kdykoliv, kdy je to možné jsou schopni zapnout telefon, tablet a v menší míře počítač a sledovat oblíbená videa svého youtubera. V tomto kontextu můžeme říci, že sledování videí je pro děti důležité. Množství stráveného času touto činností je markantní.

Dílčí výzkumná otázka 4 (DVO4): Tráví děti volný čas i jiným způsobem?

Na tuto dílčí výzkumnou otázku nám navazuje kategorie 7 – Děláním i jinými věcmi. Zde jsme chtěli zjistit, zda děti tráví čas i jinak, než sledováním oblíbených videí a jaké činnosti to jsou. Také jsme zjišťovali, jak dlouho tuto činnost vykonávají, abychom mohli porovnat, zda je pro ně důležitější sledování videí, či další provozované aktivity.

Pozitivním zjištěním bylo, že všechny děti mají i jiné aktivity než jen sledování videí oblíbených youtuberů. V největší míře hrají fotbal a jezdí na kole. Dalšími aktivitami je jízda na koloběžce, skateboardu, starání se o pejska. Tuto činnost většinou provozují dvakrát, třikrát za týden. Ale objevily se i činnosti spojené s digitálními technologiemi. Ve poměrně velké míře se v odpovědích objevilo hraní počítačových her. Pokud nejdou děti ven s kamarády, často se uchýlí k počítači či ke sledování televize.

Další kategorií volnočasových aktivit jsou kroužky. Deset z patnácti respondentů uvedlo, že kroužky má. Jednalo se zejména o tanec, hru na klavír, judo a fotbal. Tuto činnost provozují většinou dvakrát týdně jednu až dvě hodiny.

Z uvedených údajů vyplývá, že děti se věnují i jiným činnostem, než je jen sledování videí. Na jednu stranu vidíme jako pozitivní to, že sportují nebo opečovávají domácí mazlíčky, mají i řízené aktivity. Na druhou stranu se ukazuje, že velká většina z nich i tak tráví poměrně hodně času u digitálních technologií. Volnočasové aktivity spojené s technologiemi byly častou odpovědí respondentů.

Dílčí výzkumná otázka 5 (DVO 5): Je vliv youtuberů na děti větší, než vliv jejich vrstevníků?

S touto otázkou jsou spojené poslední dvě kategorie – Kámoši a já a Kámoš versus youtuber. Májí nám ukázat, zda děti chodí ven s kamarády, co tam s nimi dělají a také zda důvěra v kamaráda je větší než důvěra v oblíbeného youtubera.

Podle očekávání všichni respondenti chodí ven s kamarády. Frekvence této činnosti je ve většině případů několikrát za týden. Jak bylo řečeno několika respondenty – pokud kamarádi mohou jít ven, tak jdou taky. Činnosti, které spolu provádějí jsou podle odpovědí nejvíce povídání si a o všem možném, sezení v parku, chození nakupovat, jízda na kole, koloběžce, hraní fotbalu.

S kamarády si nejvíce povídají o počítačových hrách, které hrají (někdy také spolu přes počítač online), o různých věcech, které je napadnou, o holkách. Zajímavé je, že cílem jejich hovoru nejsou ve více případech youtubeři. Z toho vyplývá opět fakt, že digitální technologie zasahují i do této oblasti volného času dětí. Ač tedy sedí spolu například v parku, jsou ponořeni často do světa virtuálního.

Další problematikou, kterou jsme se zabývali bylo, zda děti věří více svým vrstevníkům, či spíše youtuberovi. Překvapivě se ukázalo, že vrstevník je pro ně tou osobou, které důvěřuje víc. A to hlavně z toho důvodu, že on je ten pravý kamarád, kterému může věřit. Jen ve zlomku případů se stalo, že si respondent nebyl zcela jistý odpovědí, nebo dokonce odpověděl, že má větší důvěru v youtubera. Ale to bylo pouze v jednom případě, kdy se objevila takto rozhodná odpověď.

Shrnutí a navrhovaná opatření

V návaznosti na předchozí údaje jsme získali informace o vztahu dětí k youtuberům, jak je vnímají, co pro ně znamenají a zda jsou pro ně více či méně důležití než jejich vrstevníci. V první řadě musíme říci, že není rozdíl mezi dětmi ze škol městkých a škol vesnického typu. Z hlediska znalosti youtuberů jsou děti velmi dobře informované o této problematice. Mají dobrý přehled o tom, co který youtuber dělá, jak se prezentuje. Vědí, na které platformy nahrávají svá videa a kde je mohou sledovat. Všechny děti vlastní mobilní

telefony, tablety a počítače. Převážná většina dětí využívá ke sledování videí právě mobilní telefon. Z tohoto důvodu je zřejmé, že mohou videa oblíbených youtuberů sledovat kdykoliv a kdekoliv.

Důležitým aspektem potom bylo, jak důležité je pro děti sledování youtuberů a proč. V tomto případě se ukázalo, že sledování videí je pro děti důležité hlavně z důvodu toho, že youtubeři jsou ro ně inspirací. Inspirují se v tom, co youtubeři dělají, a to i takovým způsobem, že natáčejí samy videa a vkládají je na platformy, většinou na Youtube a v menší míře také na TikTok. Další inspirací jsou nabízené produkty youtubery. Děti sledují videa a na doporučení youtubera (influencera/rky) si koupí produkt. Často to bývají dívky, které takto nakupují líčení, parfémy či oblečení. Důležitou součástí jsou také výrobky s logem youtubera – tzv. merch. Děti si tyto produkty nakoupí a s „hrdostí“ nosí mikinu či tričko s logem svého oblíbeného youtubera. Dalším důvodem sledování videí dětmi je zábava. Děti v tom vidí zábavnou formu vyplnění volného času. Jedním z důvodů by mohl být fakt, že rodiče jsou dnes více zaměstnaní a nemají na děti tolik času, který by byl potřeba. Děti potom hledají alternativu a svůj volný čas tráví tedy s „kamarádem“ youtuberem, který je jim vždy k dispozici.

Co se týká času stráveného sledováním videí, ukázalo se, že děti věnují této činnosti značnou část svého volna. Bývají to celá odpoledne, večer, dokonce i v autobuse či o přestávkách ve škole. To je podmíněno využíváním mobilních zařízení, které mají děti stále při sobě. Pozitivní je, že děti tráví čas i jiným způsobem než jen sledováním videí youtuberů. Sportují, mají domácí mazlíčky, o které se starají. Většina dětí navštěvuje minimálně dvakrát týdně kroužky. Ale na druhou stranu se taky v hodně případech stává, že pokud nemají právě řízenou aktivitu, či jinou činnost, sklouzne jejich pozornost opět k digitálním technologiím. Hrají počítačové hry – často online či se alespoň dívají na televizi. Zde se nám opět ukazuje, že digitální technologie ovlivňují markantním způsobem volný čas dětí.

Vztah dětí k vrstevníkům byl také spíše překvapením. Děti mají kamarády, se kterými chodí ven, do parku, povídají si, chodí na nákupy, jezdí na kole, koloběžce apod. Zde se ale také ukazuje, že pokud nejsou věku, jsou spojeni přes digitální technologie, které opět

zasahují do další oblasti životů dětí. Pozitivní na tom všem je fakt, že děti věří více svým vrstevníkům než youtuberům.

Co se týká ústřední výzkumné otázky diplomové práce „**Youtuberi a podobné fenomény jako vzory dnešních dětí a mládeže zcela ovlivňují jejich postoje a hodnoty.**“, ta se potvrdila pouze částečně. Je pravdou, že děti tráví velkou část svého volného času s digitálními technologiemi. Sledování youtuberů, je jednou z činností, která do kategorie využití volného času patří. V dalších případech děti hrají online hry, sledují filmy apod. Pozitivním aspektem je, že děti chodí s kamarády ven, věnují se kroužkům, sportují. Zjistili jsme také, že svým vrstevníkům věří více než youtuberům. S tímto faktem by se dalo velmi dobře dále pracovat. Zde bychom viděli jako vhodný aspekt nejen zapojení rodičů do vhodnějšího trávení volného času jejich dětí, také škol a její možnosti osvěty v této oblasti, ale také zapojení sociálního pedagoga. Se znalostí dané problematiky by mohl dětem pomoci najít jiné cesty k smysluplnému trávení volného času, ukázat rizika spojená s digitálními technologiemi, potažmo sledováním videí youtuberů.

Závěr

Diplomová práce s oporou o odbornou literaturu zmapovala problematiku sledování youtuberů jako vzorů dnešních dětí a mládeže očima žáků 5. až 8. tříd vybraných základních škol Pardubického kraje, čímž byl zcela naplněn hlavní cíl práce. Cíl se podařilo naplnit v oblasti, která zjišťovala vliv youtuberů na děti a mládež a v návaznosti na to také ovlivňování postojů a hodnot dětí youtubery. Zmapována byla také oblast trávení volného času dětí ve vztahu k digitálním technologiím, oproti tomu také vztahy mezi vrstevníky v porovnání se vztahy k youtuberům. Zmíněná sonda do problematiky vztahů dětí a youtuberů potažmo vrstevníků koliduje s daným cílem diplomové práce. Následně byly prezentovány zjištěné závěry a navržena doporučení k optimalizaci zejména v oblasti smysluplného trávení volného času u dětí v kontextu moderních digitálních technologií a tím i rizik spojených s moderními technologiemi, potažmo sledování videí youtuberů. Tím byly naplněny všechny cíle a úkoly empirického šetření.

Problémem při zpracování diplomové práce byl zejména v oblasti empirického šetření menší počet respondentů. Domníváme se, že při rozsáhlejší vzorku bychom získali další cenné informace a došli k mírně odlišným závěrům. Také věk respondentů při rozhovorech byl někdy handicapem. A to z toho důvodu, že děti často odpovídaly krátkými větami nebo dokonce jednoslovně. Proto jsme museli častěji využít doplňujících otázek, abychom získali potřebné informace. Proto bychom doporučili jako další směr empirického šetření zajištění většího počtu respondentů z řad žáků druhého stupně základních škol. Dále by bylo například vhodné zapojení rodičů dětí do empirického šetření. Tím by se dalo zjistit, jaký názor mají na danou problematiku a jak se v ní orientují, jak tráví s dětmi volný čas i jakou zkušenost oni sami mají s digitálními technologiemi. Také by bylo vhodné porovnat vrstevníky. Zkusit rozhovory s kamarády a porovnat jejich odpovědi. Bohužel se nám nepodařilo získat youtubera pro empirické šetření. I tato cesta by mohla být užitečná v tom, že by se mohl porovnat názor dětí jako sledujících a přímo daného youtubera.

Z uvedených dat bychom mohli formulovat novou ústřední výzkumnou otázku: **„Youtubeři a podobné fenomény do určité míry ovlivňují postoje a hodnoty dnešních dětí a mládeže a děti věří více svým vrstevníkům.“**

Navrhovaná doporučení:

- Zapojit více rodiče, aby získali větší povědomí o problematice youtuberů, o rizicích, které digitální technologie přinášejí
- Pokusit se motivovat děti ke smysluplnějšímu trávení volného času
- Zapojit sociálního pedagoga v rámci školy, který by svými znalostmi dopomohl k osvětě v oblasti digitálních technologií a rizicích spojených s jejich užíváním, potažmo sledováním videí youtuberů

Seznam použité literatury:

AMBROŽOVÁ, P. JUNOVÁ, I. STAŠOVÁ, L. *Nové výzvy rodičovství - mediální výchova v digitální době*. Brno: Paido, 2021. **ISBN 978-80-7315-273-4**

BAUMAN, Z. *Tekutá modernost*. Přeložil S. M. BLUMFELD. Praha: Mladá fronta, 2002. Myšlenky (Mladá fronta). **ISBN 80-204-0966-1**

BECK, U. *Riziková společnost: na cestě k jiné moderně*. 2. vyd. Přeložil Otakar Vochoč. Praha: Sociologické nakladatelství, 2011. Post (Sociologické nakladatelství). **ISBN 978-80-7419-047-6**

BUKOVSKÁ, L. a kol. *Děti a jejich problémy: sborník studií*. Praha: Sdružení Linka bezpečí, 2005. **ISBN 978-80-254-6840-1**

DOČEKAL, D. MÜLLER, J. HARRIS, A. HEGER, L. *Dítě v síti: manuál pro rodiče a učitele, kteří chtějí rozumět digitálnímu světu mladé generace*. Praha: Mladá fronta, 2019. Flowee. **ISBN 978-80-204-5145-3**

DVOŘÁK, M. *Youtubeři a jejich vliv na hodnoty a vývoj mladistvých v České republice*. Praha: Fakulta sociálních věd UK, 2017. (Diplomová práce)

ECKERTOVÁ, L. DOČEKAL, D. *Bezpečnost dětí na internetu: rádce zodpovědného rodiče*. Brno: Computer Press, 2013. **ISBN 978-80-251-3804-5**

GAVORA, P. *Výzkumné metody v pedagogice: příručka pro studenty, učitele a výzkumné pracovníky*. Přeložil Vladimír JÚVA. Brno: Paido, 1996. **ISBN 80-85931-15-x**

GIDDENS, A. *Důsledky modernity*. 2. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 2003. Post (Sociologické nakladatelství). **ISBN 80-86429-15-6**

HAVLÍK, Radomír. KOŤA, J. *Sociologie výchovy a školy*. Praha: Portál, 2002. **ISBN 80-7178-635-7**

HOLLÁ, K. *Sexting a kyberšikana*, 1.vyd. Bratislava: Iris, 2016. **ISBN 978-80-8153-061-6**

KOLÁŘ, M. *Nová cesta k léčbě šikany*. Praha: Portál, 2011. **ISBN 978-80-7367-871-5**

KOLÁŘ, Z. *Světónázorová výchova v rodině*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1983. Knihy pro rodiče (SPN)

KOLESÁROVÁ, K. *Životní styl v informační společnosti*. Vydání I. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2016. **ISBN 978-80-7452-119-5**

KRAUS, B. POLÁČKOVÁ, V. *Člověk - prostředí - výchova: k otázkám sociální pedagogiky*. Brno: Paido, 2001. **ISBN 80-7315-004-2**

KRAUS, B. *Základy sociální pedagogiky*. Praha: Portál, 2008. **ISBN 978-80-7367-383-3**

KRAUS, B. *Životní styl současné české rodiny*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. **ISBN 978-80-7435-544-8**

LIESSMANN, K. P. *Teorie nevzdělanosti: omyly společnosti vědění*. Praha: Academia, 2008. XXI. století. **ISBN 978-80-200-1677-5**.

LINHARTOVÁ, I. *Kyberšikana z pohledu žáků a pedagogů 2. stupně ZŠ*. Hradec Králové. 2020. Bakalářská práce

MATOUŠEK, O. KROFTOVÁ, A. *Mládež a delikvence: [možné příčiny, struktura, programy prevence kriminality mládeže]*. Vyd. 2., aktualiz. Praha: Portál, 2003. **ISBN 80-7178-771-x**.

MCCARTHY, L. WELDON-SIVIY, D. ed. *Buď pánem svého prostoru: jak chránit sebe a své věci, když jste online*. Praha: CZ.NIC, [2013]. **ISBN 978-80-904248-6-9**

MIOVSKÝ, M. *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. Praha: Grada, 2006. Psyché (Grada). **ISBN 80-247-1362-4**

MOŽNÝ, I. *Rodina a společnost*. 2., upr. vyd. Ilustroval Vladimír JIRÁNEK. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2008. Studijní texty (Sociologické nakladatelství). **ISBN 978-80-86429-87-8**

MUSIL, J. *Elektronická média v informační společnosti*. Praha: Votobia, 2003. Institut mediální komunikace. **ISBN 80-7220-157-3**

PILNÝ, I. KUČEROVÁ, T. *Manéž informačního věku: kdo uvízl v síti internetu*. Brno: BizBooks, 2014. **ISBN 978-80-265-0169-5**

SAK, P. *Mládež v konfrontaci generací*. Rukopis zapůjčený p. docentem Semrádem

SAK, P. *Proměny české mládeže: česká mládež v pohledu sociologických výzkumů*. Praha: Petrklíč, 2000. **ISBN 80-7229-042-8**

SAK, P. KOLESÁROVÁ, K. *Mládež na křižovatce: sociologická analýza postavení mládeže ve společnosti a její úlohy v procesech evropeizace a informatizace*. Praha: Svoboda Servis, 2004. **ISBN 80-86320-33-2**

SEMRÁD, J. *Globalizace, sociální práce a tvořivost*. In: *Socialia 2001*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2002. s. 175-179. **ISBN 80-7041-113-9**

SHAPIRO, J. *Nové Dětství: Jak vychovávat děti, aby prospívaly v digitalizovaném světě*. Bratislava. NOXI, s.r.o. 2020. **978-80-8111-556-1**

SKALKOVÁ, J. *Pedagogika a výzvy nové doby*. Brno: Paido, 2004. Edice pedagogické literatury. **ISBN 80-7315-060-3**

SKALKOVÁ, J. *Úvod do metodologie a metod pedagogického výzkumu: Vysokoškolská učebnice pro studenty filozofických a pedagogických fakult*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1983. Učebnice pro vysoké školy (Státní pedagogické nakladatelství).

STAŠOVÁ, L, SLANINOVÁ, G. JUNOVÁ, I. *Nová generace: vybrané aspekty socializace a výchovy současných dětí a mládeže v kontextu medializované společnosti*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. Recenzované monografie. **ISBN 978-80-7435-567-7**

SVOBODA, P. LORENZOVÁ, J. SEMRÁD, J. JIRKOVSKÁ, B. MYNAŘÍKOVÁ, L. VALIŠOVÁ, A. ANDRES, P. *Digitální kompetence učitelů středních odborných škol jako výzva současného vzdělávání*. Brno: Paido, 2020. **ISBN 978-80-7315-272-7**

ŠARBORT, M. *Instalajf: všechno je trochu jinak*. V Praze: Cooboo, 2020. **ISBN 978-80-7544-988-7**

ŠEVČÍKOVÁ, A. *Děti a dospívající online: vybraná rizika používání internetu*. Praha: Grada, 2014. Psyché (Grada). **ISBN 978-80-247-5010-1**

ŠMAHEL, D. *Psychologie a internet: děti dospělými, dospělí dětmi*. Praha: Triton, 2003. Psychologická setkávání. **ISBN 80-7254-360-1**

SPITZER, M. *Digitální demence: jak připravujeme sami sebe a naše děti o rozum*. Brno: Host, 2014. **ISBN 978-80-7294-872-7**

SPITZER, M. *Kybernemoc!: jak nám digitalizovaný život ničí zdraví*. Přeložil Iva KRATOCHVÍLOVÁ. Brno: Host - vydavatelství, 2016. **ISBN 978-80-7491-792-9**

ŠVAŘÍČEK, R. ŠEĐOVÁ, K. *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Praha: Portál, 2007. **ISBN 978-80-7367-313-0**

UHLS, Yalda T. *Mediální mámy a digitální tátové: rady, které na internetu nenajdete*. Přeložil Pavla LE ROCH. Praha: Portál, 2018. **ISBN 978-80-262-1317-8**

VACEK, P. BENEŠOVÁ, D. BLAHYNKOVÁ, N. BŘÍZOVÁ, H. SITO VÁ, L. *Youtuberství a žáci základní školy*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2018. **ISBN 978-80-7435-719-0**

Internetové zdroje:

Bedrošová, M., Hlavová, R., Macháčková, H., Dědková, L., & Šmahel, D. (2018). *Czech Children on the internet: Report from a survey at primary and secondary schools Project U Kids Online IV – the Czech Republic*. Brno: Masaryk University [cit.2023-04-03] Online Dostupné z [:https://irtis.muni.cz/media/3137007/eu_kids_online_report_2018_en_main.pdf](https://irtis.muni.cz/media/3137007/eu_kids_online_report_2018_en_main.pdf)

Generace youtuberů a selfies [online]. [cit. 2023-03-29]. Dostupné z: <https://www.jaknainternet.cz/page/2542/generace-youtuberu-a-selfies/>

Children and parents: media use and attitudes report [online]. 2020/21 [cit. 2023-04-10]. Dostupné z: https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0025/217825/children-and-parents-media-use-and-attitudes-report-2020-21.pdf

Ikaros [online]. 15. 2011 [cit. 2023-04-01]. ISSN ISSN 1212-5075. Dostupné z: <https://ikaros.cz/kdyz-se-rekne-youtube>

Škorpilová, N, *Top 10 youtuberů v Česku za rok 2023: Kdo vydělává nejvíc?* [online]. 25. 1. 2023 [cit. 2023-04-10]. Dostupné z: https://www.webzive.cz/rubriky/aplikace/top-10-youtuberu-v-cesku-za-rok-kdo-vydelava-nejvic_1086.html

PÉREZ-TORRES, V, PASTOR-RUIZ, Y. a Sara Abarrou BEN-BOUBAKER. YouTubers videos and the construction of adolescent identity. *Comunicar* [online]. 2018, **26**(55), 61-70 [cit. 2023-01-24]. ISSN 11343478. Dostupné z: doi:10.3916/C55-2018-06

Popularita youtuberů a blogerů v Česku a její využití v linkbuildingu [online]. 29.4.2015 [cit. 2023-04-09]. Dostupné z: <https://www.advisio.cz/blog/popularita-youtuberu-a-blogeru-v-cesku-a-jeji-vyuziti-v-linkbuildingu/>

Rainie, L, Kiesler, A. Kang, R, Madden.M, *Anonymity, Privacy, and Security Online*. [cit. 2023-04-03]. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/internet/2013/09/05/anonymity-privacy-and-security-online/>

ZAJAC, L. *Česko má školu pro youtubery a hráče e-sportů*. [online]. 2021 [cit. 2023-04-10]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/stredni-skola-youtubering-u2b-soukroma-skola-skolne-300-tisic.A211222_205048_domaci_lre

Seznam příloh:

Příloha č. 1 – Ukázka přepisu rozhovoru

Příloha č. 2 – Souhlas rodičů s poskytnutím rozhovoru jejich dítěte

Příloha č. 1

1. Řekneš mi, jakého Youtubera rád sleduješ?

Tak asi Agraela a Hause

2. Co ten Youtuber přesně dělá?

Tak to jsou Youtubeři, který hrajou hry a natáčejí to **Já: Takže Lets'playeri?** Jo

3. Kam nahrávají svá videa?

Na Youtube

4. Na čem nejvíce sleduješ svého oblíbeného Youtubera?

Na telefonu, na Youtube

5. Co se ti líbí na tom, co on dělá?

Jsou zábavný a zajímá mě jak hrajou, jakože prostě mě baví je sledovat

6. Koupil si někdy něco od svého oblíbeného Youtubera, nebo na jeho doporučení?

Jo koupil. Merch od Nakashiho, když jsem byl menší. Ponožky a tričko a taky jsem dostal k vánocům merch od Pedra, tam bylo tričko, mikina, vak a nějaký blbosti ještě....(smích)Jako náramek, samolepky....**Já: A nosíš to oblečení?** Jo, jo, nosím. I do školy

7. Ty sám jsi někdy už také natočit a nahrál někam nějaké video?

Jo. **Já: A co a kam?** Lets'play na Youtube a Edit na TIK TOK. **Já: Co je to Edit?** Je vlastně že vemeš pár videí nebo fotek a uděláš z toho jako jedno celý video. Jakože se tam objeví nejdřív jedna fotka nebo video a potom tam začne mizet a objeví se další. Většinou je to tak dvanáctivteřinový.

8. Jak často sleduješ svého oblíbeného Youtubera?

Každěj den

9. Kdy ho nejvíce sleduješ?

Po škole a taky někdy v autobuse, když jedu do školy nebo ze školy a taky někdy o přestávce ve škole na mobilu.

10. Jak dlouho ho vydržíš sledovat?

Celej den (smích)

11. Co jiného děláš ve svém volném čase, než sledování Youtuberů?

Hraní her, videoher, chození ven, když jdou i kamarádi **Já: A kroužek máš?** Měl jsem, teď už ne

12. Kolik času této činnosti věnuješ?

Tak hraní asi tak můžu dělat celej den, se sledováním videí můžu i hrát. **Já: A co chození ven?** Tak většinou dvě hodky až tři, když jdou kámoši

13. Chodíš ven s kamarády?

Jo, to jsem říkal

14. Jak často s nimi chodíš ven?

Tak dvakrát tejdne, protože víckrát nemůžou

15. Co s kamarády nejraději děláte?

Kraviny (smích) **Já: Co to znamená?** Jakože třeba všechno možný

16. O čem si s kamarády nejvíce povídáte?

O hrách, co hrajeme. Hrajeme je někdy spolu, když se spojíme na počítači, tak si o tom povídáme...jakože jak to hrajeme, co jsme udělali a tak.

17. Věříš svým kamarádům?

Jo. **Já:A myslíš si, že kamarád má větší pravdu než Youtuber?** No to je těžká otázka...No asi spíš kamarád má větší pravdu. **Já: Takže bys víc věřil kamarádovi než Youtuberovi?** Jo

Děkuji ti za rozhovor a přeju krásný den.

Příloha č. 2

Souhlas s poskytnutím rozhovoru do diplomové práce

Já níže podepsaný souhlasím, aby moje dcera/můj syn.....

poskytl/a rozhovor Iloně Linhartové v rámci anonymního výzkumného šetření diplomové práce s názvem Youtubeři a podobné fenomény jako vzory současných dětí a mládeže. Dále souhlasím s nahráváním rozhovoru a následným zpracováním v rámci diplomové práce. Nahrávka nebude poskytnuta třetí straně.

.....

Datum

.....

Podpis