

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

MAGISTERSKÉ KOMBINOVANÉ STUDIUM

2014–2015

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Aleta Alekbarova

Vliv sociálních sítí na proměny slovní zásoby u mladých lidí

Praha 2015

Vedoucí diplomové práce: Mgr. Tatiana Iskanderová, Ph.D.

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

MASTER COMBINED (PART TIME) STUDIES

2014-2015

DIPLOMA THESIS

Aleta Alekbarova

**The Impact of Social Networks on the Transformation of
Young People's Vocabulary**

Prague 2015

The Diploma Thesis Work Supervisor: Mgr. Tatiana Iskanderová, Ph.D.

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 8. března 2015

Aleta Alekbarova

Poděkování

Chtěla bych poděkovat Mgr. Tatianě Iskanderové, Ph.D., za odborné vedení, pomoc a rady při zpracování této práce.

Anotace

Tato diplomová práce se zabývá vlivem sociálních sítí na proměny slovní zásoby u mladých lidí. V teoretické části je po definici a charakteristice sociálních sítí vybrána jedna konkrétní síť, Facebook, která je následně zkoumána v praktické části pomocí metody dotazování. Po vyhodnocení výsledků dotazníku je pozornost zaměřena na jednotlivé aspekty proměn slovní zásoby u mladých lidí, které jsou přímým následkem používání Facebooku.

Klíčová slova

Dotazování, Facebook, jazyk, komunikační proces, komunikační síť, slovní zásoba, sociální síť

Annotation

This diploma thesis is a study of the impact of social networks on the mutations of young people's vocabulary. The theoretical part is dedicated to the definition and characterisation of social networks, one of which, Facebook, is then selected for an examination through enquiry. Once the results of this enquiry are analysed, the different aspects of the transformation of young people's vocabulary caused by their use of Facebook are evaluated.

Keywords

Communication network, communication process, enquiry, Facebook, language, social network, vocabulary

OBSAH

ÚVOD	9
TEORETICKÁ ČÁST	15
1 SOCIÁLNÍ SÍTĚ A JEJICH CHARAKTERISTIKA	15
1.1 Definice sociální sítě	15
1.2 Historický exkurz	17
1.3 Současnost sociálních sítí	19
1.4 Sociální sítě jako fenomén současnosti v životě mladých lidí	22
2 VYMEZENÍ KONKRÉTNÍ SOCIÁLNÍ SÍTĚ	25
2.1 Facebook – příběh jedné sítě	25
2.2 Základní charakteristika	27
2.3 Facebook – dobrý sluha, ale zlý pán	29
3 TRENDY VE SLOVNÍ ZÁSOBĚ MLADÝCH LIDÍ	32
3.1 Současná čeština a proměny její slovní zásoby	33
3.2 Současná mladá generace	35
3.3 Jazyk současné mladé generace	37
3.4 Internet jako determinant jazyka mladých lidí	40
PRAKTICKÁ ČÁST	44
4 DOTAZOVÁNÍ JAKO METODA VÝZKUMU	44
4.1 Cíle a výzkumné otázky	44
4.2 Metodika	45
4.2.1 Metoda a strategie sběru dat	45
4.2.2 Dotazník.....	47
4.2.3 Strategie získávání dat, distribuce dotazníků	49
4.3 Výzkumný soubor	50
4.4 Průběh výzkumu a jeho organizace	52
5 VYHODNOCENÍ VÝSLEDKŮ VÝZKUMU	53
5.1 Statistické matematické metody.....	53
5.2 Prezentace výsledků písemného dotazování	54
5.2.1 Úvodní otázky	54
5.2.2 Komunikace na Facebooku.....	57
5.2.3 Otázky týkající se lexika	58

6 JAK MLÁDEŽ POUŽÍVÁ DANOU SOCIÁLNÍ SÍŤ.....	64
6.1 Odklon mladé generace od Facebooku.....	64
6.2 Používání Facebooku mladými lidmi.....	66
7 VLIV SOCIÁLNÍ SÍŤE NA SLOVNÍ ZÁSOBU MLÁDEŽE.....	69
7.1 Neologismy.....	69
7.2 Akronymy.....	71
7.3 Další vlivy Facebooku na slovní zásobu mladých.....	74
7.4 Diskuze.....	75
ZÁVĚR.....	77
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	81
SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ.....	86
SEZNAM PŘÍLOH.....	87

ÚVOD

Technologický pokrok spěje mílovými kroky dopředu a současný svět se v důsledku toho mění ve všech směrech a aspektech. Jednou z technologických vymožeností posledních desetiletí, která naprosto změnila tvář světa, je internet. Internet je fenomén, který v posledních letech vládne světu. Přes internet si může každý nakoupit, najít si práci, partnera, přátele, internet je zdrojem informací i prostředkem k navázání a následnému udržování mezilidských vztahů. Ať už se nám to líbí nebo ne, současný trend vede nezadržitelně k tomu, že mezilidské vztahy se přenášejí do online světa, světa tzv. nových médií, kde platí jiná pravidla než ve světě reálném. Málokdo si asi dnes dokáže představit neudržovat se svými blízkými kontakt přes mobilní telefon či prostřednictvím nejrozličnějších počítačových sociálních sítí.

Kromě sociálních a psychologických důsledků a různých nebezpečí, se přesun mezilidských vztahů do prostor kybersvěta odráží i v komunikaci mezi lidmi. Na jedné straně nejde popřít, že sociální sítě a internet díky své anonymitě a neuvěřitelným zdrojům umožněným oblíbeností a přístupností tohoto média může pro mnohé znamenat svým způsobem spásu. Právě díky nepřímému kontaktu je pro lidi s handicapem či problémy v komunikaci sociální síť a chat skvělou možností pro navazování kontaktů a udržování hodnotných mezilidských vztahů. Na druhou stranu sebou přesun komunikačního kanálu do online roviny nese změny projevující se mimo jiné, ale velice výrazně, v jazykovém projevu.

Mezi psanou a mluvenou formou jazyka jsou však znatelné rozdíly. Dichotomie mezi psaným a mluveným jazykem je dána tím, že mluvená a psaná komunikace se řídí jinými pravidly a obvykle je určena pro odlišné příležitosti. Tak mluvená řeč je většinou spíše nespisovná, jedná se o rychlý sled komunikačních projevů komunikantů a hlavním cílem je reagovat dostatečně zřetelně a rychle na promluvy partnerů. Naopak psaný jazyk je

většinou určen pro formální záležitosti, takže i jeho podoba je značně formální a spisovná, syntaktická a stylistická rovina je složitější a ne tak uvolněná jako v projevu mluveném. Problém nastává právě v komunikaci přes sociální sítě a chaty, kdy se jedná sice o jazyk psaný, ale zároveň simulující běžnou komunikaci tváří v tvář.

Je tedy zřejmé, že počítačová online komunikace sama o sobě má svá specifika, která musí být brána v potaz, protože je logické, že s nárůstem využívání nových médií ke komunikaci se tato specifika budou samovolně a přirozeně stávat součástí běžného jazykového projevu. A stejně tak je více než zřejmé, že tyto změny se budou nejmarkantněji projevovat v mluvě těch, pro které jsou nová média naprosto běžnou součástí života – v mluvě mladých lidí.

Mladí lidé, tedy generace těch, kteří dospívali na počátku 21. století, už jsou s novými médii sžití a je to pro ně neodmyslitelná součást života, potažmo mezilidských vztahů. Mladá generace je běžně připojena na sociálních sítích, kde se odehrává velká část jejich společenského života. Kromě již výše zmíněných chatů se jazyk na sociálních sítích projevuje prostřednictvím komentářů, statusů, sdílení fotek, videí či názorů. Pro všechny tyto projevy je společná jistá úspornost, která determinuje všechny stránky jazyka.

Vzhledem k tomu, že změny se v jazyce nejrychleji a zároveň nejvýrazněji projevují v lexikální rovině, i vliv nových médií na současnou češtinu bude pravděpodobně nejpatrnější ve slovní zásobě. A právě toto je téma, kterým se bude zabývat předkládaná diplomová práce. Trend současnosti vede k tomu, že právě mladá generace se významně podílí na změnách, kterými soudobá čeština prochází. Mladí lidé se vždy snažili vůči starším generacím vyčlenit a identifikovat se, přičemž jazyk byl jedním z prostředků tohoto vymezování se.

Cílem předkládané diplomové práce je tedy určit a popsat, jak užívání sociálních sítí ovlivňuje proměnu slovní zásoby u mladých lidí.

S tímto hlavním cílem práce souvisejí i cíle dílčí, jejichž splnění je základním předpokladem splnění cíle hlavního. V rámci těchto vedlejších cílů budou popsány a definovány sociální sítě jako celek, stejně tak konkrétní vybraná sociální síť a součástí teoretické části práce je také přiblížení problému slovní zásoby současných mladých lidí. Se stanovenými cíli práce souvisí i výzkumné otázky, na které se předkládaná diplomová práce pokusí odpovědět:

1. Jaké konkrétní důsledky má využívání sociální sítě Facebook mladými lidmi na jejich slovní zásobu?
2. Uvědomují si mladí lidé, jak je jejich jazykový projev sociální sítě Facebook determinován?
3. Má slovní zásoba určená primárně k vyjadřování a komunikaci na sociální sítě Facebook přesah i do běžné mluvy mladých lidí?
4. Která z forem změn slovní zásoby je mezi uživateli sociální sítě Facebook nejčastější?

Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část, které na sebe navzájem navazují. Teoretická část práce je rozdělena do tří kapitol a jejím úkolem je poskytnout teoretický rámec definující a ukotvit základní pojmy, aby pak mohlo být přistoupeno k praktické analýze proměny slovní zásoby u mladých lidí v důsledku používání konkrétní zvolené sociální sítě. První kapitola se věnuje problematice sociálních sítí, samozřejmě v pojetí sociálních sítí počítačových. Jak už bylo naznačeno výše, sociální sítě jsou v současné době fenoménem elektronické komunikace. První kapitola tak přináší definici sociálních sítí, náhled do historie jejich vzniku a vývoje, přehled hlavních a nejvlivnějších sociálních sítí, pohled na současný stav sociálních sítí a v závěru jsou sociální sítě ukotveny v kontextu současné mladé generace, pro kterou jsou sociální sítě neodmyslitelnou součástí života.

Práce si dává za cíl popsat a určit, jak užívání sociálních sítí ovlivňuje proměnu slovní zásoby u mladých lidí. Vzhledem k rozsahu a

výskytu sociálních sítí, bylo rozhodnuto vybrat pouze jednu sociální síť, na kterou se výzkum v praktické části práce zaměří. Zvolena byla sociální síť Facebook a to zejména proto, že se jedná bezkonkurenčně o nejoblíbenější českou sociální síť, což značně zjednodušuje výběr probandů výzkumného souboru. Druhá kapitola teoretické části se tedy zaměřuje na vymezení a charakteristiku konkrétní sociální sítě, v tomto případě sociální sítě

Facebook. Cílem kapitoly není hodnocení Facebooku, který je na jednu stranu nejužívanější sociální sítí na celém světě, ale na druhou stranu je také častým terčem kritiky kvůli narušování soukromí a nebezpečí, které skrývá zejména pro děti a mladé lidi. Kapitola se snaží podat ucelený obraz Facebooku tak, aby bylo jasné, jak funguje a jaká jsou jeho specifika, což jsou aspekty zásadní pro praktickou část práce.

Poslední kapitola teoretické části se zabývá trendy ve slovní zásobě mladých lidí. Tato kapitola stručně nastiňuje možnosti a způsoby změny jazykových prostředků v současné české společnosti, které jsou většinou důsledkem celkového společenského vývoje. V této kapitole je detailně definován pojem mladí lidé tak, jak je s ním v práci operováno. Dále se kapitola zaměřuje na změny ve slovní zásobě současných mladých lidí, konkrétně přibližuje procesy a determinanty, které tyto změny způsobují a samozřejmě, alespoň rámcově definuje a ukotvuje roli internetu ve změnách ve vyjadřování současných mladých lidí.

Praktická část práce je zaměřena na vlastní výzkum. V úvodní kapitole druhé části je pak přiblížena zvolená metodika práce, zhodnocena relevantnost této metody, popsán soubor probandů výzkumu, popsána strategie výzkumu a způsob vyhodnocení výsledků. Tato část také přináší informace o průběhu výzkumu, způsobu jeho provádění a další informace důležité pro následné vyhodnocení experimentu. Zvolenou metodou je metoda dotazování, která byla zvolena zejména proto, že pro zodpovězení výzkumných otázek je nutné oslovit velké množství respondentů a získat od nich co největší možný počet dat. Pouze tak je možné relevantně zhodnotit,

určit a popsat, jak se užívání sociální sítě Facebook podílí na proměně slovní zásoby současných mladých lidí. Metoda dotazníku se tak ukázala jako nevhodnější metodickou strategií dodávající jak potřebné množství dat, tak umožňující oslovit co nejširší a nejrozmanitější skupinu probandů, což je předpoklad pro dosažení co nejobjektivnějších výsledků. Vzhledem k tomu, že metodika je zaměřena na kvantitativní sběr dat, i vyhodnocování výsledků bude probíhat kvantitativním způsobem. Zároveň je však cíl práce deskriptivní, takže výzkum má přinést také kvalitativní výsledky.

Samotné vyhodnocení výsledků je náplní druhé kapitoly praktické části práce. Vyhodnocování výsledků probíhalo formou matematických statistických metod a popisem, takže výsledkem je jednak popis jednotlivých aspektů a konkrétních změn ve slovní zásobě mladých lidí způsobených využíváním sociální sítě Facebook, zároveň je součástí vyhodnocování i statistické vyjádření některých zásadních faktorů (procentuální zastoupení jednotlivých ukazatelů a jevů apod.). Druhá kapitola tak podává jednotný a ucelený obraz o získaných výsledcích výzkumu, jejich celkové zhodnocení a analýzu.

Třetí a čtvrtá kapitola praktické části práce se soustředí na konkrétní aspekty změn ve slovní zásobě mladých lidí způsobených sociální sítí. Na rozdíl od druhé kapitoly, která přináší statistické vyhodnocení dotazníkového šetření provedeného v rámci výzkumu, jsou třetí a čtvrtá kapitola praktické části analýzou získaných dat a údajů, včetně zhodnocení, hledání příčin daného stavu a deskripce důsledků. I tyto kapitoly vycházejí primárně z výsledků dotazníkového šetření. Zatímco třetí kapitola se zabývá otázkou, jak mládež konkrétní sociální síť využívá, čtvrtá kapitola konkrétně popisuje vliv sociální sítě Facebook na slovní zásobu mládeže. Tyto kapitoly jsou detailní deskripcí všech aspektů a faktorů projevujících se ve slovní zásobě mladých lidí v důsledku jejich využívání Facebooku.

Součástí práce je i úvod a závěr. V úvodu jsou stanoveny cíle výzkumu a výzkumné otázky, úvod také obsahuje nastínění obsahu práce a

jednotlivých kapitol, analýzu použité literatury a nastiňuje metodiku práce. Závěr práce pak hodnotí, zda bylo cílů práce dosaženo a sumarizuje odpovědi na stanovené výzkumné otázky. Výčet použité literatury a zdrojů je na konci práce.

Teoretická část práce vychází z literatury a internetových zdrojů týkajících se daného tématu. Vzhledem k širší teoretické základny práce je využita jak literatura pojednávající o problematice IT a sociálních sítí (Pavlíček, Vašutová), literatura a internetové zdroje o konkrétních sociálních sítích (Curtis, Walker), internetové stránky a zdroje zaměřené na otázku Facebooku, tak literatura a prameny o jazykových tendencích v současné češtině (Mleziva, Svobodová, Helcl, Lotko), o specificích v jazyku a slovní zásobě mladé generace (Jandová, Chloupek) a literatura o problematice ukotvení pojmu mladá generace, respektive mladí lidé (Smolík, Sak, Sekot). Otázce vlivu internetu a elektronických médií na současnou češtinu se zabývá velká část lingvistů (např. už výše zmíněná Svobodová či Lotko), ovšem konkrétní a specifické trendy ve slovní zásobě mladých způsobené vlivem Facebooku nestuduje žádný z autorů. Přesto se metodika a výstupy předkládané diplomové práce mohou opřít o určité základy, které např. v časopise Naše řeč podali autoři jako Uhlířová, Newerkla, Hoffmanová.

TEORETICKÁ ČÁST

1 SOCIÁLNÍ SÍTĚ A JEJICH CHARAKTERISTIKA

Když se dnes řekne „sociální síť“, prakticky každý si představí Facebook či podobnou internetovou variantu navazování kontaktů se stávajícími přáteli či neznámými lidmi. Sociální sítě a to právě ve významu internetových či online sociálních sítí, jsou dnes fenoménem zasahujícím do všech směrů lidského života. V následující kapitole bude přiblížena problematika sociálních sítí, bude definován pojem sociální síť jako takový se zaměřením na online sociální sítě a jejich charakteristické rysy. Cílem této kapitoly je objasnit tento pojem a poukázat na jeho specifické postavení v životě současné společnosti.

1.1 Definice sociální sítě

Pojem sociální síť¹ je dnes primárně spojován s internetem, ale nemusí tomu být nutně vždycky tak. Poprvé došlo k použití tohoto už v roce 1954, tedy dávno před vznikem internetu, kdy profesor londýnské univerzity J. A. Barnes na základě studia sociálních vztahů v norské rybářské vesnici definoval celou společnost a společenský život jako množinu bodů, z nichž některé jsou napojeny na jakousi globální síť vztahů. V tomto kontextu je třeba sociální síť chápat jako skupinu lidí určitým způsobem navzájem

¹ Neuspokojivost definicí sociální sítě souvisí už se samotným pojmoslovím. Anglický ekvivalent „Social Network“ bývá do češtiny překládán jako sociální síť, ale tento termín až příliš koreluje s představou určitého sociálního zabezpečení. Adekvátnější termín společenská síť se neujal, stejně jako označení komunitní web. (ČERNÁ, M. *Úvod do problematiky sociálních sítí*, <<http://clanky.rvp.cz/clanek/c/G/15075/UVOD-DO-PROBLEMATIKY-SOCIALNICH-SITI.html%3E/>>, [online])

propojených a ovlivňujících se. Ze sociologického hlediska jsou sociální sítě „...soustavy reciprocitních sociálních vztahů mezi třemi a více lidmi a interakce z nich vzešlé s šancemi a omezeními, která přinášejí.“

(BUŠTÍKOVÁ, L., 1999, str. 193.)

V současnosti se však pojem sociální síť posunul do nového rozměru, který přímo souvisí s rozvojem informačních technologií a přesouvá udržování vzájemného mezilidského kontaktu na internet. Elektronické sociální sítě² jsou tak pro mnohé lidi prostředkem, jak sdílet informace a komunikovat s přáteli, spolužáky, kolegy či známými ze svého bezprostředního okolí, ale i také z kteréhokoli kouta světa. (PAVLÍČEK, A., 2010, str. 127.)

Sociální sítě tedy rozumíme všechny systémy, které umožňují vytvářet a udržovat seznam vzájemně propojených kontaktů /přátel. Na základě tohoto pojetí mezi sociální sítě řadíme i ty systémy, kde není budování kontaktu cílem primárním, ale je jen jednou z jeho podporovaných funkcí. (PAVLÍČEK, A., 2010, str. 125.) Sociální sítě v tom smyslu, jakým se jimi bude zabývat předkládaná diplomová práce, jsou tedy

„...specializované webové stránky nebo jiné aplikace umožňující uživatelům vzájemnou komunikaci prostřednictvím zveřejňování informací, komentářů, zpráv, obrázků, atd.“ (Social Network, <www.oxforddictionaries.com>, [online])

Internetové sociální sítě jsou místa, kde se lidé potkávají online, v tomto prostředí si vytvářejí svůj okruh přátel a zapojují se do různých zájmových skupin. Obecným principem sociálních sítí je vytváření profilů nebo také uživatelských účtů. V rámci takového profilu uživatel zveřejňuje a sdílí své osobní informace, včetně fotografií, videí, různých sdělení apod. Jedná se tedy většinou o médium multimediální. Prostřednictvím vlastního

² Pro potřeby práce bude nadále termín sociální síť užíván k označení elektronické/internetové sociální sítě.

internetového profilu se uživatel socializuje v online prostředí, to znamená, že dochází k jeho interakci s ostatními uživateli. Internetová sociální síť je jakýmsi druhem virtuální komunity, pro kterou jsou typické určité charakteristické rysy:

- užívání společného jazyka a psané komunikace,
- veřejný prostor,
- společné zájmy, hodnoty a cíle,
- stálost veřejného mínění,
- užívání informačních technologií za účelem interakce,
- nefyzický svět,
- překonávání prostorových a časových bariér,
- užívání digitalizovaných identit nahrazujících fyzickou osobu.

(VAŠUTOVÁ, M. a kol., 2010, str. 43.)

V současné době jsou internetové sociální sítě velice rozšířeným prostředkem navazování a udržování kontaktů, který není omezen jen na sdílení komunikačních a datových kanálů, ale soustředí se i na další možnosti a aplikace. Dá se jen předpokládat, že vliv a rozšíření sociálních sítí budou do budoucna stoupat. Zejména mladí lidé tráví na sociálních sítích velkou část svého volného času a je více než jasné, že právě komunikace a interakce přes sociální sítě se velice významnou měrou podílejí na utváření jejich způsobu života, názorů, vztahů, ale také slovní zásoby a komunikačních prostředků, které přizpůsobují právě komunikaci na sociální síti.

1.2 Historický exkurz

Vznik a rozvoj sociálních sítí musí být vždy pojímán v kontextu se vznikem a rozvojem internetu. Sociální sítě jsou totiž nedílnou součástí tzv.

sociálních médií.³ Vznik sociálních sítí tak může být s nadsázkou položen už do roku 1971, kdy byl doručen první mail a začala tak éra vytváření nových komunit založených na internetových sociálních vztazích.

(CURTIS, A. The Brief History of Social Media, <www.uncp.edu/home/acurtis/NewMedia/SocialMediaHistory.html>,

[online]) Za počátek sociálních sítí tak, jak jsou známé a chápané dnes, může být považován až rok 1978, kdy byl vytvořen a spuštěn systém

Bulletin Board System, známý pod zkratkou BBS. Byl to soubor elektronických nástěnek, na kterých si mohli uživatelé vyměňovat různé informace, a tím mezi nimi tento systém zajišťoval komunikaci. Vzhledem k tomu, že v jednom okamžiku mohl být přihlášen pouze jeden uživatel, byl tento systém příliš pomalý. Z předchůdců současných sociálních sítí může být uvedena ještě aplikace OuluBox, která umožňovala komunikovat po internetu v reálném čase a která vznikla na sklonku 80. let. (WALKER, M.

The History of Social Networking, <www.webmasterview.com/2011/08/social-networking-history/>, [online])

První internetová síť pak byla vybudována v roce 1995. Jejím autorem byl letecký inženýr firmy Boeing pracující v Seattlu, Randy Conrad, který byl k založení první současně pojeté internetové sociální sítě veden snahou o kontaktování bývalých spolužáků, což se mu běžnými prostředky komunikace nedařilo. Conradův projekt nazvaný Classmates.com se rozrostl do velice úspěšné sociální sítě, jejíž ekvivalent je známý i z českého prostředí jako Spolužáci.cz. (PAVLÍČEK, A., 2010, str. 132.) Opravdu první masovou sociální sítí se stala SixDegrees založená roku 1997 v New Yorku Andrewem Weinreichem. SixDegrees umožňovala

³ Sociální média jsou naprosto novým druhem médií, pro která zatím neexistuje jednotná definice. Základním prvkem odlišujícím sociální média od tradičních médií, je proces interakce. To znamená, že v rámci mediální komunikace prostřednictvím sociálních médií, je důležitá zpětná vazba projevující se ve formě komentářů, editací obsahu apod.

svým uživatelům vytvářet profily, navazovat vazby s ostatními a procházet seznamy uživatelů sítě. SixDegrees se stala velice úspěšnou, takže už o rok později měla více než milion registrovaných uživatelů. Přes tento markantní úspěch nebyla SixDegrees schopna vytvořit fungující obchodní model, který by zajistil její fungování. Roku 2000 sice došlo k jejímu odpojení, přesto je třeba tento projekt chápat jako počátek nové éry v oblasti sociálních sítí. Po úspěchu a neočekávaném vzestupu SixDegrees vznikly další sítě jako

AsianAvenue, Black-Planet, MiGente nebo LiveJournal. (HEIDEMANN, J., KLIER, M., PROBST, F., 2012, str. 3869.)

Dalším přelomovým okamžikem ve vývoji sociálních sítí byl rok 2001, kdy byla založena Adrianem Scottem v San Franciscu síť Ryze, která na rozdíl od výše uvedených sociálních sítí zaměřených pouze na soukromé uživatele, sdružovala profesionály v oblasti obchodu a podnikání. Ryze se tak stala modelem a příkladem pro obdobné sociální sítě sdružující profesionály jako dnes známý a hojně používaný LinkedIn. Z historie sociálních sítí stojí za zmínku ještě síť Friendster, která původně vznikla jako doplněk Ryze a jejímž cílem bylo seznamování s přáteli přátel. Na počátku roku 2003 byl Friendster největší sociální sítí, ale v souvislosti s technickou nedostatečností, začala tato seznamovací síť postupně upadat a ztrácet uživatele. Přesto, že mnoho ze sociálních sítí budovaných v 90. letech 20. století a na počátku 21. století ztroskotalo, je třeba je chápat jako mezníky umožňující progres internetové komunikace až k bodu, v jakém se nachází dnes. (HEIDEMANN, J., KLIER, M., PROBST, F., 2012, str. 3869 - 3870.)

1.3 Současnost sociálních sítí

Současnost sociálních sítí je datována rokem 2003, kdy byl založen MySpace. Zatímco v předcházejícím období byly jednotlivé sociální sítě zaměřeny na seznamování, na podnikovou sféru apod., MySpace se

zaměřila na celou oblast možných uživatelů. Zpočátku se MySpace zaměřil na odcházející uživatele Friendsteru, ale velice brzy se stal leaderem mezi sociálními sítěmi. Nemálo k jeho prvenství přispěla účast známých osobností a populárních kapel, které MySpace využívaly k propagaci.

(PAVLÍČEK, A., 2010, str. 134.)

Od roku 2003 tak vzniklo mnoho sociálních sítí, které byly inspirovány neuvěřitelným počátečním úspěchem Friendsteru a které sdružují uživatele různých zaměření, různého původu, vyznání a potřeb. I současný fenomén mezi sociálními sítěmi, Facebook, vznikl původně na počátku roku 2004 jako uzavřená síť pro studenty Harvardu. Primárně školní ročenka Harvardu založená Markem Zuckerbergem a dalšími studenty brzy expandovala na další univerzity, roku 2006 se otevřela pro veřejnost a od roku 2008 je nejúspěšnější sítí poté, co z trůnu sesadila právě MySpace. (HEIDEMANN, J., KLIER, M., PROBST, F., 2012, str. 3870.)

Kromě již zmíněného Facebooku a MySpace vznikly i další sociální sítě, které jsou populární napříč celým světem. V roce 2006 byl založen Twitter, jehož zakladatel Jack Dorsey vycházel z nápadu postavit komunikaci lidí v malé skupině na krátkých textových zprávách informujících o tom, co kdo právě dělá, o čem přemýšlí apod. Tato mobilní sociální síť byla kombinována s mikroblogovací službou, kde si každý uživatel píše svůj vlastní blog tvořený tzv. tweety, tedy krátkými vzkazy.⁴

(PAVLÍČEK, A., 2010, str. 145 - 147.) Fenomémem na poli sociálních sítí se stal YouTube založený roku 2005 a fungující bez nutné registrace a jehož základem jsou kanály, na kterých lze publikovat, hodnotit, přidávat a sdílet různá videa. (PAVLÍČEK, A., 2010, str. 155 - 159.)

Kromě výše zmíněných celosvětových sociálních sítí, které dosahují milionů uživatelů napříč planetou, existuje celá řada lokálních sítí zaměřených na určitou oblast či stát. Oblíbenost a úspěšnost sociálních sítí

⁴ Vzkaz na Twitteru může mít maximálně 140 znaků.

je celkově dána v první řadě geograficky, v některých oblastech je nejúspěšnější příslušná jazyková mutace celosvětově rozšířené sociální sítě (to je případ České republiky, kde je od spuštění české jazykové verze Facebooku právě Facebook nejnavštěvovanější a nejvyužívanější sociální sítí), někde patří prvenství některé z místních sítí (např. v Rusku je nejrozšířenější místní sociální síť VKontakte apod.).

Co se týče specifika českého prostředí, sociální sítě jsou v České republice velice oblíbené, což jen odpovídá současnému celosvětovému trendu. Samozřejmě i v českém prostředí existují ryze české sociální sítě, které jsou šité na míru českému uživateli. Přes existenci těchto specificky českých sítí, poté, co na český trh vstoupili celosvětoví giganti na poli sociálních sítí jako Facebook, Twitter či LinkedIn, ryze české sociální sítě víceméně upadají. Mezi nejrozšířenější a nejznámější české sociální sítě jistě patří Spolužáci.cz, Lidé.cz či Líbímseti.cz. Podle vývoje posledních let je zřejmé, že hlavním tahounem na českém poli sociálních sítí je Facebook. Starší generace uživatelů však zůstává spíše věrná síti Spolužáci.cz, která je unikátní tím, že je založena na tvoření sociální skupiny na základě příslušnosti ke stejné třídě či škole. Ostatní dvě výše uvedené sítě, tedy Lidé.cz a Líbímseti.cz mají v současnosti spíše charakter seznamky, ale i ony si stále udržují počty desítek tisíc uživatelů.

1.4 Sociální sítě jako fenomén současnosti v životě mladých lidí⁵

Internetové sociální sítě jsou samozřejmě otevřeny každému, ale pravdou zůstává, že jsou to zejména mladí lidé, kdo sociální sítě využívá a kdo často nahrazuje klasický kontakt s lidmi formou tváří v tvář za kontakt virtuální. Současná mladá a nejmladší generace je od útlého věku obklopena elektronikou a internet a sociální sítě jsou naprosto běžnou součástí jejich života. Kromě mnoha neoddiskutovatelných pozitivních účinků tohoto stavu, má využívání sociálních sítí i určité negativní stránky, takže je třeba dbát na určitá pravidla a bezpečnost a to právě zejména ve spojení s dětmi a mladými lidmi. Při využívání sociálních sítí by měl každý v první řadě dbát na svou bezpečnost, to znamená, že ochrana vlastního soukromí by měla být na prvním místě. Anonymita internetu a virtuálního světa dovoluje komukoli vydávat se za kohokoli a děti a mladí lidé jsou tak často v ohrožení, které si nejen oni sami, ale mnohdy ani dospělí neuvědomují.

I přesto, že klasický kontakt tváří v tvář a navazování vztahů v reálném životě stále zůstává stěžejním prostředkem socializace mladých lidí, kontaktování prostřednictvím sociálních sítí a hledání si přátel, případně partnerů, virtuální cestou je stále častější a hlavně, pro nastupující generaci naprosto přirozené. Už v roce 2011 potvrdil výzkum společnosti Cisco, že internet a sociální sítě jsou pro mladé lidi zásadní složkou života.

⁵ V kontextu předkládané diplomové práce je za mládež, mladé lidi nebo také mladou generaci považována a označována sociálně demografická skupina, pro kterou je charakteristické hledání vlastního místa ve struktuře společnosti, vytváření vlastních zkušeností a hodnotového systému a životní orientace. Co se týče věkového ohraničení, jedná se dnes o širokou skupinu jedinců, v rozmezí let 15 – 29. V tomto období dochází u jedince k přechodu z dětství do dospělosti. V současnosti je mládež určená horní hranicí třiceti let zejména proto, že tito lidé si udržují životní styl teenagerů, ekonomicky a společensky jsou nesamostatní a v osobní oblasti jsou často ještě nevyhranění. (SMOLÍK, J., 2010, str. 19.)

Jak ukázala studie, „...dvě pětiny studentů tvrdí, že internet je pro ně důležitější než chození na rande, setkávání s přáteli nebo poslouchání muziky. Zatímco dřívější generace preferovaly osobní kontakty, nyní můžeme zaznamenat signály toho, že u příští generace tomu bude naopak, a bude preferovat vytváření vazeb online. Například pro 27% dotázaných studentů je nyní důležitější zůstat online na sociální síti Facebook než společenské aktivity jako jsou návštěva večírků, chození na rande nebo setkávání se s přáteli.“ (Pro třetinu mladých lidí je internet stejně důležitý jako vzduch, voda nebo jídlo, <<http://www.cisco.com/web/CZ/about/news/2011/092211.html>>, [online])

S využíváním sociálních sítí je tedy spojena celá řada rizik, která by neměla být podceňována a to zejména u mladé generace:

- záměna online intimity s intimitou reálnou (je třeba udržovat rovnováhu mezi reálným a online světem),
- transparentnost online sociálních sítí (jednou odeslané informace jsou dostupné neustále),
- online vztahy versus vztahy reálné (preference online života a vztahů před realitou),
- závislost (často nastává situace závislosti uživatele na sociální síti).

(HULANOVÁ, L., 2012, str. 90 – 91.)

Zaměřenost mladých lidí na internet a sociální sítě se projevuje ve vzájemných mezilidských vztazích. Někteří vidí tento vliv v negativním kontextu a upozorňují na fakt, že lidé ztrácejí vzájemný kontakt, že nahrazují realitu běžného života virtuálním světem. Na druhou stranu i přes značný boom sociálních sítí zůstává pravdou, že větší část mladých lidí stále vyhledává běžné sociální situace, má bližší přátele z reálného světa a socializace je pro ně spojena s kontaktem s živými lidmi. Dá se tedy říci, že mladí lidé kombinují oba druhy sociální interakce a dokážou je často skloubit tak, že udržují jak reálné, tak virtuální vztahy na podobné úrovni. Je

však třeba upozornit, že přesun společenského života z reality na sociální sítě se projevuje i v mnoha dalších ohledech. Jedním z nich je vliv na jazyk a komunikační dovednosti mladých lidí.

2 VYMEZENÍ KONKRÉTNÍ SOCIÁLNÍ SÍŤE

Jak už bylo řečeno výše, v současnosti je k dispozici celá řada českých či mezinárodních, tedy globálních, sociálních sítí a je jen na samotném uživateli, kterou bude využívat, nebo zda si vytvoří profil na více z nich najednou. Vzhledem k v úvodu avizovanému cíli práce, bude v následující kapitole představena jedna konkrétní sociální síť, která se stane také prostředím, v rámci kterého bude realizována praktická část práce. I přes značnou různorodost a širokou nabídku sociálních sítí v České republice bude výzkum prováděn na síti Facebook. Na jednu stranu se jedná o jednu z nejznámějších a nejzprofanovanějších sociálních sítí na světě, na druhou stranu právě Facebook je mezi českými uživateli nejrozšířenější, z čehož vyplývá možnost oslovení co největšího možného zkoumaného souboru a tím získání relevantních a objektivních dat. V následující kapitole bude přiblížena historie této sociální sítě a popsány funkce a aplikace, které svým uživatelům nabízí, protože právě tyto aplikace a funkce jsou prostředím, kde dochází k vytváření specifické facebookové komunikace, která pak má vliv na slovní zásobu mládeže jako takovou.

2.1 Facebook – příběh jedné sítě

Facebook je bezesporu fenoménem současnosti. Tato sociální síť je známá napříč celou planetou a asi těžko by se našel člověk z ekonomicky vyspělé země, který by o Facebooku nikdy neslyšel. Facebook byl původně založen jako uzavřená sociální síť určená pouze pro studenty Harvardu.

Zakladatel Facebooku Mark Zuckerberg v roce 2004 vytvořil síť thefacebook.com, prostřednictvím níž mohli studenti a studentky Harvardu označit toho, kdo se jim více líbí. Proto, aby získal fotky jednotlivých studentů, naboural se Zuckerberg do harvardské sítě a byl za to málem vyloučen. (Miliardář v džínách, který věří nováčkům. Zuckerberg slaví

třicetiny. <<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/272999-miliardar-v-dzinach-ktery-veri-novackum-zuckerberg-slavi-tricetiny/>>, [online])

Už v březnu 2004 Facebook expandoval na další prestižní americké univerzity, jmenovitě Stanford, Columbia a Yale. Velice brzy se Facebook prosadil po celých Spojených státech a v Kanadě a už v září 2005 byl zpřístupněn všem vysokým školám a významným firmám včetně Microsoft a Apple. Od září 2006 je Facebook otevřen veřejnosti. (PAVLÍČEK, A., 2010, str. 137.) Facebook je omezen dolní věkovou hranicí třinácti let, což nemálo přispělo k jeho raketovému rozšíření – na konci roku 2007 měl Facebook přes 57 milionů aktivních uživatelů, v létě 2008 více než 100 milionů, na počátku roku 2009 už více než 150 milionů. (NOVÁKOVÁ, M., Nová média – případová studie Facebook. <<http://www.e-polis.cz/nezarazene-clanky/380-nova-media-pripadova-studie-facebook.html>>, [online]) V roce 2014 se uvádělo, že měsíčně Facebook využívá na 1,23 miliardy lidí. (Na Facebooku jsou už přes čtyři miliony Čechů. <<http://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/technika/na-facebooku-jsou-uz-pres-ctyri-miliony-cechu/r~59b3dcee8cba11e3ab550025900fea04/>>, [online])

Zuckerberg je v současnosti jedním z nejbohatších lidí světa a to právě díky Facebooku. Stejně jako každý fenomén, i Facebook má řadu odpůrců a příznivců. Facebook je rozhodně sociální sítí, která změnila pohled na nová média a posunula internetovou komunikaci do zcela nové dimenze. Základním předpokladem úspěchu Facebooku je zřejmě zaměření na již stávající síť přátel uživatele a ne na nutnosti vyhledávání nových, na čemž stavěly jiné sociální sítě. Tento aspekt, který Facebook zpočátku odlišoval od jiných podobně zaměřených sociálních sítí, vytvořil jakousi důvěryhodnost jednotlivých uživatelů přímo související s minimalizací tvoření falešných identit. Další devizou Facebooku v jeho počátcích byla funkce oznamující veškerou aktivitu dané osoby (např. přihlášení, odhlášení, přidání nového uživatele, nových fotek či videí). (NOVÁKOVÁ,

M., Nová média – případová studie Facebook. <<http://www.e-polis.cz/nezarazene-clanky/380-nova-media-pripadova-studie-facebook.html>>, [online])

2.2 Základní charakteristika⁶

V následující kapitole bude alespoň stručně přiblížena podoba Facebooku a to prostřednictvím funkcí, které Facebook nabízí a v podobě jakéhosi manuálu, jak tato nejoblíbenější světová sociální síť funguje. Jak už bylo řečeno výše, internetové sociální sítě fungují na základě účtů, profilů jednotlivých uživatelů a Facebook v tomto ohledu není výjimkou. Takže každý, kdo chce využívat možností Facebooku, musí si v první řadě založit vlastní účet, tedy vytvořit svůj profil. Facebook nabízí několik možností, jak se na jeho stránkách prezentovat. V nabídce jsou profily, stránky nebo skupiny, kdy každá z těchto možností je určena jiné skupině uživatelů s rozdílnými požadavky. Osobní profil je určen pro konkrétního jedince, který zde uvede své pravdivé údaje, stránky jsou určeny pro propagaci podnikání či jiné komerční, charitativní nebo politické organizace nebo snahy. Skupiny jsou typem profilu, na kterém se scházejí lidé stejných zájmů nebo názorů.

Vytvoření účtu probíhá na základě tzv. registrace. Registrovat na Facebooku se může prakticky každý prostřednictvím odkazu na úvodní stránce Facebooku. K registraci požaduje Facebook jako základní údaje jméno, příjmení, heslo, e-mailovou adresu a datum narození. Ochrana Facebooku nedovoluje vytvořit účet s neprověřenou e-mailovou adresou, stejně tak kontrolou prochází i uvedené datum narození.

⁶ Zpracováno na základě dokumentu Facebook. A Beginner's Guide. <<http://cmrw.org/wp-content/uploads/2013/03/Facebook-Beginners-Guide.pdf>>, [online].

Po zadání těchto základních údajů a přepsání kontrolního kódu je uživatelský profil zaregistrován a další údaje a nastavení už záleží na konkrétním jedinci a jeho požadavcích. Základní profilové údaje požadované bezprostředně po registraci, jejichž vyplnění však není povinné, jsou zadání používané e-mailové adresy, pro načtení kontaktů, zadání školy či zaměstnavatele pro ty samé účely a vytvoření či nahrání profilové fotografie.

Základní verze každého profilu se skládá ze záložek Timeline, Informace, Fotky, Přátelé a Další. Jaké informace o sobě uživatel na svém profilu zveřejní, je jen jeho vlastní rozhodnutí. Uživatel může sdělit kromě základních výše uvedených údajů i takové informace jako oblíbené filmy, hudba, zájmy, koníčky, bydliště či náboženské vyznání.

Po vytvoření vlastního profilu se uživatel na Facebook přihlašuje zadáním e-mailové adresy a hesla. Po přihlášení se vždy otevře domovská stránka, na které se uživatel dovídá veškeré aktuality, odkazy, události a další informace ze života přátel. Uživatelova sociální síť kontaktů na Facebooku se nazývá přátelé. Na domovské stránce si může uživatel vybrat z jednotlivých oddílů, co bude dále na Facebooku dělat. V oddílu *žádosti* nalezne žádosti o přátelství a žádosti jednotlivých aplikací, v *návrzích* jsou mu Facebookem navrhováni noví přátelé (konkrétně lidé přátelící se s již stávající sociální sítí uživatele), oddíl *reklama* je určen komerčním sdělením, v *událostech* se uživatel podívá na aktivity přátel (komentáře, fotky, videa, sdílení apod.). V oddíle *co se Vám honí hlavou* může uživatel sám vypsát, co právě dělá, jak se cítí apod. Součástí domovské stránky je i *horní lišta*, prostřednictvím které je uživatel navigován mezi základními stránkami.

Autorizace jiného uživatele do vlastního profilu z něj dělá přítele uživatele. Přátelé na Facebooku však nemusejí být zákonitě lidé, kteří jsou uživatelovými přáteli ve skutečném životě. Naopak, velice často jsou přáteli přes Facebook lidé, kteří se vzájemně osobně nikdy nesetkali, ale chtějí

spolu udržovat kontakt. Ve chvíli, kdy dojde ke vzájemné autorizaci, a ze dvou uživatelů Facebooku se stanou přátelé, mají navzájem přístup do svých profilů a mohou získávat kontakty na přátele toho druhého. Podmínkou toho, aby dva uživatelé mohli využívat veškeré možnosti sítě, které Facebook nabízí, musí dojít k oboustrannému potvrzení vzájemného vztahu. Tak jen přátelé mají přístup k fotkám, odkazům, kontaktům, videím a komentářům uživatele. Další možností komunikace, kterou mají dva přátelé mezi sebou, je online chat nebo posláním zprávy, což dovoluje kontaktovat přátele prostřednictvím zpráv na bázi mailu či krátkých online chatů. Zprávy a chaty mohou být otevřeny více uživatelům zároveň nebo jen jednomu, zásadou však zůstává, že na rozdíl od zpráv uveřejněných v profilu uživatele, tyto nejsou veřejné a jsou určeny jen předem stanoveným uživatelům.

Facebook nabízí další možnosti, jak trávit čas na sociální síti – nejrůznější aplikace, hry apod., díky kterým čas na Facebooku utíká velice rychle. Mnoho kritiků Facebooku poukazuje na fakt, že člověk, který má na této sociální síti profil, tak ztrácí velkou část svého soukromí. Facebook nabízí velké množství zabezpečovacích aplikací, které mají chránit uživatele a jeho soukromí. Proto by každý, kdo využívá Facebook, měl v první řadě myslet na to, co zde zveřejňuje, protože nezabezpečený účet je přístupný prakticky komukoli, kdo má internet.

2.3 Facebook – dobrý sluha, ale zlý pán

- Více než 400 milionů aktivních uživatelů.
- 50% aktivních uživatelů se přihlašuje každý den.
- Více než 35 milionů uživatelů updatují svůj status každý den.
- Měsíčně je na stránku nahráno na 3 miliardy fotografií.
- Týdně je přes síť sdíleno na 5 miliard odkazů, novinek, statusů, poznámek....

- Každý měsíc je vytvořeno více než 3,5 milionů událostí.
- Více než milion a půl lokálních podnikatelů využívá Facebook.
- Uživatel Facebooku má v průměru 130 přátel.
- Průměrný uživatel pošle osm žádostí o přátelství měsíčně.
- Průměrný uživatel tráví na Facebooku více než 55 minut denně.
- Každý uživatel napíše v průměru 25 komentářů měsíčně.
- Každý uživatel se stane měsíčně fanouškem cca 4 stránek.
- Průměrný uživatel je pozván na 3 události měsíčně.
- Průměrný uživatel je členem 13 skupin. (Facebook. A Beginner's Guide. <<http://cmrw.org/wp-content/uploads/2013/03/Facebook-Beginners-Guide.pdf>>, [online])

To jsou jen některá „nej“ nabízená těm, kdo se stanou uživateli Facebooku. Z výše uvedeného vyplývá, že mít profil na této sociální síti je v současnosti nezbytností, která člověka udržuje v centru dění, umožňuje mu žít a účastnit se aktivit svých přátel. Ale být uživatelem Facebooku nepřináší jen pozitiva a klady. Kromě toho, že díky Facebooku jsou lidé často v kontaktu s těmi, od kterých je odděluje i několikasetkilometrová vzdálenost, nebo s těmi, kdo byli jejich blízkými přáteli ve vzdálené minulosti a s kým nemohou nadále udržovat osobní kontakt, je Facebook také jakousi „výkladní skříň“, prostřednictvím které mohou další uživatelé sledovat aktivitu kohokoli, kdo je jeho přítelem nebo přítelem přítele.

Mít účet na Facebooku je na jednu stranu jistě velice užitečné a v některých případech je jen díky Facebooku jedinec v kontaktu s určitou skupinou přátel, známých či jen stejně založených lidí. Ale jak je řečeno v nadpisu této podkapitoly, Facebook je jistě dobrý sluha, ale také zlý pán. Každý uživatel Facebooku by měl v první řadě myslet na to, kdo všechno jeho příspěvky, komentáře a statusy čte a dávat si tak pozor, aby nebyly zneužity v jeho neprospěch.

Medializace problémů spojených s přílišnou důvěrou projevovanou uživateli Facebooku už pomalu působí na zlepšení situace. Zatímco zpočátku neměli uživatelé Facebooku zdání o tom, co vše může přílišná otevřenost na sociální síti způsobit, dnes už si uživatelé dávají pozor. Důležité je si uvědomit, že Facebook je prostřednictvím vzájemných přátelství velice propojeným světem, takže v extrémních případech se můžou až stovky tisíc uživatelů dozvědět o tom, že byt je prázdný, protože jeho majitelé odjeli na dovolenou. Stejně tak přílišná sdílnost, kdy aktivní uživatel každých pár minut aktualizuje svůj status a profil a komentuje prakticky každý ze svých denních úkonů, může vést k tomu, že si další přátelé budou tento účet blokovat a snaha uživatele sdílet vše důležité vyjde naprázdno.

Dalším nebezpečím, které je součástí členství na Facebooku, je zneužití soukromých informací k, v tom lepším případě, marketingovým účelům. Jakýkoli pohyb a akce na konkrétním profilu se stává součástí vytváření jakéhosi obrazu o uživatelově osobě, který je pak často zne/využíván firmami a dalšími subjekty. Právě možnosti sledování uživatelů Facebooku jsou často jeho kritiky využívána k varování před používáním této sociální sítě, která je podle nich jen způsobem, jak kontrolovat a ovlivňovat běžného občana.

3 TRENDY VE SLOVNÍ ZÁSOBĚ MLADÝCH LIDÍ

Jazyk je systém otevřený, který podléhá mnoha vlivům a změnám. Největší jazykové změny jsou spojeny se změnami ve společnosti, které se projevují mimo jiné právě i v jazykové oblasti. V České republice nastaly výrazné společenské změny po roce 1989, kdy došlo k deformacím v oblasti politickoekonomické (tato oblast zahrnuje oblast politickou, ekonomickou, sociální, společenskou a organizačně správní), kdy se společnost otevřela zahraničním vlivům (sport, umění, výroba, technika, alternativní cesty a postupy) a došlo k uvolnění tradičních etických norem (sex, kriminalita, drogy). (MLEZIVA, E., 1996, str. 293.) Dalším zdrojem změn a jazykových deformací v současné češtině je, vedle vnitřního společenského vývoje, všeobecná globalizace, která se v oblasti jazyka primárně projevuje zaváděním mezinárodně platných jazykových prvků, zejména anglicismů, do konkrétního jazykového systému. Tato tendence se zvláště výrazně projevuje u malých národů, které nejsou schopny se globalizací příliš bránit, což je případ právě České republiky. (SVOBODOVÁ, D., 2009, str. 9.)

Nejvýrazněji se jazykový vývoj projevuje v oblasti lexikální⁷, tedy v oblasti slovní zásoby. (HELCL, M., 1963, str. 26.) A právě určit a popsat změny ve slovní zásobě mladých lidí způsobené používáním sociální sítě Facebook je cílem předkládané diplomové práce. Za tímto účelem je v následující kapitole přiblížen způsob vývoje a změn postihujících český jazyk v poslední době a tyto změny jsou ukotveny v kontextu konkrétní věkové skupiny.

⁷ Z lingvistického úhlu pohledu je třeba rozlišovat několik „druhů“ slov, kdy pro potřeby předkládané práce je stěžejní lexikální pojetí slova. Takové slovo ve významu lexikální jednotky je součástí slovní zásoby jazyka. (BEČKA, J., 1970, str. 3.)

3.1 Současná čeština a proměny její slovní zásoby

Jak už bylo zmíněno výše, v současné češtině jsou největší změny patrné v oblasti slovní zásoby. Zatímco jádro neboli centrum jazyka, což je jakási základní slovní zásoba používaná všemi členy národního společenství⁸, zůstává z větší části proměnami souvisejícími se společenským vývojem nedotčena, velice výrazně se pozměňují společensky nárazové oblasti. (LOTKO, E., 2002, str. 13.) Vývojové tendence působící na jazyk se dají rozčlenit na obecné⁹ a dílčí¹⁰ tendence, které se projevují ve slovní zásobě a velice výrazně ji ovlivňují. (LOTKO, E., 2002, str. 7.) Jedná se o tyto procesy:

- jazyková diferenciaci – jedná se na jedné straně o diferenciaci mezigenerační, kdy slova a výrazy používané jednou generací, se v generaci další již nevyskytují, na straně druhé o diferenciaci funkční vycházející z jednotlivých funkcí jazyka,
- intelektualizace – přímo souvisí s prudkým vědecko-technickým rozvojem,
- racionalizace – je velice podobná intelektualizaci, ale ještě se soustředí na jednoduchost a pravidelnost jazyka,
- ekonomičnost vyjadřování – cílem je zvýšení komunikativní efektivnosti jazykových prostředků (součástí této jazykové tendence je tzv. univerbizace, tedy nahrazování sousloví jednoslovnými výrazy),

⁸ Sem spadají lexikální jednotky pojmenovávající části lidského těla, přírody, obydlí či vztahů.

⁹ Intelektualizace, demokratizace, unifikace, ekonomičnost vyjadřování.

¹⁰ Subtendence jsou pro slovní zásobu obzvlášť charakteristické a jedná se o univerbizaci, multiverbizaci, terminologizaci, determinologizaci, nacionalizaci, internacionalizaci apod.

- unifikace – tedy zjednodušování jazyka,
- demokratizace – modifikace spisovného jazyka nespisovnou řečí,
- homogenizace – znamená vlastně úbytek a snižování jazykové variety. (LOTKO, E., 2002, str. 11 – 15.)

Proměny ve slovní zásobě českého jazyka jsou v současnosti spojeny zejména se vstupem nových cizojazyčných výrazů do českého lexika. Další proměny souvisejí s oživením starších slovních výrazů nebo s přiřazováním nových významů k již zavedeným výrazům. Samozřejmě proměny nejsou spojeny jen s rozšiřováním lexikální zásoby, ale i s procesem zužování, kdy některé výrazy slovní zásobu opouštějí. (LOTKO, E., 2002, str. 13.) Proměny ve slovní zásobě jsou určovány v první řadě dobou, společností, ideologií a její realizací v politice a psychologii. Vznik nových slov je základním a nedůležitějším prostředkem proměn současné české slovní zásoby. Proces vzniku nových slov je iniciován potřebou pojmenovat nové skutečnosti a jevy, potřebou vyjádření stavovské či profesní příslušnosti nebo potřebou obohacení textu. (SRPOVÁ, H., 2001, str. 229 – 231.)

Projevem dynamičnosti jazykového systému jsou nová slova, tzv. neologismy. *„Neologismus je lexikální jednotka, která se ve vztahu k existujícím jednotkám slovní zásoby současného jazyka vyznačuje novostí, a to jak z hlediska vzniku, tak z hlediska funkčního (funkčně systémového, komunikačního, stylistického).“* (KARLÍK, P., NEKULA, M.,

PLESKALOVÁ, J. (eds.), 2002, str. 284.) Některé neologismy jsou součástí běžného jazyka a jsou využívány v každodenním životě, takže již není zřejmé, že se jedná prakticky o nová slova. Jiné neologismy se do slovní zásoby ani nedostanou, nebo se neuchytí, nebo jsou velice rychle zapomenuty.

V oblasti lexika je pak nejproduktivnějším vývojovým procesem přejímání mezinárodních slov. Tzv. internacionalizace je v kontextu předkládané práce míněna jako stav, kdy se určitý jazyk (čeština) nachází

pod vlivem jiného jazyka či jazyků. Zatímco v 90. letech byla česká slovní zásoba ovlivňována primárně angličtinou, v současné době jsou anglicismy doplněny tzv. internacionalismy a europeismy. Internacionalismy jsou slova řecko-latinského původu, která se prostřednictvím angličtiny dostala do mnoha dalších světových jazyků. Jedná se o slova, která jsou se stejným či podobným významem součástí slovní zásoby více nepříbuzných jazyků. Europeismy pak reprezentují společné prvky ve slovní zásobě evropských jazyků. (SVOBODOVÁ, D., 2009, str. 21 – 28.)

3.2 Současná mladá generace

Už výše bylo specifikováno, co konkrétně v předkládané diplomové práci označuje termín mladá generace. Ovšem definovat současnou mládež neboli mladou generaci je velice obtížné. Kromě věkového ohraničení této sociální skupiny¹¹, které se také mnohdy u autorů liší¹², je mladá generace specifikována i dalšími charakteristickými faktory. *„Mládež je termín označující více méně nepřesně vymezenou věkovou skupinu, nebo sociální*

¹¹ Definovat sociální skupinu je velice složité, ovšem zjednodušeně lze říci, že se jedná o soubor osob poskytujících jedinci pocit sounáležitosti a příslušnosti k řadě dalších lidí, což ovlivňuje jeho jednání vůči nim a společně s nimi jej tento fakt odlišuje od ostatních osob. (KELLER, J., 2008, str. 188.)

¹² Obecně je mládež definována jako kategorie spojující či vyplňující věkový prostor mezi dětstvím a dospělostí. Věkové vymezení mládeže jako sociální skupiny je závislé na mnoha faktorech, takže např. v současné době dochází k prodlužování této kategorie související se změnou životního stylu tradiční rodiny i celé společnosti (děti zůstávají mnohem déle ve společné domácnosti se svými rodiči, prodlužuje se doba studia a tím tedy i doba jejich ekonomické nesamostatnosti apod.). Věkové vymezení mládeže je navíc závislé na kulturně-historickém a sociálním prostředí, různých sociálních strukturách, útvarech a třídách. (GEIST, B., 1992, str. 228.)

kategorii vymezenou specifickými biologickými, psychologickými a sociálními znaky.“ (SEKOT, A., 2003, str. 79.)

Kromě biologických aspektů ohraničujících dobu mládí a tedy charakterizujících mladého člověka, kam kromě věku spadá v první řadě dotvoření tělesných předpokladů jedince k reprodukci, je definice mládí určována také konkrétním historickým obdobím, jeho podobou a proměnami. (SMOLÍK, J., 2010, str. 20.) Mladí lidé jsou často považováni za jakýsi motor společnosti, který je svým způsobem pro její další vývoj nepostradatelný. Jak říká Petr Sak: *„Je přirozenou potřebou a funkcí mladého člověka a mladé generace prahnout po novém, po inovacích všeho druhu a začleňovat je do struktur svého myšlení a chování. Právě tato její potřeba a společenská vlastnost je motorem pohybu společnosti a předpokladem rozšířené společenské reprodukce. Naopak stará generace hlídá, aby tlak na změnu nepřekročil u mladé generace únosnou míru, při němž by již hrozila destabilizace společenských subsystémů a celé společnosti až na hranici anomie.*“ (SAK, P., Vztahy mezi generacemi. <http://www.insoma.cz/index.php?id=1&n=1&d_1=article&d_2=generace> , [online])

Každá mladá generace, v každé době, má svá specifika. I přesto, že jako sociální skupina jsou mladí lidé vnitřně velice diferencovaní a nejedná se tedy o homogenní sociální skupinu, zároveň jsou determinanty věku, biologického vyzrání, sociologického a osobnostního vývoje řazení do stejné fáze životního cyklu, životní etapy mládí, která je specifikována konkrétními společnými znaky. V průběhu posledních desítek let však dochází k tomu, že na jedné straně akceleruje proces fyzického (zejména pohlavního) zrání jedince, přičemž jeho sociální zrání (ekonomické a sociální osamostatnění, opuštění bydlení rodičů, založení vlastní rodiny) se opožďuje. Mládež je skupina charakterizovaná určitými společnými znaky, které ji odlišují od ostatních věkových skupin a zároveň vyjadřují její vztah k těmto skupinám. Společné znaky charakterizují tendence této skupiny jako

celku a jsou přitom společné pro všechny její podskupiny. Zároveň má sociální skupina mládež svoji vnitřní strukturu, je bohatě diferenciována na jednotlivé společenské vrstvy. Utváření vnějších i vnitřních vztahů, formálních i neformálních, závisí potom především na sociálních podmínkách existence mládeže ve společnosti a je tedy pro všechny společenské vrstvy mládeže dané společnosti obecné a zákonité. Podle

Geista *„je soubor jedinců, označovaných souhrnným termínem mládež bohatě diferenciován psychicky, fyzicky (věkově) i sociálně, přičemž mezi těmito rovinami pohledů neexistují předem dané korelace. Tento jev implikuje tři hlavní znaky: 1. historicko-sociální podmíněnost, 2. příslušnost mládeže a jejich rodičů k určité sociální vrstvě, 3. konkrétní sociální pozici (status)“* (GEIST, B., 1992, str. 228).

Jak už bylo naznačeno výše, mladí lidé mají v každé společnosti svou určitou úlohu, kterou odborníci i laici často nazývají motorem, hnací silou společnosti. Mladí lidé jsou rozhodně tím dynamizujícím prvkem, který do společnosti vnáší určité napětí, inovaci a vývojovou diskontinuitu.

Tato tendence k odlišování a novotám se velice často projevuje až opozičním postojem ke starším generacím, který může být až negativního rázu. Právě vymezení se vůči rodičům a ostatním dospělým je pro mladého člověka jednou z forem hledání vlastní identity a osobnosti. (ALAN, J., PETRUSEK, M., 1996, str. 123.) Jedním ze způsobů, kterým se mladí lidé snaží odlišit a identifikovat, jsou specifika jazyková. Právě vlastní způsob mluvy a slovní zásoba plná neologismů předchozím generacím prakticky nesrozumitelným, je jedním z charakteristických znaků mladé generace.

3.3 Jazyk současné mladé generace

Dnešní společnost je zaměřena na kult mládí, mladá generace je určujícím nositelem trendů, módních výstřelků, cílem technologických inovací. Současný trend celkového velebení mládí se samozřejmě projevuje

také v jazyce, který je deformován mladými lidmi a zároveň je jim přizpůsobován (zejména tvůrci reklamních sloganů, redaktory časopisů apod.). Jazyk těchto uživatelů je determinován snahou zaujmout mladou generaci, takže je zde patrná úporná snaha po modernitě, neotřelosti a kosmopolitě. Na druhou stranu je však mladá generace mnohem více zapojena do procesu tvorby jazyka, to znamená, že již není jen adresátem lexikálních inovací, ale podílí se vyšší měrou na jejich tvoření. Tvorba a vývojové tendence jazyka tak nejsou výsledkem činnosti vyšší věkové skupiny reprezentované vědci, překladateli a dalšími autory, ale stále více se jedná o proces vycházející z mladé a nejmladší generace. (SRPOVÁ, H., 2001. str. 228.)

Právě jazyk mladých je tedy novým tendencím nejvíce otevřen, což souvisí právě s tím, že mladá generace je otevřena a nakloněna veškerým novým trendům. Vzhledem k tomu, že jazykové inovace se nejvíce a nejdynamičtěji promítají ve slovní zásobě, je i slovní zásoba mladých složkou jazyka, ve které lze zaznamenat nejmarkantnější a nejrychlejší vývoj. Nejvíce je lexikální složka jazyka mladých lidí v současnosti utvářena a ovlivňována vznikem nových slov. Nejčastěji jsou zdroji neologismů ve slovní zásobě mladých četba, televize a oblast výpočetní techniky¹³, konkrétně oblast nových médií. (HUBÁČEK, J., 2001, str. 109 – 111.) Vliv na lexikum mladé generace má samozřejmě i vnější prostředí. Je však třeba si uvědomit, že sociální skupina mladých lidí je velice široká a vnitřně diferencovaná, takže jinak bude vypadat jazyk náctiletých, jinak vysokoškoláků a jinak lidí těsně před třicítkou, kteří již mají své zaměstnání a určitou míru ekonomické samostatnosti. Rozhodně však není možné podceňovat vliv rodinného prostředí, vliv školy (střední i vysoké) a

¹³ Není tím myšleno technologické názvosloví související s IT oblastí, ale spíše o prostor, který výpočetní technika a moderní technologie celkově otevírají.

samozejmě pracovního prostředí. Stejně tak je na jazyku často poznat, ke které „subkultuře“ mladý člověk patří.

Pro slovní zásobu mladých bez rozdílu bližšího věkového určení je jistě nejtypičtější přejímání cizích slov. Největším zdrojem neologismů je pak angličtina. „*Mladá generace se rychle sblížila s angličtinou a bez zábran napojila tento mezinárodní kód na bázi svého národního jazyka; nechala na sebe působit symptomatické diskurzy současnosti, spojené s fenoménem simulace a virtuální reality: především diskurz mediální, všudypřítomnou reklamu, klipovou kulturu, žánry jako akční filmy, sci-fi, fantasy, komiksy, dále diskurz počítačových her aj.*“ (HOFFMANOVÁ, J., 2001, str. 93.)

Anglické výrazy v mluvě mladých lidí mají buď profesionální původ (tedy pocházejí z IT oblasti, sportovní, kulturní a další terminologie), nebo se jedná o výrazy, které se nepřekládají a dotvořují mluvu současné mládeže (jako cool, look apod.). Některé výrazy zdomácnělé v jazyce mladých, sloužily originálně k označování specifických oblastí, činností či věcí v konkrétních profesích. Ovšem právě termíny jako monitor, displej, dabing, kamera, fotbal, volejbal, fax či teletext se staly naprosto běžnou součástí lexikální složky jazyka¹⁴. Lexikální výrazy současné české mladá generace jsou také ovlivněny profesní mluvou, která byla už svým původem určena pro mladé lidi. V souvislosti s těmito specifickými výrazy nejde opomenout problematiku subkultur mladých lidí, které se kromě oblečení, image, zájmů, stylu hudby, apod. odlišují právě i jazykovým vyjadřováním.

Specifické skupiny mladých lidí jako jsou writeři (tvůrci graffiti), skateboardisté (mladí lidé s koníčkem jízdou na skateboardu), pařani (hráči počítačových her) či indies (skupina vyznávající specifický životní styl)

¹⁴ Je třeba podotknout, že většina těchto výrazů je běžně používaná všemi bez rozdílu příslušnosti ke konkrétní generaci. Ovšem vzhledem k markantnímu výskytu těchto pojmů v řeči je třeba je vyzdvihnout i v kontextu jazykových prostředků české mládeže.

používají charakteristické lexikální výrazy, které v drtivé většině mají svůj původ v angličtině, a které přímo souvisí s charakteristickými znaky, činnostmi a prostředky konkrétní subkultury. Pro většinu populace jsou tyto výrazy absolutně nicneřikající¹⁵, na druhou stranu však právě tyto skupiny a jejich specifické jazykové vyjadřování láká lingvisty¹⁶. Navíc některé subkultury si získávají všeobecnou oblíbenost, dá se říci, že se stávají mainstreamovými, a tudíž i jimi používané termíny se stávají součástí běžné mluvy¹⁷. (HLADKÁ, Z., KARLÍK, P. (eds.), 2001, str. 291 – 298.)

Jazyk současné mladé generace je od jazyka generací starších dost odlišný. Samozřejmě, že rozdíly jsou patrné prakticky ve všech rovinách jazyka (syntaktické, morfologické, stylistické), ale nejmarkantnější je rozdíl v rovině lexika. A právě na specifika lexikální složky jazyka mladých lidí a to v konkrétním prostředí sociální sítě se zaměřuje praktická část předkládané diplomové práce.

3.4 Internet jako determinant jazyka mladých lidí

Podle teorie technologického determinismu znamená vždy nástup nového média proměny celé organizace společnosti, její mentality a další změny, které souvisejí se celou společností. Mezi oblastmi, které jsou takto determinovány vstupem nového média, a to bez ohledu na to, o jaké médium se jedná, je samozřejmě jazyk. Nové médium otevírá možnosti nového způsobu kontaktování recipienta, čímž se jazyk i přesto, že nadále

¹⁵ Např. tag, což je označení speciálního podpisu každého writera, label jako označení pro nahrávací společnost.

¹⁶ Např. specifickou mluvou writerů se podrobně zabývala Diana Svobodová.

¹⁷ I pro ty, kdo nepatří k vyznavačům indie životního stylu jsou termíny jako vystajlovaný či outfit běžnou součástí slovníku.

používá zažitě obvyklosti, aklimatizuje do charakteru nového média.
(REIFOVÁ, I., 2004, str. 43.)

Nová média sebou přinášejí naprosto nový směr komunikace, který je od jiných forem odlišný. Internet, zejména tzv. chaty a sociální sítě, jsou komunikačním prostředkem, kde je jazyk využíván v první řadě jako komunikační prostředek. V těchto situacích pak dochází k tomu, že i přesto, že se jedná o psanou formu jazyka, hlavní funkcí je běžná každodenní konverzace, při které na jazykové formě až tak příliš nezáleží. Tato komunikace je charakterizována nerespektováním ortografických principů, častým užíváním nespisovných výrazů a syntaktická stránka těchto projevů se velice blíží spontánnosti mluvené konverzace. Ovšem co se týče změn, shodují se výzkumníci, že chat jako takový nepřináší ze systémového hlediska do jazyka žádné převratné změny. (JANDOVÁ, E., 2006, str. 87.) Internet jako médium přináší změny do jazyka, které se projevují prakticky ve všech jeho rovinách – syntaktické, sémantické, kompoziční, stylistické a gramatické. Dalším specifickým internetového jazyka jsou překlepy, které se však neopravují, dochází k netradičním využitím jazykových prostředků a k dalším jevům. (KOPECKÝ, K., 2007, str. 59.)

Takže i přesto, že psané slovo je primárně spojeno s používáním spisovné formy českého jazyka, v prostředí internetu toto pravidlo mizí a psaná forma

češtiny se oprostí od vázanosti spisovné češtiny na psaný projev a naopak využívá výhradně prvky nespisovného jazyka. (CHLOUPEK, J.,

1986, str. 15.) Jazykové prvky, které se dají označit za zcela specifické

pro internetovou komunikaci, jsou emotikony

(prostředky nahrazující neverbální prostředky komunikace – mimiku, gestiku apod.), psaní textu velkými písmeny a zmnožení znaků (oba tyto prvky mají opět přiblížit psanou formu mluvené konverzaci). (JANDOVÁ,

E., 2006, str. 35 - 36.) *„Lingvisté se snaží postihnout, nakolik lze nové technologické způsoby přenosu slova zachytit klasickým popisem dvou modů jazyka, mluveného a psaného a s nimi spjatými charakteristikami*

(pomíjivost / trvalost, spontánnost / připravenost, bezprostřednost / plánovanost, kontextová závislost / nezávislost, časový tlak / možnost časového odkladu, nemožnost / možnost oprav při produkci textu, nemožnost / možnost vracet se zpět při dešifraci textu apod.). “ (ČMEJRKOVÁ, S., 1997, str. 225 – 247.)

Jazyk chatů a sociálních sítí se tak vyznačuje úsporností projevující se jak v syntaktické, tak lexikální rovině, vytvářením nových tvarů slov či slov zcela nových. Často také dochází ke změně významu slova již existujícího a v neposlední řadě už výše zdůrazněné příklánění a využívání nespisovné nebo obecné češtiny na úkor její spisovné podoby. Dalším prostředkem typickým pro internetovou komunikaci je používání zkratk, tzv. akronymů, které vedou ke zjednodušení komunikace a které jsou všem účastníkům konverzace srozumitelné. Co je však alarmující jak u mladé, tak i nejmladší generace, je fakt, že úspornost komunikačního projevu tak typická pro nová média se přenáší i do ostatních oblastí. Takže slohové práce žáků základních a středních škol, písemné, ale i mluvené projevy, referáty a seminární práce jsou plné hrubých gramatických chyb a dokonce i jazykových prvků vyhrazených pro internetovou komunikaci (např. smajlíků).

Pro účely předkládané diplomové práce je zásadní zaměřit se na otázku slovní zásoby. V této oblasti jsou trendy v jazyku mladých lidí spojené už s výše vysvětlovanými pojmy demokratizace, intelektualizace a internacionalizace jazyka. Používání cizích výrazů či novotvarů vycházejících z cizích jazyků (primárně z angličtiny) je podle lingvistů nejen znakem toho, že mladá generace je s cizími jazyky mnohem více sžita (cestuje, studuje jazyky už od raného dětství, je v kontaktu s lidmi v zahraničí) a dokáže je využívat, ale je to také jakýmsi znakem vymezení proti rodičovské generaci. Kromě angličtiny se v procesu internacionalizace češtiny uplatňuje okrajově i němčina a slovenština, přičemž poukaz na ruštinu by měl být chápán spíše jako prvek k vyjádření ironie a jisté

generační převahy nad tímto jazykem. (HLADKÁ, Z., Cizojazyčné prvky v korespondenci mladých lidí, <<http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7746>>, [online])

PRAKTICKÁ ČÁST

4 DOTAZOVÁNÍ JAKO METODA VÝZKUMU

Praktická část práce je zaměřena na vlastní výzkum, který probíhal formou písemného dotazníku a studia komentářů na sociální síti Facebook, ke kterým měla autorka práce přístup, a jeho výsledky. V následující kapitole budou představeny použité metody, strategie sběru dat a metody jejich vyhodnocování, budou představeny hlavní a dílčí cíle práce a výzkumné otázky, na které se výzkum pokusí odpovědět. Tato část práce také přináší informace o samotném průběhu výzkumu a jeho organizaci, způsobu jeho provádění a další fakta důležitá pro následné vyhodnocení experimentu, včetně popisu výzkumného souboru, procesu jeho výběru, nastínění podoby dotazníku, jeho distribuce apod.

4.1 Cíle a výzkumné otázky

Cílem předkládané diplomové práce je určit a popsat, jak užívání sociálních sítí ovlivňuje proměnu slovní zásoby u mladých lidí. V kontextu předkládané diplomové práce se jedná o vliv sociální sítě Facebook na slovní zásobu současných českých mladých lidí. S hlavním cílem práce souvisejí i cíle dílčí, které jsou stanoveny tak, aby tvořily rámeček a kontext cíle hlavního. V rámci těchto vedlejších cílů byly v teoretické části popsány a definovány sociální síť jako celek, stejně tak konkrétní vybraná sociální síť Facebook a také byl přiblížen proces vývoje a změny českého jazyka s důrazem na změny v lexikální rovině a to změny, které jsou v současném jazyku důsledkem internetové komunikace. Zvláštní pozornost pak byla věnována problematice slovní zásoby současných mladých lidí. V praktické části práce jsou dílčími cíli zejména určení a deskripce toho, jak užívání sociální sítě Facebook ovlivňuje proměnu slovní zásoby u mladých lidí v několika samostatných rovinách. Konkrétně se jedná o rovinu deskripce a

hodnocení používání Facebooku mládeží a následně analýza vlivu Facebooku na slovní zásobu mládeže.

Se stanovenými cíli práce souvisí i výzkumné otázky, na které se předkládaná diplomová práce pokusí odpovědět:

1. Jaké konkrétní důsledky má využívání sociální sítě Facebook mladými lidmi na jejich slovní zásobu?
2. Uvědomují si mladí lidé, jak je jejich jazykový projev sociální sítě Facebook determinován?
3. Má slovní zásoba určená primárně k vyjadřování a komunikaci na sociální sítě Facebook přesah i do běžné mluvy mladých lidí?
4. Která z forem změn slovní zásoby je mezi uživateli sociální sítě Facebook nejčastější?

4.2 Metodika

4.2.1 Metoda a strategie sběru dat

Primární zvolenou metodou předkládaného výzkumu je metoda dotazování, která byla do praxe provedena formou standardizovaného písemného dotazníku. Dotazník je vlastně jen pozměněná verze standardizovaného interview a jeho největší výhodou je bezpochyby časová úspora, úspora finančních prostředků a snadnější kvantifikace dat.

Nevýhodami této výzkumné metody jsou v první řadě menší pružnost, nebezpečí nepochopení otázky ze strany respondenta, nižší věrohodnost a vyšší nároky na pečlivost, zejména ve fázi přípravy dotazníku. Zvláště poslední bod je velice důležitý, protože sestavení dobrého dotazníku tak, aby měl skutečnou vypovídací hodnotu, je náročný úkol. (FERJENČÍK, J., 2000, str. 183.)

Dotazník je metodou kvantitativního výzkumu, který přináší data a informace od velkého množství respondentů, na základě kterých je pak možno potvrdit či vyvrátit stanovené hypotézy a zodpovědět výzkumné

otázky. Kvantitativní výzkum je tak v kontextu předkládané diplomové práce a jejích cílů mnohem vhodnější výzkumnou metodou, než je tomu v případě výzkumu kvalitativního, který se zaměřuje spíše na množství dat získaných od menšího počtu výzkumných jednotek a který je zaměřen na vytváření teoretických rámců. V oblasti médií a mediální komunikace je tak kvalitativní výzkum těžko použitelný a zpracovatelný, protože jej nelze zobecňovat. To je právě devízou kvantitativního výzkumu.

Vzhledem k cílům a výzkumným otázkám předkládané diplomové práce byla strategie získávání dat prostřednictvím dotazníku zvolena zejména proto, že pro zodpovězení výzkumných otázek je nutné oslovit velké množství respondentů a získat od nich co největší možný počet dat, která mohou sloužit jako základ určitého zobecnění, tedy generalizace. Pouze tak je možné relevantně zhodnotit, určit a popsat, jak se užívání sociální sítě Facebook podílí na proměně slovní zásoby současných mladých lidí. Metoda písemného standardizovaného dotazníku se tak ukázala jako nevhodnější metodickou strategií dodávající jak potřebné množství dat, tak umožňující oslovit co nejširší a nejrozmanitější skupinu probandů, což je předpoklad pro dosažení co nejobjektivnějších výsledků. Vzhledem k tomu, že metodika je zaměřena na kvantitativní sběr dat, i vyhodnocování výsledků bude probíhat kvantitativním způsobem. Zároveň je však cíl práce deskriptivní, takže výzkum má přinést také kvalitativní výsledky, které jsou prezentovány ve třetí a čtvrté kapitole praktické části práce.

Další metodou, ze které vychází praktická část, je tak analýza získaných poznatků, tedy rozbor, rozklad, myšlenkové rozdělování a rozčleňování zkoumaného objektu na jednotlivé a jednodušší části za účelem dosažení oddělení podstatného od nepodstatného. Dále práce pracuje s metodou syntézy, která je neoddělitelnou součástí analýzy. Jednotlivosti získané na základě analýzy jsou tak procesem syntézy spojeny a na základě nových vztahů a souvislostí znovu sjednoceny. Zčásti je také použita generalizace, kdy na základě pojmu dochází k jeho zobecnění. Na základě

získaných konkrétních informací jsou tak vytvářeny generalizace, které mohou být vztaženy na celou mladou generaci jako takovou.

Proto, aby mohla být detailně popsána a analyzována facebooková slovní zásoba a následně zhodnocen její přesah do běžné komunikace mezi jedinci tváří v tvář, byl kromě písemného dotazníkového šetření proveden také výzkum facebookových příspěvků uživatelů ze sociálního okruhu autorky práce, kteří spadají do určené věkové kategorie. V tomto ohledu bylo čerpáno jednak z vlastní sítě kontaktů autorky práce, ale také z internetových zdrojů a diplomových prací na podobné téma, které většinou sice zkoumaly jazyk používaný na Facebooku z jiného úhlu pohledu, ovšem studované promluvy jsou pro předkládanou diplomovou práci cenným obohacením zdrojových informací.

4.2.2 Dotazník

Za účelem získání kvantitativně zhodnotitelných dat byl vytvořen dotazník s jednoduchými otázkami, jehož záměrem bylo oslovit co nejvíce respondentů a získat tak co největší možný soubor dat, která bude možno zobecnit a na základě kterých bude moci být potvrzena teorie o vlivu sociální sítě Facebook na slovní zásobu současných mladých lidí. Dotazník měl přinést jasné a stručné odpovědi, takže převažujícím typem otázek jsou otázky uzavřené, které dávají respondentovi na výběr z několika možností.

V případě otázek, kde se to autorce výzkumu zdálo vhodné, byl zvolen typ tzv. polouzavřených otázek, tedy takových otázek, které umožňují zájemcům rozšířit své odpovědi o vlastní výklad. Jedná se zejména o typ otázek, ve kterých se zjišťuje respondentovo povědomí o specifických slovních výrazech spojených s facebookovou konverzací.

Dotazník tvořící základ praktické části předkládané diplomové práce se skládá z patnácti otázek, které se dají rozdělit do tří samostatných oblastí. První okruh otázek zahrnuje prvních pět otázek dotazníku a tento soubor obsahuje otázky, které postupně zjišťují základní údaje o respondentovi -

pohlaví a věk respondenta a jeho vztah k sociální síti Facebook. Je logické, že pro výzkum byly relevantní jen ty vyplněné dotazníky, jejichž vyplňovatel je uživatelem sítě Facebook, to znamená, že má vlastní facebookový profil. Pro dotazníkové šetření bylo důležité také zjistit alespoň rámcově, jak často konkrétní respondent Facebook navštěvuje a které jednotlivé funkce a možnosti Facebooku využívá. Dá se totiž předpokládat, že uživatel, který Facebook používá k chatu s přáteli, který komentuje statusy ostatních a sám se na svém účtu často profiluje, bude detailněji seznámen se specifickými prvky facebookové slovní zásoby a bude tak možno zhodnotit, jak se tato projevuje v jeho běžné komunikaci.

Po těchto úvodních otázkách důležitých pro charakteristiku a ukotvení výzkumného souboru následuje další soubor otázek, jehož cílem bylo zjistit, jaký má konkrétní respondent vztah k Facebooku a zejména k tomu, jak na Facebooku jeho osoba působí. Tyto otázky jsou podle autorky výzkumu důležité proto, aby bylo zjištěno, zda je pro mladou generaci důležité, jak jejich slovní zásoba používaná na Facebooku působí a na základě těchto informací pak je možno snadněji analyzovat příčiny a najít proměnné, které ve svém důsledku vedou k tomu, že se jednotlivé prvky facebookového lexika projevují i v běžné jazykové zásobě mladé generace.

Poslední soubor otázek předkládaného dotazníku se již zabývá konkrétními aspekty facebookové komunikace a jejich přesahem do běžně používané slovní zásoby současných mladých lidí. Otázky poslední části předkládaného dotazníku jsou formulovány tak, aby se respondent pokusil specifikovat slovní zásobu, kterou používá při komunikaci na Facebooku a na základě získaných odpovědí zjistit její uzavřenost v daném sociálním internetovém prostředí či její přesah do běžného života. Otázky se soustředí pouze a výhradně na slovní zásobu, takže syntaxtické, stylistické a další aspekty internetové komunikace na sociální síti Facebook jsou opomíjeny. V rámci těchto otázek jsou respondentům nabízeny možnosti lexikálních prvků typických pro facebookový sociální komunikační svět. Úkolem

dotazníku bylo zjistit, zda současní mladí lidé tyto lexikální prvky znají, zda dokážou charakterizovat jejich význam a zda je používají pouze v rámci facebookové komunikace nebo i v jiných případech.

Je třeba upozornit na fakt, že autorce práce se vrátilo více vyplněných dotazníků, než výše avizovaných 500, ze kterých analýza výsledků vychází. Získané vyplněné dotazníky však byly prozkoumány a z nich pak bylo vybráno pouze 500 exemplářů. Tato selekce získaných dat vycházela z pokusu zajistit co nejširší možné spektrum oslovených a zajistit rovnoměrné zastoupení všech podskupin výzkumného souboru a z pokusu vyřadit takové vyplněné dotazníky, které nejsou pro výzkum žádným přínosem (např. dotazníky vyplněné respondenty nemající svůj vlastní uživatelský účet na Facebooku či těch respondentů, kteří na Facebooku profil sice mají, ale prakticky vůbec jej nepoužívají a nesledují).

4.2.3 Strategie získávání dat, distribuce dotazníků

Vzhledem k potřebám výzkumu, zvolenému počtu probandů výzkumného souboru a možnostem autorky práce, byla forma dotazníku zvolena v písemné podobě. Písemné dotazování sice může vést k nepochopení otázek respondenty a tudíž ve svém důsledku ke zkreslení získaných dat, ale na druhou stranu umožňuje vcelku rychle, efektivně a finančně levně oslovit velkou skupinu lidí. Právě písemné formě dotazování byl přizpůsoben i celkový formát dotazníku a jednotlivé otázky (viz výše v kapitole 1.2.2).

Pro zajištění co největší možné variability dotazovaných bylo zvoleno hned několik způsobů distribuování dotazníku. Dotazník tak byl dostupný na neplaceném serveru my.surveo.com, kde k němu měl neomezený přístup kdokoli. Další formou distribuce bylo oslovení několika středních a vysokých škol, v jejichž rámci byl dotazník distribuován prostřednictvím internetu. Pravdou je, že oba tyto způsoby přinesly vysoký

počet odebraných dotazníků, ovšem návratnost vyplněných dotazníků byla v tomto porovnání velice nízká.

Vzhledem k cílům a výzkumným otázkám práce by nebylo možné nevyužít k distribuci dotazníků také Facebook. Díky provázané síti facebookových kontaktů se autorce výzkumu podařilo touto cestou oslovit stovky potenciálních respondentů a návratnost vyplněných dotazníků byla procentuálně vyšší než v předchozích dvou případech distribuce dotazníku.

Respondenti oslovení skrze Facebook navíc projevili velký zájem o dotazník a jejich odpovědi tak byly ve většině případů rozvětvenější a celkově plnější oproti ostatním vyplněným dotazníkům.

4.3 Výzkumný soubor

Už v teoretické části bylo naznačeno, že předkládaná diplomová práce operuje s termínem mladí lidé, zahrnujícím velice širokou škálu jedinců. Rozmanitost a věková a osobnostní diferencovanost výzkumné skupiny byla zvolena záměrně, aby bylo postíženo co nejglobálnější hledisko. Sociální skupina mladých lidí oslovená předkládaným výzkumem tak zahrnuje nejen teenagery, ale také vysokoškoláky či pracující mladé lidi, někteří z oslovených už mají i rodiny a je jasné, že jejich vyjadřování a slovní zásoba je faktem, že mají malé děti také ovlivněna. Ovšem je pravdou, že kromě věku není pro předkládaný dotazníkový výzkum důležité, čím a jak se jedinec žíví, nebo zda studuje, nebo zda je v manželském svazku, má rodinu apod. Jediným relevantním ukazatelem tak byl věk respondenta a to, aby měl vlastní profil na Facebooku a tento profil alespoň občas nějakým způsobem využíval.

Není třeba zdůrazňovat, že nebylo v možnostech práce oslovit dotazníkem celou cílovou populaci, tedy všechny jedince v České republice ve věku 15 – 30 let. Z cílové populace tak byl vybrán výzkumný vzorek, jehož složení mělo být natolik reprezentativní, aby bylo dosaženo co nejrelevantnějších výsledků aplikovatelných na celou populaci. Vzhledem

k tomu, že výzkum má přinést informace o celém základním výběru, bylo rozhodnuto, aby vzorkový soubor vycházel z dotazníků vyplněných pěti sty respondenty.

Pro výběr respondentů byla zvolena pravděpodobnostní metoda oblastního (stratifikovaného) náhodného výběru. Cílová výzkumná skupina tak byla rozdělena na menší oblasti, neboli strata, které obsahují pokud možno jednotky stejných vlastností. Vzhledem k širokému věkovému rozsahu základního výzkumného souboru byl tento rozdělen na dílčí oblasti zahrnující menší jednotky rozdělené podle věku – jakési věkové podskupiny. Jak už bylo naznačeno výše, pro dosažení cílů práce a zodpovězení výzkumných otázek předkládaného výzkumu nejsou důležité žádné konkrétní ukazatele kromě věku a využívání Facebooku. Z každé oblasti pak byl náhodně vybrán určitý počet respondentů tak, aby došlo k co nejobjektivnějšímu pokrytí celé sociální skupiny mladých lidí a každá věková podskupina zkoumaného souboru byla zastoupena přibližně stejně silně.

Konkrétně tak byl základní výzkumný soubor rozdělen následovně:

1. skupina: 15 – 19 let,
2. skupina: 20 – 25 let,
3. skupina: 26 – 30 let.

Výše uvedené rozdělení podle autorky výzkumu nejlépe reflektuje rozdíly panující v rámci sociální skupiny mladých lidí. Dá se tak předpokládat, že rozdílné pohledy na svět a tudíž i přístup a postavení k Facebooku budou mít náctiletí středoškoláci, studenti vysokých či vyšších odborných škol a čerstvě pracující lidé do poloviny třetí dekády věku a jiné pak lidé na prahu třicítky zakládající rodinu a řešící osamostatnění od rodičů. Dá se také předpokládat, že komunikační prostředky využívané v rámci facebookové konverzace budou u teenagerů, případně lidí do pětadvacátého roku věku, mnohem více přenášeny do běžné mluvy, než

tomu bude u lidí před třicítkou. Stejně tak se dá předpokládat, že běžná i facebooková slovní zásoba starších příslušníků mladé generace bude více podobná spisovné češtině a bude vlivem Facebooku méně determinována, než u mladších ročníků.

4.4 Průběh výzkumu a jeho organizace

Výzkum probíhal během podzimu roku 2014, kdy byly distribuovány dotazníky prostřednictvím neplaceného serveru my.survio.com, vybraných vysokých a středních škol a Facebooku. Během září, října a listopadu výše uvedeného roku pak autorka výzkumu sbírala a střádala jednotlivé vyplněné dotazníky. Na serveru my.survio.com se automaticky ukazují a sumarizují výsledky vyplněných dotazníků.

Z oslovených středních a vysokých škol byly vyplněné dotazníky zasílány na autorčin soukromý e-mail přímo od respondentů. Dotazníky distribuované prostřednictvím Facebooku mohly být respondenty zasílány vyplněné také buď e-mailem přímo autorce výzkumu, nebo prostřednictvím aplikací, které Facebook nabízí (chat, zprávy apod.).

Během prosince 2014 už nedocházelo ke sběru vyplněných dotazníků, v tomto měsíci autorka sumarizovala přijaté odpovědi a vybírala 500 dotazníků, které byly v následující fázi výzkumu hodnoceny a analyzovány. Samotné vyhodnocení výsledků pak probíhalo v průběhu měsíce ledna 2014, kdy také došlo k vytvoření praktické části předkládané diplomové práce.

Jak je vidět, všechny možnosti distribuce dotazníku a jejich návratnost jsou nezpлатněnými funkcemi, takže v tomto ohledu byla organizace výzkumu finančně zcela nenáročná. Vzhledem k časovému prostoru, který autorka k provedení výzkumu měla, nebylo ani potřeba vyhledávat pomoc. Výzkum, tedy celý proces vytvoření, distribuce, sumarizování a analyzování písemného dotazníku, prováděla sama autorka předkládané diplomové práce.

5 VYHODNOCENÍ VÝSLEDKŮ VÝZKUMU

Data a informace získané dotazníkovým šetřením byla autorkou výzkumu vyhodnocena a analyzována na základě pravidel a předpokladů kvantitativního výzkumu. Vyhodnocení výsledků výzkumu probíhalo statistickými metodami. V následující kapitole budou popsány nejprve jednotlivé matematické metody, které byly pro analýzu informací použity a následně budou představeny výsledky získané vyhodnocením písemných dotazníků, které budou v dalších částech práce autorkou okomentovány a ukotveny v souvislosti zkoumaného problému.

5.1 Statistické matematické metody

Praktická část práce je založena na empirickém kvantitativním výzkumu, kdy strategií získávání potřebných dat byl autorkou vypracovaný písemný dotazník. Cílem empirického výzkumu bylo získat statistické informace vypovídající o vlivu Facebooku na slovní zásobu současných českých mladých lidí. Pro zpracování získaných dat a informací byly použity matematické statistické metody a to konkrétně metody z oblasti deskriptivní statistiky. Cílem matematických výpočtů bylo jednak zjistit střední hodnoty a získat informace o tom, kde jsou data centrována (průměr, medián) a která data jsou nejčetnější (modus), ale zároveň bylo třeba zjistit charakteristiky variability (rozpětí). Důležitými součástmi výpočtů bylo také zjištění četnosti výskytu jednotlivých odpovědí.

Použitými matematickými metodami byly:

- aritmetický průměr (na základě výpočtu aritmetického průměru byly zjišťovány průměrné známky u jednotlivých studentů, zvláště u dívek a zvláště u chlapců, průměrné známky celkově, či u jednotlivých disciplín a cviků testovací baterie),

- procentuální výpočet (na rozdíl od aritmetického průměru, na jehož základě získáváme průměrnou hodnotu vyjádřenou čísly, představuje procentuální výpočet relativní četnost daného celku),
- medián (stejný princip výpočtu jako u aritmetického průměru, ovšem u mediánu se nezapočítávají krajní hodnoty),
- modus (jedná se o číslo, které se ve skupině dat vyskytuje nejčastěji),
- korelační koeficient (pomocí korelace lze usuzovat na souvislost dvou jevů na základě dvou souborů hodnot),
- četnost (vypočte počet výskytu hodnot v rámci oblasti hodnot, tedy ve statistickém souboru).

K vyhodnocování výsledků písemného dotazníku byl využit tabulkový procesor excel, ve kterém probíhaly veškeré výpočty.

5.2 Prezentace výsledků písemného dotazování

V následující podkapitole budou postupně prezentovány výsledky výzkumu, kdy v jednotlivých podkapitolách budou sumárně popsána data, která byla získána prostřednictvím písemného dotazování.

5.2.1 Úvodní otázky

V úvodních pěti otázkách byly zjišťovány osobní informace o respondentech a fakta o jejich využívání Facebooku. Ze získaných údajů pak vyplývá, že výzkumný soubor byl tvořen 267 ženami a 233 muži. Co se týče zastoupení jednotlivých věkových podskupin určených v rámci výzkumného souboru, i zde bylo pracováno s vyplněnými dotazníky tak, aby byly všechny tři věkové podskupiny zastoupeny co nejrovnoměrněji.

Z 500 vybraných vyplněných dotazníků tak bylo 174 respondentů zástupci

věkové skupiny 15 – 19 let, 168 respondentů bylo ve věku 20 – 25 let a zbylých 158 bylo ve věkovém rozmezí 26 – 30 let.

Tabulka 1: Rozložení respondentů podle pohlaví

Pohlaví	Četnost	Procento
Muž	233	46.6
Žena	267	53.4
Celkem	500	

Tabulka 2: Rozložení respondentů podle věku

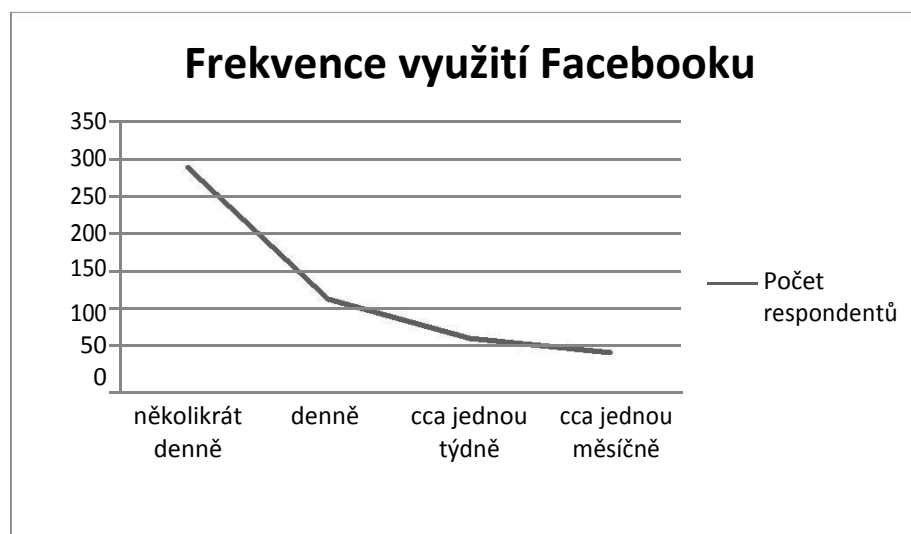
Věk	Četnost	Procento
15 – 19 let	174	34.8
20 – 25 let	168	33.6
26 – 30 let	158	31.6
Celkem	500	

Třetí otázka dotazníku se respondentů ptala, zda mají svůj účet na Facebooku či nikoli. Dotazníky, kde byla tato otázka zodpovězena negativně, byly z výzkumu automaticky vyřazeny. Je tedy jasné, že všech 500 vybraných respondentů odpovědělo na třetí otázku kladně a tudíž jsou uživateli Facebooku. Tento předpoklad je důležitý, respektive zásadní, protože pouze uživatelé Facebooku vědí, jak daná sociální síť funguje, jaká má specifika a jsou v kontaktu s jazykem charakteristickým pro uživatele sledované sociální sítě a mohou tak pouze oni sloužit jako vzorek vypovídající o tom, jaký vliv Facebook na slovní zásobu současných mladých lidí má.

Ve čtvrté otázce dotazníku bylo zjišťováno, jak často se respondenti přihlašují na svůj uživatelský účet na Facebooku. I tato otázka je dle autorky výzkumu důležitá, protože se dá předpokládat, že jinak bude specifické lexikum Facebooku aplikováno do běžné řeči těmi, kdo kontrolují svůj status několikrát denně a jinak těmi, kdo se přihlašují jen jednou za delší časový úsek. Respondenti měli v tomto směru na výběr z několika předem daných odpovědí. Více než polovina respondentů, konkrétně 288

dotázaných, kontroluje svůj facebookový účet několikrát denně. Dalších 112 respondentů je na Facebooku přihlášeno prakticky denně. 59 respondentů se na svůj uživatelský profil na Facebooku přihlašuje cirká jednou do týdne, zbylých 41 dotazovaných pak svůj profil kontroluje přibližně jednou měsíčně¹⁸.

Graf 1: Frekvence využití Facebooku



S tímto zjištěním pak souvisí i zaměření páté otázky, ve které měli respondenti uvést, které funkce Facebooku nejvíce využívají. Opět se dá předpokládat, že globálně bude Facebookem nejvíce ovlivněna slovní zásoba těch, kdo Facebook využívají k pravidelným komunikacím s přáteli probíhajícími prostřednictvím chatů a zpráv, těch, kdo komentují příspěvky svých přátel a jinak pak těch, kteří Facebook využívají jen k tomu, aby si prohlédli fotky, videa a komentáře svých přátel, ale sami přílišnou aktivitu nevykazují. Respondenti měli opět na výběr z několika předem daných

¹⁸ Jistě není bez zajímavosti, že nejčastěji se až na pár jednotlivců na Facebooku vyskytují respondenti z nejmladší a střední věkové podskupiny výzkumného souboru, dotazovaní z věkové kategorie 26 – 30 let využívají Facebook jednou týdně či ještě řidčeji.

možností. Na výběr tak měli z možností, že využívají chat, možnost přispívat na vlastní zeď, komentovat příspěvky ostatních či zprávy.

Z dalších možných aplikací, které Facebook nabízí, a které může uživatel využívat, byly ve výběru nabídnuty hry, nakupování a jiné. Respondenti mohli využít vícečetné odpovědi, což se ukázalo jako správné. Většina respondentů totiž využívá více facebookových aplikací, přičemž jen asi polovina uživatelů se ukázala jako uživatelů aktivních, to znamená, že sami publikují na zdi příspěvky a sdílejí své statusy. Většina z respondentů tak spíše využívá funkce jako chat, zprávy a komentování cizích profilových aktivit.

5.2.2 Komunikace na Facebooku

Druhý okruh otázek se zabýval tím, jak se respondenti ke komunikaci na Facebooku staví, tedy jak ji vnímají. Šestá otázka dotazníku se tak ptala na to, jak respondent vnímá svůj jazykový projev na Facebooku. Z výzkumného souboru odpovědělo 305 respondentů, že jim záleží na tom, jak jejich jazykový projev na Facebooku působí a jakou má úroveň. Znamená to, že více než polovina dotazovaných mladých lidí vnímá a pravděpodobně také hodnotí, jak působí jejich jazykový projev v rámci sociální sítě Facebook na ostatní a své slovní zásobě věnuje určitou pozornost. Dá se předpokládat, že tento aspekt má velký vliv na to, jaké jazykové prostředky mladá generace používá v rámci facebookové konverzace a dá se z toho usuzovat také na to, jaký vliv má Facebook na slovní zásobu mladých lidí využívanou mimo tuto sociální síť.

Sedmá otázka zjišťovala, jak se dotazovaní staví k jazykovému projevu na Facebooku ostatních. V otázce bylo specifikováno, že myšleny jsou gramatické chyby, používání interpunkce a samozřejmě slovní zásoba. Podobně jako v předchozí otázce, i zde se vyjádřila více než polovina respondentů kladně. To znamená, že mladí lidé vnímají, jak ostatní uživatelé

sociální sítě používají český jazyk, všímají si jazykových prostředků, slovní zásoby a dalších jazykových aspektů ostatních uživatelů.

Osmá otázka se dotazovaných ptala na to, zda se jejich slovní zásoba používaná v rámci Facebooku nějakým způsobem mění v případech, kdy komunikují s ostatními uživateli prostřednictvím soukromých sdělení (zpráv a chatů) a v případech, kdy je jejich projev veřejně sdíleným a publikovaným (veřejné komentáře na zdech ostatních uživatelů, či vlastní příspěvky na zdi apod.). Na tuto otázku odpovědělo kladně 60% dotazovaných. Více než polovina mladých lidí používajících Facebook tak mění svůj jazyk a slovní prostředky v situacích, kdy může jejich projev vidět nepřeberné množství lidí oproti případům, kdy se jedná o soukromý rozhovor. Z otázky však nevyplývá, jakým způsobem se jazykový projev těchto uživatelů mění. Tato změna může sice na jedné straně znamenat, že tito respondenti se snaží, aby jejich veřejně přístupné projevy měli určitou úroveň a dodržovaly pravidla českého jazyka, ovšem stejně tak to může znamenat, že tito respondenti se snaží prostřednictvím veřejně sdílených projevů na sebe více upozornit a naopak, využít vulgarit, nespisovných tvarů slov a zajímavých neologismů k upoutání pozornosti.

5.2.3 Otázky týkající se lexika

Otázky týkající se lexika byly koncipovány tak, aby respondenti sami poukázali na to, které prvky slovní zásoby jsou pro ně uzavřené do facebookového prostředí, a které mají přesah do běžného života. I tyto otázky byly koncipovány jako uzavřené nebo polouzavřené, ovšem na rozdíl od předchozích dvou okruhů bylo v rámci tohoto souboru otázek poskytnuto více prostoru k vlastním vyjádřením respondenta. Cílem tohoto souboru otázek bylo zjistit, jaké konkrétní lexikální prvky se projevují ve slovní zásobě mladých lidí, přičemž bylo snahou poukázat na kontext a spojitost těchto běžně používaných slovních obrátů a Facebooku. Otázky z tohoto okruhu vycházely primárně z teoretických poznatků prezentovaných

v teoretické části práce, kde bylo specifikováno, jaké jsou typické charakteristiky mluvy a slovní zásoby současných mladých lidí a jaké jsou podoby internetové komunikace a tyto poznatky byly aplikovány na konkrétní prostředí Facebooku.

Jak tedy bylo v teoretické části práce zmíněno, mezi typické lexikální prvky mladých lidí patří v současné době jistě vulgarismy. Právě prostřednictvím vulgarismů se mladá generace často vymezuje proti generacím starším, dá se dokonce říci, že se jedná o jakýsi projev revolvy.

V deváté otázce měli respondenti odpovědět na otázku, zda používají v rámci facebookové konverzace vulgární výrazy. Na tuto otázku odpovědělo kladně 408 respondentů, což se dá považovat za většinu. Tato otázka mohla být respondentem dále specifikována, takže bylo zjištěno, že nejčastěji využívá mladá generace vulgarismy v rámci soukromých sdělení, naopak ve veřejně přístupných příspěvcích sahá k užití vulgarismů sporadicky. Tento fakt jistě souvisí se zjištěním, že více než polovině respondentů záleží na tom, jak jejich jazykový projev na Facebooku působí, takže se dá říci, že respondenti dotazníku při formulaci veřejně profilovaných projevů věnují svému jazyku pozornost a snaží se o lepší jazykové vyjádření.

V desáté otázce se pak měli respondenti vyjádřit, zda si uvědomují nebo zda vnímají, že existují slova, která používají pouze v rámci komunikace na Facebooku a která naopak v běžné mluvě tváří v tvář vůbec nepoužívají. V rámci této otázky se ukázalo, že mluva mladých probíhající jak v rámci sociální sítě, tak v rámci reálného života, je velice úzce propojena, protože 72% dotazovaných odpovědělo, že takové výrazy nemá. Znamená to tedy, že i ty slovní obraty, které by se mohly na první pohled jevit jako typické pouze pro prostředí facebookové komunikace, jsou pro velkou část mladých lidí typickou součástí běžné mluvy. Podporou tomuto tvrzení může být podle autorky výzkumu i to, že i ti respondenti, kteří na

desátou otázku odpověděli kladně, uvedli jen velice málo příkladů slov, která používají pouze v rámci Facebooku¹⁹.

V jedenácté otázce vytvořila autorka seznam dvanácti slov, jejichž původ a použití se dají primárně spojit s Facebookem a jeho prostředím a úkolem respondentů bylo vysvětlit stručně jejich význam, tedy „přeložit je“. Byla vybrána slova čekat, fejs, písnot, swag, troll, v oucklandu, vejtnout, lajkovat, profilovka, cool, dej si to do statusu, lajk²⁰. Při analyzování výsledků této otázky je třeba přihlídnout zvláště k jednotlivým věkovým podskupinám výzkumného souboru. V nejmladší věkové podskupině respondentů ve věku 15 – 19 let byly všechny odpovědi víceméně správné. Znamená to, že nejmladší část současné mladé generace je se všemi termíny srozuměna, to znamená, že je dokáže používat a zná jejich význam. V rámci věkové podskupiny 20 – 25 let se ukázalo, že 21% dotázaných neznalo význam termínu swag, 19% nedokázalo popsat termín troll a 27% neznalo termín v oucklandu. V jednotlivých případech neznali dotazovaní z této věkové podskupiny i další pojmy (jako např. vejtnout), ale jednalo se jen o pár případů. I nejstarší věková podskupina výzkumného souboru měla s některými pojmy problém. Ukázalo se, že se jedná o podobné neznalosti jako u mladších jedinců – 26% respondentů ve věku 26 – 30 let neznalo termín swag, 30% termín troll, 27% termín v oucklandu, 5% termín vejtnout a 2% termín čekat. Výsledky jasně ukazují, že slovní obraty jako cool a lajk, které jsou tak říkajíc už zažitě, jsou známé i u starších jedinců, ovšem naprosté novotvary jako troll a swag, jsou známé spíše adolescentům.

¹⁹ Mezi těmito slovy se objevily výrazy lajk/lajkovat, čeknout (zkontrolovat) a vejtnout (čekat).

²⁰ Výběr byl prováděn tak, aby se jednalo o skutečně běžné „facebookové“ termíny, které mohou být dostupné a srozumitelné každému uživateli Facebooku. Naopak zcela úzkoprofilové výrazy souvisejícími např. s konkrétní hrou či aplikací, nebyla věnována pozornost.

Dvanáctá otázka byla postavena na podobném principu jako otázka předchozí, ovšem místo slov a pojmů měli respondenti vyjádřit význam zkratk. Tzv. akronymy jsou velice významnou součástí internetové komunikace a dají se rozdělit na zkratky českých sousloví a zkratky anglických sousloví. V případě českých zkratk znali význam prakticky všichni respondenti, ovšem v případě zkratk anglických někteří respondenti nedokázali určit správný význam. Na základě výpočtu četnosti bylo zjištěno, že nejméně známou zkratkou mezi respondenty předkládaného výzkumu byla zkratka sry (celkem ji neznalo 38% dotazovaných), vtf (celkem ji neznalo 35% dotazovaných) a rofl (celkem neznalo 11% dotazovaných).

Kromě anglických výrazů a akronymů jsou důležitou součástí facebookové konverzace, respektive digitální konverzace jako takové, emotikony. Vyjádření emocí prostřednictvím obrázků je jednou z možností, jak nahradit specifika konverzace tváří tvář (mimiku, gestiku) a přiblížit tak psanou mluvu co nejvíce běžné konverzaci. Dotazník se prostřednictvím třinácté otázky snažil zjistit, zda jsou emotikony, tedy tzv. smajlíci, častým prostředkem používaným v rámci facebookové konverzace. Z 500 dotazovaných drtivá většina uvedla, že emotikony při facebookové konverzaci používá. Ovšem na druhou stranu se téměř polovina z dotazovaných vyjádřila, že smajlíky nevnímá jako adekvátní náhradu běžných prostředků nonverbální komunikace. Je opět zajímavé, že tento názor byl dominantní mezi nejstarší věkovou podskupinou výzkumného souboru, tedy u respondentů ve věku 26 – 30 let (konkrétně tento pocit vyjádřilo na 85% dotazovaných). Tento fakt jistě souvisí s tím, že emotikony jako takové jsou často pokládány za dětinské doplňky konverzace a pro mnohé uživatele sociálních sítí nemají výraznější význam.

Jak je vidět, pro facebookovou konverzaci je hlavním zdrojem nových výrazů a specifík anglický jazyk. Ve čtrnácté otázce tak měli dotazovaní za úkol napsat český překlad pěti anglických slov. Ukázalo se, že zatímco „přenesený“ český význam uvedených anglických výrazů znala

velká většina dotazovaných, skutečný překlad některých vybraných výrazů už znala velká část dotazovaných. Až na pár výjimek, které jistě souvisí pouze s nedostatečnou slovní zásobou anglického jazyka, znali skutečný význam anglických výrazů prakticky všichni. Tak anglické slovo swag správně přeložilo asi 59% všech dotazovaných, stejně tak 69% respondentů znalo význam slova troll. Termíny cool a like dokázalo správně přeložit dokonce 99%, respektive 100% dotazovaných. Poslední anglické slovo uvedené v nabídce otázky číslo čtrnáct wait pak dokázalo přeložit 87% respondentů. Tato otázka měla ukázat, že pro drtivou většinu současných českých mladých lidí je angličtina jako jazyk naprosto přirozená, že tato sociální skupina této řeči rozumí a tedy, že přejímání a úprava anglických slov není jen výsledkem všudypřítomnosti angličtiny, ale také toho, že se jedná o přirozenou znalost současné mladé generace.

Tabulka 3: Znalost významu běžných anglických výrazů

Znalost významu běžných anglických výrazů	Znalo		Neznalo		Celkem
	Četnost	Procento	Četnost	Procento	
swag	295	59	205	41	500
troll	435	87	65	13	
cool	495	99	5	1	
like	500	100	0	0	
wait	435	87	65	13	

Poslední otázka předkládaného dotazníku zjišťovala, zda si respondenti myslí, že výše uvedená slova a slovní obraty a další podobné slovní prostředky mají své místo i v jiných formách komunikace než v komunikaci na Facebooku. Respondenti mohli odpovědět, že uvedené a jim podobné prostředky slovní zásoby jsou vhodné i pro jiné komunikační situace (26% dotázaných), že nejsou vhodné a patří jen do prostředí Facebooku (30% dotázaných) anebo, že některé z nich ano, jiné ovšem ne (44% dotázaných). Opět je zajímavé, že pro využití i v jiných formách komunikace je facebooková slovní zásoba vhodná převážně pro nejmladší

věkovou podskupinu výzkumného souboru. Mladí lidé ve věku 20 – 25 let, a ještě výrazněji ve věku 26 – 30 let, rozlišují, které prvky slovní zásoby patří jen do sociálního prostředí Facebooku, a které jsou naopak aplikovatelné i v rámci jiných forem komunikace.

Tabulka 4: Je využívání výše uvedených slovních výrazů a obrátů v mluvené komunikaci vhodné?

Vhodné?	Četnost	Procento
Ano	130	26
Ne	150	30
Pouze některé výrazy	220	44
Celkem		500

6 JAK MLÁDEŽ POUŽÍVÁ DANOU SOCIÁLNÍ SÍŤ

Facebook je třeba chápat v celém jeho kontextu. To znamená, že se nejedná jen o aplikaci dostupnou přes počítač či notebook, kterou mládež může využívat pouze v případě, že má k tomu správné technologické vybavení. V současné době je Facebook dostupný i přes chytré telefony, které jsou pomalu nedílnou součástí majetku každého teenagera, o starších příslušnících mladé generace o tom nelze pochybovat. A to znamená, že mladý člověk může být online prakticky kdykoli a kdekoli. Tím se také rapidně rozšiřují možnosti a zmnožují situace, kdy jedinec Facebook využívá. Facebookové aplikace upravené pro mobilní telefony pak stále více připomínají svým komunikačním charakterem psaní krátkých textových zpráv. Komunikace probíhá v reálném čase a mladí lidé volí tuto formu komunikace místo mluveného slova. V následující kapitole bude popsáno, jak současná mládež využívá Facebook, které aplikace a možnosti jsou pro ni důležité a které nikoli, které konkrétní facebookové funkce jsou současnou mládeží využívány a které naopak ne.

6.1 Odklon mladé generace od Facebooku

Výzkumy posledních let stále častěji ukazují, že současní mladí lidé se stále více odklánějí od Facebooku a ten se stává oblíbenou sociální sítí spíše starší generace. Důvodů, proč mladá generace používá Facebook stále méně, může být hned několik. Ať už je to často probírané téma narušování soukromí prostřednictvím Facebooku, nebo prostě jen fakt, že zejména mladší zástupci mladé generace se nechtějí profilovat a ukazovat na sociální síti, kde se běžně vyskytují jejich rodiče a jiní dospělí. V prvé řadě je však třeba upozornit na fakt, že Facebook nepřichází o uživatele sledované věkové skupiny jako takové. Ale tito uživatelé jsou na Facebooku stále méně aktivní. To však neznamená, že mladá generace, která je tak často

nazývána digitální generací²¹, žije bez sociálních sítí či jiných digitálních médií a komunikátorů. (DOČEKAL, D., Mládež používá Facebook stále méně, jde radši tam, kde nejsou rodiče, <
<http://www.lupa.cz/clanky/mladez-pouziva-facebook-stale-mene-jde-radsi-tam-kde-nejsou-rodice/>>, [online].)

Způsob a četnost, s jakou mladí lidé využívají Facebook, je však stále velice výrazná, takže nejde tento fenomén nebrat v úvahu při studiu jazykových projevů a komunikačních návyků mladých lidí.

Z dotazníkového šetření provedeného v rámci předkládaného výzkumu tak jasně vyplynulo, že mezi věkovou skupinou ohraničenou patnácti a třiceti lety, je těch, kteří nemají vlastní účet na Facebooku, jen nepatrná část²².

Stejně tak výrazně se projevila četnost využívání a přihlašování se na Facebook – ze 789 vyplněných dotazníků, které se autorce výzkumu dostaly do rukou, odpovědělo celých 80% z 632 majitelů uživatelského účtu na Facebooku, že navštěvuje svůj uživatelský profil nejméně jednou denně.

Z toho jasně vyplývá, že kontrola a sledování Facebooku je pro mladou generaci naprosto samozřejmou činností, které věnují pozornost alespoň jedenkrát za den. Písemným dotazníkem však nebylo zjišťováno, kolik času mladí lidé na Facebooku tráví, ale pravděpodobně to bude celkem zásadní časová hodnota.

²¹ Pojem digitální nebo také síťová generace je velice těžko uchopitelný, protože o jeho vymezení se stále vedou spory a diskuze. Vzhledem k věkovému rozmezí sledovaného výzkumného souboru je jistě užitečné zmínit rozdělení současné mladé generace na tzv. digitální domorodce a digitální imigranty. Zatímco tzv. digitální domorodci jsou lidé, kteří již vyrůstali v digitálním věku a pro něž je digitální jazyk her, počítačů a internetu naprosto přirozený, digitální imigranti se musejí naučit s digitálními technologiemi pracovat a stejně tak se musejí učit používat specifickou komunikaci spojenou s novými médii. (PRENSKY, M., 2001, str. 1 a 2.)

²² Z celkového počtu 789 navrácených vyplněných dotazníků, nemělo svůj vlastní facebookový profil jen 157 respondentů, kdy celých 63% těchto respondentů patřilo do věkové podskupiny 26 – 30 let.

Dá se předpokládat, že možnost kontrolovat a aktualizovat svůj profil na Facebooku několikrát denně je dána právě mobilními aplikacemi, díky kterým jsou lidé připojeni k internetové síti prakticky neustále a kdekoli. Mladí lidé tedy nevyužívají facebookové aplikace jen v situacích, kdy jsou doma a nemají tak se svými přáteli a vrstevníky reálný kontakt, ale právě naopak, využívání Facebooku se tak stává součástí jejich reálného života.

Jak už bylo naznačeno výše, přesto, že výsledky výzkumu ukazují, že Facebook ztrácí nejmladší uživatele, je pro mnohé mladé lidi stále nejoblíbenější a nejužívanější sociální sítí. Takže i přesto, že zejména nejmladší zástupci současné mladé generace se od Facebooku stále více odklánějí a přestávají jej považovat za hlavní možnost virtuálního kontaktování dalších lidí, nedá se pochybovat o tom, že používání této sociální sítě mladou generaci nemálo ovlivňuje a to v mnoha životních ohledech. Pro potřeby předkládané diplomové práce a vzhledem k cílům a výzkumným otázkám je však analyzováno zejména používání Facebooku mladou generací z hlediska jazykového, konkrétně lexikálního.

6.2 Používání Facebooku mladými lidmi

Facebook není jen komunikátorem, nabízí celou řadu funkcí a aplikací, které mají ukrátit volný čas uživatele a zabavit jej. Pro předkládanou diplomovou práci jsou však stěžejní ty funkce a aplikace, ve kterých se uplatňuje komunikace mezi jednotlivými uživateli. Není cílem hledat např. lexikální prostředky vycházející z jednotlivých her a jejich přesah do běžného života mladých lidí. Práce se soustředí výhradně na aspekty facebookové, respektive mediální, komunikace a její vliv na slovní zásobu mladých lidí. Tímto faktem je také určeno zaměření deskripce a analýzy používání Facebooku mladými lidmi.

V kapitole analyzující výsledky dotazníkového šetření již bylo zmíněno, že pro analyzování konkrétních změn ve slovní zásobě mladých

lidí zapříčiněných využíváním Facebooku je třeba zaměřit se na to, jak mládež Facebook používá a využívá. Z dotazníkového šetření pak vyplynulo, že nejčastější funkcí, kterou uživatelé Facebooku používají, je prohlížení příspěvků a komentářů ostatních uživatelů a jejich komentování a hodnocení. Z dotazníků nevyplývá, jak často a intenzivně respondenti komentují příspěvky, profily a statusy svých přátel, ale dá se předpokládat, že ne každý příspěvek, který si respondent prohlédne či otevře, zároveň také okomentuje či zhodnotí. Na druhou stranu, není pravidlem, že komentáře na Facebooku jsou jen víceslovná spojení nebo krátké promluvy připomínající svým charakterem minimalistická vyjádření. Z původního prostého okomentování určitého příspěvku se může často vyvinout konverzace, jejímž primárním znakem je to, že je přístupná a viditelná velkému okruhu uživatelů.

U těchto veřejně přístupných komentářů a následných konverzací se dá předpokládat jistá dávka expresivnosti. Ta je dána na jedné straně snahou zaujmout svým komentářem ostatní, což se projevuje právě volenou, dostatečně moderní a často také vtipnou slovní zásobou. Na druhé straně může veřejná přístupnost komentářů vést ke snaze uživatele po kvalitním a bezchybném jazykovém projevu, který by i ostatní uživatelé mohli ocenit.

Jak vyplývá z dotazníkového šetření, slovní zásoba používaná právě ve veřejně přístupných komentářích se výrazně liší od zpráv a komunikací soukromého charakteru u celých 60% respondentů. Z odpovědí na další otázky dotazníkového šetření pak vyplývá, že v soukromých sděleních jsou respondenty mnohem častěji používány vulgarismy, menší pozornost je věnována gramatice, diakritice, stylistice a v kontextu lexika se mohou objevovat i určité patvary a neexistující slova, která jsou však pro příjemce pochopitelná ať už z konkrétního kontextu, nebo ze vzájemných minulých interakcí a zkušeností.

Dotazníkové šetření také ukázalo, že další nejvyužívanější funkcí Facebooku je chatování. Vzhledem k tomu, že velká část respondentů je na

Facebooku přihlášena několikrát denně či alespoň jednou denně, dá se předpokládat vysoká pravděpodobnost setkání online s některým z přátel.

Dokonce se dá předpokládat, že právě potřeba chatového kontaktu ať už za jakýmkoli účelem, je primárním důvodem většiny přihlášení se na facebookový účet. V závěsu za chatem se mezi respondenty umístila možnost psaní zpráv. Na rozdíl od chatu probíhajícím v reálném čase jsou zprávy podobné spíše e-mailům, což znamená, že mají většinou delší rozsah, obsahují ucelenější sdělení a dá se také předpokládat, že jejich jazyk nebude tak uvolněný a blízký komunikaci tváří v tvář.

Další oblíbenou funkcí Facebooku se ukázalo umístování příspěvků na svou vlastní zeď, tedy do svého vlastního statusu. Specifikou této funkce je to, že prakticky ihned po uveřejnění se tento příspěvek ukáže všem členům internetové sociální sítě, kteří jsou s uživatelem spřáteleni. Kromě již několikrát avizovaného nebezpečí, že uživatelova fotka či sdělení mohou být tímto způsobem velice jednoduše zneužity, je třeba si také uvědomit, že takto zveřejněný příspěvek je mimo jiné i odrazem a jakýmsi obrazem autorovy osobnosti. Zvolená slovní zásoba a další jazykové prostředky by tak měly odpovídat tomu, že příspěvek může vidět v krajním případě až několik tisíc lidí a úroveň tohoto příspěvku, včetně jazykové stránky, o svém autorovi mnohé vypovídá. Tento fakt si pravděpodobně většina mladých lidí uvědomuje, na což se dá usuzovat i z předkládaného dotazníkového šetření. Prostřednictvím otázky zjišťující, zda respondenti využívají při jazykovém projevu na Facebooku vulgarismy bylo zjištěno, že i ti, kdo vulgarismy v rámci facebookové konverzace používají, tak činí v minimálním rozsahu právě jako součást vlastních příspěvků a statusů.

7 VLIV SOCIÁLNÍ SÍTĚ NA SLOVNÍ ZÁSObU MLÁDEŽE

Konkrétní projevy a důsledky užívání Facebooku na lexikum současné české mladé generace byly opět zjišťovány prostřednictvím dotazníku. Dalším pramenem pak byly konkrétní příspěvky a facebookové konverzace, ke kterým měla autorka výzkumu přístup prostřednictvím své vlastní sítě přátel na Facebooku. Na následujících řádcích budou konkrétně a podrobně analyzovány vlivy, které Facebook na slovní zásobu mládeže má. Výzkum ukázal, že mladí lidé prostřednictvím Facebooku nejen vytvářejí nová slova, přejímají slova z cizích jazyků, zejména z angličtiny, nebo dávají nový význam již existujícím a zaběhnutým výrazům, ale do běžné mluvy se také dostávají zkratky typické pro psanou chatovou komunikaci. Výběr prvků slovní zásoby, které jsou používány ve Facebookové konverzaci, byl učiněn na základě příslušné literatury, výzkumů českých lingvistů a internetových zdrojů na dané téma.²³

Lexikální otázce mluvy současné mladé generace a její podobě na Facebooku a mimo něj, byla věnována třetí část otázek vypracovaného dotazníku. Byly zkoumány jak vznik nových slov, zejména těch přejatých z angličtiny, používání zkratk a emotikonů, tak názor na slovní zásobu typickou pro prostředí sociální sítě Facebooku.

7.1 Neologismy

Vznik nových slov je nejčastějším a nejfrekventovanějším způsobem změny jazyka v současné době. Jakou úlohu v tomto směru hraje Facebook?

²³ Konkrétně byly příklady slov a zkratk vybrány na základě článku HRONOVÁ, Z., *Mládež przní češtinu! Ztrácíme mateřštinu, varují češtináři.* <<http://magazin.aktualne.cz/pravda-o-cestine-narodni-poklad-upi-na-smetisti-dejin/r~e7c4605aa3ab11e39c150025900fea04/>>, [online] a diplomové práce Kláry Machkové *Specifické rysy chování a komunikace adolescentů.*

V první řadě je třeba zmínit ty lexikální prvky, které vznikly přímo jako důsledek vzniku a používání Facebooku a to nejen mladými lidmi. Vlastně už samotné jméno sociální sítě – Facebook – je neologismem. Ovšem je pravdou, že vznik každé nové instituce, která je nová názvem, přináší i nové slovo. Stejně tak slovo fejs, které je zkratkou názvu Facebook, je neologismem spjatým přímo s touto sociální sítí.

Kromě vytvoření zcela nových slov, která se pak dostávají do běžné mluvy, se Facebook a jeho markantní užívání českou mládeží projevilo v přesunu významu již známých výrazů do zcela nové roviny. Asi nejznámějším příkladem může být anglické slovo like původně znamenající líbit se nebo mít rád. Na Facebooku je možné místo komentáře k příspěvku jiného uživatele, použít funkce like, která dotyčnému ukáže, že se uživateli jeho příspěvek, fotka, komentář, videa apod. prostě líbí bez toho, aby musel příspěvek vlastními slovy hodnotit nebo jinak slovně vyjádřit svůj pozitivní názor. I přesto, že Facebook v České republice má svou českou modifikaci, žije původní anglické slovo svým vlastním životem. Obraty jako Dej tomu lajk nebo Lajkovat jsou dnes běžnou součástí slovníku mladých lidí. Na tomto příkladu je také jasně patrná jistá sebeironie mladých lidí, kteří často anglické výrazy upravují podle pravidel české transkripce a pravopisu, což se projevuje nejčastěji v tom, že anglická slova jsou přepisována podle jejich fonetického vyznění.

Přenesení významu původního anglického slova a/nebo jeho úprava je v současné době velice častým jevem. Jedná se o jev všeobecný, ovšem úloha sociálních sítí v tomto procesu je neoddiskutovatelná. Dalšími příklady mohou být slova čekovat (kontrolovat z původního anglického slova check), vejtovat (čekat z původního anglického wait), šérovat (sdílet z původního anglického share) apod. Další slova, jako swag a troll, zůstávají zatím v původní anglické podobě, ovšem jejich náplň je od jejich původního významu dost vzdálená. To je případ slova swap, které původně znamená lup, ovšem mladými je toto slovo používané ve smyslu správný, cool styl

vizáže a oblékání, nebo slova troll, jehož původní význam trol byl determinován na označení nenávislného účastníka internetových diskuzí.

Mladá generace si však dokáže upravit a hrát i s původně českými slovy. Příkladem může být slovo písnot, které vzniklo ze slovesa psát.

Stejně tak slovo profil, které dnes pro drtivou většinu mladých lidí automaticky znamená jejich uživatelský facebookový účet a profilovka pak fotku, která je úvodní fotkou tohoto profilu.

Většina nově vzniklých slov, má svůj původ právě na internetu a velká část pak přímo na Facebooku. Dá se očekávat, že vzhledem k tomu, že mladí lidé tyto nové výrazy a slova používají v rámci facebookové konverzace, jejich přesah do ostatních komunikačních situací bude markantní. Mladí lidé si tak do reálného života přenášejí slovní výrazy, které byly původně určeny pro jejich kontakty na Facebooku. Vzhledem k masovému rozšíření Facebooku mezi mladými lidmi je toto možné, protože většině slovních obrátů bez problémů rozumí vrstevníci prakticky z jakéhokoli sociálního prostředí.

7.2 Akronymy

Další skupinou jazykových prvků, jejichž původ je třeba hledat v internetové konverzaci a jejichž rozšíření je třeba dát na vrub masovému rozšíření a používání Facebooku, jsou tzv. akronymy. Akronymy jsou zkratky slov a vět, prostřednictvím kterých se v rámci internetové komunikace vyjadřují emoce, pocity či jen prostá sdělení. Vzhledem k tomu, že původ akronymů je třeba hledat v angličtině, i v rámci české facebookové mluvy se jedná o zkratky anglických vět a slovních spojení.

V rámci českého jazykového prostředí dochází k modifikacím původních akronymů a tím vznikají české varianty akronymů. Akronymy mohou samozřejmě vznikat i z českých slovních spojení. (KOPECKÝ, K., 2007, str. 61.)

Následuje výpis asi nejznámějších a nepoužívanějších českých a anglických akronymů²⁴, z nichž jen některé byly součástí dotazníkového šetření:

- BTW mimochodem (z anglického By the Way)
- CUL uvidíme se později (z anglického See You Later)
- FYI pro vaši informaci (z anglického For Your Information)
- IMHO dle mého skromného mínění (z anglického In My Honest Opinion)
- LOL smích (z anglického Loud of Laught)
- ROFL válím se smíchy (z anglického Rolling on the Floor Laughing)
- OIC už chápu (z anglického Oh, I See)
- OMG ach můj bože (Oh My God)
- PLS prosím (z anglického Please)
- THX děkuji (z anglického Thanks)
- SRY promiň/prosím (z anglického Sorry)
- AFK jsem mimo klávesnici (z anglického Away from Keyboard)
- N/A nedostupný (z anglického Not Available)
- ASAP co možná nejdřív (z anglického As Soon As Possible)
- WTF co to sakra... (z anglického What the Fuck)
- GR8 výborně (z anglického Great)
- Z5 zpět
- MMNT moment
- JJ jo, jo

²⁴ Zpracováno dle publikace Kamila Kopeckého Moderní trendy v elektronické komunikaci a diplomové práce Kláry Machkové Specifické rysy chování a komunikace adolescentů.

- NN ne, ne
- NJN no jo no
- TJN to jo no
- NZ není zač
- PTŽ protože

V písemném dotazníku, ze kterého vychází praktická část předkládané diplomové práce, byly použity zkratky jj, nn, njn, tjn, nz, ptž, mmnt, lol, rofl, omg, wtf, btw, pls, sry, gr8, asap. Jak už bylo popsáno v druhé kapitole v rámci analýzy a vyhodnocování výsledků dotazníkového šetření, všechny výše uvedené zkratky byly prakticky všem respondentům víceméně známy. Využívání akronymů je pro facebookovou konverzaci typickým jevem, takže všeobecná známost zkratek není nijak překvapivá. Používání akronymů je dáno tím, že komunikace na Facebooku má být v první řadě interaktivní a tím pádem rychlá. Právě rychlost reakce je pro zachování interakčnosti komunikace velice důležitá. Díky zkratkám se tak uživatelé mohou vyhnout vypisování dlouhých několikaslovných výrazů či krátkých vět a mohou svůj názor, současný stav či pocit vyjádřit prostřednictvím pár písmen. Dá se říci, že minimalizace zbytečných a dlouhých projevů je pro mladou generaci typická. Jak chatové konverzace, tak mobilní zprávy apod. vedou mladé k tomu, aby si komunikaci co nejvíce zjednodušovali.

Podobně jako v případě neologismů je zřejmé, že vzhledem k tomu, že facebooková komunikace je pro mladé stejně důležitá jako reálné setkávání a komunikování s lidmi, je pravděpodobné, že i zkratky a snaha po minimalistickém vyjadřování se budou projevovat ve slovní zásobě mladé generace jako takové. Na druhou stranu, akronymy jsou často spojení písmen, jejichž fonetická podoba je pro komunikanta k vyslovení těžká, takže se v běžné mluvě tváří v tvář tyto specifické prvky slovní zásoby vyskytují v mnohem menší míře než neologismy.

7.3 Další vlivy Facebooku na slovní zásobu mladých

Kromě vytváření nových slov a zkracování se rozšíření Facebooku mezi mladými lidmi projevuje i dalšími aspekty ovlivňujícími slovní zásobu současných českých mladých lidí. V první řadě je třeba věnovat pozornost celkové vulgarizaci a nespisovnosti mluvy současné mladé generace. Vliv

Facebooku, respektive sociálních sítí a nových médií jako celku, na tento proces je nepopíratelný. Dá se jistě hovořit o jistém druhu slangu, který přímo vychází z enormního využívání Facebooku mladými lidmi. Slang je

„...nespisovná část lexikální zásoby, která je vázána na sociální prostředí...“, v tomto případě se jedná o přímou návaznost na sociální prostředí Facebooku. (JÍLEK, V., 2005, str. 10.) Slang se primárně snaží o neotřelé a originální pojmenovávání, která se často vytváří přenášením významu, metaforami. Slang je tak pro ty, kdo stojí mimo danou sociální skupinu prakticky nedekódovatelný. (KOPECKÝ, K., 2007, str. 63.)

Ve spojení s Facebookem se rozhodně dá mluvit o specifickém slangu, který vychází jednak ze specifík internetové komunikace jako takové, ale za jehož podobou stojí sociální složení uživatelů Facebooku a to, jak tito uživatelé Facebook používají. Některé výrazy typické pro facebookové prostředí již byly zmíněny a jak už bylo naznačeno, hlavním zdrojem těchto výrazů je angličtina. Pomocí facebookového slangu se mladá generace chce odlišovat a zejména zaujmout ostatní své vrstevníky. Slovní zásoba používaná mladými lidmi na Facebooku je pro ty, kdo nejsou příslušníky mladé generace, prakticky nečitelná a nesrozumitelná. Ale jak ukázalo dotazníkové šetření prováděné v rámci praktické části předkládané diplomové práce, slovní zásoba je často nesrozumitelná a neznámá i pro samotné příslušníky téže generace. Je to jistě důsledek již několikrát zmiňované výrazné věkové diferencovanosti mladé generace.

Vliv Facebooku vedoucí k nespisovnosti a vulgaritě slovní zásoby mladých lidí je dán v první řadě tím, že mladí lidé se na Facebooku mohou

bez strachu před jakoukoli penalizací vyjadřovat mimo pravidla českého jazyka, mohou vytvářet nová slova, měnit význam již existujících výrazů, upravovat tvary, míchat angličtinu s českými pravidly a používat vulgární výrazy. Mladí lidé tak velkou část svého času věnovaného komunikaci tráví bez toho, aby byla jejich slovní zásoba a výrazové prostředky jakkoli kontrolovány. Navíc je konverzace na Facebooku uvolněná a mladí lidé se prostřednictvím ní chtějí odreagovat a uvolnit se. Pravidla českého pravopisu a českého jazyka tak ustupují do pozadí, mladí lidé si slova pozměňují a upravují pro své potřeby. Vzhledem k tomu, že mladí lidé často i ve chvílích, kdy se nacházejí ve skupině přátel a vedou komunikaci v reálném životě, stále udržují písemný kontakt na Facebooku prostřednictvím mobilních telefonů, dostávají se tyto prvky slovní zásoby i do jejich dalších komunikačních projevů.

7.4 Diskuze

Dotazníkový výzkum dokázal, že současná mladá generace je generací sociálních sítí a i přesto, že mnozí již avizují konec nadvlády Facebooku v českém prostředí nových médií, je Facebook stále fenoménem a uživatelský účet na této sociální síti má většina příslušníků mladé generace. Slovní zásoba těch, kdo Facebook využívají, se v důsledku toho samozřejmě mění. Výzkum ukázal, že facebooková komunikace má svá specifika projevující se v současném českém lexiku, ovšem také ukázal, že i v rámci mladých lidí jsou v tomto ohledu značné rozdíly.

Zatímco nejmladší podskupina výzkumného souboru, tedy adolescenti, jsou v jednotlivých aspektech typických pro komunikaci na Facebooku značně zběhlí, s věkem klesá povědomí jedinců o zvláštních tvarech a slovní zásobě spojené primárně s Facebookem. Tento fakt musí být ukotven v kontextu sociální skupiny adolescentů, pro kterou je typické, že se svou slovní zásobou snaží být zajímavá, snaží se vymezit proti starším

generacím a jako jedinec se adolescent snaží být součástí své vrstevnické skupiny. Vlastní lexikální tvary jsou tak pro tuto část mladých lidí velice významné, slovní zásoba pro ně není pouze prostředkem komunikace, ale je také prostředkem socializace a ukotvuje jejich sounáležitost s ostatními členy sociální skupiny.

Skupiny respondentů starších dvaceti let se nejen nepohybovaly v prostředí facebookových prostředků slovní zásoby tak jistě, zejména v nových slovech a zkratkách se příliš nevyznaly, ale také projevíly snahu o rozdělování slovní zásoby používané v rámci Facebooku a té, která je vhodná pro jiné příležitosti. Na základě vyhodnocení otázky číslo čtrnáct bylo zjištěno, že všechny oslovené podskupiny výzkumného souboru znají angličtinu, ovšem rozdíl je v tom, jakým způsobem tyto znalosti aplikují do své slovní zásoby. Takže zatímco nejmladší podskupina znala prakticky všechny anglické výrazy jak v jejich originální podobě, tak v přeneseném významu používaném v českém prostředí, starší podskupiny znaly překlady anglických slov, ale už méně se orientovaly v jejich přeneseném významu.

Je však třeba také připomenout, že znalost jednotlivých specifických lexikálních prvků vyvěrajících z facebookového prostředí automaticky neevokuje jejich používání. Dá se předpokládat, že i obě starší podskupiny výzkumného souboru v době své adolescence používaly a využívaly slovní zásobu primárně určenou a vzniklou v prostředí Facebooku mnohem více nejen mimo toto prostředí sociální sítě, ale i v běžném životě. Stejně tak se dá předpokládat, že s postupem věku budou mladí lidé stále méně cítit potřebu po nových a neotřelých výrazech, které je odliší od ostatních generací, takže postupně dojde nejen k opouštění již stávající slovní zásoby, ale přestane také vyhledávání a vytváření těchto výrazů.

ZÁVĚR

Cílem předkládané diplomové práce bylo určit, jak užívání sociálních sítí ovlivňuje proměnu slovní zásoby mladých lidí. Cílem práce nebyl lingvistický rozbor možností změn slovní zásoby současné češtiny, ale úkolem bylo ukotvit změny v lexikální rovině českého jazyka pocházející z prostředí sociálních sítí do rámce jejich primárních uživatelů, mladých lidí. Sociální sítě jsou fenoménem, jehož výskyt se sice datuje až do posledních několika let, možná do poslední dekády, ovšem i přes svou mladost se stihly již nesmazatelně zapsat do nejširších oblastí lidského

života. Už s přihlédnutím ke své funkci a podobě je zřejmé, že využívání sociálních sítí je v první řadě doménou mladých lidí, kteří jsou od nejujtějšího mládí konfrontováni s existencí nových médií a tím se prakticky současně učí komunikaci v běžném slova smyslu a komunikaci digitální.

Reálný a virtuální život jsou díky moderním technologickým přístrojům, jako jsou chytré telefony, tablety a ultrabooky, velice úzce propojeny a stejně tak jsou propojeny specifické jazyky obou těchto prostředí. Dokazovat, že jazyk sociálních sítí má vliv na slovní zásobu současných mladých lidí, není potřeba. Otázkou je, jaké konkrétní dopady má slovní zásoba používaná a určená primárně pro prostředí sociální sítě, na lexikum mladé generace z globálního úhlu pohledu i v jednotlivostech. Pro provedení výzkumu byla zvolena jedna konkrétní sociální síť, a to síť Facebook, která je u českých mladých lidí nejoblíbenější sítí. Facebook navíc nabízí velké množství funkcí a aplikací, čímž vytváří široký prostor pro různé lexikální změny a modifikace.

Za účelem zjištění konkrétních změn v lexiku české mladé generace způsobených vlivem Facebooku bylo vytvořeno písemné dotazníkové šetření, na základě kterého bylo zjištěno, že Facebook přináší do české lexikální roviny jak nové tvary slov, tak slova zcela nová, tak dochází v důsledku rozšíření Facebooku k přesunu významů některých již známých a používaných slov. Kromě dotazníkového šetření byla také provedena

analýza facebookových promluv, na základě kterých byla rozšířena zjištění dotazníkového výzkumu.

V úvodu předkládané diplomové práce si autorka stanovila výzkumné otázky. První výzkumná otázka zněla: Jaké konkrétní důsledky má využívání Facebooku mladými lidmi na jejich slovní zásobu? Dotazníkovým šetřením a také analýzou facebookových komunikací bylo zjištěno, že konkrétními důsledky používání Facebooku mladými generacemi je zejména ekonomizace slovní zásoby vedoucí k zefektivnění a zjednodušení lexika, dále demokratizace, tedy přesun od spisovné slovní zásoby k nespisovné a zejména pak internacionalizace vycházející v první řadě z angličtiny. Konkrétně se tedy vliv Facebooku na slovní zásobu současných mladých lidí v České republice projevuje nárůstem používání vulgarismů, nespisovných výrazů, anglických slov a to jak v jejich původní, tak počestěné podobě a okrajově také používáním zkratek, které mají nejčastěji svůj původ také v anglickém jazyce.

Druhá výzkumná otázka se ptala, zda si mladí lidé uvědomují, jak je jejich jazykový projev Facebookem determinován. Bylo zjištěno, že mladí lidé si tento proces určitě uvědomují. Je to patrné z odpovědí na poslední otázku dotazníkového šetření, ve které se tři čtvrtiny dotázaných vyjádřily, že slovní zásoba používaná a vzniklá v prostředí Facebooku není pro jiné komunikační situace vhodná, nebo je třeba rozlišovat, které slovní tvary vhodné jsou a které nikoli. Je tedy zřejmé, že mladí lidé si determinaci své slovní zásoby způsobenou Facebookem uvědomují a dokonce si uvědomují i její rozsah.

Kladnou odpověď přinesl výzkum i na třetí otázku. Ta zněla: Má slovní zásoba určená primárně k vyjadřování a komunikaci na sociální síti Facebook přesah i do běžné mluvy mladých lidí? Vzhledem k tomu, že jen minimální procento respondentů se vyjádřilo, že při komunikaci na Facebooku používá výrazy, které v komunikačním procesu tváří v tvář nepoužívá, je zřejmé, že obě komunikační oblasti jsou velice úzce

propojeny a slovní zásoba mladých lidí funguje v úzké interakci. Komunikace na Facebooku a v reálném životě tak mnohým velice úzce splývá. Tady je však opět třeba rozlišovat mezi jednotlivými věkovými podskupinami výzkumného souboru. Dá se předpokládat, že zatímco adolescenti mají na Facebooku svou zcela specifickou slovní zásobu a jejím používáním i v ostatních situacích vyjadřují svoji příslušnost k sociální skupině dospívajících, ostatní věkové podskupiny výzkumného souboru pravděpodobně nemají facebookovou slovní zásobu tak výrazně vyhraněnou a tudíž je tato slovní zásoba víceméně bez problémů použitelná i v dalších životních situacích.

Čtvrtá výzkumná otázka se ptala, která z forem změn slovní zásoby je mezi uživateli Facebooku nejčastější. Několikrát bylo v práci naznačeno, že nejčastějšími změnami jazyka jako takového je vznik nových slov. Tato teorie platí v i konkrétním případě vlivu Facebooku na slovní zásobu současných českých mladých lidí. Právě neologismy jsou nemarkantnější změnou projevující se ve slovní zásobě mladých lidí. Neologismy mající svůj původ v prostředí Facebooku jsou nejčastěji slova anglického původu převedená do českého jazykového prostředí. Tato slova často mění svůj pravopis tak, aby vyhovovala českému prostředí, často se také mění původní význam těchto slov, který pak neodpovídá českému překladu a dochází také k tomu, že tato slova jsou skloňována a časována podle českých pravidel.

Zvláštní skupinu v tomto procesu pak tvoří tzv. akronymy, což jsou zkratky víceslovných spojení, které se, sice ne tak často jako internacionalismy, také objevují v běžné mluvě současných mladých lidí.

Vliv Facebooku, respektive sociální sítě jako takových, na slovní zásobu současných mladých lidí je jevem, kterým se zabývají učitelé, lingvisté, odborníci na komunikaci, sociologové a psychologové. Na jedné straně je tento proces kritizován, mluví se o „prznění“ českého jazyka a jakémsi procesu lingvistického hloupení mladé generace. Najdou se však i názory, které tvrdí, že tento proces změny a úpravy lexika je typický pro

každou mladou generaci a je svým způsobem jistým ozvláštněním českého jazyka a znakem hravosti a vynalézavosti příslušníků mladé generace. Je pravdou, že proces vulgarizace, internacionalizace a ekonomizace českého lexika, a vůbec českého jazyka, byl započat již před vznikem a masovým rozšířením Facebooku. Už po pádu železné opony se angličtina stala všudypřítomnou a internacionální prvky se do českého jazyka dostávala již v 90. letech, kdy nelze o masovém využívání internetu, natož sociálních sítí, v žádném případě uvažovat. Stejně tak vulgarizace jazyka je podle lingvistů a sociologů typickým znakem adolescentů a je to problém, se kterým se potýkaly již předchozí generace. Úspornost jazyka byla zase nastartována rozšiřováním mobilních telefonů a oblíbenosti tzv. krátkých textových zpráv, pro něž je typické psaní slov bez diakritiky a omezené množství znaků.

Hodnotit, zda je vliv Facebooku na slovní zásobu dnešních mladých lidí pozitivní či negativní, není úkolem předkládané diplomové práce. Jazyk však není uzavřený, pevně kodifikovaný systém, ale živoucí organismus, který vstřebává všechny společenské změny a dále je rozvíjí. V současné době se k sociálním příčinám změn českého lexika přidávají navíc i technologické aspekty a dá se předpokládat, že tento vývoj bude nadále pokračovat. Zůstává otázkou, jak se bude lexikální složka jazyka současné mladé generace vyvíjet s tím, jak tito lidé budou stárnout a dostávat se do životních situací, kde se některé prvky slovní zásoby přejaté z facebookového prostředí nedokážou uplatnit.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

ALAN, J., PETRUSEK, M., *Sociologie, literatura a politika*. Praha: Karolinum, 1996. ISBN 80-7184-034-3

BUŠTÍKOVÁ, L., Analýza sociálních sítí. *Sociologický časopis* 35 (2), str. 193 – 206. ISSN 0038-0288

ČMEJRKOVÁ, S., Čeština v síti: Psanost či mluvenost? O stylu e-mailového dialogu. *Naše řeč* 80, 1997, 4, s. 225-247.

FERJENČÍK, J., *Úvod do metodologie psychologického výzkumu*. Praha: Portál, 2000. ISBN 978-80-7367-815-9

GEIST, B., *Sociologický slovník*. Praha: Victoria Publishing, 1992. ISBN 80-85605-28-7

HELCL, M., Slovní zásoba češtiny a její změny. In: *O češtině pro Čechy: jazyková příručka*. 2. vydání. Praha: Orbis, 1963. ISBN neuvedeno

HLADKÁ, Z., KARLÍK, P. (eds.), Čeština – univerzália a specifika 3. Brno: 2001. ISBN 80-210-2532-8

HOFFMANOVÁ, J. Vyjadřování současných mladých lidí: autenticita a literární stylizace. In: *Český jazyk na sklonku XX. století*. Ostrava: OU, 2001. ISBN 80-7042-587-3

HUBÁČEK, J., K vývojovým tendencím současné české slovní zásoby. In: *Český jazyk a literatura na sklonku XX. století*. Ostrava: OU, 2001. ISBN 80-7042-587-3

HULANOVÁ, L., Internetová kriminalita páchaná na dětech. Praha: Triton, 2012. ISBN 978-80-7387-545-9

CHLOUPEK, J., Dichotomie spisovnosti a nespisovnosti. Brno: Univerzita J. E. Purkyně, 1986. ISBN neuvedeno

JANDOVÁ, E., Čeština na www chatu. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, Filozofická fakulta, 2006. ISBN 80-7368-253-2

JÍLEK, V., Lexikologie a stylistika nejen pro žurnalisty. Olomouc: Univerzita Palackého, 2005. ISBN 80-244-1246-2

KARLÍK, P., NEKULA, M., PLESKOVÁ, J. (eds.), Encyklopedický slovník češtiny. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2002. ISBN 80-7106-484-X

KELLER, J., Úvod do filozofie, sociologie a psychologie. Praha: Dialog, 2008. ISBN 80-867-6181-7

KOPECKÝ, K., Moderní trendy v elektronické komunikaci. Olomouc: HANEX, 2007. ISBN 978-80-85783-78-0

LOTKO, E., O některých vývojových tendencích v současné slovní zásobě a jejich příčinách (na materiálu češtiny, slovenštiny a polštiny). In: Studia Slavica 5. Ostrava: Sfinga, 2002.

MACHKOVÁ, K., Specifické rysy chování a komunikace adolescentů. Diplomová práce. Praha: Karlova univerzita v Praze, Filozofická fakulta, 2013.

MLEZIVA, E., Vliv společenských změn na vznik nových významů a výrazů v českém jazyce. Slovo a slovesnost, 57. ISSN 0037-7031

PAVLÍČEK, A. Nová média a sociální sítě. Praha: Oeconomica, 2010. ISBN 978-80-245-1742-1

REIFOVÁ, I., Slovník mediální komunikace. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7

SEKOT, A., Sociologie v kostce (první vydání). Brno: Paido, 2002. ISBN 80-7315-021-2

SMOLÍK, J., Subkultury mládeže. Uvedení do problematiky. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-24729-07-7

SRPOVÁ, H., Impakt sociálních faktorů na vývoj českého lexika konce 20. století. In: Český jazyk a literatura na sklonku XX. století. Ostrava: Ostravská univerzita, Filozofická fakulta, 2001. ISBN 80-7042-587-3

SVOBODOBÁ, D., Aspekty hodnocení cizojazyčných přejímek: mezi módností a standardem. Ostrava: Ostravská univerzita, Pedagogická fakulta, 2009. ISBN 978-80-7368-762-8

VAŠUTOVÁ, M. a kol., Proměny šikany ve světě nových médií. Ostrava: Ostravská univerzita, Filozofická fakulta, 2010. ISBN 978-80-7368-858-5

Seznam použitých zahraničních zdrojů

HEIDEMANN, J., KLIER, M., PROBST, F., Online Social Networks: A Survey of a Global Phenomenon. Computer Networks, 56, 18, str. 3866 – 3878.

Seznam použitých internetových zdrojů

CURTIS, A. The Brief History of Social Media.
<www.uncp.edu/home/acurtis/NewMedia/SocialMediaHistory.html>,
[online]

ČERNÁ, M. Úvod do problematiky sociálních sítí.
<<http://clanky.rvp.cz/clanek/c/G/15075/UVOD-DO-PROBLEMATIKY-SOCIALNICH-SITI.html%3E/>>, [online]

DOČEKAL, D., Mládež používá Facebook stále méně, jde radši tam, kde nejsou rodiče. <<http://www.lupa.cz/clanky/mladez-pouziva-facebook-stale-mene-jde-rads-tam-kde-nejsou-rodice/>>, [online]

Facebook. A Beginner's Guide. <<http://cmrw.org/wp-content/uploads/2013/03/Facebook-Beginners-Guide.pdf>>, [online]

HLADKÁ, Z., Cizojazyčné prvky v korespondenci mladých lidí. <<http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7746>>, [online]

HRONOVÁ, Z., Mládež przní češtinu! Ztrácíme mateřštinu, varují češtináři. <<http://magazin.aktualne.cz/pravda-o-cestine-narodni-poklad-upi-na-smetisti-dejin/r~e7c4605aa3ab11e39c150025900fea04/>>, [online]

Miliardář v džínách, který věří nováčkům. Zuckerberg slaví třicetiny. <<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/272999-miliardar-v-dzinach-ktery-veri-novackum-zuckerberg-slavi-tricetiny/>>, [online]

Na Facebooku jsou už přes čtyři miliony Čechů.
<<http://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/technika/na-facebooku-jsou-uz-pres-ctyri-miliony-cechu/r~59b3dcee8cba11e3ab550025900fea04/>>, [online]

NOVÁKOVÁ, M., Nová média – případová studie Facebook.
<<http://www.e-polis.cz/nezarazene-clanky/380-nova-media-pripadova-studie-facebook.html>>, [online]

PRENSKY, M., Digital natives, Digital immigrants. MCB university press: On the horizon, r. 9, č. 5.

<<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>>, [online]

PRENSKY, M., Digital natives, Digital immigrants, part 2: Do They Really Think Differently. MCB university press: On the horizon, r. 9, č. 6.

<<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part2.pdf>>, [online]

Pro třetinu mladých lidí je internet stejně důležitý jako vzduch, voda nebo jídlo. <<http://www.cisco.com/web/CZ/about/news/2011/092211.html>>, [online]

SAK, P., Vztahy mezi generacemi. <http://www.insoma.cz/index.php?id=1&n=1&d_1=article&d_2=generace>, [online]

Social Network, <www.oxforddictionaries.com>, [online]

WALKER, M. The History of Social Networking. <www.webmasterview.com/2011/08/social-networking-history/>, [online]

SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ

Seznam tabulek

Tabulka 1: Rozložení respondentů podle pohlaví.....	55
Tabulka 2: Rozložení respondentů podle věku	55
Tabulka 3: Znalost významu běžných anglických výrazů	62
Tabulka 4: Je využívání výše uvedených slovních výrazů a obrátů v mluvené komunikaci vhodné?.....	63

Seznam grafů

Graf 1: Frekvence využití Facebooku	56
---	----

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A – Dotazník.....	I
----------------------------------	----------

Příloha A - Dotazník

1. Jste muž/žena?

- Muž
- Žena

2. Kolik je Vám let? Zařad'te se do jedné z následujících kategorií:

- 15 – 19 let
- 20 – 25 let
- 26 – 30 let

3. Máte profil na Facebooku?

- Ano
- Ne

4. Jak často Facebooku využíváte (ve smyslu, jak často se na svůj profil přihlašujete)?

- Několikrát denně
- Denně
- Cca jednou týdně
- Cca jednou měsíčně

5. Které z Facebookových aplikací nejvíce využíváte (možnost více odpovědí)?

- Chat
- Příspěvky na vlastní zdi
- Komentáře k příspěvkům ostatních
- Zprávy
- Prohlížení příspěvků ostatních
- Hry, nakupování, jiné

6. Záleží Vám na tom, jak působí Váš jazykový projev na Facebooku?

- Ano
- Ne

7. Hodnotíte jazykový projev ostatních na Facebooku (chyby, slovní zásobu, interpunkci...)?

- Ano
- Ne

8. Mění se Vaše slovní zásoba používaná v soukromých sděleních a veřejně profilovaných komentářích?

- Ano
- Ne

9. Používáte při facebookové konverzaci a komunikaci vulgarismy?

- Ano
- Ne

10. Používáte při komunikace na Facebooku výrazy, které v běžné slovní mluvě tváří v tvář nepoužíváte?

- Ano
- Ne

11. Dokážete vysvětlit význam následujících termínů?

čekovat, fejs, písnot, swag, troll, v oucklandu, vejtnout, lajkovat, profilovka, cool, dej si to do statusu, lajk

- Ano
- Ne

12. Znáte význam následujících zkratek?

jj, nn, njn, tjn, nz, ptž, mmnt, lol, rofl, omg, wtf, btw, pls, sry, gr8, asap

- Ano
- Ne

13. Používáte ve facebookové konverzaci emotikony? Dokážou podle Vás dostatečně nahradit neverbální složku komunikace?

- Ano, používám
- Ne, nepoužívám
- Ano, dokážou nahradit neverbální složku komunikace
- Ne, nedokážou nahradit verbální složku komunikace

14. Znáte český překlad, tedy skutečný význam, následujících anglických výrazů?

swag, troll, cool, like, wait

- Ano
- Ne

15. Je podle Vás využívání výše uvedených slovních výrazů a obrátů v mluvené komunikaci vhodné?

- Ano, myslím si, že jsou vhodné pro běžnou komunikaci
- Ne, myslím si, že tyto prostředky nejsou vhodné pro běžnou komunikaci
- Myslím, že některé výrazy jsou vhodné pro běžnou komunikaci, ale některé určitě ne

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Aleta Alekbarova

Obor: Sociální a mediální komunikace

Forma studia: kombinovaná

Název práce: Vliv sociálních sítí na proměny slovní zásoby u mladých lidí

Rok: 2015

Počet stran textu bez příloh: 80

Celkový počet stran příloh: 2

Počet titulů českých použitých zdrojů: 25

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 1

Počet internetových zdrojů: 15

Vedoucí práce: Mgr. Tatiana Iskanderová, Ph.D.