

Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci
Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky

Sociální sítě Facebook a Instagram z pohledu dětských
uživatelů

Bakalářská diplomová práce

Alena Dolníčková

Vedoucí práce: Mgr. Alena Hesová

Olomouc 2019

Čestné prohlášení: Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou diplomovou práci vypracovala samostatně na základě literatury a dalších zdrojů uvedených v kapitole Literatura a zdroje. Přesný počet znaků v práci (včetně mezer, bez příloh, seznamu literatury a poznámek pod čarou) je 130 141.

V Olomouci dne

.....

Alena Dolníčková

Poděkování:

Na tomto místě bych ráda poděkovala především vedoucí mé bakalářské práce Mgr. Aleně Hesové za její přístup a vedení, pomoc, cenné rady a připomínky k vypracování této bakalářské práce. Dále můj dík patří vedení škol, které mi umožnilo provedení výzkumu. V neposlední řadě děkuji rodině a přátelům za podporu a pochopení během psaní této práce. Především děkuji mé sestře, která věřila, že práci dopíšu a vždy mě svým vlastním osobitým způsobem dokázala uklidnit a povzbudit.

Abstrakt:

Tato bakalářská diplomová práce se zabývá užíváním Facebooku a Instagramu dětmi 6. a 9. tříd a odpovídajících ročníků víceletého gymnázia. Problematika je zkoumána pomocí kvantitativní metody prostřednictvím dotazníkového šetření. Veškeré získané informace zůstávají anonymní. Jejich sběr byl proveden se souhlasem rodičů. Práce se zaměřuje především na využití a hodnocení sociálních sítí Facebook a Instagram. Dalším aspektem je i to, kterou ze sociálních sítí využívají častěji a která jim více vyhovuje.

Klíčová slova:

Facebook, Instagram, sociální sítě, děti, dospívající, kvantitativní výzkum, dotazníkové šetření

Abstract:

This bachelor thesis deals with the usage of Facebook and Instagram by students of the sixth and ninth year of primary school, respectively 11 and 15 years old students. The research was done quantitatively by questionnaire survey. All answers are anonymous. The parents gave permission to the research. The thesis focuses on the children's ways of usage and their evaluation of Facebook and Instagram. The next aspect of this thesis is also which one of these social networks they prefer more.

Key words:

Facebook, Instagram, social network, children, adolescence, quantitative research, questionnaire survey

Obsah:

1. Úvod	7
2. Téma, problém, cíle, výzkumné otázky a jejich vymezení	9
3. Jednotlivé pojmy a teorie	10
3.1. Sociální síť	10
3.1.1. Charakteristiky sociálních sítí	10
3.1.2. Historie sociálních sítí	11
3.1.3. Rozdělení sociálních sítí	11
3.2. Facebook	13
3.2.1. Funkce a aplikace	15
3.3. Instagram	17
3.3.1. Funkce a nástroje	19
3.4. Uživatelé Facebooku a Instagramu	22
3.5. Sebe prezentace	23
3.5.1. Sebe prezentace na sociálních sítích	24
4. Děti a sociální síť	26
4.1. Děti v období dospívání	26
4.2. Děti a volný čas	28
4.3. Identita a sebe prezentace dětí a dospívajících na síti	29
4.4. Děti jako uživatelé internetu a sociálních sítí	30
4.5. Žáci základních škol a víceletých gymnázií	31
5. Dosavadní realizované výzkumy	33
5.1. České děti a Facebook	33
5.2. EU Kids Online	34
5.3. EU Kids Online v České republice (2018)	35
5.4. Děti a sociální síť (Analytické centrum ČRD M)	36
6. Metodologie práce	38
6.1. Kvantitativní výzkum	38
6.2. Zvolená metoda	40
6.3. Výzkumný vzorek	41
6.4. Podoba analýzy	42
7. Výzkumná část	43
7.1. Analýza dat	43
7.2. Shrnutí a komparace	85

8. Závěr	90
9. Literatura a zdroje.....	92
10. Seznam příloh, grafů a tabulek.....	96
10.1. Přílohy.....	96
10.2. Seznam tabulek grafů a obrázků	101

1. Úvod

Sociální sítě jsou jedním z fenoménů dnešní doby. Připojují se na ně miliardy osob po celém světě. Vzhledem k měnícím se trendům a požadavkům uživatelů, se mění nejen podoba konkrétních sítí, ale i oblíbenost a popularita. V České republice je v současné době používáno několik sociálních sítí, založených na stejném principu – spojení s lidmi bez ohledu na to, kde se právě nacházíme. Vzhledem k tomu, že velkou část uživatelů tvoří mladí lidé, rozhodla jsem se na tuto část uživatelů zaměřit ve své bakalářské práci. Soustředit se budu především na žáky 6. a 9. tříd a odpovídajícím ročníkům víceletých gymnázií.

Při výběru kategorií jsem se zaměřila na dopady sociálních sítí na žáky. V rámci obou zvolených ročníků je na žáky kladen jistý sociální tlak. Šestá třída znamená přechod z nižšího stupně na vyšší, v deváté třídě musí žáci volit směr své budoucnosti, když podávají přihlášky na střední školy. Zároveň jsem chtěla ve výzkumu obsáhnout kategorii, která věkem nesplňuje zákonem i pravidly danou věkovou hranici. V kontrastu k této kategorii jsem poté zvolila žáky 9. tříd.

Ze sociálních sítí se zaměřím na Facebook a Instagram. Hlavním cílem bude zjistit, jaké je využití a hodnocení Facebooku a Instagramu z pohledu dětských uživatelů. Konkrétně se ve výzkumu zaměřím na důvody zakládání profilů na těchto sítích a jejich následné aktivity, na čas, který na sítích tráví či na soukromí a bezpečnost. Myslím si, že spousta žáků si stále neuvědomuje rizika, která pro ně sociální sítě představují. Dalším ze zkoumaných aspektů bude i fakt, zda se uživatelství na jednotlivých sítích liší u žáků základních škol a víceletých gymnázií. Zásadním zkoumaným aspektem ale bude porovnání obou sítí a jejich následné hodnocení pohledem žáků. Výsledná data poté určí, kterou sociální síť žáci považují za lepší a proč.

Vzhledem k tomu, že na téma Instagram a dětské uživatele prozatím nevzniklo mnoho výzkumů, některé výsledky budou částečně porovnány s výsledky prací, které se zaměřily na Facebook a jeho dětské uživatele. Tyto již proběhlé výzkumy byly nejčastěji provedeny formou dotazníkového šetření kvantitativní metody. Pro tuto metodu a formu jsem se rozhodla i já. Žáci vyplní dotazník v papírové podobě. Papírová forma dotazníku zabrání samovýběru respondentů, který by mohl nastat při dotazování online.

Nejprve bude ovšem nutné definovat základní pojmy – termíny sociální síť, Facebook, Instagram, sebe prezentace. Bude nutné se zaměřit i na psychologickou a sociologickou oblast, které zkoumají vývoj a dospívání jednotlivých věkových kategorií, jejich charakteristiky a v neposlední řadě i trávení volného času.

Výsledky dotazníkového šetření budou v program MS Excel převedeny do grafické podoby, zanalyzovány a následně porovnány s výsledky již dříve provedených výzkumů, jež budou zmíněny.

2. Téma, problém, cíle, výzkumné otázky a jejich vymezení

Tématem, kterému se tato bakalářská práce věnuje, jsou sociální sítě Facebook a Instagram a jejich dětské uživatele a uživatelky. Hlavním problémem výzkumu realizovaného skrze kvantitativní dotazníkové šetření je využití a hodnocení daných sociálních sítí žáky druhého stupně základních škol, konkrétně 6. a 9. tříd a odpovídajících ročníků víceletého gymnázia. Zároveň se výzkum snaží zjistit, kterou z daných sociálních sítí využívají častěji a která jim více vyhovuje.

Hlavní výzkumná otázka zní „*Jaké je využití a hodnocení sociálních sítí Facebook a Instagram z pohledu dětských uživatelů?*“. Odpovědí na tuto otázku bude dosaženo i cíle této bakalářské práce. Cíl popíše využití (aktivity) uživatelů daných věkových skupin na Facebooku a Instagramu, důvody založení účtů na těchto sítích, čas na sítích strávený, zařízení, skrze která se na sítě přihlašují, i zhodnocení toho, která z daných sítí je lepší. Důležitými se tedy stávají následující výzkumné podotázky:

- Jaké aktivity děti na sociálních sítích vykonávají?
- Jaké jsou důvody založení profilových účtů na těchto sociálních sítích?
- Kolik času tráví děti na Facebooku/Instagramu/ obou sítích?
- Skrze která technologická zařízení se děti nejčastěji přihlašují k daným sítím?
- Kterou z daných sociálních sítí považují děti za lepší?
- Liší se uživatelství u žáků základních škol a víceletých gymnázií?

Vedlejším aspektem výzkumu bude i poukázání na skutečnost, že i přes věkové hranice dané státem i samotnými sociálními sítěmi, se najdou uživatelé, kteří tato pravidla porušují.

3. Jednotlivé pojmy a teorie

Vzhledem k vymezeným cílům bakalářské práce z předešlé kapitoly, je důležité si vyjasnit klíčové pojmy této práce, které budou často použity. V začátku kapitoly půjde především o vymezení pojmu sociální síť, o její charakteristiku a členění. Krátce se bude jedna z podkapitol zabývat i historií tohoto pojmu. Samozřejmě by šlo nejprve začít s historií a vymezením pojmů internet či nová média. Tyto pojmy jsou ovšem příliš obecné a k pochopení problematiky sociálních sítí a jejich využití žáky základních škol, by příliš nepomohly.

Sociální sítě, a z nich především Facebook, se staly v posledních letech hojně využívanými, takže i jejich teoretické zpracování je obsáhlé. Samozřejmě je nutné vzít v potaz i skutečnost, že v oblasti internetu a konkrétně sociálních sítí, dochází velmi často ke změnám, které teoretici mohou zohlednit ve svých pracích často až s velkým časovým odstupem.

Druhou sociální sítí, kterou se bude práce zabývat, je Instagram. Jelikož je tato síť poměrně nová, nevzniklo k její problematice mnoho studií.

Součástí kapitoly bude i část zabývající se porovnáním specifík Facebooku a Instagramu a také rozdíly v uživatelích a publiku těchto sociálních sítí.

V dalších podkapitolách se práce zaměří na to, co je to sebe prezentace a na pojmy s ní spojené. V souvislosti se sociálními sítěmi a dětskými uživateli je sebe prezentace v rámci sociálních sítí podstatnou složkou.

3.1. Sociální síť

Sociální sítě se staly každodenní rutinou velké části lidí. Jejich vznik souvisí s nástupem tzv. nových médií, která využívala technologii založenou na počítačovém principu. V posledních letech se ale tato technologie rozšířila i do dalších přístrojů, mezi které patří i mobilní telefony – v dnešní době konkrétně telefony s určujícím přívlastkem chytré. Právě rozšíření nových médií do jiných zařízení, než je počítač, napomohlo nárůstu využívání sociálních sítí.

3.1.1. Charakteristiky sociálních sítí

V literatuře je možné najít několik charakteristik sociální sítě. Mezrich (2010) pojem charakterizuje jako něco, co sice je ve skutečném světě i skutečných společenských kruzích, ale pouze online. Velký sociologický slovník (1996) popisuje sociální síť jako množinu sociálních objektů, jenž jsou propojené vztahy. Na základě takových definic lze internetovou sociální síť definovat jako kyberprostor, jenž se stává centrem uživatelských sociálních vztahů.

Ucelenější definici pojmu sociální síť z pohledu webových technologií uvedly Boyd a Ellison (2007: 211). Ty sociální síť definují jako službu, která uživatelům a uživatelkám umožňuje:

- a) tvorbu veřejných či polo-veřejných profilů v ohraničeném systému
- b) tvorbu seznamu jiných uživatelů, se kterými jsou v kontaktu
- c) náhled do vytvořených seznamů kontaktů a zároveň náhled do seznamů jiných uživatelů či uživatelky

Podle Kopeckého (2015: 47) není určení hranic mezi tím, co sociální síť je a není, příliš jasné. Přesto definuje některé vlastnosti, které sociální síť má. Patří mezi ně:

- a) vlastní tvorba obsahu na sociálních sítích
- b) možnost tvořit sociální vazby
- c) obsazení velkého množství osobních a často i citlivých informací, které o sobě zveřejňují a šíří uživatelé a uživatelky
- d) podpora jednoduchého a efektivního sdílení informací

3.1.2. Historie sociálních sítí

Podle Pavlíčka (2010) byl pojem sociální síť zaveden ještě před nástupem internetu. Roku 1954 toto spojení použil sociolog Jameson Barnsorn z Manchesterovy školy. V této době šlo pouze o sociologický termín popisující sociální struktury, které byly propojeny společenskými zájmy, přátelstvím, rasovou nebo náboženskou příslušností či jiným znakem.

Průkopnicí sociálních sítí se stala internetová síť classmates.com, která vznikla roku 1995 v americkém Seattlu. Tato síť sloužila leteckému inženýru Randymu Conradovi ke komunikaci se spolužáky. První sítí, která plnila všechny podmínky sociálních sítí, byla síť SixDegrees.com z roku 1997.

Časem ovšem začalo docházet k postupnému oslabení klíčové myšlenky, která stála u zrodu sociálních sítí. Spojování skupiny lidí, které spojuje jistý znak, se začalo stávat druhořadým. Nově vznikající sociální sítě spojovaly osoby s různými zájmy napříč kontinenty a staly se klíčem ke vzniku online komunity.

3.1.3. Rozdělení sociálních sítí

V současné době existuje mnoho sociálních sítí, které jsou rozdělovány do různých kategorií na základě různých kritérií.

Některé zdroje uvádějí členění sociálních sítí na **obecné** a **specializované**. Obecné sociální sítě umožňují uživatelům a uživatelkám vytvoření vlastního profilu, který je přístupný ostatním členům sítě. Tento profil obsahuje základní informace, fotky či videa, zveřejněné statusy nebo aktivitu na síti. Obecně zde mají uživatelé mezi sebou různé vazby. Do této kategorie spadá například Facebook nebo Twitter. Specializované sociální sítě sice nabízejí stejné funkce a možnosti jako obecné, ovšem neposkytují je dohromady, ale jednotlivě. Do této kategorie spadá sociální síť LinkedIn, která se specializuje na navázání pracovních vztahů, nebo síť DeviantArt (umělecká komunita).

Dále lze rozlišovat sociální sítě **otevřené** a **uzavřené**. Do otevřených sociálních sítí se uživatelé a uživatelky mohou sami přihlásit a stačí tedy pouze registrace. Otevřenou sociální sítí je například Facebook. Naopak členové uzavřené sociální sítě musí splňovat jistá kritéria, případně musí od jiného člena získat pozvánku. Uzavřené sociální sítě často vznikají jako podsítě v rámci sítě otevřené. Příkladem jsou soukromé skupiny v rámci Facebooku.

Sociální sítě lze dále členit i podle účelu založení profilu. Mezi takové patří dělení na:

- a) **Osobní sítě** – Jedná se o uživatelsky nejrozšířenější typ sítí. Primárním účelem je tvorba osobních, firemních nebo skupinových profilů. Mezi další funkce takových sítí patří i propojení s přáteli, herní aplikace, ukládání a sdílení. Do této kategorie patří Facebook, Twitter nebo Google+.
- b) **Profesně sociální sítě** – Jedná se o sítě, které umožňují setkávání profesionálů v určitých oborech či oblastech. Probíhají zde diskuze a firmy si zde vybírají uchazeče. Profesně sociální sítí je síť LinkedIn.
- c) **Zájmové sítě** – Tyto sítě shromažďují uživatele se společnými zájmy. Patří sem například Česko – Slovenská filmová databáze, která shromažďuje milovníky filmů a umožňuje jim zde diskutovat a hodnotit.

Sociální síť	Popis sociální sítě
Twitter	Vznik roku 2006 v San Franciscu. Jedná se o sociální síť a mikroblog umožňující sdílení příspěvku o maximální délce 280 znaků. Původní funkcí Twitteru bylo zprostředkování komunikace mezi zaměstnanci společnosti. V dubnu roku 2018 měl 336 milionů aktivních uživatelů měsíčně.

Google+	Vznik roku 2011. Jedná se o sociální síť integrovanou do všech ostatních produktů společnosti Google, jako je vyhledávání, Google Photos a další. Od roku 2015 až do března roku 2018 nebyly osobní údaje uživatelů ochráněny. Proto byla v dubnu roku 2019 síť pro běžné uživatele zrušena.
LinkedIn	Vznik roku 2003. Tato síť neslouží k socializování jako ostatní uvedené. Základním cílem je sice navazování kontaktů, ale především těch pracovních a profesionálních. LinkedIn je výrazně méně populární mezi mladšími uživateli a věkový průměr se pohybuje okolo 44 let (je nejvyšším mezi všemi sociálními sítěmi).
Badoo	Vznik roku 2006. Jedná se o seznamovací sociální síť a podle slov zakladatele je určena k „dobrodružství kolem poznávání nových lidí“. Svým zaměřením na poznávání nových lidí a seznamování se řadí mezi specifické sociální sítě, které jsou na hranici seznamky.
YouTube	Vznik roku 2005. Zařazení YouTube mezi sociální sítě není úplně jednoznačné. Přesto tato stránka splňuje řadu sociálních prvků i vlastností (viz výše). Slouží k publikaci obsahu a každý přihlášený uživatel má svůj profil (tzv. kanál), kde se může představit a kam zároveň nahrává svá videa. YouTube se od ostatních sociálních sítí liší především tím, že navštívení a využití stránky není podmíněno registrací.

Tabulka č. 1: Přehled některých zahraničních sociálních sítí a jejich charakteristika (vyjma Facebooku a Instagramu)

3.2. Facebook

Facebook vznikl 4. února roku 2004. Založil ho student Harvardské univerzity Mark Zuckerberg společně s dvěma spolužáky.¹ Tato síť s názvem The Facebook byla původně určena pouze pro studenty univerzity, ale jak uvádí Kirkpatrick (2011), již po měsíci byla

¹ O založení a počátcích Facebooku pojednává film z roku 2010 s názvem The Social Network.

rozšířena na univerzity Stanford, Yale a Columbi. Ve svých začátcích se tedy jednalo o síť specializovanou a uzavřenou – sdružovala pouze studenty zmíněných univerzit. I přesto, že služba obsahovala jen málo funkcí, stala se velmi rychle populární. V květnu téhož roku došlo k přejmenování společnosti na Facebook.

Postupně se Facebook stával přístupným i školám středním a poté i osobám mimo vzdělávací zařízení.² Nakonec společnost rozhodla, že k přihlášení již není nutné vlastnit mailovou adresu z některé vysoké či střední školy a registraci otevřela veřejnosti. Jedinou podmínkou pro zaregistrování se stal věk – uživatelem či uživatelkou se mohl stát každý starší 13 let. Stalo se tak 26. září roku 2006.

Sama společnost síť popisuje následovně:

„Naším cílem je umožnit lidem sdílení a vytvářet otevřenější a propojenější svět. Každý den se lidé scházejí na Facebooku, aby si vyměňovali svoje příběhy, podívali se na svět očima druhých, spojili se s přáteli a zapojili se do nejrůznějších akcí.“ (Zásady komunity. Facebook. 2018)

Tento cíl zřejmě společnosti vychází. Vzhledem ke statistikám, popularita Facebooku rostla a stále roste. K 30. září roku 2018 měl 2.27 miliardy uživatelů a uživatelky, kteří jsou aktivní minimálně jednou měsíčně. Denně jich měl aktivních 1.49 miliardy. Co se týče zaměstnanců, pro společnost Facebook pracuje na 30 tisíc osob. Společnost má pobočky ve 14 amerických městech a ve 42 městech po celém světě. (Company Info. Newsroom. 2018)

Facebook je v dnešní době jednou z nejvíce využívaných sociálních sítí. V České republice vlastnilo účet v září roku 2018 na 5 milionů uživatelů a uživatelky, z toho dvě třetiny používají Facebook alespoň jednou za měsíc.³

Zájemci o vlastní profil na Facebooku se registrují na úvodní straně. Zde kromě jména a příjmení musí vyplnit kolonky pohlaví, číslo mobilního telefonu nebo e-mailovou adresu a datum svého narození. Datum narození je důležité pro kontrolu věku budoucího uživatele. Důležité také je, že na jedno telefonní číslo či e-mailovou adresu lze založit pouze jeden účet. Založením účtu a registrací souhlasí budoucí uživatel či uživatelka s podmínkami užívání. Mezi tyto podmínky patří například:

„Musíte používat stejné jméno jako v běžném životě. Musíte poskytnout o vaší osobě přesné informace. Smíte vytvořit pouze jeden účet (vlastní) a používat timeline pro osobní účely. Nesmíte sdílet heslo, zpřístupnit účet na Facebooku jiným osobám nebo převést účet na jinou osobu (bez našeho svolení). Účet nesmíte používat, pokud jste mladší 13 let. Jste

² boyd – Ellison (2007)

³ viz <https://www.mediaguru.cz/clanky/2018/09/facebook-ma-v-cesku-5-1-milionu-uzivatelu/>

odsouzený sexuální delikvent. V minulosti jsme zablokovali váš účet kvůli porušení našich smluvních podmínek nebo zásad. Nesmíte používat naše produkty, služby nebo software podle příslušného práva.“ (Podmínky. Facebook. 2018) Často se ale setkáváme s uživateli, kteří podmínky porušují. Nejčastěji se tak stává v případě podmínky věku nebo tvoření účtů jiných osob.

Po registraci přichází na řadu vyplnění vlastního profilu. Základem je jméno a příjmení, které bylo zadáno již při registraci. Dále potom profilové foto a fotka úvodní. Celé jméno i obě fotografie mají předem nastavené soukromí jako veřejné a nelze ho změnit. Ostatní údaje, jako třeba datum narození, pohlaví, kontakty, bydliště a další, lze veřejnosti skrýt. Celkové nastavení soukromí lze změnit ihned po registraci. V tomto nastavení lze změnit to, kdo vidí vaše příspěvky, kdo vás může kontaktovat či vyhledat váš profil. Soukromí lze nastavit i u jednotlivých příspěvků. Výběr je možný z několika kategorií – veřejný, přátelé, přátelé kromě, konkrétní přátelé nebo jen já. Toto nastavení zaručí, že daný příspěvek uvidí pouze osoby, které uživatel vybral. I přes možnosti nastavení soukromí, by měli být uživatelé i uživatelky obezřetní při zveřejňování osobních a důvěrných informací. Každý uživatel by si měl uvědomit, co je ochoten sdílet s veřejností. Společnost Facebook považuje veškeré vložené informace za duševní vlastnictví. Sama společnost s nimi ovšem může nakládat, dokud nejsou vymazány. Facebooku jsou přístupné i informace, které o uživateli zveřejní někdo jiný. Dále informace, které byly využity v rámci některé funkce nebo aplikace – údaje o vzniku fotografií, místě pořízení apod.⁴

3.2.1. Funkce a aplikace

Facebook nabízí nespočet funkcí i aplikací. Všechny by se daly rozdělit do dvou skupin – oficiální a neoficiální. Mezi oficiální lze zařadit fotografie, videa, události, zprávy i tak zvané šťouchání, které již ale v dnešní době není příliš využíváno. Všechny funkce a aplikace spadající do kategorie oficiální, vyvinula společnost Facebook. Naopak neoficiální vyvíjí třetí strana a jedná se především o hry, kvízy nebo dotazníky.⁵ V následujících odstavcích se práce zaměří na ty oficiální. Půjde především o pojmy zeď, přátelé, tlačítka To se mi líbí a Sdílet, fotografie a videa, stránky, skupiny, události a zprávy.

⁴ V roce 2018 zaznamenali uživatelé informace o masivním úniku soukromých údajů. Jednalo se o více než 50 milionů účtů, kterých se bezpečnostní hrozba týkala. Vývojáři v té době objevili bezpečnostní trhlinu, která umožňovala útočníkům odcizit přístupová data a převzít kontrolu nad účty. Podle Facebooku byl problém záhy napraven.

⁵ Pavlíček (2010)

Nejdůležitějším prvkem Facebooku je tzv. zeď. Uživatelé a uživatelky skrze ni veřejně komunikují s přáteli. Na zdi jsou zaznamenány veškeré veřejné aktivity uživatelů – statusy, odkazy, fotografie, videa a podobně. Podstatnou funkcí je publikování statusů, které se objeví na hlavní stránce všech přátel a ti mohou následně tyto příspěvky komentovat.

Ovšem základním stavebním kamenem jakékoliv sociální sítě jsou uživatelé, na Facebooku označováni jako přátelé. Žádost o přátelství lze poslat v podstatě komukoliv. Záleží na nastavení soukromí. (viz výše) Po schválení žádosti mohou uživatelé a uživatelky nahlížet do profilů svých přátel. Mohou jim komentovat příspěvky či je kontaktovat skrz chat (zprávy).⁶ Přátelé lze dále rozdělovat do seznamů například podle bydliště, školy atd. Kromě navázání přátelství existuje na Facebooku ještě jedna možnost. Jedná se o tzv. sledování. Uživatel, kterého chce někdo jiný sledovat, s tím ale musí souhlasit. Po schválení vzniká jednostranné spojení, kdy sledující vidí na své zdi vše, co sledovaný sdílel. Ovšem naopak toto spojení nefunguje.

Důležitou součástí Facebooku jsou i tlačítka To se mi líbí („like“) a Sdílet. Like lze použít prakticky na všechno. Na příspěvky přátel, fotky, videa, ale i na stránky různých osob, uskupení, organizací nebo věcí. Stisknutím tlačítka Like dáváme najevo, že se nám něco opravdu líbí, nebo když se chceme stát fanoušky nějaké stránky. Tlačítkem Sdílet se šíří jakýkoliv obsah – fotografie, videa, příspěvky, odkazy apod.

K Facebooku neodmyslitelně patří také fotografie a videa, o kterých byla již několikrát řeč, protože jejich fungování je často propojeno s dalšími funkcemi. Uživatelé a uživatelky mohou své fotky a videa publikovat na vlastním profilu, zdi. Nahrávání je velmi jednoduché a rychlé. Při nahrávání lze k fotografiím přidat popisek nebo místo focení. V rámci alba, do kterého byly fotky nahrány, jde měnit jejich pořadí a zároveň mohou uživatelé jednotlivé fotografie přesouvat z jednoho alba do druhého. U fotografií, stejně jako u videí a dalších příspěvků, lze omezit jejich viditelnost skrze nastavené soukromí. Výhodou je, že u každé fotografie je možné nastavit rozdílné soukromí. Na fotografiích mohou uživatelé označit přátelé, kteří se na nich nachází. Zároveň může na fotografiích někdo označovat nás. Pokud s označením nesouhlasíme, můžeme ho odstranit. Fotografie i videa můžeme stejně jako jiné příspěvky sdílet, komentovat nebo jim dát „like“.

⁶ Nahlížet do profilu lze každému uživateli. Opět záleží na nastaveném soukromí a na tom, u kterých údajů dá uživatel povolení s veřejným zveřejněním. Zprávu lze taktéž poslat skoro komukoliv. Opět záleží na nastaveném soukromí. Zpráva, kterou uživatel pošle někomu, koho nemá v přátelích, se příjemci objeví v části s názvem Žádosti o zprávu. Každou žádost může, ale nemusí uživatel přijmout.

Uživatelé a uživatelky se mohou stát fanoušky jakýchkoliv stránek. Na stránkách jsou různé příspěvky, fotografie, videa. Obsah stránek se většinou týká nějakého konkrétního tématu. Stránku je možné opustit skrze tlačítko Už se mi to nelíbí.

Skupiny jsou v obecném popisu podobné stránkám. Liší se ale především prioritním užíváním. Uživatelé se stávají členy skupin za účelem diskuze na dané téma. Skupiny mohou být otevřené (přístupné všem), uzavřené (členství ve skupině musí být schváleno jiným členem) nebo tajné (uživatel musí získat pozvánku ke členství).⁷

Další z funkcí je tvorba událostí. Slouží k informování a pozvání uživatelů na konkrétní akci. Události tvoří jednotlivci, stránky i skupiny. Každou veřejnou událost lze najít ve vyhledávacím poli. U událostí je uvedeno datum, čas i místo, kde probíhají. Opět zde funguje nastavení soukromí. K veřejné události se tedy může připojit kdokoli. Pokud se jedná o událost soukromou, uživatel musí dostat pozvánku od zakladatele či některého ze správců události.

Další klíčovou funkcí jsou zprávy nebo také chat. Komunikace skrze zprávy je velmi podobná posílání e-mailů. Tyto zprávy jsou soukromou konverzací mezi dvěma osobami a jiný uživatel k nim přístup nemá. V rámci zpráv je možné založit i skupinovou konverzaci, do které jsou přizváni pouze ti, kteří se jí mají účastnit. Pokud se jedná o chatování s přáteli, jejich přítomnost a tedy to, zda jsou online, si mohou uživatelé ověřit v postranním seznamu. Pokud je přítel online, u jeho jména je zelená tečka. S postupným vývojem „chytrých“ telefonů s internetem se mění i podoba chatu. Stále u online přátel svítí zelené kolečko, ovšem u uživatelů, kteří právě online nejsou, ale k chatování použili nebo používají mobilní telefon, lze najít i časový údaj, který informuje o tom, před jakou dobou byla daná osoba online.

Zprávy lze oživit smajlíky či samolepkami. Jejich použití často dokresluje celkovou atmosféru právě probíhané konverzace.⁸

3.3.Instagram⁹

Instagram vznikl 6. října roku 2010. Jedná se o sociální síť, která především slouží k publikování fotografií a vizuálního obsahu skrze mobilní telefony. Autory jsou Mike Krieger a Kevin Systorm.¹⁰ Jejich oblíbenou zálibou je pořizování fotografií, a tak také vznikl nápad na vytvoření Instagramu. Název sociální sítě (původně aplikace) vymysleli díky starým fotoaparátům, které se dříve označovaly jako „instant“ (česky moment, okamžik). (Instagram.

⁷ Dědiček (2010)

⁸ Dědiček (2010)

⁹ Informace v této podkapitole byly čerpány i z vlastních zkušeností s danou sociální sítí.

¹⁰ Landsverk (2014)

FAQ. 2018) S pomocí aplikace chtěli vyřešit některé problémy a překážky, které vznikaly při používání klasických fotoaparátů nebo fotoaparátů na mobilu. Jak uvádějí na oficiálních stránkách (Instagram. FAQ. 2018), jednalo se například o případy, kdy:

- a) Fotky z mobilu nevypadaly hezky. Pomocí instagramových filtrů z nich lze vytvořit téměř profesionální fotky.
- b) Sdílení fotografií na několika stránkách zvláště může být nudné. Přes Instagram lze fotky sdílet na několika sítích najednou.
- c) Dlouhé nahrávání fotek. Na Instagram jsou fotky nahrané rychle a jednoduše.

Instagram byl původně pouze mobilní aplikací. Používat ho šlo jen na mobilech s operačním systémem iOS. Pro systém Android byl Instagram spuštěn až o dva roky později, v roce 2012 a uživatelé Windows Phone si počkali ještě o rok déle, do roku 2013.

Během prvního dne se na nově vytvořenou aplikaci přihlásilo na 25 tisíc uživatelů a popularita rok od roku rostla. Do srpna 2011 nahráli uživatelé na Instagram přes 150 milionů příspěvků. Zakladatelé i proto vytvořili již rok po uvedení původní aplikace na trh novější verzi – 2.0 Instagram. Tato verze umožňovala uživatelům a uživatelkám použití čtyř filtrů, které slouží k úpravě fotografií. Jednalo se o filtry Valencia, Hudson, Amaro a Rise. Krátce po zavedení této nové verze překročilo množství uživatelů hranici 10 milionů. Během let vytvořili zakladatelé několik dalších verzí, které byly opět obohaceny o nové filtry a také o nové nástroje k úpravě fotografií.

Pro vlastníky Instagramu se stal rok 2012 přelomovým. Mark Zuckerberg, zakladatel Facebooku, oznámil světu, že danou platformu odkoupil, a to za jednu miliardu dolarů.¹¹ Ještě v tomtéž roce umožnil Facebook užívání v 25 světových jazycích, a to včetně jazyka českého.

O rok později se počet uživatelů zvýšil na více než 100 milionů a nárůst dál pokračoval. Podle posledních statistik na oficiálních stránkách (Instagram – Press. Our story. 2018) má Instagram přes miliardu uživatelů a uživatelek aktivních alespoň jednou za měsíc. Přes 500 milionů uživatelů a uživatelek využívá Instagram denně. Denně také Instagram zaznamená přes 400 milionů aktivit v aplikaci „Stories“.

¹¹ Odkoupení Facebookem se ale nesetkalo s velkým ohlasem. Uživatelé se báli zhoršené kvality služeb, ke které také došlo. Již 18. prosince 2012 změnil Instagram podmínky používání. Šlo o aktualizování klauzule o užití fotek. Nové podmínky umožnily vlastníkům manipulovat s fotografiemi uživatelů pro svou reklamní činnost bez nároku na honorář. Uživatelé dokonce ani nebyli informováni o použití. Toto počínání vyvolalo velké protesty. Instagram nakonec rozhodnutí přehodnotil a v platnosti zůstaly podmínky původní.

Co se týče České republiky, v srpnu roku 2018 mělo účet více než 2 miliony lidí. Nejvíce je zastoupena věková skupina 18–24 let a dále lidé ve věku 24–34 let. Mezi českými uživateli převažují ženy v poměru 54 % (ženy): 46 % (muži).¹²

Zájemci o účet na Instagramu si musí stáhnout aplikaci buď z obchodu App Store (iPhone) nebo z Google Play Store (Android). Po instalaci přichází na řadu registrace přes adresu e-mailu nebo telefonní číslo. V tomto případě si po registraci zvolíte své uživatelské jméno, heslo a vyplníte informace v profilu. Další možností je i registrace přes Facebook. V takovém případě bude instagramový profil propojen s tím facebookovým.¹³ Během let, kdy docházelo a stále dochází k vývoji Instagramu, se podařilo vytvořit Instagram i na internetu bez mobilu. Proto i registrace do sítě je možná skrze webové stránky. Zde lze opět k registraci použít adresu e-mailu nebo svůj účet propojit s tím facebookovým.

Každý uživatel a uživatelka po registraci vlastní svůj profil. V profilu si může změnit svoji profilovou fotku, vyplnit různé informace a zároveň zde vidí veškeré příspěvky, které přidal. Profil slouží i k nastavení soukromí. Pokud si uživatelé zvolí možnost Soukromý účet, jejich příspěvky uvidí pouze lidé, kterým sami schválí sledování. Z toho vychází, že každý uživatel má své sledující a sám někoho sleduje. Údaje o počtu sledujících a sledovaných se společně s počtem přidávaných příspěvků nachází taktéž na profilu.

Po přihlášení se uživatelům zobrazí domovská obrazovka s příspěvky, které na Instagram přidali lidé, jež sledují. Zároveň se lze přes hlavní stránku dostat na kartu Hledat, skrze kterou mohou uživatelé prozkoumávat různé fotky z různých veřejných profilů. Současně zde mohou vyhledat jakoukoliv osobu, místo či heslo, pokud již bylo někdy v minulosti na Instagramu zaznamenáno.

3.3.1. Funkce a nástroje

Instagram je především sociální sítí pro sdílení obrázků, fotek a krátkých videí. Základní funkcí je tedy fotoaparát/kamera. Tato funkce se nachází na úvodní stránce. Po kliknutí mají uživatelé několik možností. První automatickou možností je přidání již vyfocené fotky z galerie telefonu. Další možností je, si fotku vyfotit přímo přes Instagram a třetí možností je nahrání krátkého videa. Při fotografování lze využít předního i zadního fotoaparátu mobilu a podle podmínek světla i blesk. Další kroky umožní příspěvek upravit a přidat k němu komentář. Oba tyto kroky mohou uživatelé přeskočit.

¹² viz <http://www.lcgnewmedia.cz/nejnovejsi-cisla-pro-facebook-a-instagram-v-cr/>

¹³ Landsverk (2014)

Fotografie lze různorodě upravovat. Fotky lze oříznout, otočit, rozmazat (většinou pozadí – tento krok nahrazuje kvalitní fotoaparát, který dokáže zaostřit předmět a zbytek zůstává nezaostřený), přidat rámeček nebo použít velmi populární filtry. V současnosti Instagram nabízí 40 různých filtrů k úpravě. Kromě přidání filtru, lze fotografie upravovat i v rámci nástrojů. V kartě Upravit se nachází změna jasu, kontrastu, struktury, teploty, sytosti, barvy a mnoho dalších nástrojů.

Pokud je uživatel již s fotografií spokojen, následuje přidání popisků neboli „**hashtagů**“. Hashtag je jedno nebo více slov, které mezi sebou nemají mezery a před kterými se nachází symbol „#“.¹⁴ Hashtagy napomáhají rozdělení do kategorií a usnadňují hledání i orientaci jednotlivých příspěvků. Pokud účet není nastavený na soukromý a jsou k němu přidány hashtagy, je velká pravděpodobnost, že fotografii zhlédne větší množství osob se stejným zájmem, než je počet těch, kteří danou osobu sledují.¹⁵ V srpnu roku 2018 bylo nejčastěji používaným hashtagem slovo **Love**, které bylo použito u více než 1 miliardy příspěvků, na druhém místě bylo slovo **Instagood** s použitím u 700 milionů příspěvků. Pomyslnou třetí příčku získal hashtag **Photooftheday**, který byl použit u více než 490 milionů příspěvků.¹⁶

Před zveřejněním Instagram uživatelům nabídne možnost sdílet fotografii současně i na jiných sítích, jako je Facebook nebo Twitter. V tomto kroku lze na příspěvku označit i další uživatele, kteří jsou na fotce také. Po zveřejnění se fotka objeví na hlavní stránce a také v profilu uživatele. Pokud uživatel na příspěvku označil někoho dalšího, tato osoba fotku najde na svém profilu v záložce Označení.

Jak již bylo zmíněno výše, na Instagramu funguje princip **Sledování**. Uživatelé sledují své přátele, ale zároveň mohou sledovat známé osobnosti a celebrity, a to nejen tuzemské, ale i zahraniční. U veřejného profilu není nutné mít danou osobu v seznamu sledovaných, protože jejich profil je kdykoliv dohledatelný. Pokud se ale profil stane soukromým, nebo je soukromý již od začátku, je nutné poslat dané osobě žádost o sledování. Uživatel žádost buď potvrdí nebo odmítne. Podle statistik z října 2017 byl nejsledovanějším světovým profilem oficiální účet **Instagramu** s 227 miliony sledujících. Druhé místo získala americká zpěvačka a herečka **Selena Gomez** se 129 miliony sledujících a na třetím místě skončila zpěvačka **Ariana Grande** se 115 miliony sledujících.¹⁷

¹⁴ Veřejnost se mylně domnívá, že vznik hashtagu je spojen se vznikem Instagramu. S myšlenkou využití hashtagu přišla ve skutečnosti uživatelka Twitteru o tři roky dříve, než byl Instagram spuštěn.

¹⁵ Kolektiv autorů (2017)

¹⁶ viz <https://metricool.com/hashtags-on-instagram/>

¹⁷ viz <https://czechstreet.cz/2017/11/21/top-10-nejsledovanejsich-uctu-na-instagramu/>

Stejně jako na Facebooku, i na Instagramu fungují tlačítka **To se mi líbí** („like“) a **Sdílet**. Pokud se instagamerům příspěvek líbí, stačí na fotku dvojkliknout. Stejně jako nabízí Facebook, i na Instagramu je možné vložit k příspěvku komentář. Ve chvíli, kdy někdo příspěvek okomentuje nebo mu dá „like“, uživatelé se na úvodní stránce u záložky Aktivita objeví upozornění. Uživatelé tedy mají přehled o tom, komu se příspěvek líbí apod. Jednotlivé příspěvky je také možné ukládat. Po uložení je uživatelé najdou na svém profilu v záložce Uloženo.¹⁸

V roce 2013 přišli vývojáři s rozšířením v podobě tzv. **Directu**. Tato funkce umožňuje zaslání soukromé zprávy dalšímu uživateli. Přes Direct lze ale posílat i fotky a krátká videa. Do zpráv v Directu spadají i reakce na příspěvky ve Stories (níže). Direct funguje na principu zpráv (chatu), takže umožňuje vytvoření skupinové konverzace nebo konverzaci odstranit (odstraní se jen u jednoho uživatele).

Rok 2016 přinesl na Instagram další novou funkci s názvem **Stories** (příběhy). Tato funkce umožňuje sdílet se sledujícími veškeré okamžiky dne, které uživatelé zveřejní. Jedná se o příspěvky, se kterými se chcete podělit, ale nechcete, aby vám zůstaly na profilu. Příspěvky v podobě fotografií nebo krátkých videí tak zůstanou v příbězích pouze 24 hodin a poté zmizí. Funkce Stories podléhá nastavení soukromí, takže v případě neveřejného účtu, uvidí příspěvky pouze sledující uživatelé. Fotografie i videa v příbězích lze vylepšit nebo obohatit o textová pole, smajlíky, samolepky či obrázky. Jde je vylepšit i pomocí filtru, ovšem v tomto případě je výběr omezen.¹⁹

Poslední novinkou je Instagram TV, zkráceně **IGTV**, z roku 2018. Tato funkce umožňuje sdílet videa dlouhá až hodinu. Vylepšení se podobá funkcím YouTube. Rozdíl je ale v tom, že videa v Instagram TV jsou pouze ve vertikálním provedení. Aplikace je dostupná i samostatně, ale samozřejmě i skrze Instagram. Videa jsou zde rozdělena do čtyř kategorií: „For You“ (pro vás), „Following“ (od sledujících), „Popular“ (populární) a „Continue Watching“ (nedokoukána). Opět lze videím dát „like“, komentovat je nebo je poslat dalším lidem do Directu. Stejně jako televize, má i Instagram TV kanály. Rozdíl je v tom, že tvůrci videí se stávají tvůrci jednotlivých kanálů. Tvůrcem se stane každý, kdo na tuto televizi nahraje video.²⁰

Protože Instagram byl původně vytvořen jako mobilní aplikace, je dnes stále patrný rozdíl mezi verzí pro mobil a verzí pro web. Nejzásadnějším rozdílem je nahrávání fotografií

¹⁸ V této záložce je možné si jednotlivé příspěvky ukládat do různých složek, a tak si fotografie třídít.

¹⁹ viz <https://instagram-press.com/blog/2016/08/02/introducing-instagram-stories/>

²⁰ viz <https://instagram-press.com/blog/2018/06/20/welcome-to-igtv/>

a videí, které na webové verzi není možné. Většina ostatních funkcí ale přes internet přístupná je. Uživatelé mohou sledovat příspěvky druhých, sledovat Stories, upravovat svůj profil i měnit profilovou fotku. Přestože stále dochází k vylepšování webové verze, nadále platí, že Instagram je především mobilní aplikací a sítí.

3.4. Uživatelé Facebooku a Instagramu

Obě jmenované sociální sítě patří v současnosti k nejpopulárnějším, a to nejen v České republice. Důkazem je počet uživatelů, kteří je používají. Tento počet rok od roku roste. Stále je obecně platné, která z nich má uživatelů více. Ovšem i Instagram je co se týče počtu uživatelů na vysoké úrovni. Hlavním rozdílem jsou ale stále uživatelé. Podstatně většinu instgramových uživatelů je pod 30 let. Nejdynamičtěji rozšiřující se skupinou jsou potom mezi těmito lidmi teenageri. Facebook má výhodu v tom, že jeho uživatelská základna je věkově více pestřejší. Facebook dokáže snadno a zároveň správně zacílit na skupiny mladších uživatelů, ale i těch starších. Zvláště na věkově starší uživatele se snaží čím dál tím více cílit, protože i ti si postupem času nacházejí svou cestu k sociálním sítím, převážně k Facebooku.

Statistiky ukazují, že Facebook rozšiřuje svoje zásahy v České republice. V rámci cílové skupiny do 40 let Facebook pokrývá podstatnou většinu české internetové populace. Aktuálně dokáže kampaně šířené přes Facebook v Česku zasáhnout přes 5 milionů uživatel. Co se týče osob nad 18 let se potom jedná o 4,8 milionů osob. Mezi nejsilnější věkovou skupinu patří uživatelé ve věku 15-29 let. Průměrně Češi tráví na Facebooku 149 minut denně. Do doby strávené na Facebooku zasahuje i vzdělání. Podle statistik je doba vyšší u uživatelů s nižším vzděláním.²¹ Zajímavý je i poměr mužů a žen, který je v podstatě vyrovnaný – 49 % (muži): 51 % (ženy).²²

I přesto, že počet uživatelů na Facebooku roste, množství uživatelů na Instagramu roste mnohem dramatičtěji. Skrze kampaně na této sociální síti lze zasáhnout až 2 miliony uživatelů a uživatelek od 13 let. U osob nad 18 let jde o více než 1,8 milionu. V poměru uživatelů a uživatelek vedou ženy s 54 %. Zajímavostí je, že většina uživatelů, které přestane Facebook bavit, nejčastěji přecházejí právě na Instagram.²³

Pokud se zaměříme na podstatu obou sítí, zásadní rozdíl najdeme i v samotném účelu. Jak už bylo řečeno výše, Instagram slouží především k zachycení autenticity a okamžité události. Fotografie se na tuto síť dají nahrát pouze přes mobilní telefony. Dalo by se říci, že na

²¹ viz <https://www.mediaguru.cz/clanky/2018/06/cesi-chodi-na-socialni-site-casteji-roste-instagram/>

²² viz <http://www.lcgnewmedia.cz/nejnovejsi-cisla-pro-facebook-a-instagram-v-cr/>

²³ viz <http://www.lcgnewmedia.cz/nejnovejsi-cisla-pro-facebook-a-instagram-v-cr/>

Instagram chodí uživatelé hlavně za zábavou. Chtějí se podívat i do zákulisí toho, co nás baví. Tato skutečnost je velmi ovlivněna tím, že při nahrávání na Instagram, a to především do aplikace Stories, uživatelé řeší méně, co publikují. Facebook je potom využíván především ke čtení článků, hledání informací či chatování s přáteli. Co se týče fotografií, facebookoví uživatelé zde přemýšlí mnohem více o tom, co na svůj profil nahrají.

3.5. Sebe prezentace

Zásadním faktorem člověka „na síti“ je jeho sebe prezentace, tedy to, jak sám sebe na internetu definuje. V prostoru sociálních sítí a internetu existuje mnoho možností, jak se mohou uživatelé prezentovat. Zda jejich internetová identita bude stejná, jako ta reálná, je pouze na nich. Vzhledem k tématu práce, je podstatné říci, že první věková kategorii, kterou se práce zabývá, jsou žáci 6. třídy základních škol (a odpovídajících ročníků víceletých gymnázií), což znamená, že jejich věk (11-12 let) nesplňuje věkové hranice pro užívání většiny sociálních sítí. I tento fakt ovlivňuje to, jak se děti na sítích prezentují. Co se týče Facebooku i Instagramu, podstatnější je sebe prezentace veřejná (příspěvky sdílené na zdi), než ta soukromá (chatování).

Vytvořit přesnou definici toho, co je sebe prezentace, může být obtížné. Leary a Kowalski (1990: 34) tvrdí, že ji lze chápat jako proces. Skrze něj poté ovlivňujeme, jak nás budou druzí vnímat.

Jedním z pojmů, které se sebe prezentací souvisí, je také pojem **identita**. Dle Schlenklera (1986 in Leary & Kowalski, 1990, s. 35) skrze sebe prezentaci ukazujeme osobní identitu. Identitu lze tedy chápat jako předmět sebe prezentace.

Dalšími pojmy, které úzce souvisí se sebe prezentací, jsou **sebe pojetí** a **sebe otvírání**. Význam termínu sebe pojetí by šel ztotožnit s významem sebe prezentace, ovšem u sebe pojetí se jedná spíše o vnitřní uvědomění si sám sebe než o tvorbu toho, jak nás budou vnímat druzí. Míra sebe otvírání ovlivňuje, co jsou lidé sami o sobě ochotni sdílet s ostatními. Na sociálních sítích lze tuto míru snadno ovládat. Mnoho informací je možné upravit, přidat nebo naopak smazat.

Jedním z odborníků, kteří se tímto tématem zabývali, byl i Goffman. Ten ve svém díle (1999) využívá k přiblížení formování lidské identity divadelních metafor. Dle Goffmana se během života setkáváme s případy, kdy ostatním něco předvádíme a chceme udělat nějaký dojem. Což je stejné jako v divadle – herci hrají a snaží se udělat dobrý dojem na publikum.

Během interakcí se lidé snaží zjistit co nejvíce informací o tom, jak je druzí vnímají a co od nich mohou očekávat. Jakmile tyto informace získají, je pro ně mnohem jednodušší se

v těchto interakcích orientovat a své projevy cíleně zaměřit na vylepšení a kontrolu sebe prezentace. (Goffman, 1999: 10)

3.5.1. Sebe prezentace na sociálních sítích

Existuje několik motivací, které vedou k různé sebe prezentaci na sociálních sítích. Nadkarni a Hoffman (2012: 245) definovali dvě základní.

- a) potřeba někam patřit (souvisí se snahou jedince navazovat kontakty a být přijat)
- b) potřeba sebe prezentace (souvisí se snahou ovlivnit a kontrolovat dojem, který na někoho působí)

Sociální síť zachycují mnoho informací o uživateli a uživatelných. Je pouze na nich, jak se sdílenými informacemi pracují a jak je využívají k sebe prezentaci.

Jak již bylo zmíněno výše, na sociálních sítích je možné informace upravovat, ale i mazat. Tím lze ovládat míru sebe otevření. Často dochází k situaci, kdy se uživatelé snaží prezentovat dokonalejšími nebo uvádějí nepravdivé informace.²⁴ K takové činnosti významně přispívá anonymní charakter sociálních sítí. I přesto, že konkrétně Facebook i Instagram představují nižší formu anonymity než například některé diskuzní weby.²⁵

Skues, Williams a Wise (2012) říkají, že způsob prezentování z velké části ovlivňuje povahové vlastnosti. Osobnost uživatelů utváří i to, jaké informace sdílí a jaké si naopak nechají pro sebe. Enli a Thumin (2012) hovoří o tzv. **individualizovaném globálním já**. Jedinec sdílí příběhy, pocity nebo fotky na sociálních sítích (autorky hovoří o Facebooku) a tuto činnost dělá individuálně. Současně je tato činnost v souladu s očekáváními ostatních uživatelů. Tuto teorii lze aplikovat na druhou sociální síť, kterou se tato práce zabývá, na Instagram. Zde uživatelé sdílí fotografie, které jsou nějakým způsobem upravené, např. v poslední době rozšířený trend přidat pomocí filtrů na fotografii obličej psa či věnec z květin. Na sdílené fotografii je pořád stejná osoba, nicméně je upravena způsobem, který již dříve použilo mnoho jiných uživatelů.

Konkrétní příklady sebe prezentace na internetu ukazuje i činnost na sociální síti Facebook. Největší prostor pro sebe prezentaci umožňuje profilová stránka. Zde jsou zobrazeny odkazy textové i vizuální, které tvoří uživateli sebe prezentaci na síti. Ostatní se zde dozvědí základní i více osobnější informace o daném uživateli. Mezi sebe prezentující znaky patří například profilová fotografie, uživatelské jméno a úvodní fotka. Na uživatelském profilu lze

²⁴ U dětí se v takovém případě jedná o uvedení nepravdivých informací o věku, protože nesplňují věkovou hranici.

²⁵ Na Facebooku uživatelé uvádějí své jméno, zveřejňují fotky. Dohledat se dají i podle okruhu přátel. Na Instagramu to jsou opět fotky nebo v tomto případě okruh sledujících.

procházet veškeré statusy i fotografie, které uživatel sdílel. Kromě toho je možné nahlédnout do seznamu lokací, které uživatel navštívil, dále na jeho významné životní události nebo na výčet knih, filmů, osobností nebo stránek, které se mu líbí. To všechno napomáhá tvorbě identity, která je, jak už bylo řečeno výše, předmětem sebeprezentace.

4. Děti a sociální sítě

Velká část dnešních teenagerů i dětí středního školního věku si často nedokáže představit svůj den bez sociálních sítí a celkově internetu. Aktivity se zde mohou různit. Ti nejmladší vyhledávají především zábavu, starší informace nebo sociální kontakty.

Pro mládež je důležitá komunikace s vrstevníky, řešení problémů, svěřování se, sdílení zkušeností a názorů. Dospívající využívají sociální sítě k psaní statusů, sdílení fotek nebo videí. V jejich případě jde především o udržení tempa s vrstevníky a o pocit začlenění. (Černá, 2013).

Následující kapitola se tedy v rámci jednotlivých částí zaměří na děti a dospívající. Stručně zde bude definováno období dospívání, trávení volného času u dětí a dospívajících a vymezení dětí jako uživatelů sociálních sítí. Krátce budou zmíněny studie, které se zaměřily na případné rozdíly mezi žáky základních škol a žáky víceletých gymnázií.

4.1. Děti v období dospívání

Vzhledem k tomu, že se tato práce zaměřuje na dvě věkové kategorie dětí, je třeba obě tyto kategorie krátce charakterizovat. První kategorií jsou žáci 6. tříd základních škol a odpovídajícího ročníků víceletých gymnázií. Tyto děti se nacházejí ve věku 11-12 let, což je dle Vágnerové (2008) období **středního školního věku**, který se ovšem propojuje s přípravou na období dospívání. Adolescence (období dospívání) začíná kolem věku 10 let. Období, které v tu chvíli děti prožívají bývá charakterizováno jako doba pohody, která je ale narušena sociálními tlaky školy, rodiny nebo vrstevníků.

Druhou skupinou jsou žáci 9. tříd základních škol a odpovídajícího ročníku víceletých gymnázií. Jsou to děti ve věku 14-15 let, což je období **staršího školního věku** a zároveň **období dospívání**. Jedná se o období hledání vlastní identity, bojů s nejistotou a pochybnostmi a hledání vlastního místa ve společnosti. Často dochází k emočním výkyvům, větší labilitě a přecitlivělosti na běžné věci. (Vágnerová, 2008)

Pro děti i dospívající je velmi důležité, jak je vnímá jejich okolí. Jejich sebepojetí tedy nevychází jen z jejich zkušeností, ale také z názorů druhých. Ten začínají vnímat ve věku okolo 7 let. Na sebeurčení a sebepojetí dětí má velký význam zařazení do nějaké sociální skupiny, rodina či škola. S jistou potřebou sebe prezentace se děti setkávají velmi často již od počátků školní docházky. Ve škole prezentují své vědomosti při testech, zkoušení či referátech. Prezentují ale nejen své výroky, ale i různé dovednosti, myšlenky nebo nápady ve výtvarné či pracovní výchově. Co se týče identity, existují způsoby, jak ji měnit, upravovat či vylepšovat, což se velmi podobá tvoření a udržování identity v internetovém prostředí.

Děti středního školního věku jsou schopny formulovat pojmy, které se týkají jejich osoby. Jejich sebepojetí je tedy více přesnějším. Důležitou součástí sebepojetí jsou u dětí i jejich vrstevníci. S nimi se začínají srovnávat a díky tomu si i více prohlubují vlastní sebekritičnost. (Vágnerová 2008) Děti to poté často vede k pokusům, vytvořit ze sebe svůj vlastní ideál.

Co se týče období dospívání (adolescence), dítě-dospívající si tvoří nové pojetí identity a osoba se začíná zaměřovat více na sebe. Jak již bylo řečeno výše, adolescence se vyznačuje zvýšenou přecitlivělostí a nejistotou, což ovlivňuje i jejich sebepoznání, které se stává mnohem více kritickým. Stejně jako děti středního věku, se i dospívající srovnávají s druhými, zajímají se o jejich hodnocení, a právě jejich hodnocení dokáže přimět dospívající k jisté změně. Pro adolescenci je typickým rysem snaha porozumět svým emocím. (Vágnerová, 2008)

Během přípravy na dospívání a během dospívání samotného dochází u dětí k procesu socializace. Tento proces lze rozdělit na socializaci primární a sekundární. K primární socializaci docházelo především v rámci rodiny již od dětství. Později přichází socializace sekundární²⁶, ve které se jedinec připravuje na svoji roli v rámci společnosti. Zodpovědnost rodiny provést dítě tímto obdobím přechází především na školy, vrstevnické skupiny nebo volnočasové organizace. Jedná se o období, ve kterém dochází, k již zmíněnému srovnávání s vrstevníky, které vede k oslabení pouta na rodinu. Na toto oslabení mají čím dál větší vliv i sociální sítě, skrze které jedinec navazuje kontakt s vrstevníky.

V období 10 let věku se děti dostávají do fáze přípravy na dospívání a samotného dospívání. V tu chvíli se mění i jejich přijetí a začlenění do skupiny. Děti se v této době snaží vyhnout negativnímu hodnocení, které by mohlo zhoršit jejich postavení ve vrstevnické skupině. Zároveň si děti začínají uvědomovat, jaké chování a mluva je v určitých situacích přijatelné a jaké už ne. Jak již bylo zmíněno výše, nastává období vzdoru autoritám, které vede k hádkám s rodiči a dospělými a je nejvíce znát v době puberty (13-15 let). Jistými autoritami a vzory se dětem stávají jejich vrstevníci, které potkávají ve škole ale i ve volném čase skrze volnočasové instituce. Mezi tyto instituce lze zařadit i sociální sítě (viz. níže Děti a volný čas). (Vágnerová, 2008)

V kontextu sociálních sítí, aktivita dětí narůstá mezi 11-12 rokem (6. třída a prima). Důvodem je snaha o prohloubení přátelství, utužení postavení v kolektivu. Sociální sítě umožňují utužení vztahů a vytvoření důvěrnějších vztahů, protože je zde možnost neustálého připojení, a tedy i neustálého kontaktu.

²⁶ Sekundární socializace nastává po třetím roce života a pokračuje až do dospělosti.

Ve věku 14-15 let (9. třída a kvarta) aktivita na sociálních sítích stále narůstá (viz. níže, Kopecký, 2015). Děti v tomto věku často opouštějí aktivity v rámci volnočasových organizací a nahrazují ji sociálními sítěmi.

V rámci sociologického životního cyklu probíhají sociální přechody, rituály a události. Na děti v rámci obou zmíněných věkových kategorií působí sociální přechody, mezi které lze zařadit změna stupně školy (týká se žáků 6. tříd, kteří přešli na druhý stupeň nebo žáků primy, kteří měnili školu) a sociální rituály. Mezi ty patří například přijímací zkoušky – žáci 9. tříd, které čekají přijímací zkoušky na střední školu a žáci primy, kteří prošli přijímacím řízením na víceleté gymnázium. Zmíněné události mají vliv na životní etapu mládí, ve které se děti nacházejí a ovlivňují jejich vztah ke společnosti. Životní etapu mládí z pohledu sociologie provází období emancipace a řada konfliktů (jedince samotného či s dospělými – viz výše)

4.2. Děti a volný čas

Mezi důležité součásti života patří i trávení volného času. Podstatný význam má právě u dětí a dospívajících. Samotný pojem volný čas lze definovat dvěma způsoby. Prvním je tzv. negativní vymezení, které volný čas chápe jako dobu, která po odečtení času práce zbyde. Druhým vymezením je tzv. pozitivní vymezení volného času, což je doba, se kterou může jedinec nakládat podle svého uvážení. (Stašová, Slaninová, Junová, 2015, s. 116)

Ve volném čase lze realizovat mnoho aktivit. Tyto aktivity se dají rozdělit do několika skupin, kdy nejpodstatnějšími jsou aktivity odpočinkové a rekreační. Mezi odpočinkové činnosti lze zařadit i práci s elektronikou, pod kterou spadá i trávení času na sociálních sítích. Rekreační aktivity jsou činnosti, které zahrnují pohybovou aktivitu. Je třeba ale myslet i na skutečnost, že pokud jsou děti aktivitami příliš přetěžovány, začne se u nich často objevovat neposlušnost, nepozornost a vzdor. Pro děti a dospívající se sociální sítě po dni plném aktivit stávají místem odpočinku a relaxace.

U dětí mladšího školního věku podléhá z části organizace volného času stále rodičům. Ti se snaží zaplnit volný čas dětí sportem či kroužky. Naopak u dětí staršího školního věku není organizování volného času rodiči tak veliké. U starších dětí je ale o to více důležitější vědět, jakým způsobem svůj volný čas tráví. Je třeba zmínit, že v dnešní době existuje mnoho vlivů, které u dětí ovlivňují jejich trávení volného času a je proto důležité, naplnit volný čas dospívajících smysluplnými aktivitami.

S přibývajícím věkem se u dětí dostává do popředí kontakt s vrstevníky a tomu také uzpůsobují svůj volný čas. I proto dnes děti častěji využívají počítač a sociální sítě, které jim umožní kontakt nepřetržitý. Počítač s postupem času nahradil na pozici nejčastější volnočasové

aktivity sledování televize. V roce 2010 provedl Národní institut dětí a mládeže výzkum, jehož výsledky ukázaly, že televize by se dokázalo vzdát přes 30 % dětí, internetu už jen 18 % a televize současně s internetem pouze 11 %. (Stašová, Slaninová, Junová, 2015, s. 128-130)

4.3. Identita a sebe prezentace dětí a dospívajících na síti

Jak již bylo řečeno, na sociálních sítích existuje více možností toho, jak se prezentovat. Co se týče sebe prezentování u dětí a dospívajících, někteří odborníci zastávají názor, že na sociálních sítích nevytváří jakási svá *alte-ega*, ale jsou spíše sami sebou.

Například boyd ve své studii **Why Youth Hearts Social Networks** zkoumá dospívající na síti MySpace.²⁷ Boyd (2008) uvádí, že profil může být uživateli chápán jako **digitální tělo**, které umožní **vepsání do bytí**. Jedním z důvodů, proč si dospívající tyto profily tvoří, je interakce s přáteli, kteří si jejich profil mohou zobrazit. To, co na síti zveřejňují, nemusí vždy přesně korespondovat s jejich životem. Ovšem vzhledem k tomu, že přátelé, kteří je na dané sociální síti sledují, jsou jejich přáteli i v běžném životě, mnoho o nich ví. Kvůli této skutečnosti se většinou dospívající při formování internetové identity přikloní ke spojení života „online“ i „offline“ a prezentují sami sebe tak, jak si myslí, že je jejich vrstevníci přijmou.

Boyd dále říká, že oba tyto životy se od sebe zase až tak příliš neliší. *„Touha být cool na Myspace je součástí celkové touhy být respektován svými vrstevníky. I když mladí lidé mají teoretickou možnost chovat se na síti jinak než ve skutečném životě, sociální hierarchie, která udává, kdo je „cool“, je však přítomná i online.“*²⁸

U dospívajících dětí se postupně zvyšuje zájem o virtuální svět, především kvůli tomu, že jedinci zde nemusí uvádět veškeré informace o své osobě. Dále je zde podstatná i role jisté anonymity, která ale na sociálních sítích není tak velká, jako na diskuzních webech. Livingstone²⁹ ve své studii říká, že prostor sociálních sítí je pro dospívající místem k experimentování. Zároveň jim umožňují únik z reality, od hádek s rodiči a podobně. Mají zde vlastní pravidla a musí se rozhodovat, co o sobě zveřejní. Livingstone dále podotýká, že množství zveřejněných informací se od předešlých generací liší. Dnešní dospívající o sobě zveřejní i věci, které dřívější generace považovaly za příliš osobní.

Dětští uživatelé internetových sociálních sítí si musí především zvyknout na fakt, že vztahy na sítích se liší od těch v běžném životě. Internetové vztahy bývají často mnohem kratší

²⁷ Myspace – komunitní server založený roku 2003. V dnešní době se již netěší takové popularitě jako dříve. Uvedenou teorii lze ve své podstatě vtáhnout i na Facebook a Instagram.

²⁸ Boyd (2008)

²⁹ Livingstone (2009: 108-109)

než ty reálné. Často dochází k tomu, že reálné vztahy dvou jedinců zaniknou v důsledku vztahu na sociální síti (týchž dvou jedinců). Sociální síť vyvolávají velký pocit anonymity i v případech, kdy je vlastně nulová. Při konverzaci osob (nejen v chatu, ale i skrze komentáře apod.), které se znají i v reálném životě mimo obrazovky, se často objevují hádky a rozepře, způsobené pocitem skrytosti za obrazovkou. Těmto hádkám se snaží uživatelé předcházet úpravou svého sebe prezentování. Snaží se působit co nejideálnějším dojmem. Zveřejňují jen některé informace, sdílejí upravené fotky a využívají nacvičených póz a názorů.

4.4. Děti jako uživatelé internetu a sociálních sítí

Děti a dospívající podle výzkumů nejčastěji využívají internet i sociální síť ke komunikaci s druhými. V on-line světě tráví většinu svého volného času a tento svět se již stal součástí jejich životů. Často dochází k situaci, kdy ten, kdo nevyužívá sociálních sítí, je považován za zvláštního, protože nemůže s ostatními sdílet své zážitky skrze síť.

Nejčastěji vyhledávanými věcmi dětí i dospívajících na internetu a sociálních sítích jsou videa. Existuje velké množství webů, kde lze zábavná videa najít. Dříve tyto videa zastupovaly blogy, kam lidé psali své zážitky a sdíleli se čtenáři svůj život. V dnešní době jsou tyto blogy nahrazeny tzv. vlogy, které se publikují na webech zaměřených na videa.

Děti a teenageři tato videa nejen sledují, ale i komentují a sdílejí s ostatními. Někteří dokonce tvoří vlastní a sdílí je na YouTube, Facebook nebo Instagram. Videa jsou pro mladé zdrojem zábavy a zároveň využitím času. Dnes už není časté, aby děti běhaly venku. Raději sedí u počítačů, tabletů nebo mobilů a sledují všechno možné co internet a sociální síť nabízejí. Rozšíření sledování videí ukazuje na tendenci zlehčovat si život – pustit si video a jen pasivně přijímat informace.

Hodně času a pozornosti věnují děti a dospívající sociálním sítím, které jsou součástí jejich života. S rozvojem smartphonů jsou sociální síť centrem pozornosti. Zejména proto, že v dnešní době je možné být on-line prakticky celý den. V takový okamžik se stává mnohem těžším oddělit svět on-line od světa offline.

Technologie, které daná skupiny využívá, jsou v dnešní době pestré. Na internet a sociální síť se lze dostat nejen přes počítač, ale i přes mobilní telefony nebo tablet.

Studie zkoumající motivaci využití sociálních sítí především u dospívajících zdůrazňují kontakt s přáteli a svými vrstevníky. „*Komunikace a sdílení informací je největší motivací k participaci na sociálních sítích.*“³⁰, uvádí ve své práci Boyd.

³⁰ Boyd (2014)

Mezi další důvody užívání sociálních sítí lze zařadit snahu o zachování stávajících vztahů s lidmi ze „skutečného života“ nebo prohloubení vztahů s lidmi, které v reálném životě znají jen povrchově. Dále to může být již zmíněná touha někam patřit a začlenit se, navázat nové vztahy nebo se necítit osaměle. Jedním z důvodů užívání sociálních sítí bývá také často doporučení přátel.

Tosun (2012) uvádí jako jednu z hlavních motivací udržení vztahu, který funguje tzv. „na dálku“ a dále zmiňuje navazování přátelství, pasivní sledování jiných uživatelů či organizování událostí.

4.5. Žáci základních škol a víceletých gymnázií

Jedním ze sledovaných aspektů je i rozdílnost žáků škol základních a žáků víceletých gymnázií. Většina realizovaných ať už světových či tuzemských výzkumů se zaměřovala na rozdíly ve studijních výsledcích, a to zejména v matematice, přírodních vědách, cizích jazycích a čtenářské gramotnosti. Jedním z mezinárodních výzkumů byl výzkum TIMSS³¹, který organizuje asociace IEA³². Na výzkumy navázala OECD³³ a využila je k tvorbě vlastních dokumentů a realizaci vlastního výzkumu PISA³⁴. Výzkum TIMSS je zaměřen na vědomosti vycházející z učebních osnov matematiky a přírodních věd. Výzkum PISA se orientuje na tzv. funkční gramotnosti (čtenářská, přírodovědná, matematická) a kromě znalostí ze školy, testuje i aplikaci na reálné situace.

Z výsledků výzkumu TIMSS pro Českou republiku z roku 2007 vyplynulo, že žáci gymnázií dosahují lepších studijních výsledků. Do výzkumu PISA se Česká republika zapojuje pravidelně. Z tohoto výzkumu plynou obrovské rozdíly ve výsledcích čtenářské gramotnosti mezi žáky základních škol a gymnázií. V rámci výzkumu PISA se pomocí dotazníků zjišťuje i zázemí jednotlivých žáků v oblastech ekonomických, sociálních a kulturních. V této oblasti patří od roku 2000 Česká republika mezi země, kde rozdíly mezi školami jsou výrazně nad průměrem OECD.

Z domácích výzkumů lze zmínit závěry ze zkoumání společnosti SCIO. Co se týče vědomostí, opět se objevují větší rozdíly mezi oběma typy škol, kdy lépe z porovnání vychází gymnázia. I přesto, že výzkumy daly hodně dat, která potvrzují rozdíly mezi žáky, stále žádný z nich neodhalil aspekt, který k těmto rozdílům přispívá.

³¹ Trends in International Mathematics and Science Study

³² International Association for Evaluation of Educational Achievement, Mezinárodní asociace pro hodnocení výsledků vzdělávání

³³ Organisation for Economic Co-operation and Development, Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj

³⁴ Programme for International Student Assessment

Dle výsledků výzkumů žáci často odcházejí na víceletá gymnázia, protože se rodiče domnívají, že po absolvování gymnázia mají děti větší šanci pro přijetí do dalšího studia. Jejich odchod ale znamená odliv jedničkářů a tzv. třídních tahounů ze základních škol, kteří by mohli ostatní spolužáky motivovat k lepším výsledkům. (Straková, 2006)

Uvedené výzkumy se zaměřují na rozdíly žáků ve studijních výsledcích. Školní výkony žáků by ale jejich využití a hodnocení sociálních sítí ovlivnit nemělo.

5. Dosavadní realizované výzkumy

Sociální sítě obecně patří k fenoménům dnešní doby. Proto se také často stávají předmětem zkoumání. Následující kapitola uvede a stručně shrne některé z již realizovaných výzkumů, které se zaměřovaly na sociální sítě. Zejména půjde o výzkumy spojující sociální sítě a děti jako jejich uživatele. Jelikož je ale Instagram poměrně novou sítí, nevěnuje se mu tolik prací a výzkumů jako Facebooku.

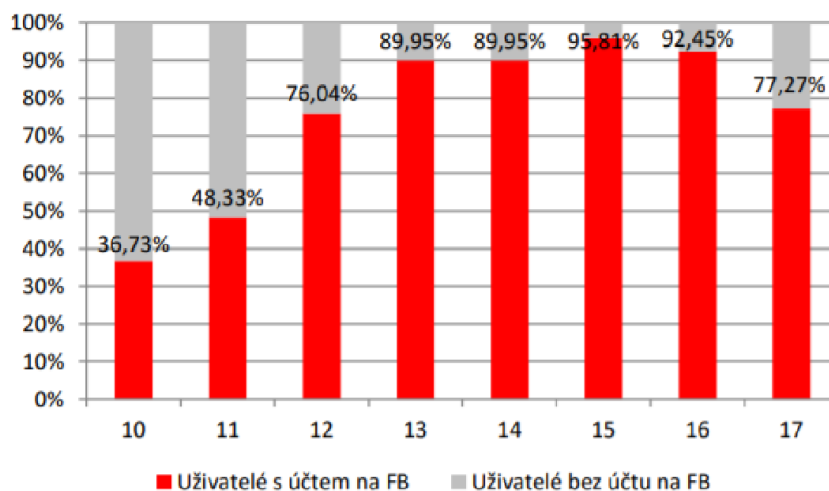
Většina výzkumů se nejčastěji zaměřuje na teenagery staršího věku a vysokoškoláky, protože právě tyto skupiny jsou nejčastějšími uživateli sociálních sítí. Studie, které zohledňují jako uživatele děti, se zaměřují především na rizika, která jim jako uživatelům hrozí.

5.1. České děti a Facebook

Kvantitativní výzkum realizovaný Centrem prevence rizikové virtuální komunikace Pedagogické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci z roku 2015. Tento výzkum se zaměřil na základní charakteristiku českých dětí na sociální síti Facebook. Cílem bylo zmapovat, k čemu sociální síť využívají, s jakými riziky se setkávají a zda je toto prostředí pro ně jako uživatele bezpečné.

Výzkumu se zúčastnily děti ve věku od 8 do 17 let. Zkoumal důvody založení Facebooku, jejich aktivity na dané sociální síti či čas zde strávený. V kontextu hrozících rizik zkoumal i jejich facebooková přátelství – kolik mají přátel a zda všechny znají.

Základním výzkumným nástrojem byl dotazník o 30 otázkách a byl vyplňován anonymně. Sběr dat probíhal od začátku května roku 2015 do konce června téhož roku. Dostal se do více než 4000 základních a středních škol ve všech regionech České republiky.



Graf č. 1 – Uživatelé Facebooku ve věku 10–17 let (zdroj: České děti a Facebook 2015)

Z celkového počtu 1248 odpovídajících skoro 40 % nedosáhlo věku 13 let (hranice pro registraci na Facebook). Více než polovina z nich však účet na Facebooku má. U dětí starších 13 let pak účet vlastní více než 90 %. S přibývajícím věkem tedy roste počet uživatelů, kteří vlastní účet na Facebooku.

Co se týče zakládání účtů, děti ve výzkumu uvedly celkem osm důvodů. Nejčastěji uváděným důvodem byla komunikace s ostatními a komentování příspěvků ostatních. Dalším bylo udržení kontaktu s přáteli současnými a minulými. Dále skupinový tlak (strach z nepřijetí kolektivem, pokud mít účet nebude), hraní online her, seznamování se s novými lidmi a sdílení fotografií a videí. Jedním z důvodů je i to, že Facebook je brán podobně jako móda – umožňuje sledovat celebrity, novinky o filmech apod. Posledním důvodem bylo to, že Facebook bývá chápán jako prostor pro rozvoj virtuální prezentace.³⁵

Na Facebooku jsou děti aktivní. Nejčastěji chatují, hrají hry, sdílejí informace nebo si sdílený obsah prohlížejí. Dále sledují to, co přidávají přátelé a samy přidávají fotky a videa. Tyto aktivity odpovídají důvodům, proč si sociální síť založily. Čas strávený na online sítích se různí. Najdou se i děti, které jsou připojeny 24 hodin denně (díky novým technologiím). Více jak 60 % tráví na sociálních sítích více než hodinu denně, přes 30 % dokonce více než hodiny tři.

Podstatným rysem Facebooku je tvorba okruhu přátel. Udržování přátelství je i jedním z důvodů, proč si děti sociální sítě zakládají. Podle výzkumu mají české děti v průměru 194 přátel. Z toho téměř 40 % nezná všechny své přátele, ale přesto si je přidává a umožňuje jim přístup k osobním informacím. Zajímavostí je, že více než polovina dětí má v přátelích své rodiče.

5.2. EU Kids Online

Výzkum probíhá již od roku 2006. Soustřeďuje se na užívání nových médií dětmi. Především na rizika, která jsou s tímto užíváním spojeny a dále bezpečností internetu obecně. Vedoucí projektu je Sonia Livingstone. Výzkum se uskutečňuje v 25 zemích Evropské unie formou hloubkových rozhovorů s dětmi ve věku od 9 do 16 let.

Výhodou výzkumu je jeho longitudinálnost a možnost porovnávat výsledky s daty z předešlých měření. Slabinou mohou být rozdíly mezi jednotlivými zeměmi – finanční,

³⁵ Pro řadu uživatelů je Facebook místem pro virtuální sebe prezentaci skrze profil. Ostatním dávají najevo, že jsou „zde“, že jsou „online“ a že „virtuálně existují“. Umožňuje také virtuální ocenění – prostřednictvím lajků.

kulturní atd. Na výsledky výzkumu z roku 2018 platné pro Českou republiku se zaměří následující podkapitola.

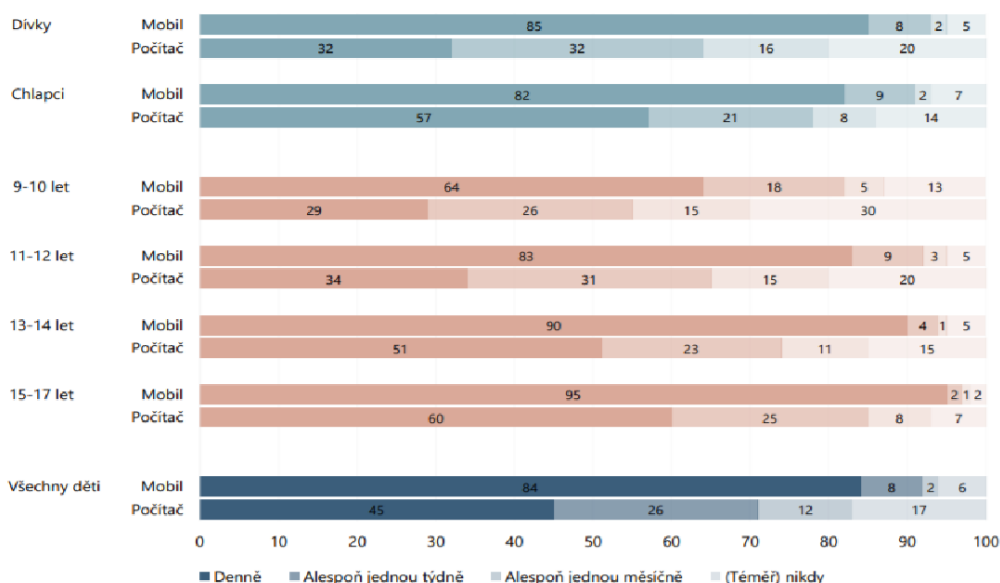
Výsledky z roku 2014 přišly s několika zjištěními. Potvrzují, že věková hranice pro založení profilu na sociálních sítích je zcela bez efektu. Tento závěr potvrzuje i výzkum Kopeckého z roku 2015 (viz výše).

Co se týče klíčových skupin pro tuto práci, děti ve věku 11-12 let mají profil na Facebooku ve více než polovině případů. Profil na jakékoliv sociální síti (i Facebook) má asi 60 % respondentů. Druhou skupinou jsou děti ve věku 14-15 let. V tomto případě má profil na jakékoliv sociální síti téměř 90 % z odpovídajících.

5.3. EU Kids Online v České republice (2018)³⁶

Výše zmíněný výzkum, probíhající ve 25 zemích EU, se uskutečňuje i v České republice. Poslední, z roku 2018, se opět zaměřoval na aktivity dětí a dospívajících na internetu a na rizika, která zde na ně číhají. Zjištění pocházejí z dotazníkového šetření, které probíhalo na 89 základních a středních školách v České republice. Dotazník byl vyvinut v rámci mezinárodního projektu EU Kids Online IV.

Sběr dat probíhal od října roku 2017 do února 2018. Respondenty bylo 2825 dětí a dospívajících ve věku 9-17 let. Je důležité zmínit, že některé otázky byly položeny pouze dětem ve věku 11-17 let, kterých bylo 1986.



Graf č. 2 – Zařízení, kterými se děti připojují na internet (zdroj: EU Kids Online v České republice)

³⁶ Výzkumná zpráva viz https://irtis.muni.cz/media/3115505/eu_kids_online_report.pdf

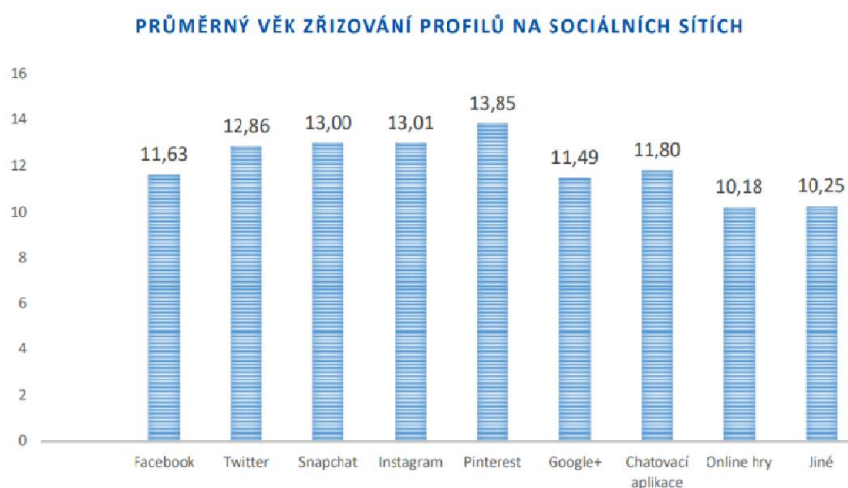
V dotazníku se autoři ptali na otázky týkající se používání internetu. Konkrétně šlo i o to, na kterém zařízení se na internet připojují a jakým aktivitám se zde věnují. Nejčastěji se tyto respondenti připojují skrze mobilní telefony. Denně se skrze telefon připojuje 84 % dětí a dospívajících a téměř polovina přes počítač (do procentuálních hodnot jsou započítáni i ti, kteří se připojují přes mobil i telefon).

Další otázky se týkaly času stráveného na internetu a aktivitám, kterým se zde věnují. Čas strávený na internetu se logicky liší i tím, zda se jedná o běžný den nebo o víkend. Z šetření vyšlo, že 35 % dětí tráví během běžného školního dne na internetu více než 4 hodiny. Přes polovinu z dotázaných tráví více než 4 hodiny online pouze o víkendu. Sociální sítě navštíví denně až 70 % z dotázaných a jedná se častěji o dívky než o chlapce. Pro komunikaci s přáteli a rodinou využívá internet podobné procento z nich - 73 %.

Výzkum se dále zaměřoval na otázky, které se týkají rizik na internetu.

5.4. Děti a sociální sítě (Analytické centrum ČRDM)³⁷

Po schválení návrhu zákona o zpracování osobních údajů (GDPR) v roce 2018 se Analytické centrum České rady dětí a mládeže (ČRDM) rozhodlo vytvořit krátké šetření o postojích a vnímání dětí v souvislosti se sociálními sítěmi. Vláda schválila navýšení věkové hranice na 15 let. Přesto mnoho studií i praxe dokazuje, že velká část dětí je na sociálních sítích mnohem dříve než ve 13 letech (původní hranice).



Graf č. 3 Průměrný věk při zřizování profilů na sociálních sítích (zdroj: Analytické centrum ČRDM)

³⁷ Výsledky šetření viz <http://crdm.cz/download/publikace/CRDM-Zprava-Deti-a-socialni-site.pdf>

Byl proveden online výzkum od 24. dubna do 9. května roku 2018. Respondenti byli ve věku 10 až 18 let. Výběr respondentů probíhal na základě určitých parametrů – věk, pohlaví, kraj, velikost sídla, nejvyšší dosažené vzdělání rodičů, navštěvovaná škola. Jednalo se o 1001 respondentů ze všech krajů republiky.

Výzkum se zaměřil na otázky věku při zakládání účtů na sociálních sítích, na povědomí rodičů o jejich zakládání. Dále na otázky související se sociálními sítěmi a jejich využití dětmi. Třetí částí bylo zhodnocení vnímání bezpečnosti na internetu z pohledu dětí.

Ze statistik vyplývá, že u Facebooku je věkový průměr při zakládání profilů nižší, než je povolená hranice. Naopak u Instagramu by před schválením návrhu zákona o navýšení hranice, věkový průměr hranici 13 let splnil. Nejvyšší věkový průměr je u zakládání profilu na Pinterestu. To potvrzuje, že síť není u českých dětí příliš rozšířená. Nejnižší průměrný věk je u hraní online her, což koresponduje s praxí. V dnešní době se děti na internet dostávají opravdu brzy a nejčastěji zde hrají hry.

Otázka času, který děti tráví týdně na Facebooku, dopadla následovně: U dětí ve věku 10-12 let skoro polovina z nich Facebook vůbec nevyužívá. Více než 20 hodin týdně tráví na Facebooku jen 6 % z nich. Většina dětí ve věku 13-15 let tráví na Facebooku podle výzkumu týdně méně než 7 hodin. Více než 21 hodin za týden stráví na Facebooku jen 15 % z dotázaných.

Instagram, druhou síť, kterou se zabývá tato práce, využívá téměř polovina z dotázaných ve věku 10-12 let. Z věkové skupiny 13-15 let tráví na Instagramu čas více než 70 % z dotázaných. V této věkové kategorii Instagram nevyužívá necelých 30 % z dotázaných.

6. Metodika práce

Cílem této bakalářské práce je analyzovat využití a hodnocení Facebooku a Instagramu dětmi dvou věkových skupin, je zvolen kvantitativní výzkum. Výzkumnou metodou je dotazníkové šetření skrze dotazníky v tištěné podobě. Dotazníky v tištěné podobě jsou pro sběr dat vhodnější. Na rozdíl od online dotazníkového šetření totiž zabrání samovýběru respondentů a respondentek. U dětí 6. tříd ve věku 11-12 se při vyplňování dotazníků může objevit ztráta koncentrace. Této skutečnosti je také upravena forma dotazníku. V dotaznících budou použity otázky otevřené i uzavřené. Vynechány budou otázky multielementní a ostatní druhy otázek, které Brumla (1973) považuje za náchylné ke zkreslení následných odpovědí. Před vyplněním dotazníků budou všichni respondenti ujištěni o anonymitě a bezpečnosti údajů i sdělených informací. Po vyplnění dotazníků respondenty přichází na řadu analýza dat. Analýza proběhne v programu Excel a výsledná data budou následně interpretována tabulkami a grafy.

6.1. Kvantitativní výzkum

Podle Sedlákové (2014: 120) kvantitativní data mají numerický charakter nebo jsou na čísla převáděny. Mluví se o nich jako o **tvrdých datech**. Nejčastěji jsou výchozími zdroji tzv. hromadná data. Mohou být také získána přímo pro dané šetření aplikací vybrané výzkumné techniky. Nejčastěji se využívá **survey** neboli hromadné dotazníkové šetření. Pomocí standardizovaného měření a statistickou prací se odhalují opakující se pravidelnosti, formují se zobecnitelné závěry.

Naopak kvalitativní paradigma užití statistických postupů odmítá. „Předmětem kvalitativní metodologie je studium běžného, každodenního života lidí v jejich přirozených podmínkách,“ říká Petrusek (1993: 129). Kvalitativní výzkumy tedy pracují s měkkými daty, jež mají podobu dlouhých slovních spojení nebo zápisů. (Sedláková, 2014: 120)

Hendl (2016: 53) Hlavní rozdíly zobrazuje následovně:

	Kvalitativní	Kvantitativní
Úloha výzkumu	Explorace různých interpretací	Přípravná
Vztah mezi výzkumníkem a zkoumaným	Blízký	Odtahitý
Pozice výzkumníka ve vztahu ke zkoumanému	Uvnitř	Vně
Vztah mezi teorií výzkumu a vlastním výzkumem	Emergence – teorie teprve vzniká	Potvrzovací
Strategie výzkumu	Nestrukturovaná	Strukturované
Pole zajištění	Idiografické	Nomotetické
Zobrazení sociální reality	Procesuální a sociálně konstruované zkoumanou osobou	Statické a mimo zkoumanou osobu
Povaha dat	Bohatá, hluboká	Tvrdá, reliabilní

Tabulka č. 2 – Rozdíl výzkumů kvalitativních a kvantitativních

Kvantitativní šetření se soustředí na jedno téma či otázku. Uchopení předem strukturují podle existujících teorií. Přináší omezené množství informací o určitém jevu získané od širokého okruhu respondentů. Usiluje o formulace, které jdou zobecnit na cílovou skupinu. Kvantitativní výzkumníci se dále zaměřují na vystižení obecných vzorců jednání. Dále tato šetření vsázejí na reprezentativitu a chtějí získaná data zobecňovat na širší populaci. Kvantitativní šetření bývají méně validní (validita – platnost) než kvalitativní. Ta umožňují se více doptávat. (Sedláková, 2014)

Kvantitativní šetření zahrnuje oproti tomu kvalitativnímu mnohem větší množství respondentů. Pomáhá testovat hypotézy. Odpovídá zejména na otázku Kolik?

Kvantitativní přístup využívá experimenty, náhodně výběry silně strukturované sběry dat, pomocí testu, pozorování, či dotazníků (Hendl, 2005, s. 46) V dalším kroku data analyzujeme statistickými metodami s cílem jej následně explodovat, popisovat, nebo v případě pravdivosti o našich představách ve vztahu sledovaných proměnných ověřovat (Hendl, 2005, s. 46).

6.2. Zvolená metoda

Vzhledem k předmětu a cíli výzkumu je vhodnou metodou k získání dat dotazování v kvantitativní formě – dotazníky v tištěné podobě. Tato forma kvantitativního dotazování je, jak již bylo řečeno, vhodnější než forma online, protože zabraňuje samovýběru odpovídajících.

Dotazník lze definovat, jako soustavu předem připravených otázek. Jsou promyšleně sestaveny a seřazeny tak, aby dávaly smysl. Dotazovaná osoba (respondent) na ně odpovídá písemně (Chráška, 2007, s. 163).

Výhodami písemného dotazování je dostatečný čas na zodpovězení otázek. Je vyloučen vliv tazatele na odpovědi. Potvrzení anonymity může zvýšit upřímnost odpovědí. Dotazníky by ale měly být kratší – k udržení pozornosti. Převažovat by měly otázky uzavřené.

Sestavování dotazníků se musí řídit jistými pravidly a doporučeními, aby byl dotazník pro respondenty co nejsnazší na vyplňování. Dotazník se stává nástrojem komunikace výzkumníka a respondenta. K přehlednosti přispívá především správně zvolená grafická podoba, přehledné uspořádání a délka dotazníku.

Dotazník by měl obsahovat jen otázky patřící k výzkumu. Jde o to, nezatěžovat respondenta více, než je nutné. Musí se dbát na přesnost a jednoznačnost formulování otázek. Často je vhodné uvést instrukce, které jsou potřeba zejména po otázkách **filtračních** (část respondentů na následující otázky neodpovídá a pokračuje až v další části). Manipulaci s dotazníkem usnadňuje jednostranný tisk a dostatek místa na vepsání odpovědi. (Sedláková 2014: 177)

Podle Sedlákové (2014: 180-181) použití konkrétních typů otázek ovlivňuje téma, věk respondentů, forma distribuce dotazníků i možnosti zpracování. Typy otázek předurčují typ výstupních dat. Ta poté omezují možnosti analýzy. Podle obsahu dělí otázky na:

- a) Fakta
- b) Mínění a postoje
- c) Motivy jednání
- d) Vědomosti a znalosti

Podle cíle výzkumu otázky rozlišuje na:

- a) Meritorní – týkají se výzkumného tématu. Jsou to otázky věcné, zaměřené na výzkum klíčových dat.
- b) Identifikační – zjišťují údaje o výzkumných jednotkách. Nejčastěji to jsou otázky socio-ekonomické a demografické.

- c) Technické (kontrolní) – zjišťují průběh dotazování, formu a srozumitelnost nástroje. Patří sem i otázky kontrolní, skrze které výzkumník testuje pozornost.

Brumla (1973: 520) uvádí problémové otázky a jejich další typologii. Tyto otázky často vedou ke zkreslení odpovědí. Takovým otázkám je lepší se v dotaznících vyhnout.

- a) Sugestivní otázky – otázky, které samy o sobě navozují odpověď. Nesugestivní otázky, které odpověď neovlivní však vůbec neexistují.
- b) Otázky kladoucí nepřiměřené nároky na paměť respondenta – odpověď respondenta je pouhým odhadem.
- c) Otázky extenzivní – předpokládají zobecnění na straně respondenta. Mají zjistit průměr nebo zobecnění za určité období.
- d) Multielementní otázky – snaha zjistit více věcí v jedné otázce. Pokud je více otázek v jedné, je obtížná až nemožná interpretace. Často se jedná o velmi dlouhé otázky.

Brumla dále uvádí cesty a techniky k neutralizaci nebo snížení zkreslení. Jednou z metod je autokontrola. Jedná se o otázky, které si kladou sami autoři. Často totiž nastává situace, že se autor mylně domnívá, že respondent otázce rozumí.

Sedláková (2014: 174) říká, že velmi důležitou součástí dotazníkových šetření, je přesvědčení respondentů o zabezpečení veškerých informací, které uvedou. Jedná se především o ochranu identity. Respondenti se často zdráhají uvádět informace o jméně a bydlišti.³⁸

Pro naplnění cíle by bylo možné využít i metod kvalitativních. Skrze ně ovšem nelze získat široký vzorek respondentů jako při sběru formou metody kvantitativní. Kvalitativní výzkumy pracují s menším počtem respondentů a dané problémy probírají více do hloubky. (viz Tabulka č. 2) Výhodou je i to, že výsledky výzkumů kvantitativních lze snáze zobecňovat.

6.3. Výzkumný vzorek

Výzkumný vzorek byl vybrán ze škol záměrně. Jedná se o nejjednodušší způsob, jak získat větší množství respondentů v daných věkových kategoriích. Výzkumné šetření tedy proběhne se vzorkem o velikosti asi 200 osob. Půjde o děti z 6. a 9. tříd základních škol a primy a kvarty z víceletého gymnázia. Bude se jednat o děti ve věku 11-12 let a 14-15 let.

Charakteristika jednotlivých věkových kategorií již byla provedena v kapitole 4 podkapitola 4.1 Děti v období dospívání. Cílovou skupinou jsou ve zkratce děti z druhého stupně základních škol (nižšího stupně víceletého gymnázia) ve věku 11 – 15let. Toto období

³⁸ Takové informace dotazník k této bakalářské práci vyžadovat nebude. Jedinými identifikačními informacemi bude pohlaví a třída, kterou navštěvují.

bývá charakterizováno jako přechod od dětství do dospělosti, kdy dochází k výrazným proměnám po stránce fyzické i psychické. Jedná se o období tvorby osobnosti. (Vágnerová, 2000, s. 209).

Rozdíly mezi žáky škol základních a víceletých gymnázií by neměly být v otázce sociálních sítí podstatné. Přesto se pozdější analýza zaměří i na možné rozdílnosti při odpovědích. Rozdíly mezi žáky těchto typů škol byly zmíněny již v kapitole 4, podkapitola 4.3 Žáci základních škol a víceletých gymnázií.

Vzhledem k nařízení o ochraně osobních údajů (GDPR) z legislativy EU budou rodiče a zákonní zástupci informováni o dotazníku, který budou jejich děti vyplňovat. Informace budou obsahovat i zkrácený obsah bakalářské práce. Dotazník sám o sobě bude anonymní. Děti nebudou uvádět své jméno, adresu bydliště nebo datum narození. Jedinými osobními informacemi bude pohlaví a třída, kterou ve škole navštěvují (v této otázce bude rozdělení i podle typu školy).

Základní otázky, na které bude dotazník hledat odpovědi budou:

- Jaké aktivity děti na sociálních sítích vykonávají?
- Jaké jsou důvody založení profilových účtů na těchto sociálních sítích?
- Kolik času tráví děti na Facebooku/Instagramu/ obou sítích?
- Skrze které technologické zařízení se děti nejčastěji přihlašují k daným sítím?
- Kterou z daných sociálních sítí považují děti za lepší?

Jak již bylo zmíněno ve 2. kapitole, dotazník bude zkoumat rozdíly mezi žáky základních škol a gymnázií. Dalším problémem bude věková hranice, kterou děti často při registraci na sociální síť nedodržují.

6.4. Podoba analýzy

Vyplněné dotazníky je třeba přepsat do elektronické podoby. Pro vyhodnocení a zpracování dat bude využit program Microsoft Excel. Nejprve budou všechny otázky a odpovědi přepsané. Tím se vytvoří základ pro další práci – tvorbu tabulek a grafů. Poté následuje sčítání odpovědí u jednotlivých otázek. Potřebná bude funkce suma (Σ), která ověří počet odpovědí. Výsledky budou poté porovnány se závěry vybraných prací (viz výše).

7. Výzkumná část

Ještě před provedením dotazníkového šetření zaměřeného na pohled na sociální sítě Facebook a Instagram žáky 2. stupně základních škol a nižšího stupně víceletých gymnázií, bylo nutné u vytvořeného dotazníku ověřit srozumitelnost pokládaných otázek. Dále bylo nutné ověřit, zda budou žáci, a to především 6. tříd, schopni udržet pozornost a koncentraci po celou dobu vyplňování. Z těchto důvodů proto nejprve proběhl předvýzkum.

Vytvořený dotazník vyplnili čtyři žáci a žáčky 6. třídy (primy) a 4 žáci a žáčky třídy 9. (kvarty). Předvýzkum potvrdil srozumitelnost položených otázek, ovšem odhalil problém u odkazování či vynechání některých otázek v závislosti na odpovědích. Tento problém se vyskytl především u žáků 6. tříd. Díky tomuto zjištění došlo ke konkretizaci a upravení odkazování. Co se týče udržení pozornosti a koncentrace při vyplňování, výraznější problémy se nevyskytly ani v jednom případě.

Oficiální dotazníkové šetření bylo následně provedeno na osmiletém gymnáziu a dvou základních školách. Vedení škol bylo seznámeno s cílem této bakalářské práce a obsahem dotazníku. Sběr dat proběhl na všech školách v rámci hodin občanské výchovy, kdy byly dotazníky rozdány celé třídě. Před vyplněním byli žáci ujisti o anonymitě dotazníku a seznámeni s tématem bakalářské práce. Dotazník vyplnilo celkem 202 respondentů (103 chlapců a 99 dívek). Vzhledem k tomu, že osmiletých gymnázií se na území České republiky nachází méně než základních škol, odpovídá této skutečnosti i počet respondentů. Z osmiletého gymnázia dotazník vyplnilo 48 žáků primy a kvarty a ze základních škol 154 žáků šestých a devátých tříd.

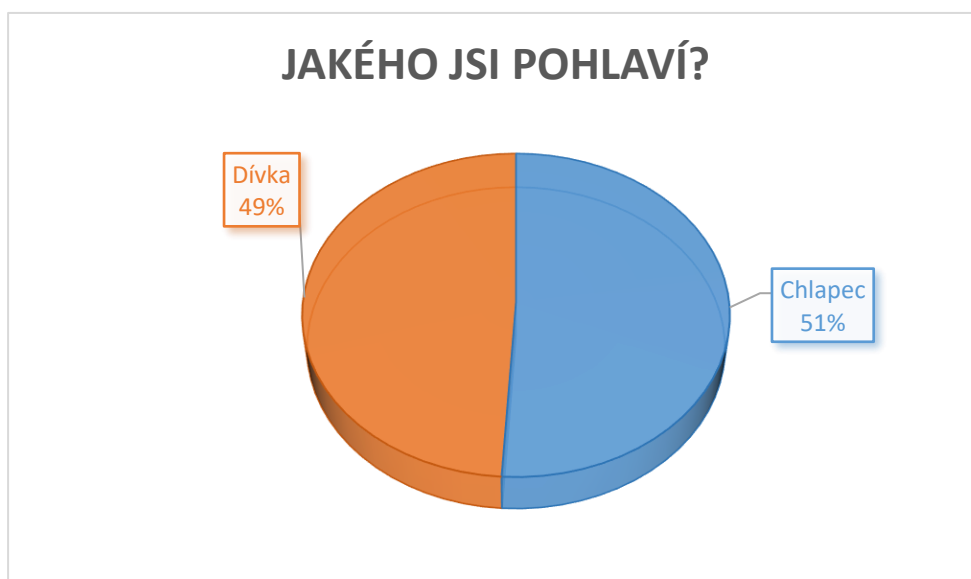
7.1. Analýza dat

Vytvořený dotazník (viz příloha 1) obsahuje 40 otázek. Právě 10 z nich je otevřených a zbylých 30 uzavřených či polouzavřených. Některé z otázek navazují (odkazují) na určité odpovědi.

Na začátku dotazníku žáci odpovídali na 2 segmentační otázky, které ukázaly, jací respondenti na otázky odpovídají.

Otázka č. 1: „Jakého jsi pohlaví?“

Otázka zjišťuje poměr dotazovaných dívek a chlapců. Šetření se zúčastnilo 103 chlapců a 99 dívek.

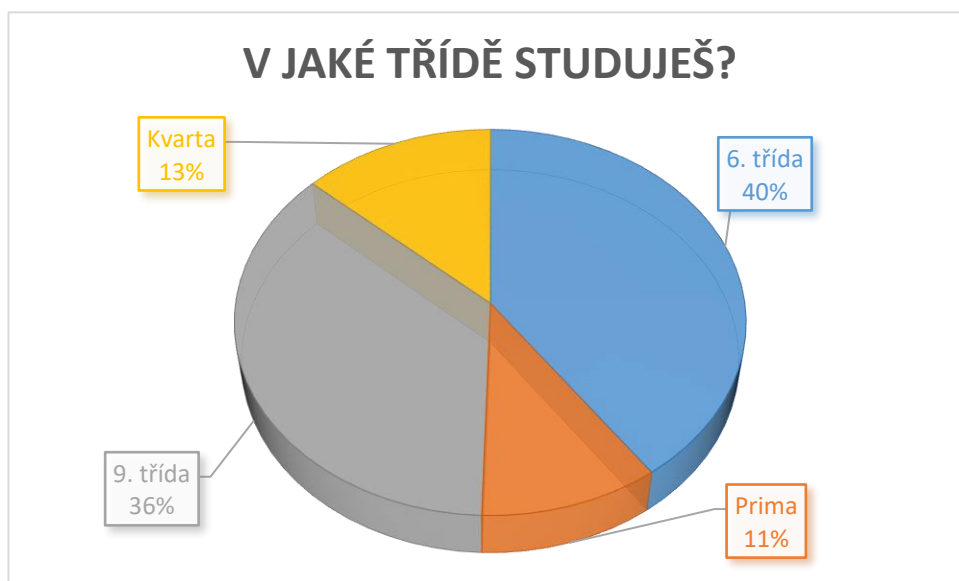


Graf č. 4: Pohlaví žáků

Otázka č. 2: „V jaké třídě studuješ?“

Vzhledem k tomu, že výzkum sledoval rozdíly mezi žáky 6. tříd (primy) a 9. tříd (kvarty), bylo nutné zanalyzovat počet respondentů dle jednotlivých ročníků.

Nejvíce odpovídalo žáků 6. tříd základních škol – 81 respondentů, dále 9. tříd – 73 respondentů. Jak již bylo zmíněno výše, respondentů z gymnázií je logicky méně. Z primy tedy odpovídalo 21 žáků a z kvarty 27.

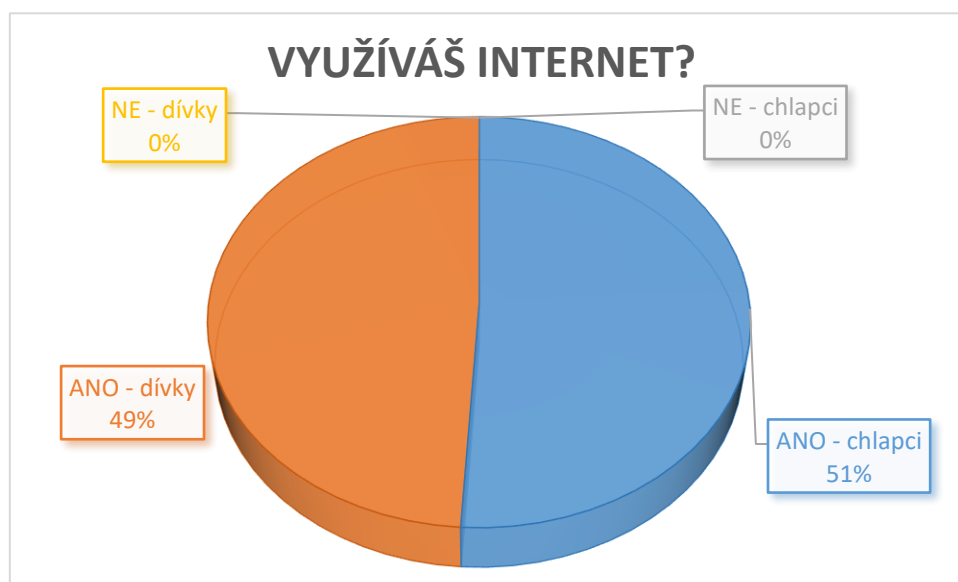


Graf č. 5: Třída

Následující otázky se týkají využití internetu. Získávají informace o době strávené na internetu během školního týdne i během víkendu a volných dní. Předposlední otázkou tohoto bloku byl dotaz na vlastnictví profilového účtu na jakékoliv sociální síti. U respondentů, kteří na tuto otázku odpověděli záporně, následovala otevřená otázka, zjišťující jejich důvody nevyužívání sociálních sítí.

Otázka č. 3: „Využíváš internet?“

Podle očekávání na otázku o využití internetu odpovědělo všech 202 respondentů kladně. Pokud by některý z respondentů odpověděl záporně, následovalo by pro něj upozornění, že ve vyplňování dotazníku dále nemá pokračovat.



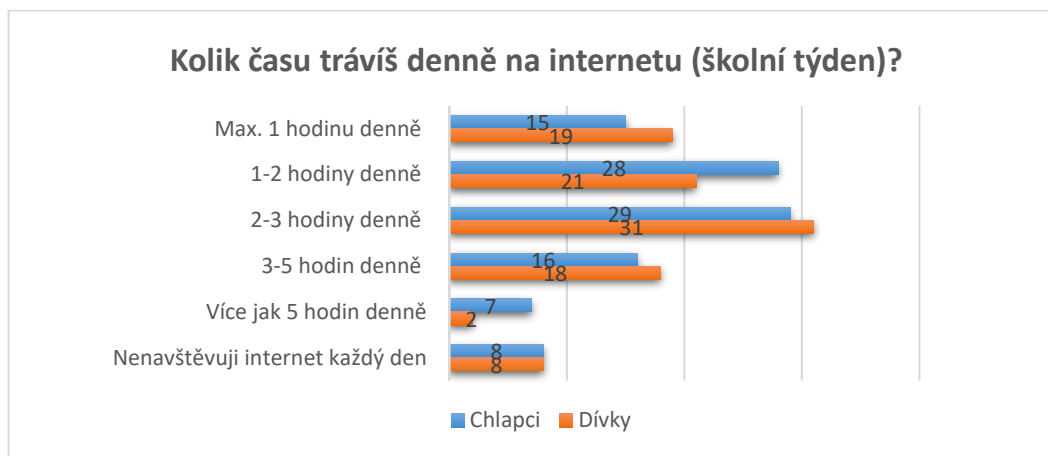
Graf č. 6: Využití internetu

Otázka č. 4: „Kolik času trávíš využitím internetu (mimo sociální sítě) během školního týdne?“

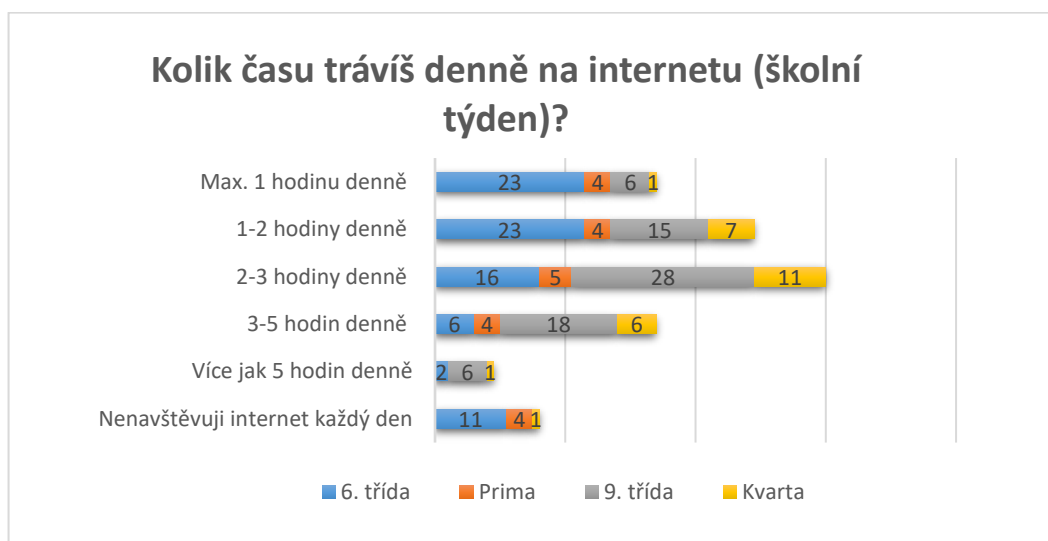
Otázka zjišťuje, kolik času jsou žáci základních škol a osmiletých gymnázií zvyklí trávit denně na internetu, konkrétně během školního týdne. Jedná se o dotaz na využití internetu, ovšem bez zahrnutí času na sociálních sítích. Zjištění času stráveného na internetu je ovšem problematickou kategorií. Někteří žáci (uživatelé) mají například stále zapnutý Messenger a toto připojení automaticky považují za čas, který tráví na internetu. S kategorií obecně se pracuje podle toho, jak ji vnímá respondent. U kvantitativního šetření je ale těžší si uvědomit, jak to respondent vnímá.

Nejčastější odpovědí v dotazníku byla možnost 2-3 hodiny denně, kterou zvolilo 60 respondentů. Následovala odpověď 1-2 hodiny – tuto možnost zvolilo 49 respondentů. Třetí nejčastější odpovědí byla možnost maximálně 1 hodinu denně, kterou zvolilo 34 respondentů. Možnosti a) (max. 1 hodina) a b) (1-2 hodiny) nejčastěji zvolili žáci 6.tříd a primy. Stejný počet osob odpověděl možnostmi 3-5 hodin denně. Pouze 16 z celkového počtu odpovídajících nenavštěvuje internet každý den. Převažovali žáci 6. tříd. U žáků 9. tříd a kvarty převažovala odpověď 2-3 hodiny, která se dá považovat za průměrnou dobu, když uvážíme, kolik volného času žáci mívají během odpoledne v rámci školního týdne.

V porovnání dívek a chlapců, u respondentek převažuje ona průměrná doba 2-3 hodiny. Chlapci dle analýzy tráví na internetu nejčastěji maximálně 2 hodiny denně.



Graf č 7.: Čas strávený na internetu (týden) 1

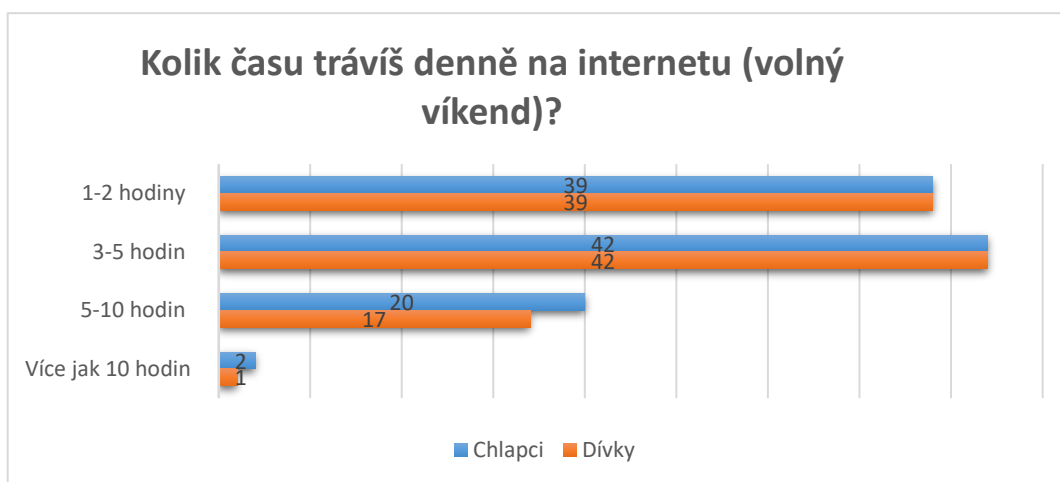


Graf č 8.: Čas strávený na internetu (týden) 2

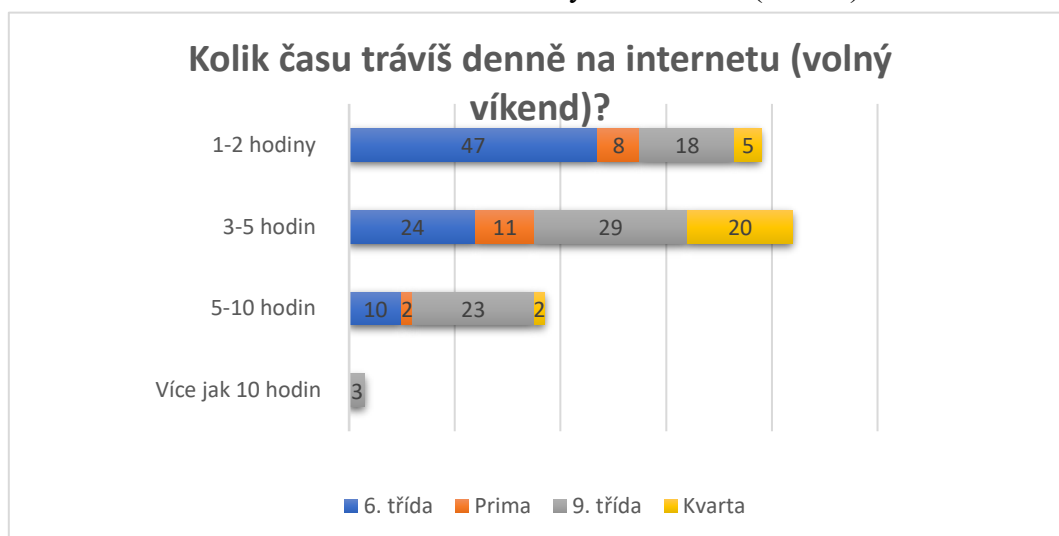
Otázka č. 5: „Kolik času trávíš denně využitím internetu (mimo sociální sítě) během volného dne?“

U otázky „Trávení volného času na internetu o víkendu“ nejvíce respondentů (celkem 84) zvolilo možnost 3-5 hodin denně, což je logicky delší čas než ten, který nejvíce respondentů zvolilo u předchozí otázky (2-3 hodiny). Ve srovnání dnů víkendu a dnů školního týdne mají žáci více volného času a tomu odpovídá i tato odpověď. V těsném závěsu se 78 odpověďmi je možnost 1-2 hodiny, kterou nejčastěji uvedli žáci 6. tříd a primy. U žáků tříd 9. a kvarty převažuje zmíněná možnost 3-5 hodin.

V porovnání dívek a chlapců opět převažuje odpověď 3-5 hodin. Tuto možnost zvolil stejný počet chlapců i dívek – 42 dívek a 42 chlapců. Možnost 1-2 hodiny je v porovnání dívek a chlapců zastoupená taktéž stejně (39 dívek a 39 chlapců).



Graf č. 9: Čas strávený na internetu (víkend) 1



Graf č. 10: Čas strávený na internetu (víkend) 2

Otázka č. 6: „K čemu využíváš internet?“

Na internetu lze vykonávat více aktivit. Zajímalo mne tedy, kterým aktivitám konkrétně se žáci věnují nejvíce. U otázky byla možnost výběru více než jedné odpovědi. Současně byla otázka polouzavřená. Každý z odpovídajících tedy mohl zvolit možnost „Jiné“ a dopsat vlastní odpověď, pokud ji ve výčtu neobjevil.

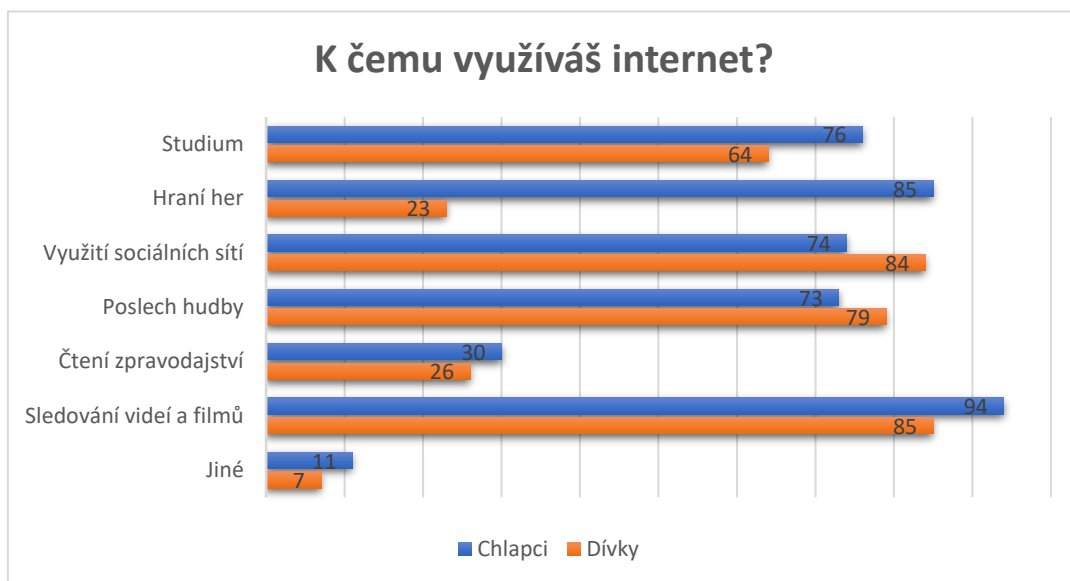
Výsledky ukázaly, že žáci nejčastěji využívají internet ke sledování videí, filmů či seriálů. Tato odpověď potvrzuje neustále klesající sledovanost běžného televizního programu mladšími diváky, kteří pro sledování videí, filmů či seriálů, raději volí internet (například internetová služba Netflix). Zmíněnou odpověď nejčastěji zvolili žáci 6. tříd a primy. Žáci kvarty a 9. tříd využívají internet ke sledování videí a filmů, ale ve stejném počtu odpovědí (93) zvolili i možnost „Využití sociálních sítí“.

Dívky nejčastěji využívají internet ke sledování videí (23 %), k připojení k sociálním sítím (22 %) nebo poslechu hudby (21 %). Chlapci internet využijí kromě videí nejčastěji k hraní her (20 %) a studiu (17 %). Mimo hraní her, u kterého převažují chlapci, nejsou u dalších aktivit výrazné rozdíly. Pohlaví obecně tedy nemá vliv na aktivity vykonávané na internetu.

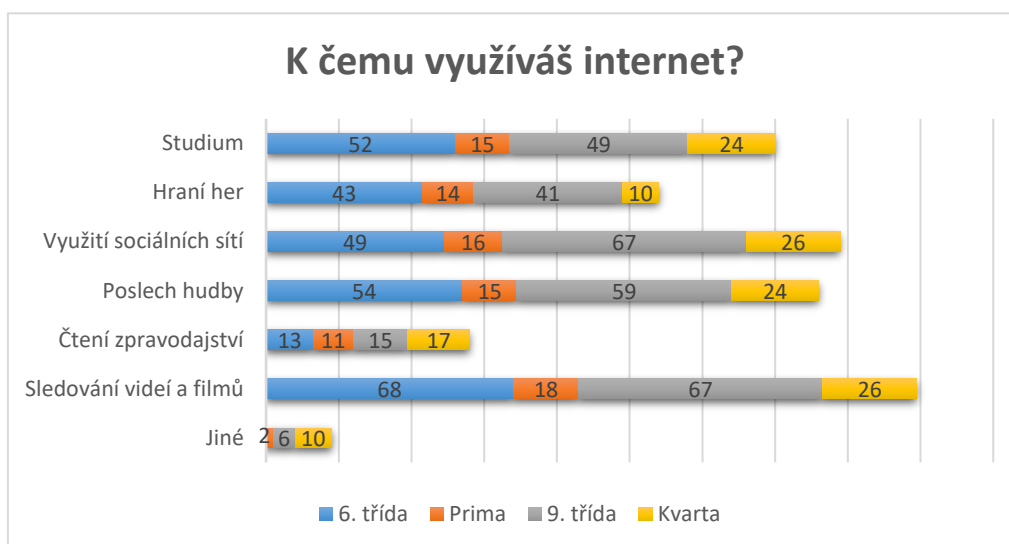
V porovnání gymnázia a základních škol, 80 % žáků gymnázia využívá internet ke studiu. U žáků základních škol se jedná o 65 % z dotázaných. Vzhledem k osnovám gymnázia a často náročnějšímu studiu, než je na základních školách, je tento výsledek pochopitelný. V porovnání četnosti daných aktivit, ale navštěvovaná škola nemá vliv na využití internetu. U gymnázia i základních škol jsou jednotlivé aktivity vykonávány ve stejném poměru.

Pohlaví žáků v rámci jednotlivých škol nemá na nejčastější aktivitu vykonávanou na internetu vliv. Na ostatní možnosti ano. U dívek ze základních škol je druhou nejčastější aktivitou využití sociálních sítí, u chlapců je to hraní her. Dívky z gymnázia využívají internet ke sledování videí a poslechu hudby ve stejném poměru počtu odpovědí. U chlapců je oproti žákům (chlapcům) ze základních škol druhou nejčastější aktivitou využití sociálních sítí.

Možnost „Jiné“ se objevila 18x a nejčastěji zde zaznělo online nakupování.



Graf č. 11: Využití internetu 1



Graf č. 12: Využití internetu 2

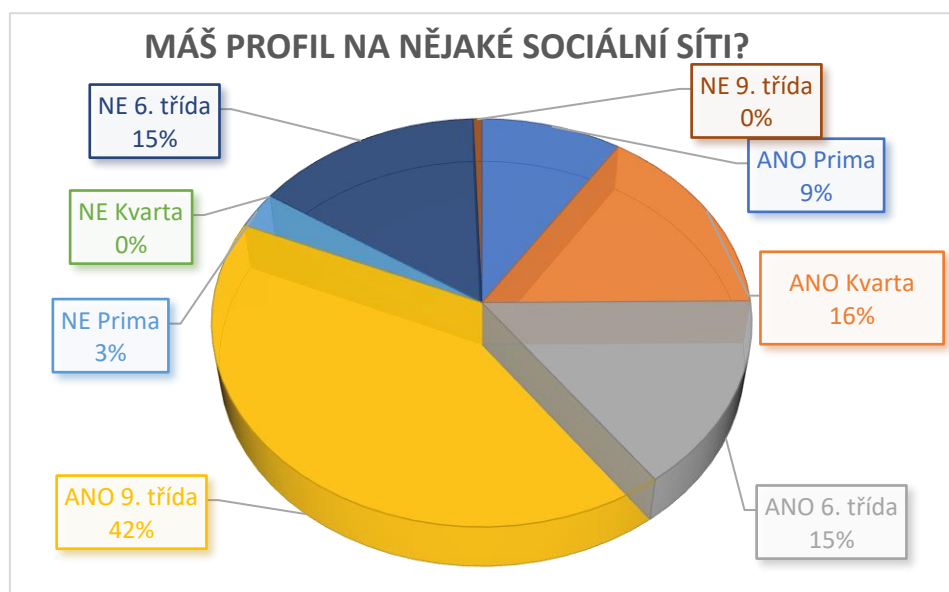
Otázka č. 7: „Máš profil na nějaké sociální síti?“

Zjišťovací otázka na vlastnictví profilu na jakékoliv sociální síti vyčlenila vlastníky profilů, kteří dále pokračovali otázkou č. 9. Respondenti, kteří odpověděli záporně, pokračovali otázkou č. 8 a poté pro ně vyplňování dotazníku končilo.

Z celkového počtu respondentů odpovědělo kladně 170. Jedná se o více než 80 % z dotázaných – většina respondentů tedy podle očekávání profil na nějaké sociální síti má.

Záporná odpověď se nejčastěji objevila u žáků 6. tříd – z celkového počtu žáků 6. ročníku se jedná o 26 osob (přes 30 %). Naopak kladná odpověď se dle očekávání nejčastěji

objevila u 9. tříd a kvarty, kdy ze sta respondentů tohoto ročníku jakoukoliv sociální síť nemá pouze jeden. Z celkového počtu dívek nemá sociální síť pouze 10 a z počtu chlapců 22. Rozdíly nejsou příliš velké, ovšem stále převažují dívky. Vzhledem k tomu, že rozdíly nejsou tak velké, výsledky odpovídají skutečnostem zmíněným výše (viz podkapitola 3.4) – u Facebooku je poměr žen a mužů (dívek a chlapců) vyrovnaný, u Instagramu mírně převažují ženy (dívky).



Graf č. 13: Profil na sociální síti 1



Graf č. 14: Profil na sociální síti 2

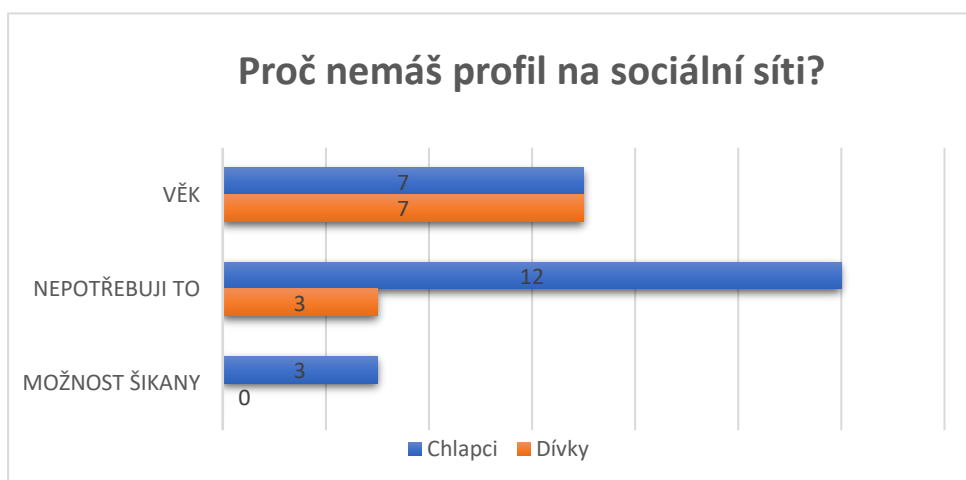
Otázka č. 8: „Z jakého důvodu nemáš profil na sociální síti?“

Následuje otevřená otázka, na kterou odpovídali pouze respondenti, kteří na 7. otázku odpověděli záporně. Jednalo se o 32 respondentů. Objevily se pouze tři různé odpovědi. Věk, nepotřebnost a možnost šikany. Nejčastějším důvodem byla nepotřebnost dané sociální sítě a

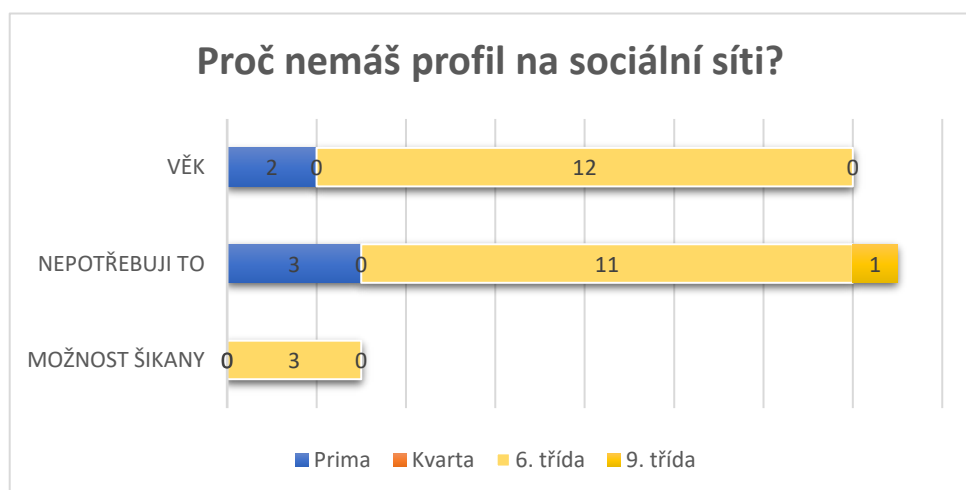
její budoucí nevyužití. Dalším uváděným důvodem byl věk. Tuto odpověď uvedli žáci 6. tříd a primy, kteří ještě nedosáhli věkové hranice 13 let. V porovnání chlapců a dívek byl věk uváděn ve shodném poměru.

Chlapci ovšem nejčastěji uvedli, že danou sociální síť vůbec nepotřebují a že ani po jejím založení, by na ni nechodili a nevyužili ji.

Možnost šikany se zdá trochu překvapující. I přesto, že je kyberšikana často zmiňována v pozdějších odpovědích jako hlavní negativum sociálních sítí, neočekává se, že by tato obava mohla žáky od založení odradit. Tuto možnost uvedli jen chlapci.



Graf č. 15: Profil na sociální síti 3



Graf č. 16: Profil na sociální síti 4

Následující otázky číslo 9–14 se týkají využití jakýchkoliv sociálních sítí – konkrétně čas, který na nich respondenti tráví během školního týdne a volného víkendu, skrze jaká

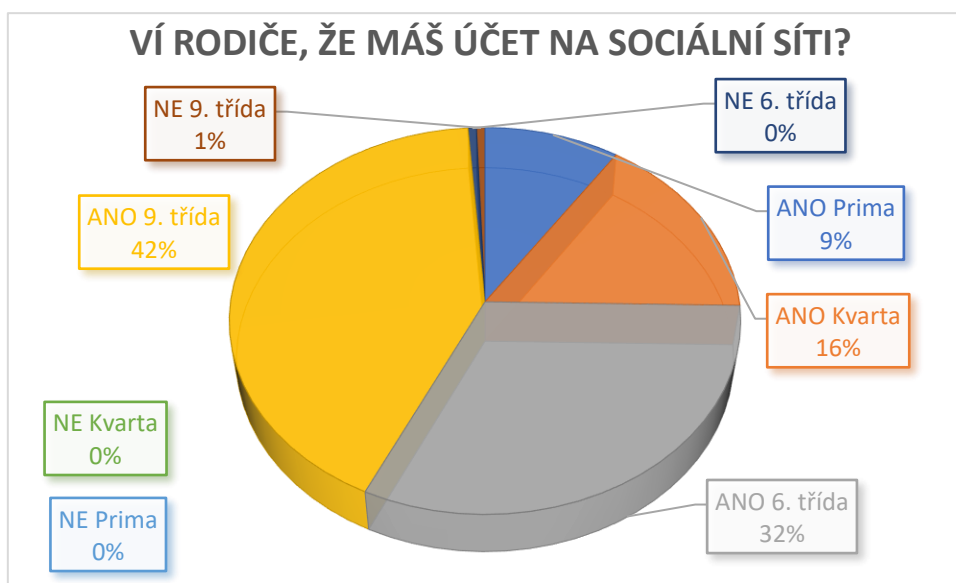
technologická zařízení se připojují a kde nejčastěji. V úvodu tohoto bloku je otázka na to, zda mají rodiče povědomí o tom, že žáci mají účet na sociálních sítích. Poslední otázkou bloku je poté rozdělení respondentů podle toho, jakou sociální síť využívají – Facebook, Instagram, obě zmíněné sociální sítě nebo nějakou úplně jinou.

Otázka č. 9: „Víte rodiče, že máš účet na sociální sítí?“

Odpověď na otázku informovanosti rodičů o tom, že jejich děti mají účet na nějaké sociální sítí, byla celkem jednoznačná. Z celkového počtu 170 respondentů odpověděly pouze dvě dívky záporně. U ostatních žáků rodiče mají povědomí o tom, že jejich děti profil na sociální sítí mají.



Graf č. 17: Rodiče a sociální sítě 1



Graf č. 18: Rodiče a sociální sítě 2

Otázka č. 10: „Skrze jaká technologická zařízení se připojuješ k sociálním sítím?“

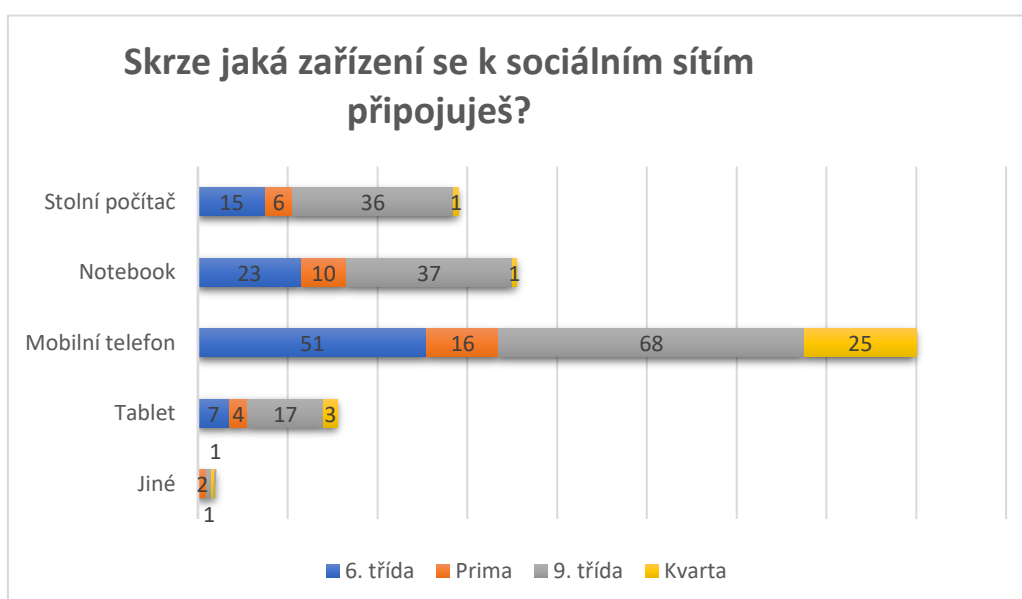
Otázka se snaží zjistit, skrze jaká zařízení se žáci nejčastěji připojují k internetu a sociálním sítím. Jedná se o polouzavřenou otázku s možností volby více než jedné odpovědi. Podle očekávání je nejrozšířenější technologií k připojení mobilní telefon, který využívají téměř všichni respondenti. Tato odpověď byla z mého pohledu očekávána.

Druhou nejčastější technologií se poté dle odpovědí stal notebook, který využívá na 90 respondentů.

Vzhledem k tomu, že se jednalo o otázku polouzavřenou, respondenti měli možnost do kolonky „Jiné“ vepsat i vlastní odpověď. K tomuto případu došlo 4krát a ve všech případech se jednalo o zařízení smart watch.



Graf č. 19: Technologická zařízení 1



Graf č. 20: Technologická zařízení 2

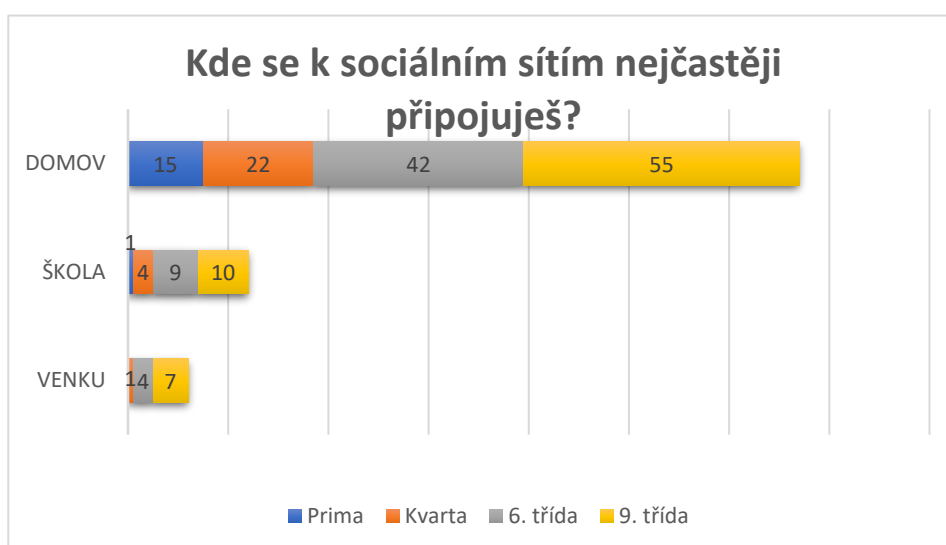
Otázka č. 11: „Kde se k sociálním sítím nejčastěji připojuješ?“

Další otevřená otázkou zjišťuje, na jakých místech se žáci k sociálním sítím připojují nejvíce. Na tuto otázku se objevily pouze tři odpovědi – domov, škola, venku. Dle očekávání téměř 80 % dotazovaných uvedlo domov. Ve všech zkoumaných třídách tato odpověď převažovala.

U žáků základních škol se kromě místa často objevila i poznámka, že ve škole připojení možné není, protože neznají přihlašovací údaje k Wi-Fi síti nebo nemají mobilní data. Tato skutečnost je ve výsledku velmi přínosná, protože se žáci nemohou během vyučování věnovat sociálním sítím a obecně internetu.



Graf č. 21: Místo připojení 1



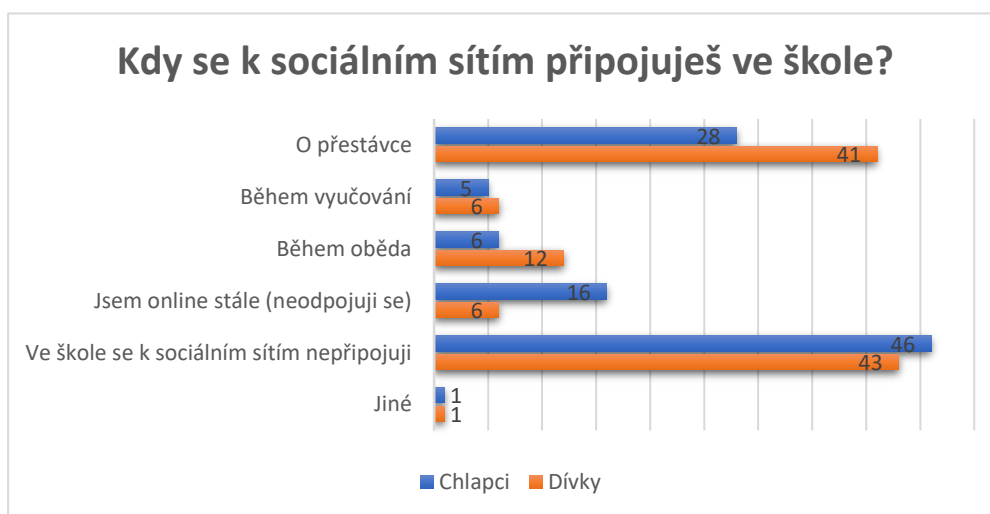
Graf č. 22: Místo připojení 2

Otázka č. 12: „Kdy se k sociálním sítím připojuješ ve škole?“

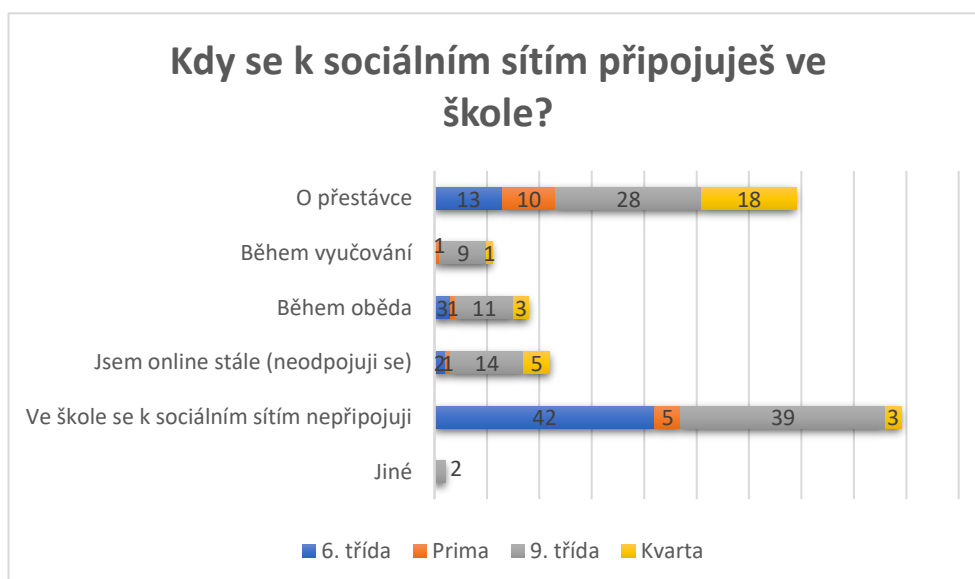
Tato otázka byla opět polouzavřená s možností více než jedné odpovědi. Nejčastější odpovědí byla možnost, že se žáci ve škole k sociálním sítím vůbec nepřipojují. Tuto odpověď uvedlo celkem 89 respondentů. Vysvětlení přináší předchozí otázka, ve které žáci často uváděli nepřístupnost ke školní Wi-Fi síti.

Druhou nejčastěji uváděnou odpovědí byla možnost připojení během přestávek. Jednou z možností bylo i nepřetržité připojení. Takovým způsobem odpovědělo 22 respondentů. Z toho více než polovina byli žáci a žákyně 9. tříd.

Dvakrát se objevila možnost jiné, ovšem bez uvedení vlastní odpovědi.



Graf č. 23: Připojení ve škole 1

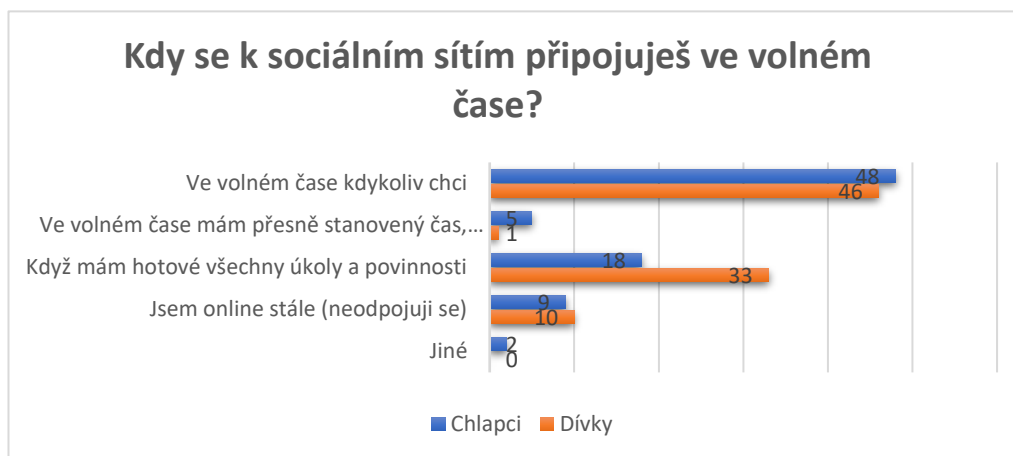


Graf č. 24: Připojení ve škole 2

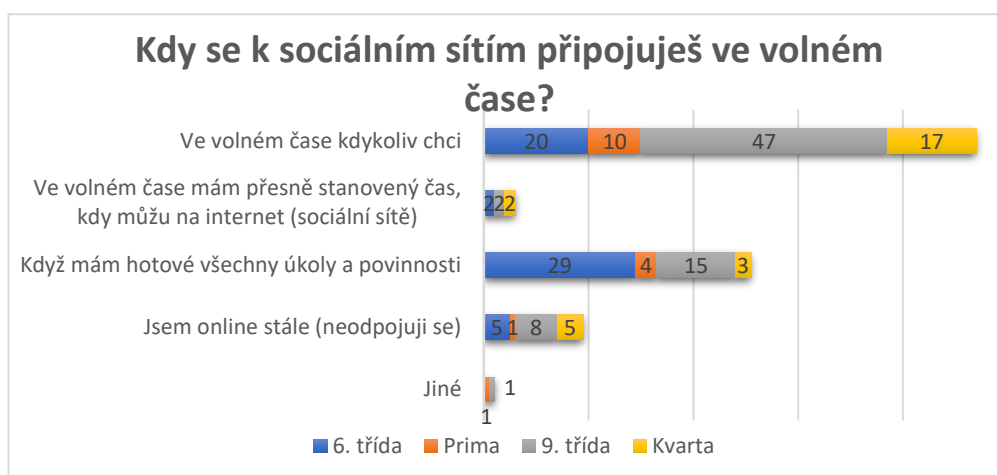
Otázka č. 13: „Kdy se k sociálním sítím připojuješ doma ve volném čase?“

Časem a sociálními sítěmi se zabývá i další otázka. Tentokrát se jedná o okamžik, ve kterém se žáci k sociálním sítím připojují. Více než 50 % z respondentů odpovědělo, že ve volném čase nemají omezení, kdy by na sociální sítě nemohli. Přesně stanovený čas, kdy na internet, a tedy i sociální sítě mohou má pouze 6 z nich. Přesně 30 % z odpovídajících se může připojit až poté, co mají hotové všechny úkoly a povinnosti. Výsledky této otázky poukazují na skutečnost, že ubývá dětí, které by měly v připojování nějaká omezení. Podle výzkumu Centra prevence rizikové virtuální komunikace (PRVoK) Pedagogické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci fungují omezení času a aktivit ze strany rodičů pouze na principu vzájemné důvěry. Výzkumy také poukazují na přesvědčení rodičů, že jejich děti využívají internet ke studiu mnohem více, než tomu ve skutečnosti je. Proto jsou omezení připojení využívána mnohem méně.

Mimo konkrétní možnosti mohli žáci zaškrtnout i variantu „Jiné“. Tato možnost se objevila dvakrát. Ovšem u žáků, kteří již jednou odpověděli jinou možností. (Tato otázka možnost odpovědět více než jednou variantou neumožňovala). I přesto jsem tyto odpovědi zahrnula do grafu. Obě obsahovaly možnost: „Mohu se připojit kdy chci, pokud zrovna nemám zákaz.“



Graf č. 25: Připojení ve volném čase 2



Graf č. 26: Připojení ve volném čase 2

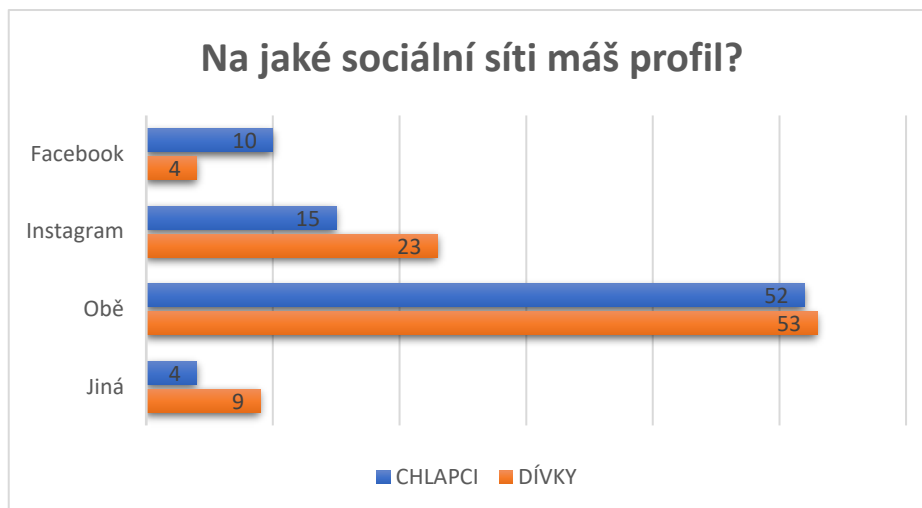
Otázka č. 14: „Na jaké sociální síti máš profil?“

Poslední otázka druhého celku rozdělila respondenty do čtyř skupin. Na vlastníky profilu pouze na Facebooku či Instagramu, na vlastníky profilu na obou těchto sítích a na vlastníky profilu na jiné sociální síti. Možnost „Jiné“ zaškrtno 13 žáků. Pro ně vyplňování dotazníku touto otázkou skončilo.

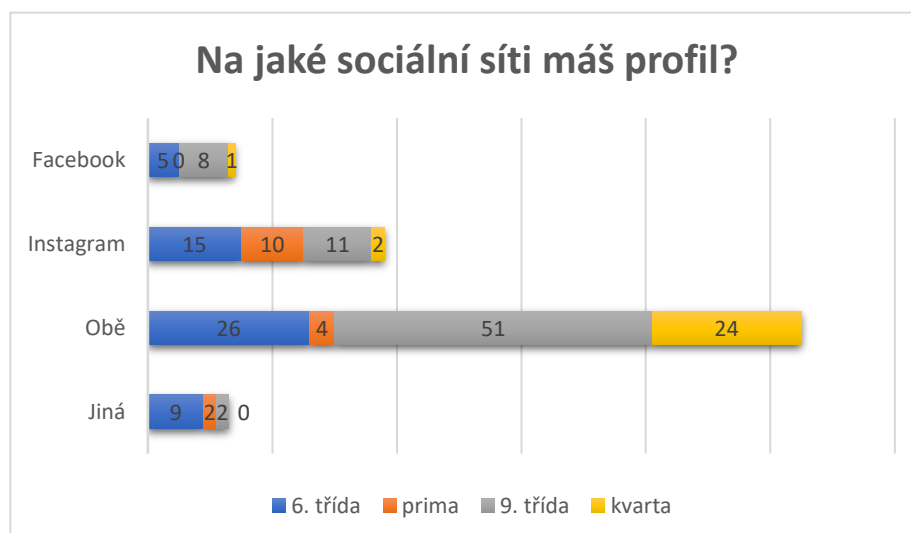
Dle očekávání nejvíce respondentů vlastní profil na obou sociálních sítích. Co se týče konkrétních ročníků, v primě vlastní nejvíce žáků pouze Instagram. Žádná z dívek v této třídě například vůbec nevlastní účet na Facebooku.

Data poukazují na vzrůstající oblíbenost Instagramu na úkor Facebooku. Jak již bylo zmíněno výše (viz podkapitola 3.4.), v případě, že uživatelé Facebook omrzí, odchází nejčastěji na Instagram. Vzhledem k odpovědím u pozdějších otázek, se jedná právě o tento případ. (Pro žáky se Facebook stává nezajímavým a nevyužívají ho). U žáků 9. tříd a kvarty převažuje vlastnictví účtu na obou sítích. Pozdější otázky ovšem přinášejí odpovědi, ve kterých sice zmiňují vlastnictví Facebooku, ale zároveň poukazují na to, že danou síť skoro nevyužívají. U jejich mladších spolužáků popularita Facebooku klesá více, účty na Facebooku si nezakládají a nahrazují je účty na Instagramu.

V porovnání pohlaví, účet pouze na Facebooku vlastní dívky méně často než chlapci. Chlapci naopak méně často vlastní profil na jiné sociální síti, než je Facebook nebo Instagram.



Graf č. 27: Profil na sociální síti 1



Graf č. 28: Profil na sociální síti 2

Následující blok otázek se zaměřil pouze na uživatele sociální sítě Facebook. Jednalo se celkem o 119 žáků. Otázky č. 15 až 27 se zaměřily na věk při zakládání Facebooku, na důvody založení, na vykonávané aktivity, počet přátel či povědomí o zabezpečení účtu.

Poslední dvě otázky bloku umožňovaly napsat rozsáhlejší názor, tedy nejen jedno či dvě slova, jak tomu bylo u otevřených otázek doposud. Pro snadnější analýzu, byly vytvořeny shrnující kategorie, protože obsah odpovědí se často opakoval, i když byl napsán jinými slovy.

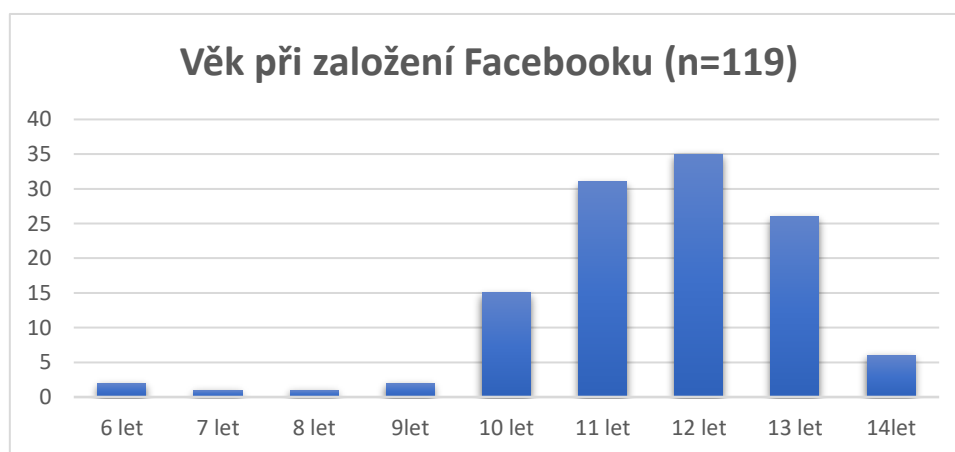
Otázka č. 15: „Od kolika let máš profil na Facebooku?“

Cílem otázky bylo zjistit věk, ve kterém si žáci založili svůj profil na Facebooku. Jednalo se o otázku otevřenou. Nejčastější odpovědí byl v součtu všech respondentů věk 12 let.

Pořád se jedná o věk, který neodpovídá věkové hranici pro vlastnictví profilu na dané sociální síti. Co se týče žáků 6. tříd a primy, Facebook by správně neměl mít žádný z odpovídajících. U této věkové kategorie převažuje věk 11 let při založení profilu. Většinu z vlastníků profilu na Facebooku v této věkové kategorii tvoří dívky. U druhé věkové kategorie – žáků 9. tříd a kvarty – převažuje již zmíněný věk 12 let. Nicméně hned na druhém místě je věk 13 let, který již splňuje danou hranici. Ten byl ve zmíněné věkové kategorii uveden ve stejném poměru u dívek i chlapců.

VĚK	Prima Chlapec/dívka	6.třída Chlapec/dívka	Kvarta Chlapec/dívka	9.třída Chlapec/dívka
6 let	0/0	0/0	1/0	1/0
7 let	0/0	1/0	0/0	0/0
8 let	1/0	0/0	0/0	0/0
9 let	0/0	0/0	1/0	1/0
10 let	1/0	3/5	0/1	2/3
11 let	2/0	3/14	2/2	2/6
12 let	0/0	0/5	4/4	16/6
13 let	-	-	4/5	9/8
14 let	-	-	1/0	5/0

Tabulka č. 3: Věk při založení Facebooku

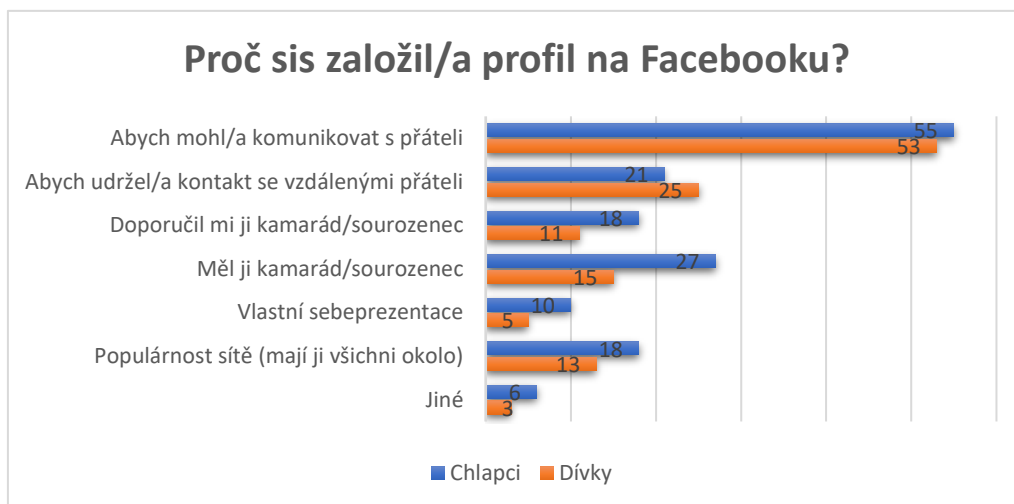


Graf č. 29: Věk při založení Facebooku

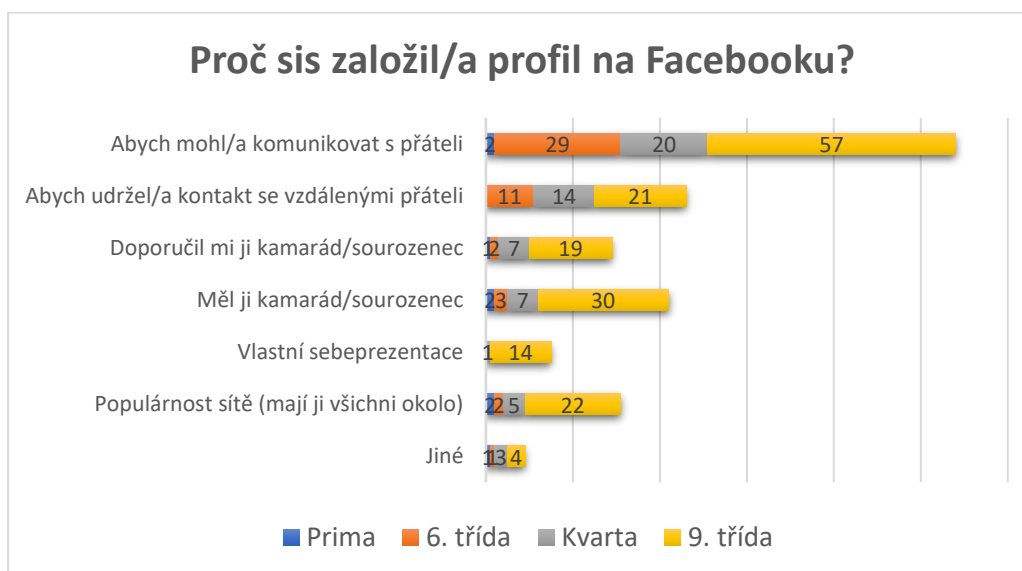
Otázka č. 16: „Proč sis založil/a profil na Facebooku?“

Další polouzavřená otázka zjišťuje důvody založení profilu na Facebooku. Opět bylo možné odpovědět více než jednou možností. Dle očekávání se nejčastějším důvodem stala

komunikace s přáteli – tuto odpověď zvolilo více než 30 % z respondentů. U chlapců bylo druhým nejčastějším důvodem to, že profil na dané síti měl kamarád nebo sourozenec a jeho založení mu ani nemuseli doporučovat. Možnost související s doporučením se objevila u 10 % odpovídajících. Možnost „Jiné“ zaškrtno 9 respondentů, kteří jako další důvod uvedli možnost nákupů a dále zjišťování informací o škole či zájmových útvarech. Nejčastěji se jednalo o chlapce z 9. třídy či kvarty.



Graf č. 30: Důvody založení Facebooku 1



Graf č. 31: Důvody založení Facebooku 2

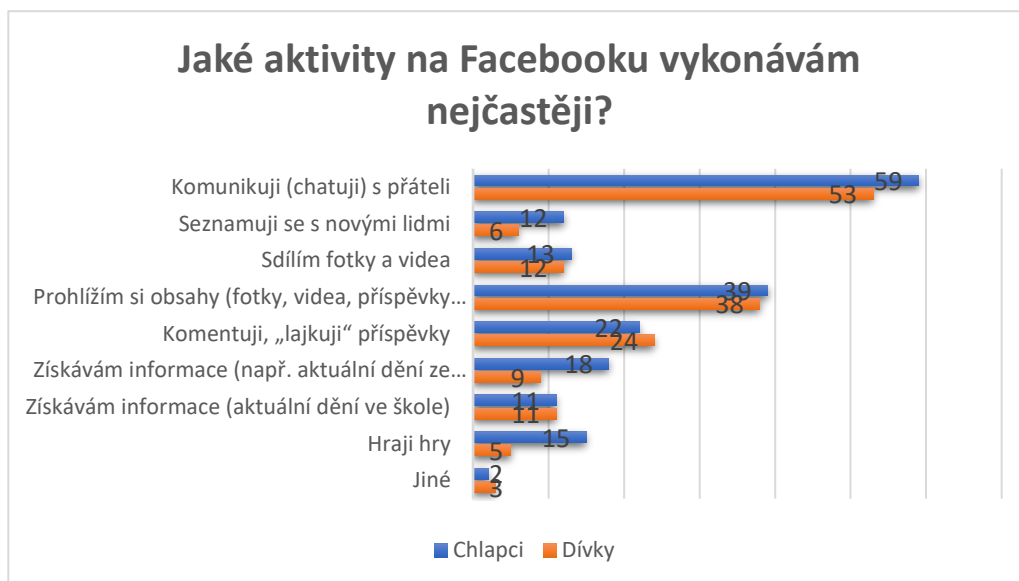
Otázka č. 17: „Jaké aktivity na Facebooku nejčastěji vykonáváš?“

Na otázku č. 17 při možnosti zaškrtnout více než jednu odpověď, uvedlo dle očekávání nejvíce respondentů možnost komunikace s přáteli prostřednictvím chatu. Tato odpověď

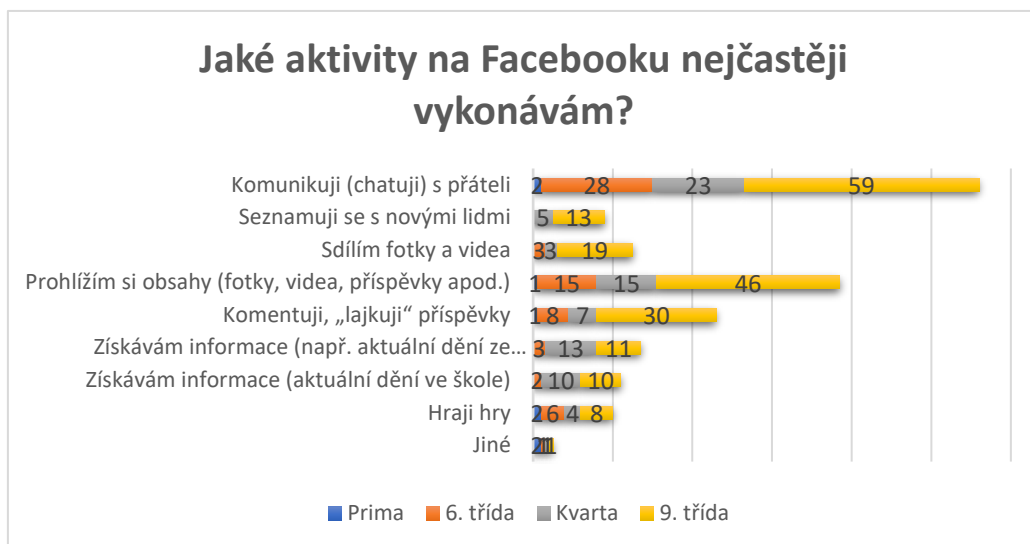
koresponduje s důvody založení z předchozí otázky – zvolilo ji opět více než 30 % žáků. Další nejčastější činností je prohlížení si různých obsahů (fotografií, videí, příspěvků apod.). Informace ze zpravodajství získává na Facebooku nejvíce žáků z kvarty a 9. třídy. Další aktivitou je komentování a „lajkování“ příspěvků, nejčastěji vykonávanou dívkami z 9. tříd. Ovšem sdílení vlastních fotografií a videí se věnuje jen 7 % respondentů a respondentek.

Navštěvovaná škola vliv na facebookové aktivity obecně nemá. Jediným výrazným rozdílem je sdílení fotografií a videí. Žáci gymnázia tuto aktivitu na Facebooku téměř nevykonávají.

Pohlaví žáků v rámci navštěvované školy nemá příliš velký vliv. Dívky ze základních škol více lajkují a komentují příspěvky, ovšem pořadí četnosti jednotlivých aktivit se nemění. Co se týče gymnázia, vzhledem k tomu, že v primě Facebook nevlastní žádná dívka, je počet jednotlivých odpovědí nižší. Chlapci na gymnáziu tedy vykonávají více aktivit. Jejich druhou nejčastěji vykonávanou aktivitou je získávání informací ze zpravodajství.



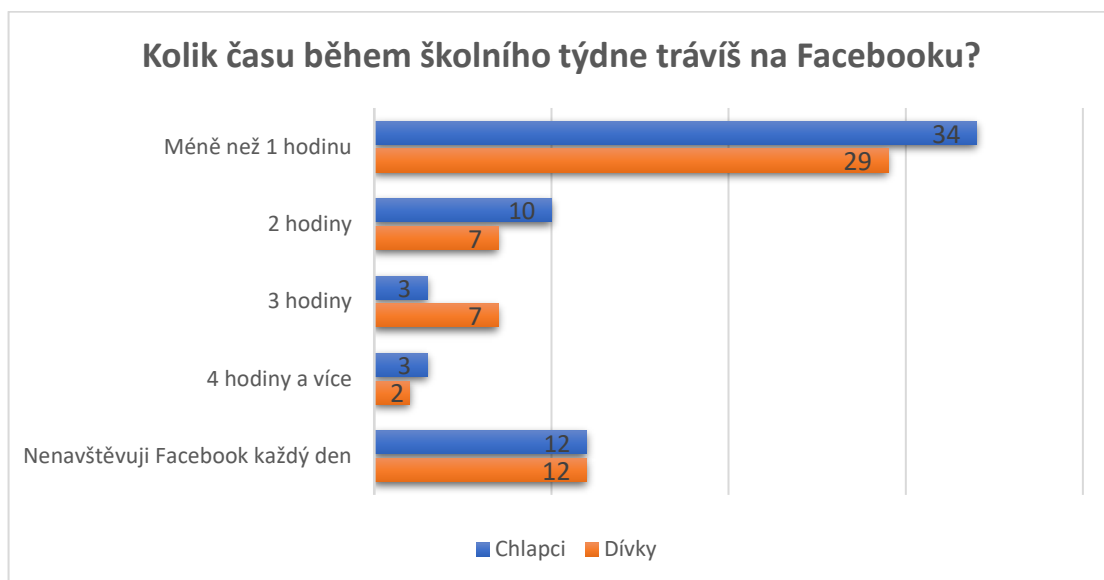
Graf č. 32: Aktivity na Facebooku 1



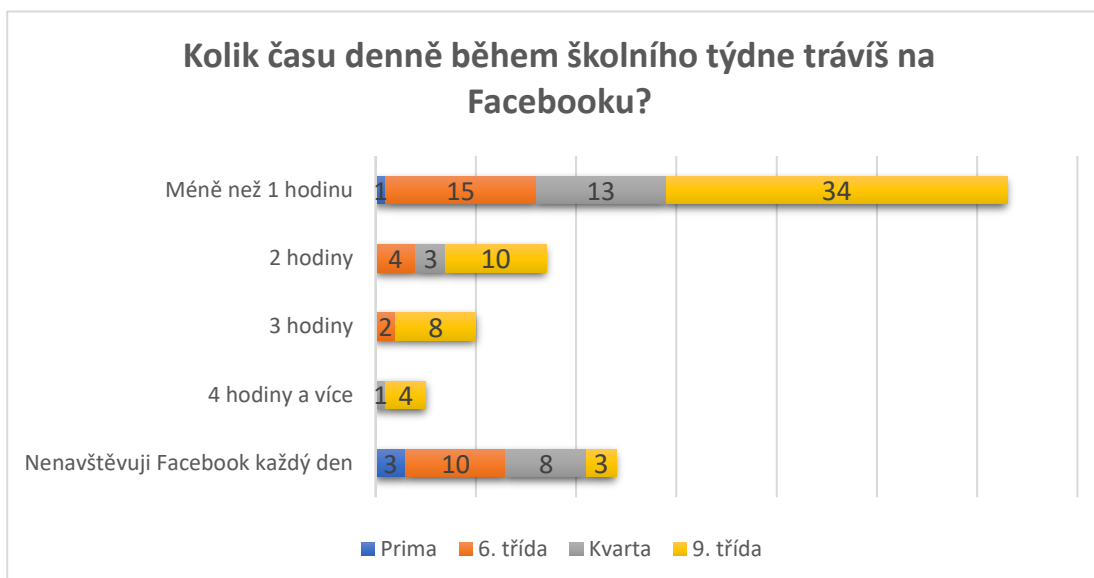
Graf č. 33: Aktivity na Facebooku 2

Otázka č. 18: „Kolik času denně trávíš aktivně na Facebooku během školního týdne?“

Během školního týdne tráví aktivně na Facebooku většina respondentů dle odpovědí méně než 1 hodinu. U všech tříd kromě primy tato odpověď převažuje. V primě se u tří ze 4 respondentů objevil údaj, že Facebook každý den nenavštěvují. Tuto možnost zaškrtnli často i žáci 6. tříd (odpověď se objevila u více než 30 % žáků 6. tříd), kteří tedy věkově odpovídají primánům.



Graf č. 34: Čas na Facebooku – školní týden 1

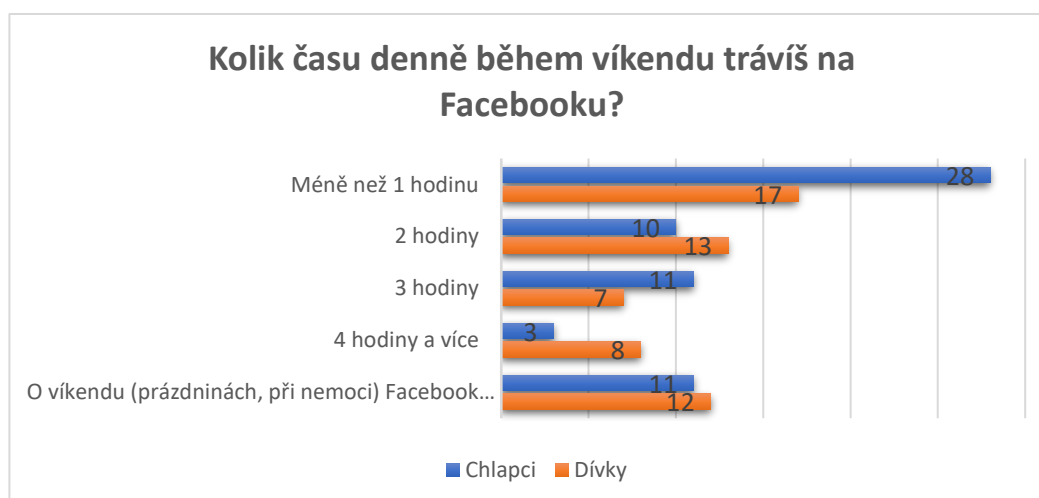


Graf č. 35: Čas na Facebooku – školní týden 2

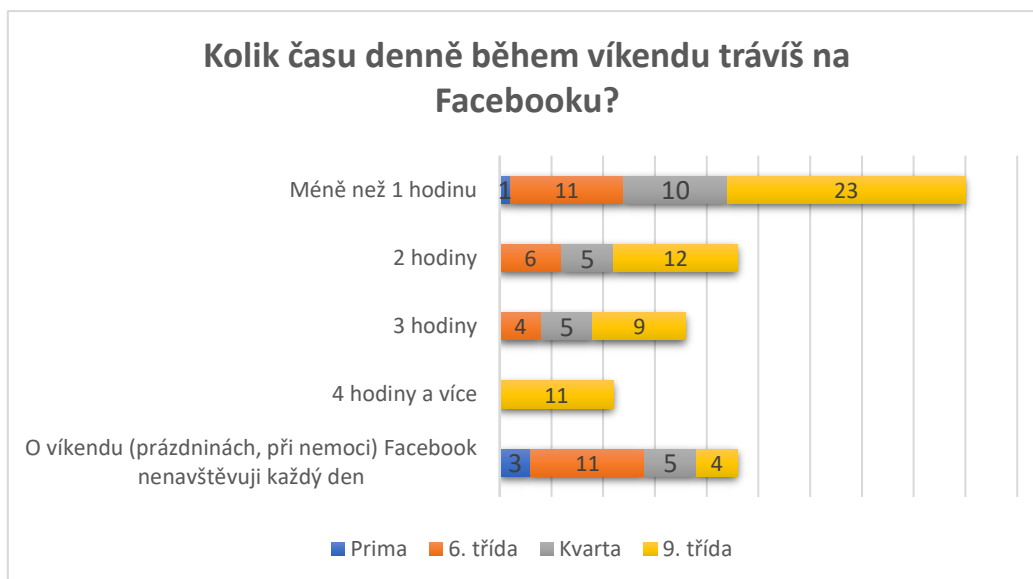
Otázka č. 19: „Kolik času denně trávíš aktivně na Facebooku během víkendu?“

Stejně jako u předchozí otázky, i zde se jako nejčastější odpověď objevila možnost méně než 1 hodina denně. Oproti předchozí otázce ovšem u této odpovědi ubylo odpovídajících dívek. U dívek naopak přibylo odpovědí u možnosti 2 hodiny. Navýšil se i počet odpovědí u možnosti 4 hodiny a více, kdy tuto odpověď zaškrtnli pouze žáci 9. tříd a to v 11 případech.

O jednoho respondenta méně odpovědělo možností „O víkendu Facebook nenavštěvuji každý den.“ Stále je ale tato možnost v poměru dívek a chlapců téměř vyrovnaná.



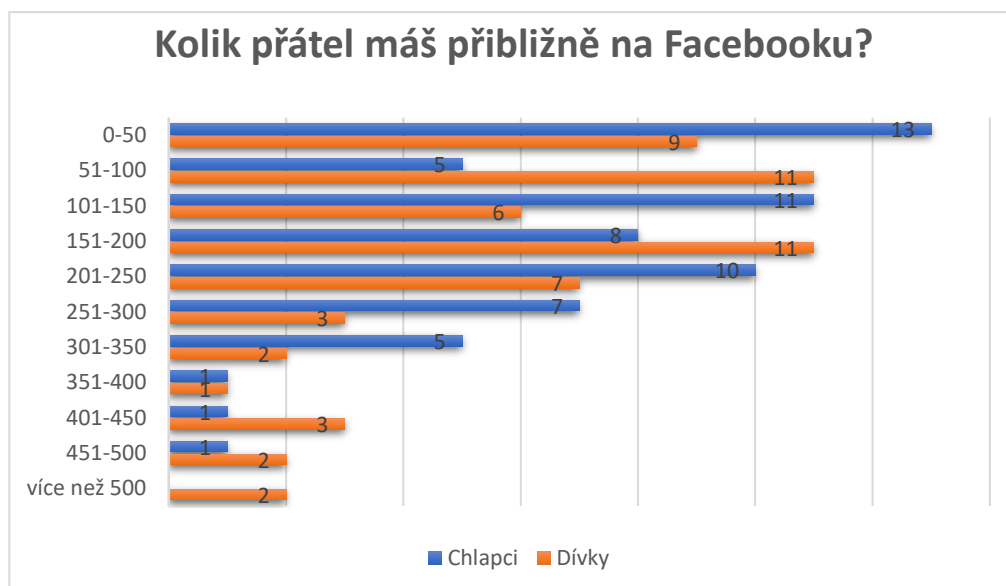
Graf č. 36: Čas na Facebooku – víkend 1



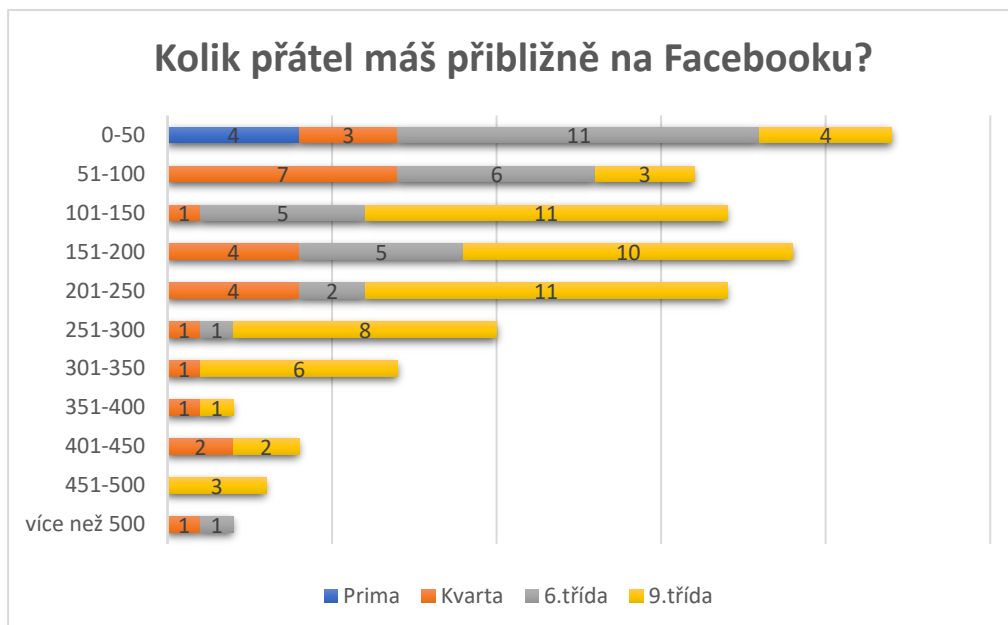
Graf č. 37: Čas na Facebooku – víkend 2

Otázka č. 20: „Kolik máš na Facebooku přibližně přátel?“

Počet přátel na Facebooku se u respondentů pohybuje na široké škále. U každé třídy převažuje jiné rozpětí. V primě všichni čtyři respondenti uvedli počet přátel v rozpětí do 50 osob. V 6. třídě tato odpověď rovněž převažuje. U žáků kvarty se přibližný počet přátel nepatrně navýšil do rozpětí od 51 do 100. A u 9. tříd je stejný počet odpovědí u možností 101 až 150 a 201 až 250. Maximem byl u dvou odpovídajících počet více než 500 přátel.



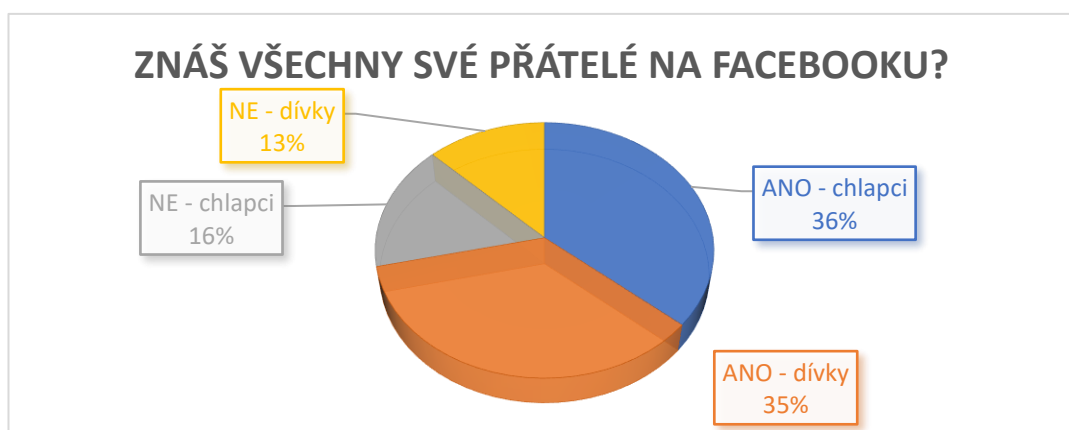
Graf č. 38: Počet přátel na Facebooku 1



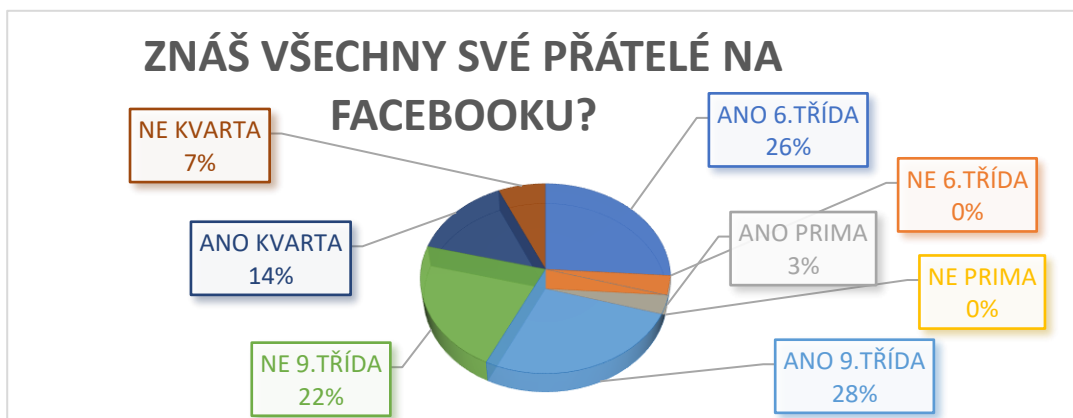
Graf č. 39: Počet přátel na Facebooku 2

Otázka č. 21: „Znáš všechny své přátele na Facebooku?“

Otázka se zaměřila na to, zda si jsou žáci vědomi toho, s kým sdílejí svůj soukromý obsah na profilu. U žáků převažuje opatrnost, protože více než 70 % z nich zná všechny své přátele. Ze 119 respondentů jich 39 nezná všechny přátele na Facebooku. Nejvyšší podíl těchto žáků mají 9. třídy, kde téměř polovina z nich všechny své přátele nezná.



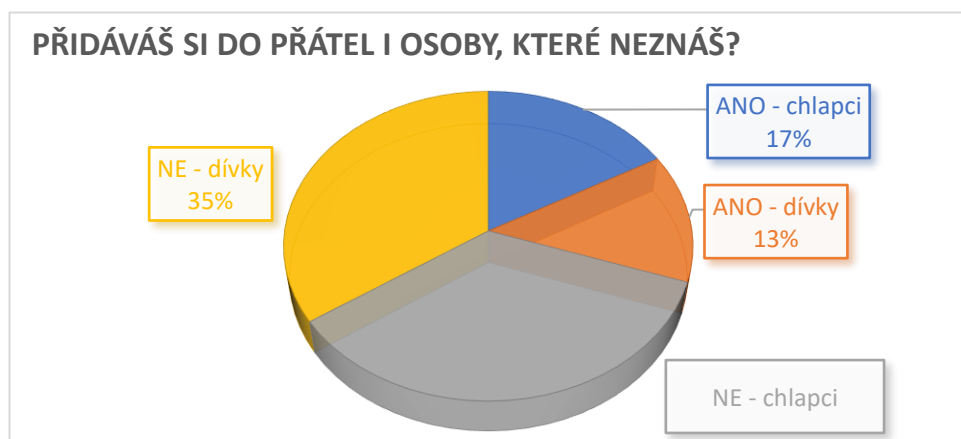
Graf č. 40: Znalost přátel na Facebooku 1



Graf č. 41: Znalost přátel na Facebooku 2

Otázka č. 22: „Přidáváš si do přátel i osoby, které neznáš?“

Odpovědi na tuto otázku by měly korespondovat s odpověďmi na otázku předchozí. Přesto se objevilo pár případů, kdy tomu tak není. V primě jeden z žáků odpověděl kladně, i přesto, že u předchozí otázky všichni primáni odpověděli, že znají všechny své přátele. Stejný případ nastal i u žáků kvarty. Co se týče odpovědí obecně, opět převažuje opatrnost, protože téměř 70 % respondentů si do přátel přidává pouze osoby, které zná.



Graf č. 42: Přidávání do přátel 1



Graf č. 43: Přidávání do přátel 2

Otázka č. 23: „Komunikuješ na Facebooku i s lidmi, které neznáš?“

Na tuto otázku odpovídali pouze ti, kteří na předešlou otázku č. 22 odpověděli kladně. Tedy že si do přátel přidávají i osoby, které neznají. Tato otázka má u celkem 36 respondentů zjistit, zda s „přáteli“, které neznají, na Facebooku i komunikují. Poměr všech odpovědí se téměř neliší - 17 respondentů odpovědělo záporně, 20 kladně. Vzhledem k tomu, že na předchozí otázku odpovědělo kladně nejvíce žáků v 9. třídě, zajímalo mne, jak tito žáci odpoví při této otázce. Poměr jednotlivých odpovědí se opět téměř neliší. Zhruba polovina odpověděla kladně, polovina záporně.



Graf č. 44: Komunikace s cizími 1



Graf č. 45: Komunikace s cizími 2

Otázka č. 24: „Víš, jak zabezpečit svůj profil na Facebooku?“

Odpovědi na otázku ohledně zabezpečení profilu na Facebooku ukázaly, že žáci mají povědomí o tom, jak svůj profil ochránit. Více než 90 % z dotázaných ví, jak dosáhnout zabezpečení. Trochu překvapivé je, že většina z těch, kteří neví, jak účet zabezpečit, je z 9. tříd.

Tato odpověď je více očekávána u žáků primy a 6. třídy. Obecně se předpokládá, že starší žáci vědí, jak svůj profil ochránit – ať už z hodin informatiky či z vlastní zkušenosti.



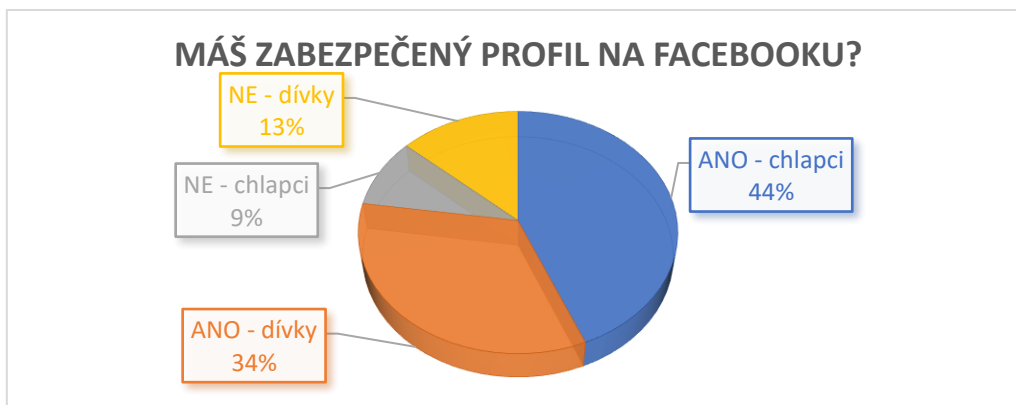
Graf č. 46: Zabezpečení Facebook 1



Graf č. 47: Zabezpečení Facebook 2

Otázka č. 25: „Máš zabezpečený profil na Facebooku?“

Otázka logicky navazuje na předchozí dotaz o povědomí o zabezpečení. Vzhledem k tomu, že většina žáků ví, jak profil zabezpečit, předpokládá se, že tak i činí. Ve většině případů tomu tak opravdu je. I přesto se ale objevily případy, kdy žáci účet nezabezpečí, i když ví, jak na to. Na předchozí otázku pouze dvě dívky odpověděly, že neví, jak účet zabezpečit. Na tuto otázku ovšem záporně odpovědělo děvčat 16. U chlapců se tato skutečnost projevila méně. Nezabezpečení účtu je tedy u většiny žáků pouze jejich vlastním rozhodnutím a není způsobeno neznalostí.



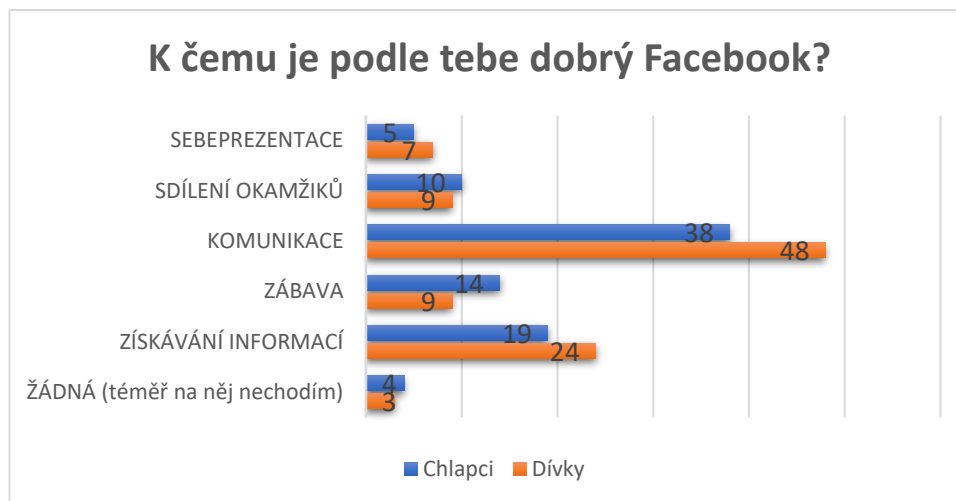
Graf č. 48: Zabezpečení Facebook 3



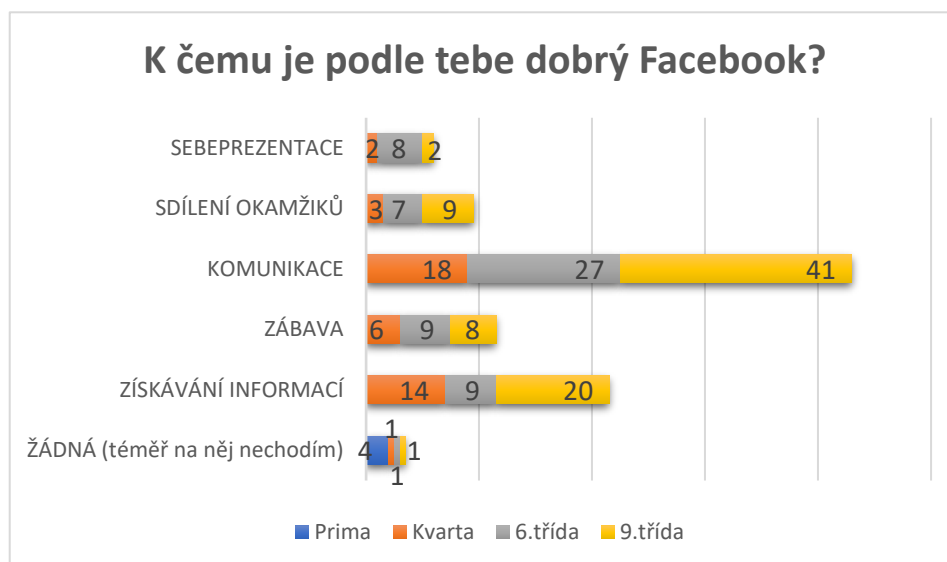
Graf č. 49: Zabezpečení Facebook 4

Otázka č. 26: „K čemu je podle tebe dobrý Facebook?“

Předposlední otázka části o Facebooku byla otevřená. Žáci zde uváděli, k čemu je dle jejich názoru dobrý Facebook. Nejčastější odpovědí byla komunikace – téměř 50 % z odpovědí. Pro necelých 30 % žáků gymnázia je Facebook dobrý pro získávání informací, u žáků základních škol se jedná o 20 %. Jako další odpověď se objevila sebe prezentace, která převažuje u děvčat. Dále sdílení okamžiků či zábava. Několikrát se objevila i věta, že žák sice účet na Facebooku má, ale nevyužívá ho. Proto nedokáže říci, jaká pozitiva Facebook má.



Graf č. 50: Pozitiva Facebooku 1

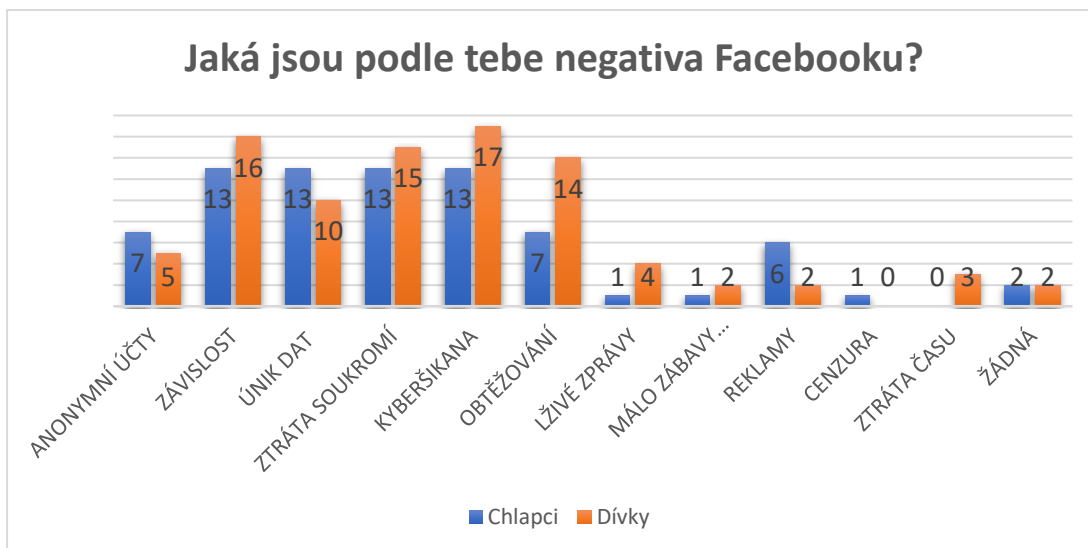


Graf č. 51: Pozitiva Facebooku 2

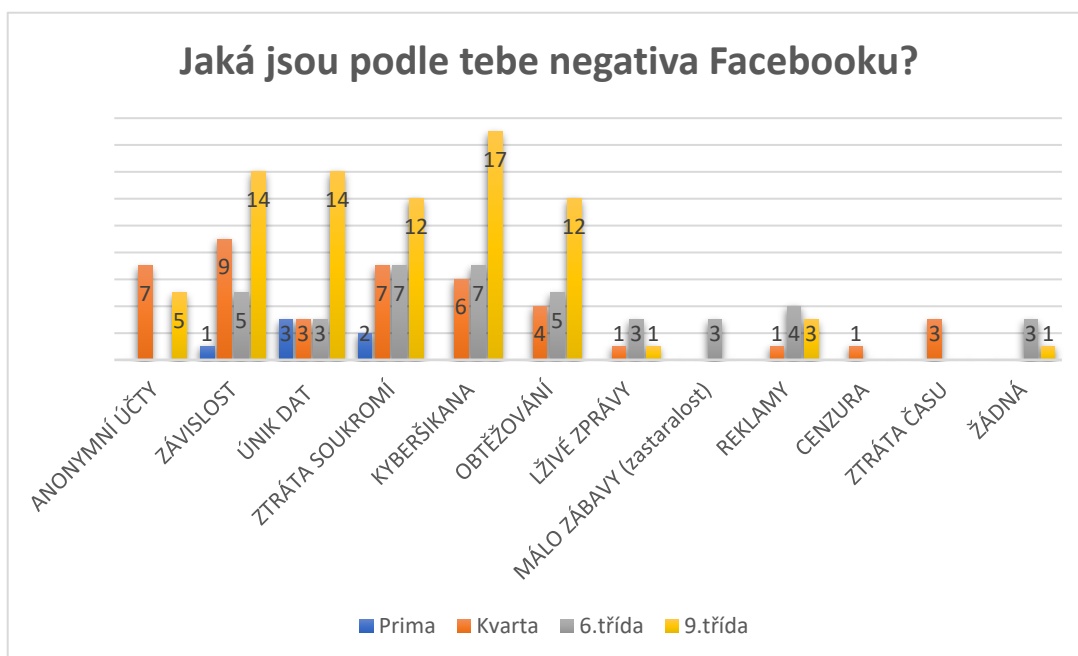
Otázka č. 27: „Jaká jsou podle tebe negativa Facebooku?“

Žáci dostali v poslední otázce prostor vyjádřit, jaká negativa podle jejich názoru Facebook má. U této otázky se objevilo podstatně více různých odpovědí. Nejčastěji ovšem žáci za negativum Facebooku považují kyberšikanu (18 %), ztrátu soukromí (17 %), závislost (17 %) a obtěžování (13 %).

Všechny možnosti, které se objevily, jsou zachyceny v následujících grafech (č. 48 a č. 49).



Graf č. 52: Negativa Facebooku 1



Graf č. 53: Negativa Facebooku 2

Následují otázky z bloku o Instagramu. Mezi otázkami 28 až 38 se objevily otázky otevřené, uzavřené i polouzavřené. Obsah otázek koresponduje s otázkami na Facebook – věk, doba strávená na dané sociální síti, aktivity zde vykonávané, soukromí či názory na Instagram. Poslední dvě otázky, stejně jako u Facebooku, umožnily rozsáhlejší názor, a proto byly opět vytvořeny obecné kategorie pro snadnější analýzu.

Otázka č. 28: „Od kolika let máš profil na Instagramu?“

Stejně jako u Facebooku, i zde bylo cílem zjistit, v jakém věku si žáci Instagram založili. U žáků primy a 6. tříd jde ale stále o porušení pravidel, protože nepřesáhli věkovou hranici. V součtu všech odpovědí převažuje možnost 13 let. Zakládání profilu na Instagramu se u 70 % respondentů pohybuje v letech mezi 11-13 lety. Nutno podotknout, že více než čtvrtina žáků 9. tříd a kvarty si profil založila až ve 14 letech.

Co se týče žáků primy a 6. tříd, téměř polovina z odpovídajících si profil na Instagramu založila už ve věku 11 let.



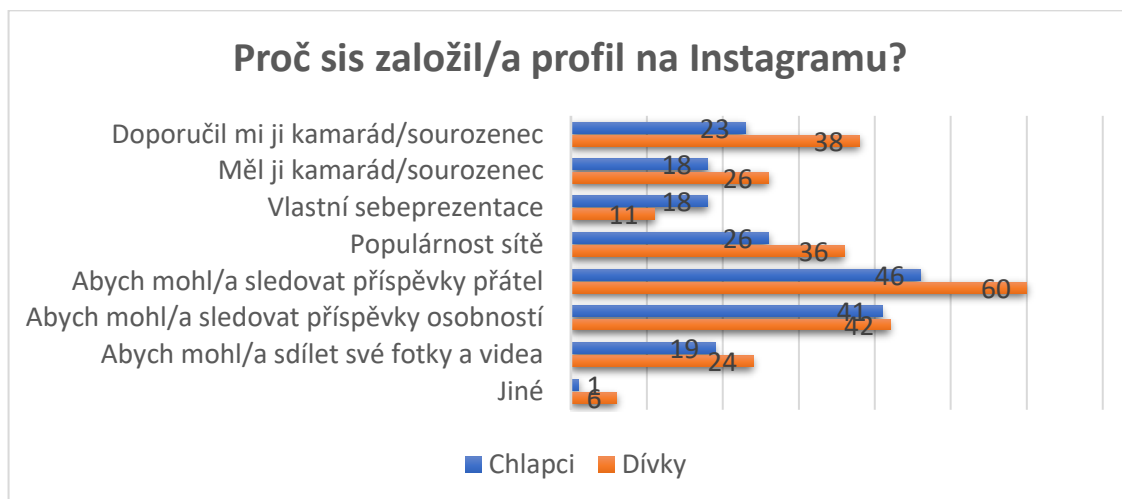
Graf č. 54: Věk-Instagram

VĚK	Prima	6.třída	Kvarta	9.třída
	Chlapec/dívka	Chlapec/dívka	Chlapec/dívka	Chlapec/dívka
8 let	0/0	1/0	0/0	0/0
9 let	1/0	1/1	0/0	0/0
10 let	2/2	1/4	0/0	0/0
11 let	4/4	4/12	1/0	1/3
12 let	1/0	7/10	2/2	2/6
13 let	-	-	6/7	17/15
14 let	-	-	4/4	10/5
15 let	-	-	0/0	3/0

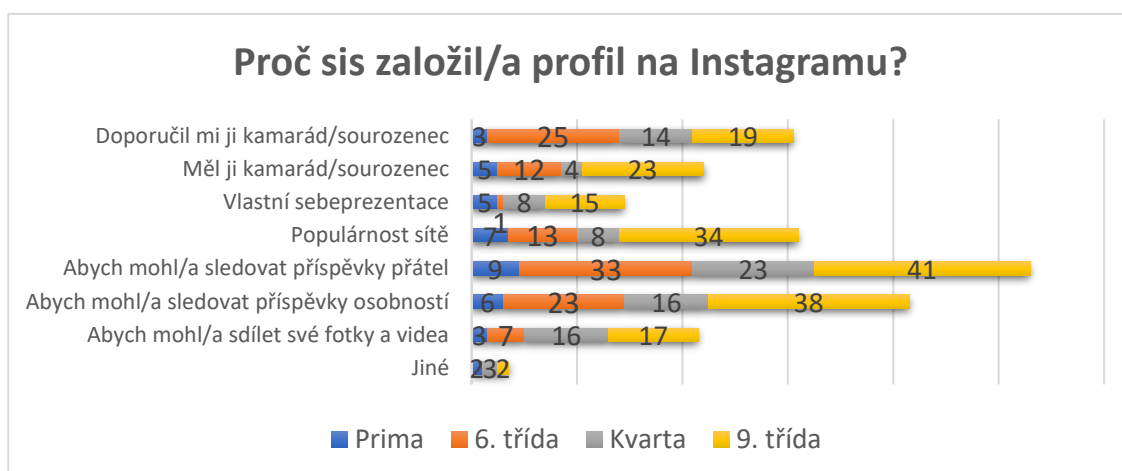
Tabulka č. 4: Věk-Instagram

Otázka č. 29: „Proč sis založil/a profil na Instagramu?“

Otázka na důvody založení profilu na Instagramu byla polouzavřená s možností více odpovědí nebo vepsáním vlastní odpovědi ke kolonce „Jiná“. Tuto možnost zahrlo 7 respondentů, ovšem vlastní odpověď neuvedli. Celkově nejvíce respondentů zvolilo možnost „Sledování příspěvků přátel“. Tato odpověď se objevila více než stokrát a ve všech třídách převažovala. V závěsu s 83 respondenty bylo sledování příspěvků osobností. U žáků 9. tříd hrála velkou roli při zakládání i samotná populárnost sítě – hrála roli při u 14 % respondentů. Byla v porovnání dívek a chlapců důležitější pro dívky. Zajímavostí je, že u odpovědi „Vlastní sebe prezentace“ převažovali chlapci. Tato odpověď je více očekávána u dívek, protože právě dívkám více záleží na názoru okolí a jejich sebe prezentace (ať už ta reálná nebo upravená skrze filtry) je pro ně důležitější více než pro chlapce.



Graf č. 55: Důvody založení Instagramu 1



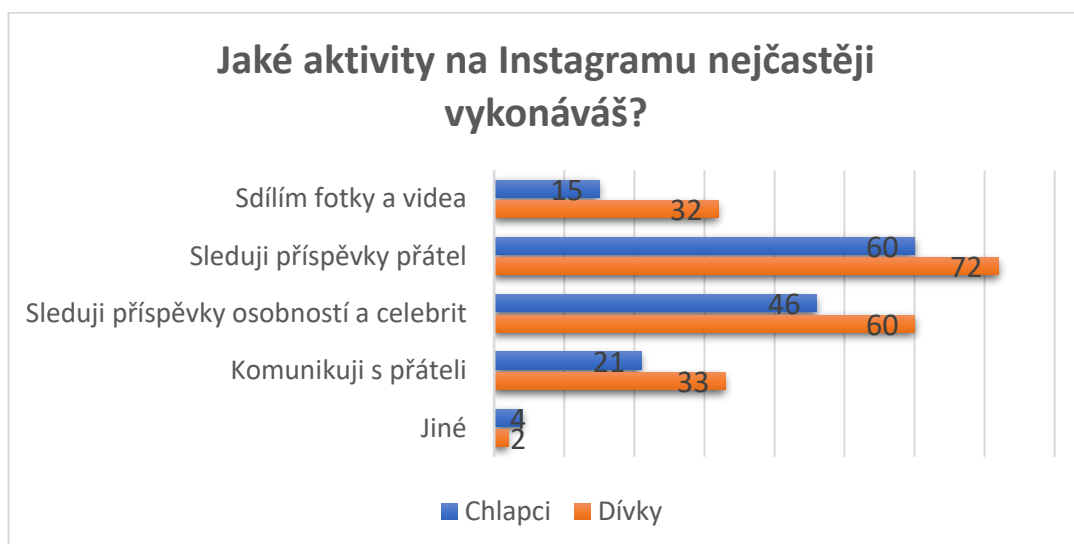
Graf č. 56: Důvody založení Instagramu 1

Otázka č. 30: „Jaké aktivity na Instagramu vykonáváš?“

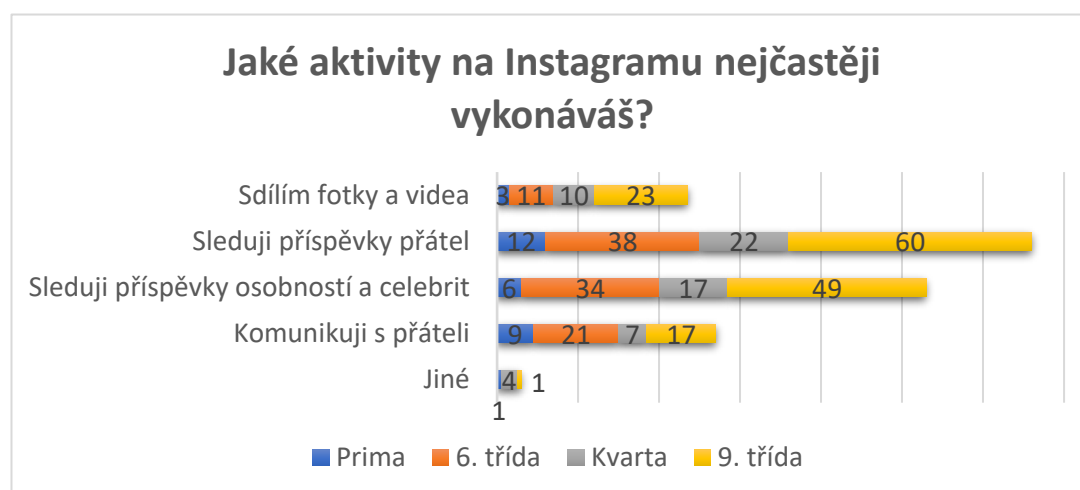
Aktivity, které žáci vykonávají na Instagramu korespondují s odpověďmi na předchozí otázku. Opět převažuje sledování příspěvků přátel. Tuto odpověď při více možných odpovědích zahrlo přes 90 % respondentů. Druhou nejčastější aktivitou je poté sledování příspěvků osobností a celebrit – přes 31 % žáků zvolilo tuto odpověď. Obě tyto aktivity vykonávají častěji dívky než chlapci.

Odpověď Jiné zahrlo 6 respondentů. Jako další aktivity nejčastěji uváděli získávání informací a sledování tzv. meme obrázků.

Navštěvovaná škola nemá vliv na zvolené odpovědi. Pořadí četnosti využití všech možností bylo zvoleno u základních škol i gymnázia stejně. Pohlaví respondentů v rámci škol nemělo u základních škol vliv na odpovědi. U gymnázia se odpověď výrazněji lišila u žáků (chlapců) gymnázia, kteří využívají Instagram ke komunikaci častěji než jejich spolužačky.



Graf č. 57: Aktivity na Instagramu 1

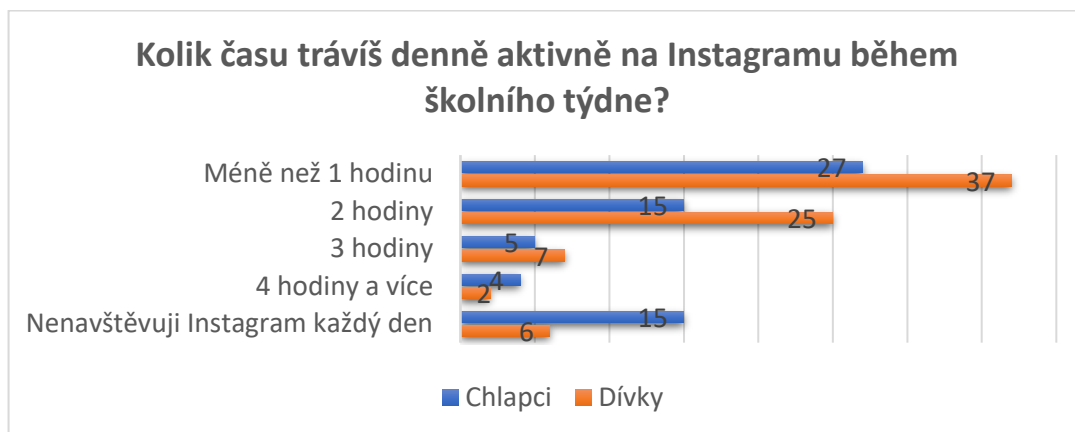


Graf č. 58: Aktivity na Instagramu 2

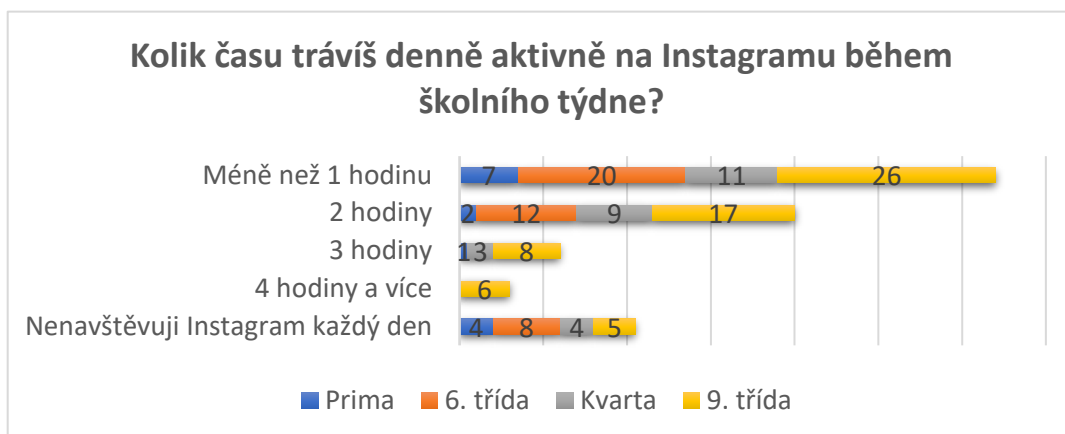
Otázka č. 31: „Kolik času denně trávíš aktivně na Instagramu během školního týdne?“

Stejně jako u Facebooku, i na Instagramu žáci během školního týdne denně tráví méně než jednu hodinu. S přibývajícím počtem hodin klesá počet odpovědí. Denně čtyři hodiny a více tráví na Instagramu pouze 6 odpovídajících (všichni z 9. tříd).

Opět se objevila několikrát i odpověď, že žáci na Instagram každý den nechodí. V poměru dívek a chlapců, se tato odpověď objevila častěji u chlapců.



Graf č. 59: Čas na Instagramu během školního týdne 1



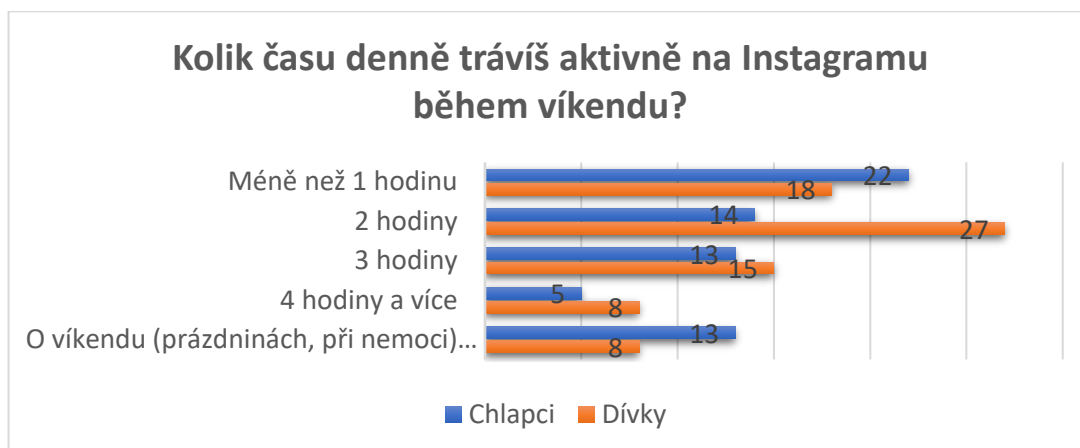
Graf č. 60: Čas na Instagramu během školního týdne 2

Otázka č. 32: „Kolik času denně trávíš aktivně na Instagramu během víkendu?“

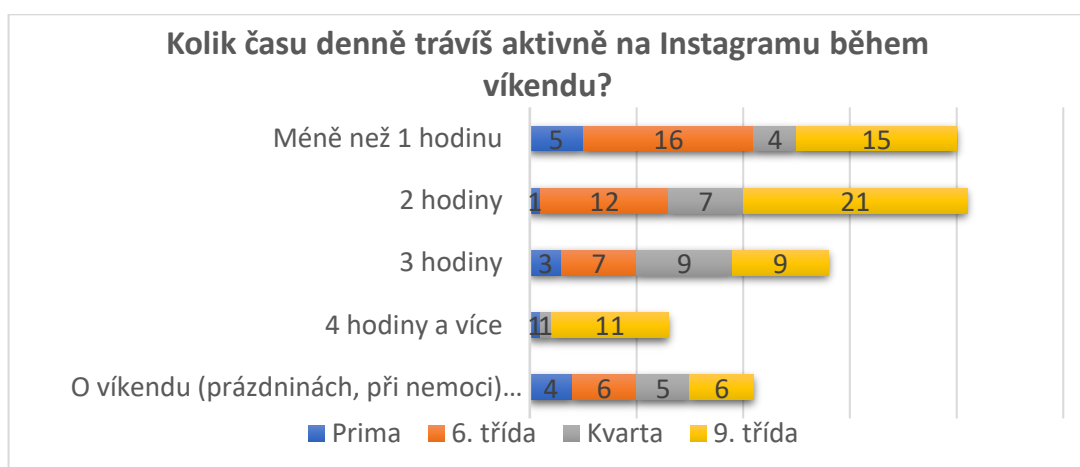
Čas strávený na Instagramu během víkendu se od Facebooku mírně liší. Nejvíce odpovědí získala možnost 2 hodiny, ale hned v závěsu byla možnost méně než jedna hodina.

Přes 30 % z dívek tráví na Instagramu o víkendu kolem 2 hodin, u chlapců převažuje doba méně než 1 hodina. S ohledem na třídy, žáci 6. tříd a primy tráví na Instagramu méně než 1 hodinu, žáci 9. tříd a kvarty hodiny dvě.

Opět se několikrát objevila i odpověď 4 hodiny a více – konkrétně 12krát. Opět se nejčastěji jednalo o žáky 9. tříd, v poměru dívek a chlapců převažují dívky.



Graf č. 61: Čas na Instagramu víkend 1

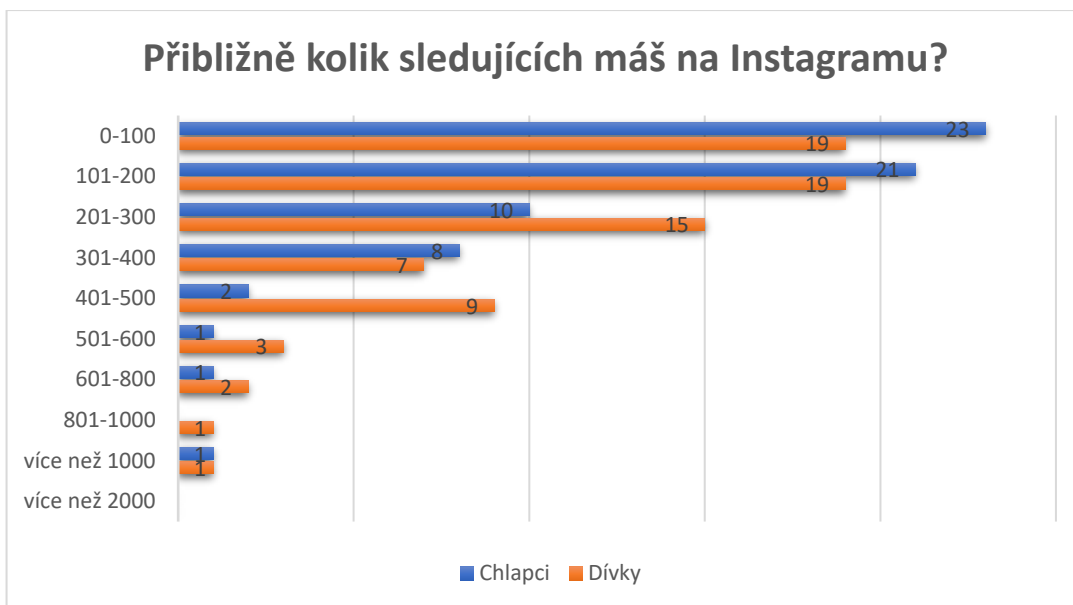


Graf č. 62: Čas na Instagramu víkend 2

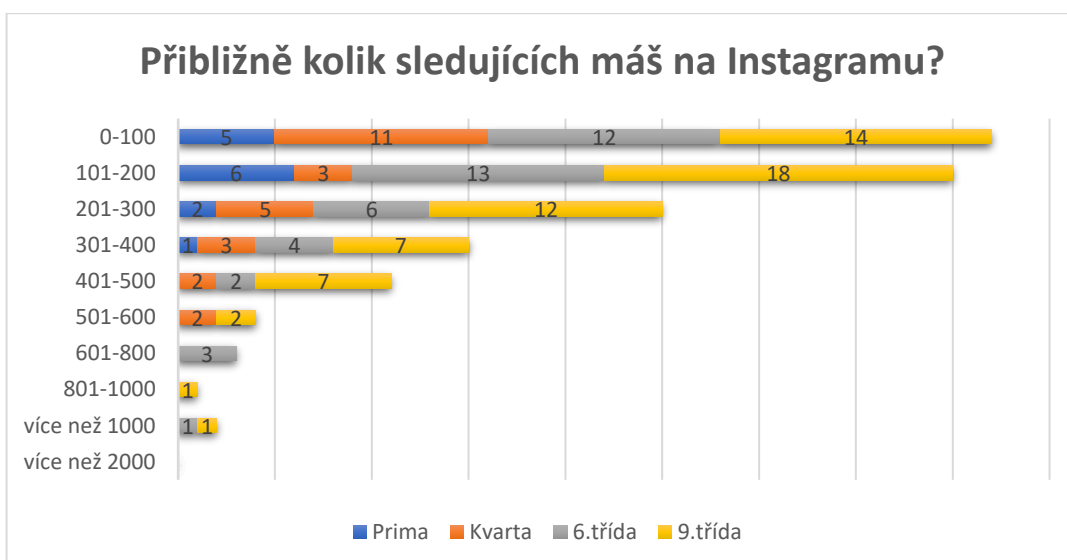
Otázka č. 33: „Přibližně kolik sledujících máš na Instagramu?“

Následující dvě otázky se zabývaly počtem sledujících a sledovaných. Jelikož se většina odpovědí pohybovala na škále do 600 osob, hodnoty, které byly vyšší jsem rozdělila na větší skupiny. Odpovědí, které by se pohybovaly v počtu sledujících od 601 do více než 1000 bylo pouze 6. Většina odpovídajících uvedla, že počet sledujících (těch, kteří je sledují) se pohybuje

v rozmezí od 0 do 200. Možnosti z této škály zvolila více než polovina respondentů. Druhá polovina se rozdělila nejčastěji na škále od 201 do 400. Jedenáct respondentů uvedlo, že je na Instagramu sleduje do 500 osob. Více než 1000 sledujících mají pouze dva respondenti – jedna dívka (9. třída) a jeden chlapec (6. třída).



Graf č. 63: Počet sledujících 1

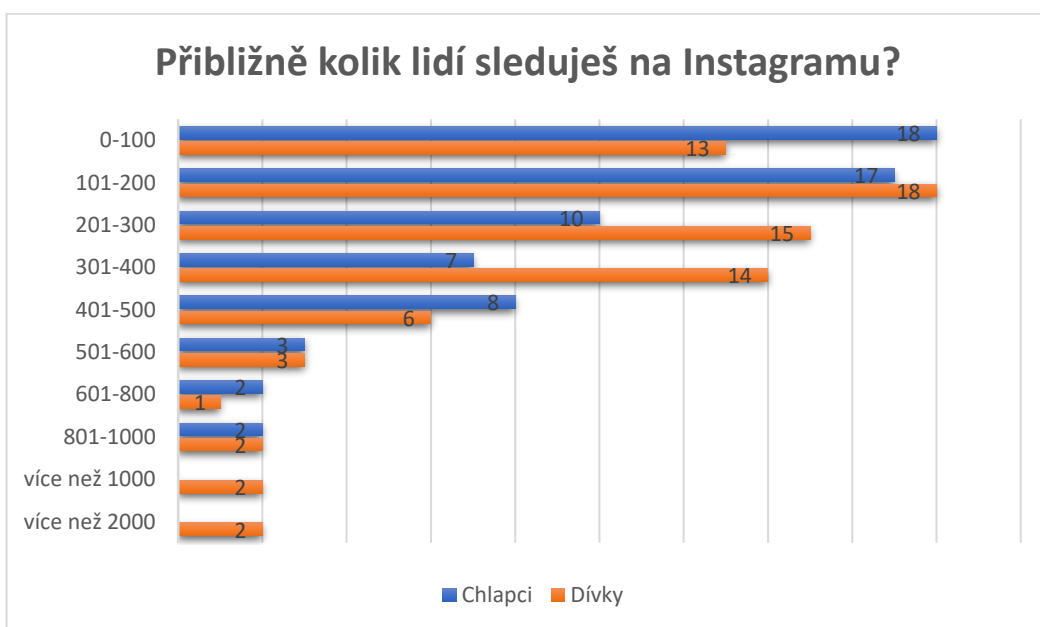


Graf č. 64: Počet sledujících 2

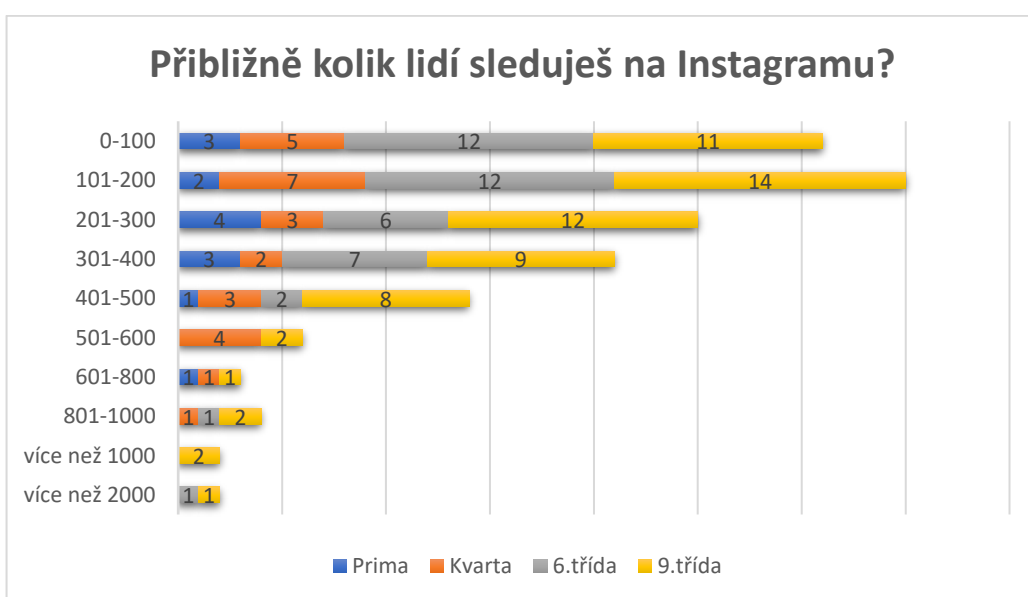
Otázka č. 34: „Přibližně kolik osob sleduješ na Instagramu?“

Počet sledovaných (osoby, které žáci sledují) se pohybuje na podobné škále jako počet sledujících. Tentokrát se nejvíce odpovědí pohybuje v rozpětí od 101 do 200 osob. Téměř 30 %

z dívek sleduje od 101 do 200 osob, ovšem podobný počet odpovědí se objevil i u možnosti 0 až 100, 201 až 300 nebo 301 až 400. U chlapců se většina odpovědí objevila u možností 0 až 100 nebo 101 až 200. Dívky tedy podle těchto dat sledují obecně více lidí než chlapci. Tuto skutečnost lze zohlednit s výsledky otázek č. 29 a 30. U obou převažují u dívek důvody a aktivity spojené se sledováním přátel a osobností. U chlapců se tyto odpovědi objevují často taktéž, ovšem u dívek převažují. Rozpětí u jednotlivých tříd sleduje graf č. 62. Ten ukazuje, že více než jeden či dva tisíce osob sledují 4 respondenti, převažují žáci 9. tříd.



Graf č. 65: Počet sledovaných 1

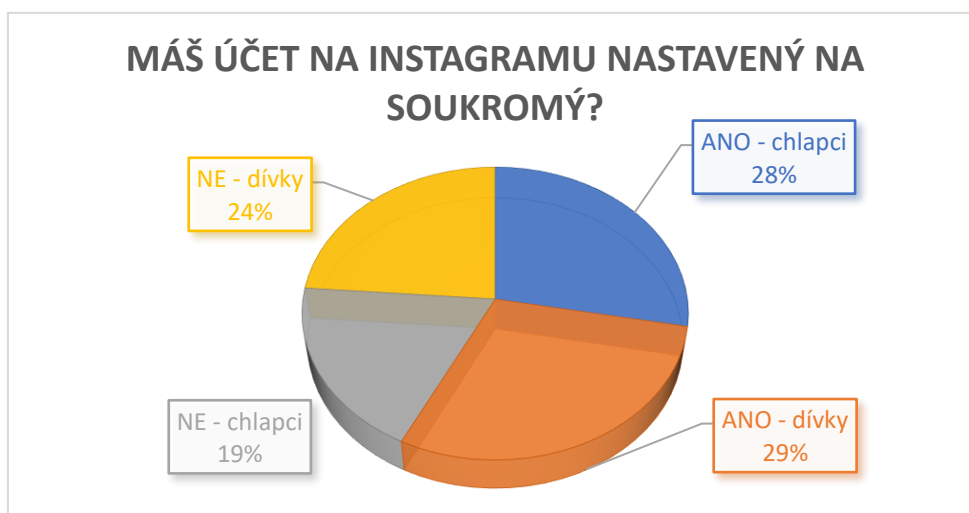


Graf č. 66: Počet sledovaných 2

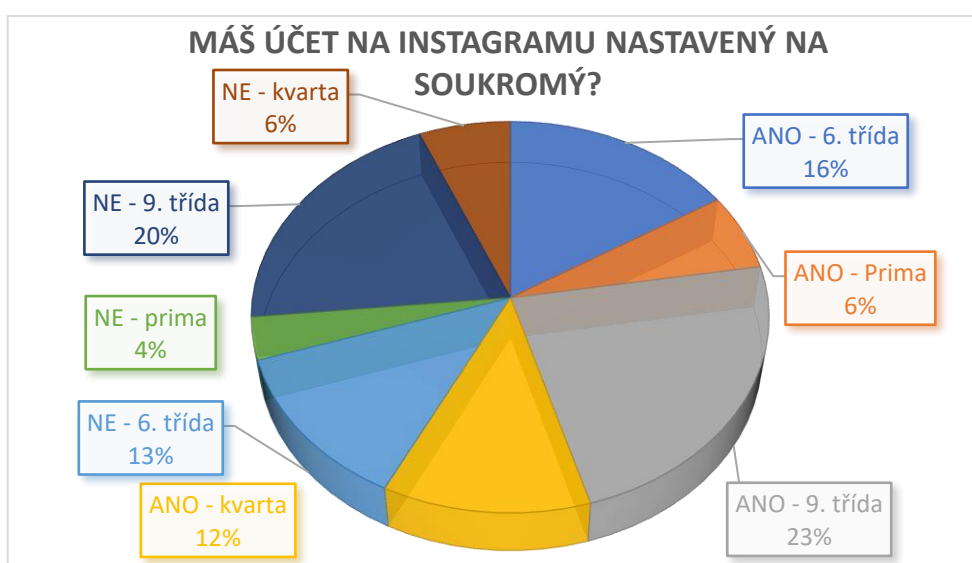
Otázka č. 35: „Máš účet na Instagramu nastavený na soukromý?“

Další dvě otázky se stejně jako u Facebooku zabývají nastavením soukromí a bezpečností. Z celkového počtu 143 respondentů má účet nastavený na soukromý více než polovina. Při současném problému s únikem dat, falešnými účty a napadáním profilů je polovina zabezpečených účtů stále málo. Přes 40 % dotázaných může stále začít sledovat absolutně kdokoliv.

U žáků 9. tříd jsou odpovědi v téměř identickém poměru 50 na 50. U starších žáků se očekává větší informovanost o nebezpečích na sociálních sítích a konkrétně i Instagramu. Tato informovanost by měla logicky vést k většímu podílu soukromých účtů. Samozřejmě je možné, že i zde nastává podobná situace jako u Facebooku, kdy žáci ví, jak profil zabezpečit, ale z vlastního rozhodnutí, to neudělali.



Graf č. 67: Soukromí na Instagramu 1



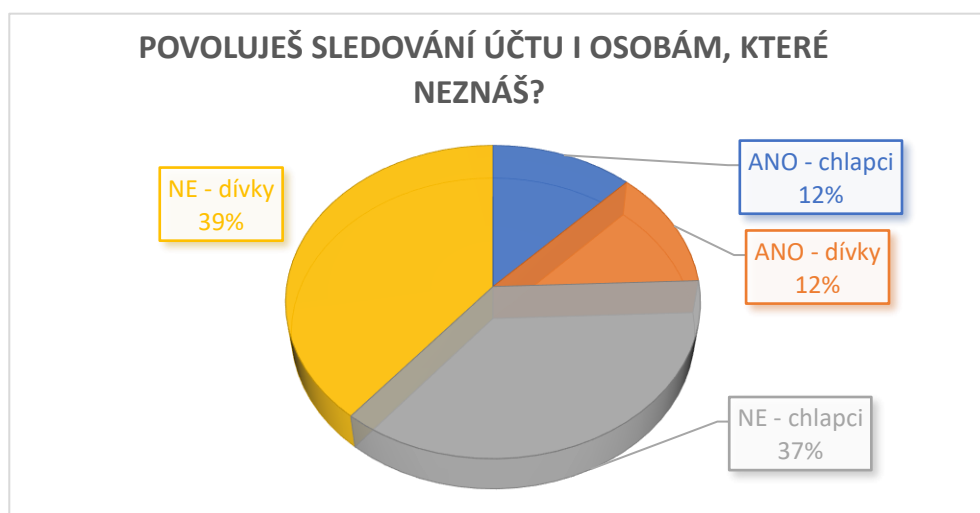
Graf č. 68: Soukromí na Instagramu 2

Otázka č. 36: „Povoluješ sledování svého účtu osobám, které neznáš?“

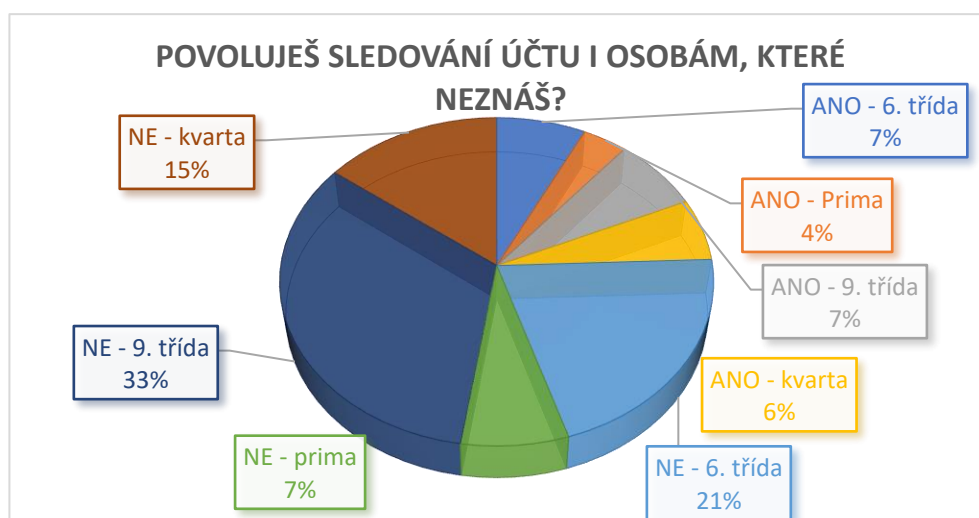
Na tuto otázku odpovídali pouze ti respondenti, kteří na tu předchozí odpověděli kladně. Pokud mají žáci nastavený účet na soukromý a někdo je chce sledovat, musí jim poslat žádost, kterou žáci buď schválí nebo odmítnou. Podobá se to přidávání či odmítání přátel na Facebooku. Jak ale žáci zmiňují v odpovědích na pozdější otázky, považují Instagram za méně osobní a bezpečnější než Facebook. Proto je možné, že sledování účtu cizím lidem povoluje více uživatelů.

U dotázaných žáků převážila záporná odpověď, kdy přes 70 % žáků sledování cizím osobám nepovoluje. Poměr odpovědí dívky : chlapci je opět téměř identický.

Povolení udělují dle dat nejčastěji žáci 9. tříd a kvarty – častěji se ale jedná o žáky kvarty (kvarta – 29 %; 9. třída – 18 %).



Graf č. 69: Povolení sledování 1

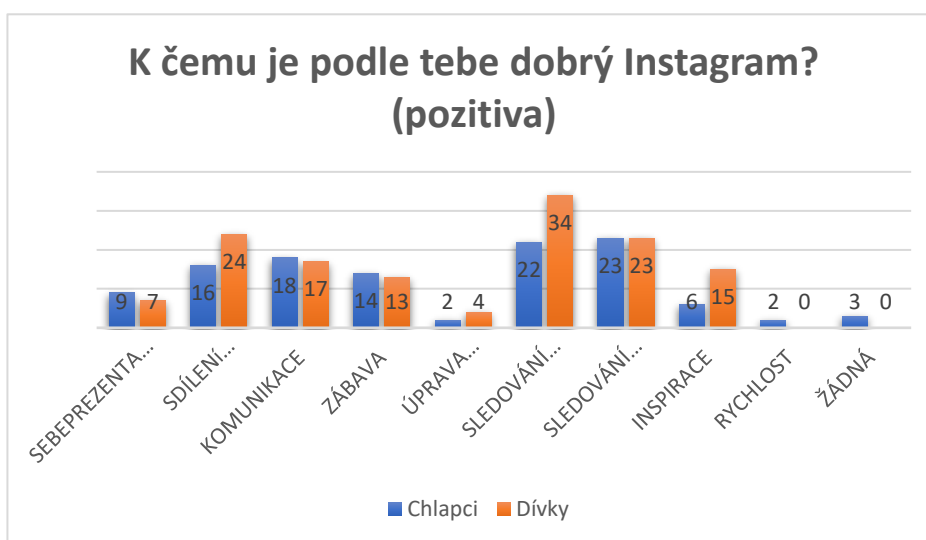


Graf č. 70: Povolení sledování 2

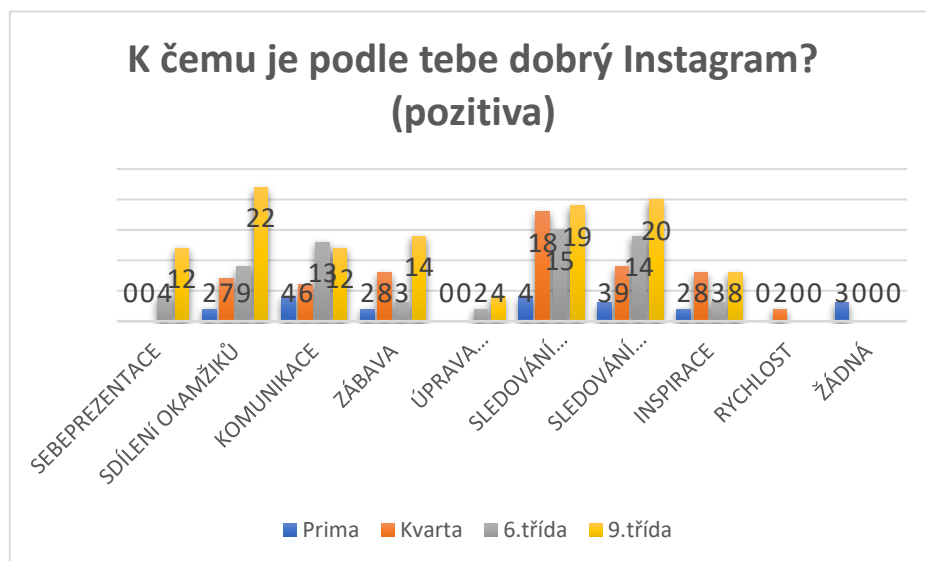
Otázka č. 37: „K čemu je podle tebe dobrý Instagram?“

Stejně jako u Facebooku, i u Instagramu žáci odpovídali na dvě otevřené otázky, do kterých mohli vepsat rozsáhlejší odpovědi. Obsahově se však často jednalo o stejné názory, proto byly pro snadnější analýzu vytvořeny obecné kategorie.

V poměru dívek a chlapců se nejčastěji objevilo jako hlavní pozitivum sledování přátel – tuto odpověď uvedlo 25 % dívek. Odpověď koresponduje i s důvody založení a aktivitami, které na Instagramu provozují. U chlapců se stalo hlavním pozitivem sledování osobností. Z pohledu jednotlivých tříd je pro žáky primy největším pozitivem komunikace a sledování přátel – tyto odpovědi dohromady zvolilo 36 % z nich. Žáci 6. tříd nejčastěji uvedli sledování přátel a osobností. Kvarta taktéž nejvíce oceňuje možnost sledování přátel. Mezi žáky 9. tříd se však jako hlavní pozitivum ukázalo sdílení okamžiků se svým okolím.



Graf č. 71: Pozitiva Instagramu 1



Graf č. 72: Pozitiva Instagramu 2

Otázka č. 38: „Jaká jsou podle tebe negativa Instagramu?“

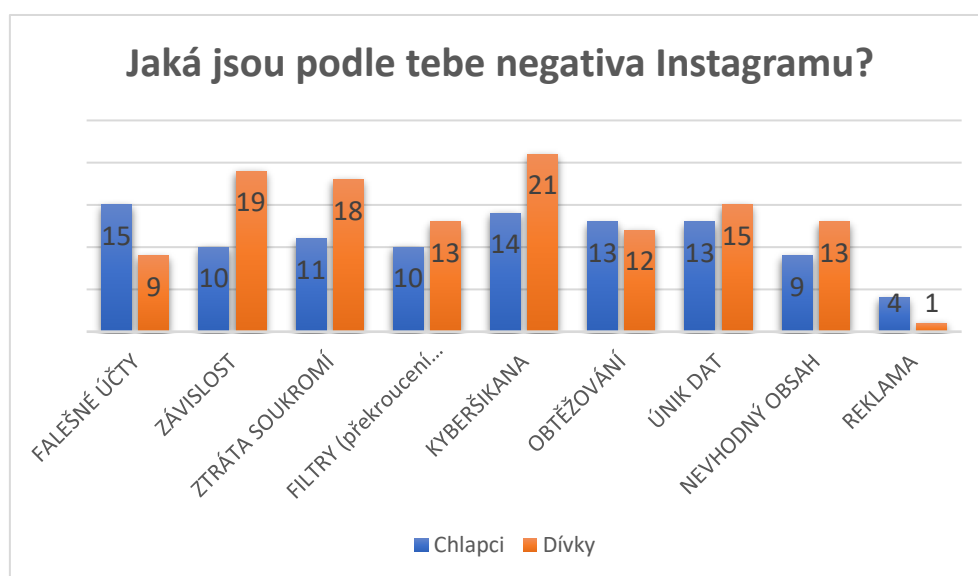
Dle respondentů je hlavním negativem, stejně jako u Facebooku, kyberšikana. Dívky dále často zmiňují závislost a ztrátu soukromí. Chlapci jako další negativum kromě kyberšikany nejčastěji uvádějí falešné účty – tuto možnost zvolilo 15 % z nich.

Žákům primy nejvíce vadí únik dat a jejich následné zneužití. U žáků 9. tříd se u 12 % objevila odpověď kritizující úpravu fotografií skrze filtry, která vede k jistému překroucení reality.

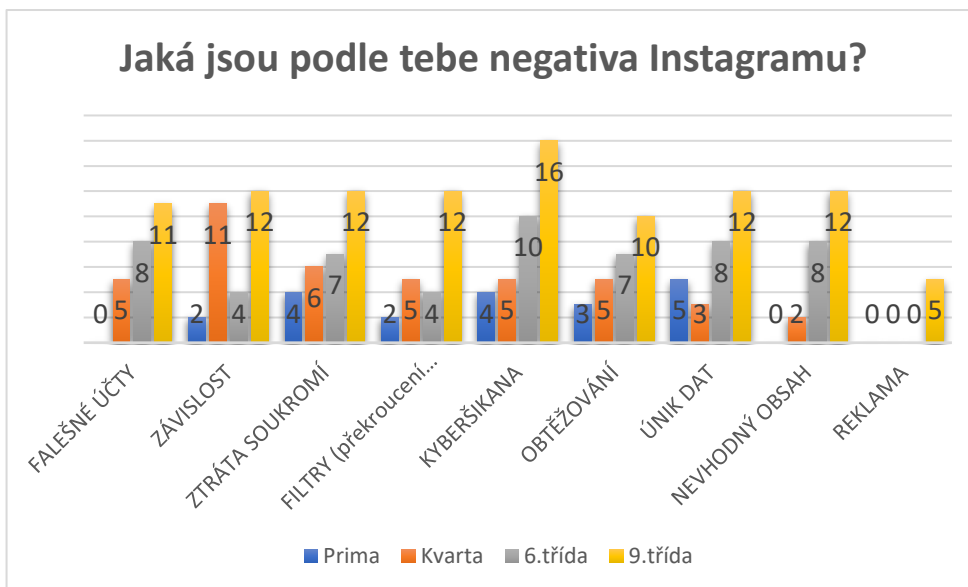
Jak vyplývá z grafů, žáci často uváděli závislost. Několikrát se objevila odpověď, ve které žák/žákyně sám(a) kritizuje své vlastní trávení na této síti a uvádějí své plány – od Instagramu si na nějakou dobu odpočinout.

„Lidé jsou na Instagramu zbytečně moc. To zabraňuje komunikaci, lidé méně čtou a nechodí ven. Sama jsem se zamyslela nad tím, co mi Instagram dává a bere. Na základě toho jsme se rozhodla, dát si alespoň na měsíc pauzu od všech sociálních sítí.“ – odpověď jedné z respondentek.

„Trávím na něm až moc času a rád bych se toho zbavil, protože mám strach, že se stanu závislým. Na léto si chci Instagram zrušit a dát si od sociálních sítí pauzu.“ – odpověď jednoho z respondentů.



Graf č. 73: Negativa Instagramu 1



Graf č. 74: Negativa Instagramu 2

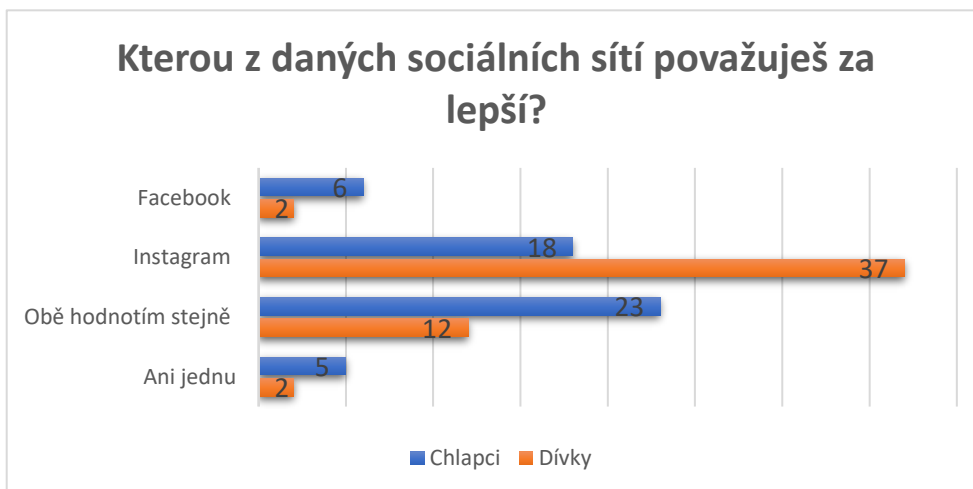
Otázka č. 39: „Kterou z daných sociálních sítí považuješ za lepší?“

Celkem 105 respondentů odpovídalo na dvě závěrečné otázky. Otázka zjišťovala, jakou sociální síť považují za lepší a jak je hodnotí. Více než polovina odpovídajících uvedla jako lepší Instagram. Tuto odpověď uvedlo 70 % z dotazovaných dívek. Chlapci nejčastěji uvedli, že obě sítě hodnotí stejně – jednalo se o 44 % odpovědí u chlapců. Facebook za lepší síť považuje jen 8 z dotázaných. Pro 7 respondentů jsou obě sociální sítě stejné ovšem z negativního pohledu – ani jedna není lepší, obě jsou ve své podstatě špatné.

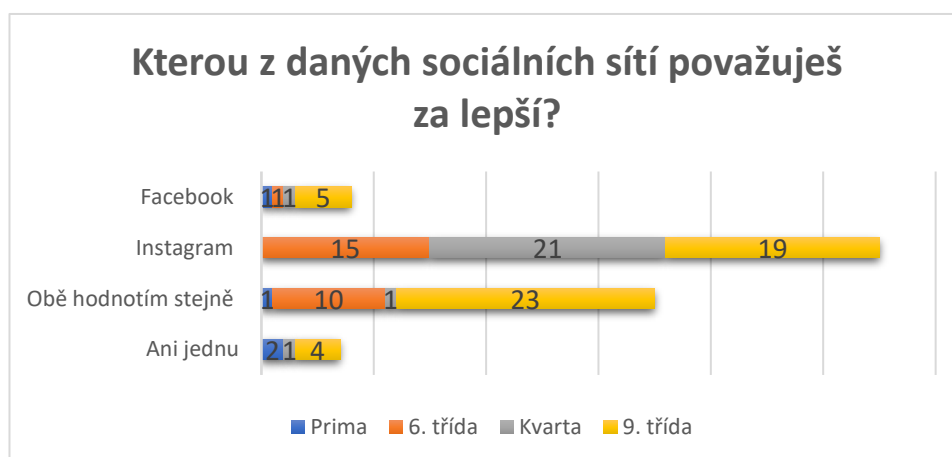
V tomto kontextu má pohlaví vliv na to, která ze sociálních sítí je hodnocena lépe. Dívky obecně lépe hodnotí Instagram – vzhledem k předešlým otázkám mají dívky i více sledujících a na Instagramu tráví více času než chlapci. Chlapci častěji nedělají mezi danými sítěmi rozdíl a hodnotí je stejně – tomu odpovídá i čas strávený na obou sítích, který je v průměru stejný u Facebooku i Instagramu.

Navštěvovaná škola může ovlivnit výběr lepší sociální sítě. U žáků základních škol sice vede Instagram, ovšem stejně často nedělají mezi sítěmi rozdíl a hodnotí je stejně. U gymnázia jasně vede Instagram. Čas, který ale žáci gymnázií na obou sítích tráví nemá vliv na volbu. Na daných sítích stráví denně podobnou dobu. Vliv na tuto volbu může mít ale opět pohlaví. U dívek a chlapců z gymnázia sice v obou případech opět vede Instagram, ovšem u žáčků gymnázia se jedná o jednoznačnou odpověď. U žáků (chlapců) gymnázia se u každé další

možnosti objevilo pár odpovědí. Názor chlapců z gymnázia na to, která síť je lepší, je tedy rozprostřen do celého spektra možností.



Graf č. 75: Facebook nebo Instagram 1



Graf č. 76: Facebook nebo Instagram 2

Otázka č. 40: Zdůvodnění předchozí otázky

Facebook

Respondenti zvolili Facebook jako lepší nejčastěji pro jeho přehlednost. Dále uváděli, že Facebook je lepší místem pro komunikaci. Několikrát se objevil i názor, že Facebook je dle nich rozšířenější.

Instagram

Instagram zvolili žáci jako lepší nejčastěji pro jeho základní funkci – sdílení fotografií. Dle většiny odpovídajících je Instagram více zajímavější. Facebook je podle těchto respondentů

již zastaralý a nikoho nezajímá. Zdůvodnění často korespondovala i s využitím (viz otázka č. 30), kdy žáci uváděli jako výhodu sledování osobností – na Instagramu je to jednodušší. Stejně jako u Facebooku se objevila přehlednost a jednoduchost.

Někteří žáci dále uvedli větší bezpečnost, nezobrazování reklam nebo samotný design.

„Instagram má v dnešní době více lidí. Sdílí tam fotky, píše komentáře, názory. Instagram má čím dál tím více funkcí, zatímco Facebook pomalu upadá.“ – odpověď jedné z respondentek.

Obě stejně

Jako zdůvodnění této odpovědi žáci uváděli podobnost obou sítí. Dále dle jejich názoru má Facebook i Instagram svou světlou i stinnou stránku, ale přesto obě platformy považují za velmi zdařilé.

„Jsou založené na stejném principu, pouze mají jiné funkce.“ – odpověď jedné z respondentek.

Ani jednu

U této odpovědi žáci zdůrazňovali nebezpečí, které na obou sítích číhá. Dále kyberšikanu a závislost.

„Sociální síť je zlo. Je to sociální podsvětí. Bylo by fajn vytvořit aplikaci ke komunikaci bez značného nebezpečí.“ – odpověď jednoho z respondentů.

7.2. Shrnutí a komparace

Hlavní výzkumná otázka práce se zaměřuje na využití a hodnocení sociálních sítí Facebook a Instagram z pohledu dětských uživatelů. Ve druhé kapitole byl shrnut cíl i výzkumné podotázky, na které výzkum hledal odpověď. V následující podkapitole budou výsledky shrnuty a porovnány s výsledky prací, které byly zmíněny v kapitole 5.

Dle výzkumu EU Kids 2018 tráví děti během běžného dne na internetu maximálně 3 hodiny. Tato odpověď koresponduje s výsledkem otázky č. 4 v mém dotazníku. Jak žáci základních škol, tak žáci gymnázia tráví na internetu nejčastěji 2-3 hodiny denně. Co se týče víkendu, je odpověď ve výzkumu EU Kids stejná, ovšem s nižší frekvencí zodpovězení. U dotazu na trávení času na internetu během víkendu, se ve výzkumu EU Kids často objevuje i časové rozpětí 4-6 hodin. Tento výsledek opět koresponduje s daty této bakalářské práce – nejčastější odpověď respondentů byla 3-5 hodin denně.

Nejčastějšími aktivitami, které děti na internetu vykonávají se ukázalo sledování videí, poslech hudby a využití sociálních sítí. Pohlaví žáků obecně ani navštěvovaná škola nemělo

příliš velký vliv na odpovědi. Tyto závěry korespondují s výsledky dotazníkového šetření v rámci výzkumu EU Kids.

Druhou část dotazníků tvořily otázky, které se zaměřily na využití jakékoliv sociální sítě. Z celkového počtu 202 respondentů jich profil na jakékoliv sociální síti vlastní 170 z odpovídajících. Z žáků 6. tříd a primy má účet na sociální síti přes 70 % dotázaných. Z žáků 9. tříd a kvarty vlastní účet na jakékoliv síti téměř všichni odpovídající. Získaná data jsou vyšší než data, která přinesl výzkum EU Kids z roku 2014. Ukazuje se tedy, že počet vlastníků účtů na sociálních sítích v obou kategoriích roste. Ti, kteří profil na sítích nemají, jako důvod nejčastěji uváděli nízký věk či nepotřebnost profil vlastnit. Daná skutečnost potvrzuje, že děti mají povědomí o existenci věkových hranic. Nicméně potvrzuje i to, že i přes povědomí o těchto hranicích, si žáci mladší 13 let profily zakládají, pravidlo zcela ignorují a věková hranice je tedy zcela bez efektu.

Jeden z bloků otázek se zaměřil na bezpečnost a soukromí na daných sociálních sítích. Do tohoto okruhu zahrnu i otázku, zda rodiče vědí, že jejich děti mají účty na sociálních sítích. Co se týče povědomí rodičů, touto otázkou se zabýval výzkum Analytického centra ČRDM. V rámci jejich výzkumu se prokázalo, že rodiče jsou, alespoň z pohledu dětí, informováni o vlastnictví účtů. Ve věkové skupině 10-12 let bylo informováno přes 90 % rodičů. U věkové kategorie 13-15 let byl podíl odpovědi ANO na podobné úrovni. Výsledky výzkumu korespondují s výsledky této práce. V rámci tohoto šetření byly dokonce ještě vyšší. Z celkového počtu 170 odpovídajících se záporná odpověď objevila pouze dvakrát. Otázkou zabezpečení účtu na Facebooku se ve svém výzkumu zabýval Kopecký (2015). Dle jeho výsledků téměř 40 % dětí nezná všechny své přátele na Facebooku a 86 % umí zabezpečit svůj účet. Dotazníkové šetření k této bakalářské práci přišlo s čísly pozitivnějšími. Všechny své přátele nezná méně než 30 % z dotázaných a z těchto dětí, s těmi co nezná, komunikuje polovina. Jak zabezpečit účet na Facebooku ví více než 90 % z dotázaných a většina z nich ho zabezpečený i má. Pokud ne, je to způsobeno pouze jejich rozhodnutím a nikoliv neznalostí.

Co se týče Instagramu, více než polovina z odpovídajících má svůj profil nastavený na soukromý. Povolení účet sledovat dávají nejčastěji žáci 9. tříd. V dnešní době je stále vnímán za bezpečnější než Facebook a možná i proto, má nastaveno soukromí tak málo lidí.

Se sociálními sítěmi se logicky pojí i technologická zařízení. V rámci dotazníku se tedy objevila otázka, která zjišťovala, skrze jaké zařízení se děti k sociálním sítím připojují nejčastěji. Stejná otázka se objevila i ve výzkumu EU Kids Online z roku 2018. Nejvíce využívanou technologií se stal mobilní telefon. Stejného výsledku se dobrala i analýza v rámci této práce. Téměř všichni respondenti zvolili tuto odpověď. S pokračujícím vývojem techniky

se začínají častěji využívat i tzv. chytré hodinky, které umožňují podobné aktivity jako mobilní telefon.

Podstatnou otázkou byl dotaz na konkrétní sociální síť. Výsledek ukázal vyšší popularitu **Instagramu** než Facebooku. U Facebooku se u pozdějších otázek často objevil názor, že je Facebook zastaralý a upadá. U výzkumu ČRDM se v součtu odpovědí ovšem jako využívanější ukázal Facebook.

Dotazník se nejprve zaměřil na sociální síť Facebook. Využitím sítě dětmi se podrobněji zabýval ve svém výzkumu Kopecký. V rámci výzkumu ČRDM se otázky na tuto síť objevily taktéž. V následujících odstavcích porovnám výsledky otázek věku, důvodů založení a následných aktivit.

První otázkou bloku v dotazníku byl věk, ve kterém si děti danou síť založily. Výsledky výzkumu ČRDM přinesly průměrný věk při zakládání profilů na různých sítích. Co se týká Facebooku, průměrný věk je 11,63. Zajímavé je, že ještě nižší průměr měla sociální síť Google+, která v současné době již neexistuje z důvodu nízkého počtu aktivních uživatelů. Výsledky mého výzkumu jsou téměř totožné – nejčastěji uváděným věkem je 12 let. Z žáků 6. tříd a primy, kteří jsou mladší než povolená hranice, vlastní účet na Facebooku více než 30 % z odpovídajících.

Otázky zaměřující se na důvody založení účtu a pozdější aktivity zde vykonávané se také objevily ve výzkumu Kopeckého. V jeho výzkumu se nejčastějším důvodem založení i aktivitou stala komunikace s přáteli a komentování příspěvků. V mém výzkumu byly tyto aktivity rozděleny na dvě samostatné odpovědi. Výsledky ale byly i přesto podobné. Nejčastější aktivitou i důvodem založení byla komunikace. Druhou nejčastější aktivitou bylo sledování, komentování a „lajkování“ příspěvků. Druhým nejčastějším důvodem se stalo udržení kontaktu se vzdálenými přáteli – tato odpověď byla druhou nejčastější i ve výzkumu Kopeckého. Škola vliv na facebookové aktivity nemá. Jediný výrazný rozdíl je u sdílení fotografií a videí, kdy žáci gymnázia tuto aktivitu téměř nevykonávají. Ani pohlaví v rámci navštěvované školy nemá příliš velký vliv. Dívky základních škol lajkují příspěvky více, ovšem využití jednotlivých aktivit se nemění. Co se týče gymnázia, počet jednotlivých odpovědí je nižší. Chlapci na gymnáziu vykonávají více aktivit a druhou nejčastější je získávání informací ze zpravodajství.

Druhou sociální sítí výzkumu byl Instagram. U Instagramu bylo nejčastějším věkem založení účtu 13 let. Tato odpověď koresponduje s výsledkem ČRMD, kde průměrný věk při založení účtu na Instagramu byl 13,01 let. U žáků primy a 6. tříd, kteří jsou ve věku nižším, než je věková hranice, se často objevil věk založení 11 let. Tento věk koresponduje s průměrným

věkem založení Facebooku. Dalo by se říct, že mladší děti zakládají síť během stejného roku. Jedním z důvodů může být i to, že Instagram jde s Facebookem propojit.

U Instagramu se nejčastějším důvodem založení stala možnost sledovat příspěvky přátel a známých osobností. Stejně odpovědi se poté nejčastěji objevily i při volbě aktivit. Stejně jako u Facebooku, i zde důvody korespondují s následnými aktivitami. V rámci důvodů založení se často objevila i popularnost sítě – tuto možnost zvolilo 14 % z odpovídajících. U Facebooku hrála jeho popularnost roli u 11 % respondentů. Rozdíly tedy nejsou příliš vysoké. Popularnost sítě není při zakládání profilů podstatná. Pořadí využití všech možností bylo zvoleno u základních škol i gymnázia stejně, škola tedy vliv na odpovědi nemá. U základních škol nemělo pohlaví respondentů vliv na odpovědi. U gymnázia se odpověď výrazněji lišila u komunikace – chlapci ji k ní využijí více než jejich spolužačky.

Čas, který odpovídající tráví na jednotlivých sítích, zkoumalo i ČRDM. Výzkum provedl shrnutí doby zde strávené v rámci týdne. U dětí ve věkové kategorii 10-12 let se u Facebooku nejčastěji objevilo to, že Facebook vůbec nevyužívají. Na druhém místě bylo méně než 7 hodin týdně. Pokud by se tento údaj rozdělil na jednotlivé dny, data by korespondovala s výsledkem mého výzkumu. Ten přinesl jako nejčastější odpověď dobu méně než 1 hodinu (v rámci školního týdne). U věkové kategorie 13-15 ve výzkum ČRDM volili respondenti nejčastěji dobu méně než 1 hodina. Tuto dobu zvolili nejčastěji respondenti této věkové kategorie i v rámci mého výzkumu. Na Instagram se děti ve věkové kategorii 10-12 let dle výsledku ČRDM připojují nejčastěji na méně než 7 hodin týdně. Značně ovšem převažuje to, že děti tuto sociální síť vůbec nenavštěvují. U věkové kategorie 13-15 let převažuje taktéž časový údaj méně než 7 hodin týdně. Při rozdělení časového údaje na jednotlivé dny, korespondují výsledky se závěry mého výzkumu. Jediným rozdílem je, že u žáků věkové kategorie 11-12 let je nevyužívání Instagramu každý den méně časté než alespoň hodina denně.

Další podstatnou věcí, která je základním kamenem sociálních sítí jsou lidé – na Facebooku přátelé, na Instagramu sledující a sledovaní. Na Facebooku má dle odpovědí nejvíce respondentů do 50 přátel. Počet přátel se ovšem liší dle studovaného ročníku. U žáků primy a 6. tříd převažuje již zmíněný počet do 50 přátel. U žáků kvarty se počet přátel navýšil do rozpětí 51-100. Žáci tříd 9. mají nejčastěji v přátelích 101-200 přátel. U Instagramu je počet sledujících a sledovaných podobný počtu přátel na Facebooku. Jak již bylo zmíněno výše, Instagram je často považován za bezpečnější, a proto uživatelé častěji povolují sledování nebo sami sledují více osob. Proto jsou hodnoty sice vyšší, ale ne příliš. Počet sledujících je ve většině případech do 100 osob případně do osob 200. U dívek je počet sledujících vyšší než u chlapců.

Ani počty sledovaných se neliší. Opět je jejich počet nejčastěji na škále do 100 či 200 osob. U dívek je tento počet opět často vyšší než u chlapců.

Závěrečnými otázkami výzkumu bylo zjištění, kterou z obou sociálních sítí žáci hodnotí kladněji a proč. Na tuto otázku odpovídali pouze ti, kteří vlastní účet na obou sítích. Výsledek koresponduje s počty vlastníků profilů na jednotlivých sítích. Vzhledem k tomu, že účet na Instagramu vlastní více osob z dotázaných, kladněji hodnocenou sítí se stal právě Instagram, tuto odpověď zvolila více než polovina z dotázaných. Výsledek potvrzuje vzrůstající trend odchodu uživatelů z Facebooku na Instagram. Pro srovnání, Facebook považuje za tu lepší síť pouze 8 osob z celkového počtu 105. Často se ovšem objevil i názor, že obě sociální sítě jsou ve své podstatě stejné, a proto i jejich hodnocení od uživatelů je úplně stejné – ani jedna není lepší nebo horší.

Obecně vzato, Instagram je z pohledů žáků 6. tříd, primy, 9. tříd a kvarty hodnocen jako lepší sociální síť. Dle odpovídajících má však Facebook i Instagram své klady a zápory, a proto se v hodnocení často objevují na stejné úrovni.

Dle výsledků výzkumu se typickým uživatelem Facebooku ze základní školy stává žák, který se k sociálním sítím připojuje skrze mobilní telefon, nejčastěji v prostředí domova. V škole se k sociálním sítím nepřipojuje vůbec. Ve volném čase se může k sociálním sítím připojit kdykoliv chce. Účet vlastní na Facebooku i na Instagramu. Profil na Facebooku si založil ve věku 12 let a založil si ho z důvodu komunikace s přáteli. Komunikace je i nejčastější aktivitou, kterou na Facebooku vykonává. Během školního týdne i víkendu tráví na Facebooku méně než jednu hodinu. Počet přátel se pohybuje v rozmezí od 101 do 150 osob a všechny tyto osoby zná. Zároveň ví, jak svůj účet zabezpečit a také ho zabezpečují. Typický uživatel Facebooku z víceletého gymnázia se od toho ze základní školy příliš neliší. Rozdíl je u připojení ve škole – nejčastěji se připojuje během přestávky. Profil na Facebooku si založil ve 13 let. Počet přátel se pohybuje v rozmezí do 100 osob. Ostatní aspekty jsou stejné, jako u uživatele základní školy.

Typický uživatel Instagramu ze základní školy si profil založil ve věku 13 let. Hlavním důvodem bylo sledování příspěvků přátel, což je i nejčastější aktivitou. Během školního týdne zde denně tráví méně než hodinu, během víkendu hodiny dvě. Počet sledujících i sledovaných se pohybuje v rozmezí od 101 do 200 osob. Účet na Instagramu má nastavený na soukromý a povolení sledovat účet cizím osobám nedává. Instagram hodnotí jako lepší než Facebook. Typický uživatel z gymnázia se příliš neliší. Mezi rozdíly patří to, že během víkendu zde tráví kolem 3 hodin. Počet sledujících se pohybuje v rozmezí do 100 osob. Počet sledovaných je v rozmezí od 101 do 200 osob. Ostatní aspekty jsou opět stejné jako u uživatele základní školy.

8. Závěr

Realizací kvantitativního výzkumu skrze dotazníkové šetření u žáků 6. a 9. tříd a odpovídajících ročníků víceletých gymnázií se došlo k poznatkům, které korespondují s výsledky již provedených výzkumů.

Zásadním se na začátku stalo vymezení hlavní výzkumné otázky a dalších podotázek. Jednalo se o otázky z oblasti aktivit na sociálních sítích, množství času, technologických zařízení či bezpečnosti. V neposlední řadě šlo o to, jak žáci Facebook a Instagram hodnotí.

Při tvorbě teoretického základu se nejprve kladl důraz na definici základních a rozšiřujících pojmů, které souvisí se sociálními sítěmi a dětmi jako uživateli. Další podstatnou oblastí teoretického základu byly již provedené výzkumy a jejich výsledky. Jak již bylo zmíněno výše, bylo nutné nahlédnout do oblastí psychologie a vývoje dítěte. Zvolené věkové kategorie jsou citlivější a více náchylnější k okolním vlivům při vytváření vlastní osobnosti.

Doposud realizované výzkumy se nejčastěji u dětí zabývaly využitím internetu obecně nebo se podrobněji zaměřily pouze na Facebook např. výzkum Kopeckého České děti a Facebook z roku 2015.

Z výzkumu bakalářské práce vyplynulo, že žáci obecně více využívají sociální síť Instagram a také ji i lépe hodnotí. Aktivity, které žáci nejčastěji vykonávají na internetu jsou sledování filmů a videí nebo právě využití sociálních sítí. Důvodem pro založení obou sociálních sítí je nejčastěji možnost komunikace s přáteli. Profil na sociální síti vlastní více než 70 % žáků 6. tříd a primy. U žáků 9. tříd a kvarty se jedná o téměř 100 %. Téměř všichni rodiče těchto dětí ví, že jejich potomek vlastní profil na nějaké sociální síti. Doba strávená na Facebooku i Instagramu se různí, ovšem nejčastěji se jedná o dobu do maximálně tří hodin denně. Nejčastější aktivitou vykonávanou na Facebooku je komunikace s přáteli či prohlížení si obsahu zde sdílených. Na Instagramu se žáci nejčastěji věnují sledování příspěvků přátel nebo slavných osobností. Co se týče technologických zařízení, skrze která se k sociálním sítím připojují, nejčastěji využívaným přístrojem se dle očekávání stal mobilní telefon.

Jedním ze zkoumaných aspektů byly i odlišnosti v odpovědích mezi žáky základních škol a víceletých gymnázií. Výzkum dle očekávání nepřinesl žádné výrazné výkyvy. Využití sociálních sítí a uživatelství se tedy podle typu navštěvované školy výrazně neliší.

Konkrétní využití jednotlivých sociálních sítí přinesly otázky v rámci jednotlivých bloků dotazníku, které se týkaly každé sociální sítě zvlášť. Co se týče hodnocení, u Facebooku pozitivně žáci hodnotili možnost zdarma komunikovat s přáteli a získávání informací, které se zde objevují. Největším negativem je kyberšikana, která skrze tuto sociální síť často probíhá.

Zajímavostí je, že možnost šikany se stává jedním z důvodů, proč si žáci profil na sociální síti nezakládají. Hodnocení Instagramu se od hodnocení Facebooku příliš neliší. Opět se hlavním problémem jeví kyberšikana. Dalšími problémy jsou ale i závislost, ztráta soukromí a únik dat.

V porovnání toho, která z daných sociálních sítí je lepší, zvolili žáci jako vítěze sociální síť Instagram. Děti dnes Facebook často považují za zastaralý, nepřehledný a nudný. Naopak u Instagramu si chválí jeho pestrost příspěvků, zajímavost a jednoduchost ovládaní. I přesto, že se tou lepší sociální sítí stal Instagram, podstatná je ale i odpověď, která ani jednu nevyzdvihuje, a naopak obě kritizuje. V dnešní době narůstající nenávisti, která se skrze sociální sítě šíří, je určitě dobře, že si žáci tuto krutost a zároveň číhající nebezpečí uvědomují a odsuzují je.

Dané téma je stále aktuální. Den ode dne rostou uživatelské základny sociálních sítí. Nejčastějšími uživateli jsou právě děti a mladiství. Proto se nabízí možnosti pro další studie, například výzkum sociálních sítí z pohledu vyučujících a rodičů dětí konkrétních věkových kategorií. Tento výzkum by se ale spíše zaměřil na otázku bezpečnosti a informovanosti o nástrahách internetu a sociálních sítí.

9. Literatura a zdroje

Knihy:

- BOYD, D.: It's complicated: the social lives of networked teens. New Haven: Yale University Press, 2014. ISBN 978-0-300-16631-6
- BRUMLA, M.: „Zdroje mimořádného zkreslení odpovědí na otázky dotazníku a cesta k jeho neutralizaci.“ Sociologický časopis, č. 5, 1973. s. 520-532.
- DĚDIČEK, D.: 333 tipů a triků pro Facebook. Brno: ComputerPress, 2010. ISBN 97880-251-2963-0
- DĚDIČEK, D.: Facebook: jednoduše. Brno: ComputerPress, 2010. ISBN 978-80-2513196-1
- GOFFMAN, E.: Všichni hrajeme divadlo: sebe prezentace v každodenním životě. Vyd. 1. Praha: Nakladatelství Studia Ypsilon, 1999. ISBN 80-9024-824-1
- HENDL, J.: Kvalitativní výzkum. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7367-040-2
- HENDL, J.: Kvalitativní výzkum: Základní teorie, metody a aplikace, 1. vyd. Praha: Portál, 2016. ISBN 978-80-262-0982-9
- CHRÁSKA, M.: Metody pedagogického výzkumu. Praha: Grada Publishing, a.s. 2007. ISBN 978-80-247-1369-4
- KIRKPATRICK, D.: Pod vlivem Facebooku: příběh z nitra společnosti, která spojuje svět. Překlad Helena Danihelková, Jiří Huf, Ondřej Doseděl. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3573-0
- KOLEKTIV AUTORŮ: Čtěte, pokud chcete dobýt Instagram. Zoner Press, 2017. ISBN 978-80-7413-368-8
- LINHART, J., PETRUSEK, M., VODÁKOVÁ, A., MAŘÍKOVÁ, H.: Velký sociologický slovník. Praha: Karolinum, 1996. ISBN 80-7184-310-5
- LIVINGSTONE, S.: Children and the Internet. Cambridge: Polity Press. 2009.
- MEZRICH, B.: Miliardáři z Facebooku. Příběh zakladatelů společnosti plný sexu peněz, geniality a zrady. ComputerPress, a.s. 2010. ISBN 978-80-251-2823-7
- PAVLÍČEK, A.: Nová média a sociální sítě. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2010. ISBN 978-80-245-1742-1
- PETRUSEK, M.: Teorie a metoda v moderní sociologii. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1993. ISBN 80-7066-799-0

- SEDLÁKOVÁ, R.: Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3568-9
- STAŠOVÁ, L., SLANINOVÁ, G., JUNOVÁ, I.: Nová generace: vybrané aspekty socializace a výchovy současných dětí a mládeže v kontextu medializované společnosti. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. Recenzované monografie. ISBN 978-80-7435-567-7
- VÁGNEROVÁ, M.: Vývojová psychologie I. Praha: Karolinum, 2008. ISBN 978-80-246-0956-0
- VÁGNEROVÁ, M.: Vývojová psychologie: dětství, dospělost, stáří. Praha: Portál, 2000. ISBN 80-7178-308-0.

Online zdroje:

- About Us. Instagram. 2018 [cit. 2018-12-04]. Dostupné z: <https://instagram.com/about/us/>
- BEDROŠOVÁ, M., HLAVOVÁ, R., MACHÁČKOVÁ, H., DĚDKOVÁ, L., ŠMAHEL, D.: EU Kids Online v České republice. České děti a dopívající na internetu. Masarykova Univerzita, Brno, 2018. [cit. 14. 12. 2018]. Dostupné z: https://irtis.muni.cz/media/3115505/eu_kids_online_report.pdf
- BOYD, D., ELLISON, N.: Journal of Computer-Mediated Communication, Volume 13, Issue 1, 1 October 2007, Pages 210–230, [cit. 14. 12. 2018]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- BOYD, D.: Why Youth heart social networks. The role of networked publics in teenage social life. The MIT Press, Cambridge. 2008. Dostupné z: http://papers.ssrn.com/sol3/Papers.cfm?abstract_id=1518924
- Company Info. Newsroom. © 2018 [cit. 2018-12-01]. Dostupné z: <http://newsroom.fb.com/company-info/>
- ČESKÁ RADA DĚTÍ A MLÁDEŽE: Děti a sociální síť. 2018. [cit. 14. 12. 2018]. Dostupné z: <http://crdm.cz/download/publikace/CRDM-Zprava-Deti-a-socialni-site.pdf>
- ENLI, G. S., THUMIM N.: Socializing and SelfRepresentation Online: Exploring Facebook. Observatorio (OBS*) 2012. [cit. 14. 12. 2018]. Dostupné z: <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/489/487>
- Facebook má v Česku 5,1 milionu uživatelů. Media Guru. 2018. [cit. 2018-12-01]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2018/09/facebook-ma-v-cesku-5-1-milionu-uzivatelu/>

- International Association for Evaluation of Educational Achievement, Mezinárodní asociace pro hodnocení výsledků vzdělávání. [cit. 14. 12. 2018]. Dostupné z: <http://www.iea.nl/>
- KOPECKÝ, K.: České děti a Facebook. (Online). Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015. [cit. 2018-11-01]. Dostupné z: <http://www.e-bezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/vyzkumne-zpravy/76-ceske-deti-a-facebook-2015/file>
- KOPECKÝ, K.: Rizikové formy chování českých a slovenských dětí v prostředí internetu. (Online). Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015. [cit. 2018-11-01]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/odborne-studie/75-rizikove-chovani-ceskych-a-slovenskych-deti-v-prostredi-internetu-2015-monografie/file>
- LANDSVERK, K.: The instagram handbook. 2014. [cit. 10. 12. 2018]. Dostupné z: <https://books.google.cz/books?id=op7IAwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=c#v=onepage&q&f=false>
- LEARY, M. R., KOWALSKI, R. M.: Impression Management: A Literature Review and Two-Component Model. Psychological Bulletin. (1990). [cit. 14. 12. 2018]. Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.1037//0033-2909.107.1.34>
- LIVINGSTONE, S.: Výzkumná zpráva EU Kids Online 2014. [cit. 10. 12. 2018]. Dostupné z: <https://lisedesignunit.com/EUKidsOnline/html5/index.html?page=1&noflash#>
- NADKARNI, A., HOFMANN, S. G.: Why do people use Facebook? Personality and Individual Differences. (2012). [cit. 14. 12. 2018]. Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.1016/j.paid.2011.11.007>
- Nejnovější čísla pro Facebook a Instagram v ČR. LCG New Media. 2018. [cit. 10. 12. 2018]. Dstupné z: <http://www.lcgnewmedia.cz/nejnovejsi-cisla-pro-facebook-a-instagram-v-cr/>
- Organisation for Economic Co-operation and Development, Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj. [cit. 14. 12. 2018]. Dostupné z: <http://www.oecd.org/>
- Our story. Instagram-press. [cit. 2018-12-01]. Dostupné z: <https://instagram-press.com/our-story/>
- Podmínky. Facebook. 19. 4. 2018 [cit. 2018-12-01]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/legal/terms>
- Programme for International Student Assessment. [cit. 14. 12. 2018]. Dostupné z: <http://www.oecd.org/pisa/>
- SKUES, J.L., WILLIAMS, B., WISE, L.: (2012) The Effects of Personality Traits, Self-Esteem, Loneliness, and Narcissism on Facebook Use among University Students. Computers in Human Behavior, 28, 2414-2419. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563212002129?via%3Dihub>

- The most used Hashtags on Instagram. Metricool. [cit. 14. 12. 2018]. Dostupné z: <https://metricool.com/hashtags-on-instagram/>
- Top 10 nejsledovanějších účtů na Instagramu. Czech Street. 2018. [cit. 14. 12. 2018]. Dostupné z: <https://czechstreet.cz/2017/11/21/top-10-nejsledovanejsich-uctu-na-instagramu/>
- TOSUN, P.: Motives for Facebook use and expressing “true self” on the Internet. Computers in Human Behavior. (2012). [cit. 10. 12. 2018]. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/234056501_Motives_for_Facebook_use_and_expressing_\"true_self_\"_on_the_Internet/download](https://www.researchgate.net/publication/234056501_Motives_for_Facebook_use_and_expressing_\)
- Trends in International Mathematics and Science Study (<http://timss.bc.edu/>)
- Zásady komunity. Facebook. © 2018 [cit. 2018-12-01]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/communitystandards/>

10. Seznam příloh, grafů a tabulek

10.1. Přílohy

- **Příloha č. 1: Dotazník**

Vážená žákyně, vážený žáku, jmenuji se Alena Dolníčková a jsem studentkou posledního ročníku oboru Žurnalistika na Filozofické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci. Tímto bych Vás chtěla požádat o vyplnění dotazníku k mé bakalářské práci. Dotazník je zcela anonymní a jeho odpovědi budou zahrnuty do výzkumu mé bakalářské práce. Tématem práce je: „Sociální síť Facebook a Instagram z pohledu dětských uživatelů“. Data získaná pomocí tohoto dotazníku budou sloužit jako podklad pro praktickou část práce a nebudou nikomu dalšímu sdělovány.

V dotazníku jsou otevřené i uzavřené otázky.

Děkuji za vyplnění.

Alena Dolníčková

1. Pohlaví
 - a) Dívka
 - b) Chlapec
2. Třída
 - a) 6. třída
 - b) Prima
 - c) 9. třída
 - d) Kvarta
3. Využívám internet?
 - a) ANO
 - b) NE
4. Pokud používám internet, kolik na něm trávím denně času během školního týdne (bez sociálních sítí):
 - a) Max. 1 hodinu denně
 - b) 1-2 hodiny denně
 - c) 2-3 hodiny denně
 - d) 3-5 hodin denně
 - e) Více jak 5 hodin denně
 - f) Nenavštěvuji internet každý den
5. Pokud používám internet, kolik na něm trávím denně času během volného víkendu (bez sociálních sítí):
 - a) 1-2 hodiny
 - b) 3-5 hodin
 - c) 5-10 hodin
 - d) Více jak 10 hodin

/ve vyplňování dále nepokračuj/

6. Internet používám k (více možných odpovědí):
- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| a) Studiu | e) Čtení zpravodajství |
| b) Hraní her | f) Sledování videí a filmů |
| c) Využití sociálních sítí | g) Jiné: _____ |
| d) Poslech hudby | |
7. Mám profil na nějaké sociální síti?
- | | |
|--------|---|
| a) ANO | /pokud jsi odpověděl(a) ANO, pokračuj otázkou č. 9/ |
| b) NE | /pokud jsi odpověděl(a) NE, pokračuj otázkou č. 8/ |
8. Z jakého důvodu jsem si profil na sociální síti nezaložil/a? _____

Dále odpovídejte jen v případě, že máte účet na nějaké sociální síti.

9. Ví rodiče, že mám účet na sociální síti?
- | | |
|--------|--|
| a) ANO | |
| b) NE | |
10. Skrze jaká technologická zařízení (počítač, mobilní telefon, ...) se k sociálním sítím připojuji? (více možných odpovědí)
- | | |
|--------------------|--|
| a) Stolní počítač | |
| b) Notebook | |
| c) Mobilní telefon | |
| d) Tablet | |
| e) Jiné: _____ | |
11. Kde se k sociálním sítím nejčastěji připojuji? _____
12. Kdy se k sociálním sítím připojuji ve škole? (více možných odpovědí)
- | | |
|--------------------------------------|--|
| a) O přestávce | |
| b) Během vyučování | e) Ve škole se k sociálním sítím nepřipojuji |
| c) Během oběda | f) Jiné: _____ |
| d) Jsem online stále (neodpojuji se) | |
13. Kdy se k sociálním sítím připojuji doma (ve volném čase)?
- | | |
|---|--|
| a) Ve volném čase kdykoliv chci | |
| b) Ve volném čase mám přesně stanovený čas, kdy můžu na internet (sociální síť) | |
| c) Když mám hotové všechny úkoly a povinnosti | |
| d) Jsem online stále (neodpojuji se) | |
| e) Jiné: _____ | |
14. Kterou z uvedených sociálních sítí využívám?
- | | |
|------------------------------------|-----------------------------------|
| a) Facebook (nemyslí se Messenger) | /pokračuj otázkou č. 15/ |
| b) Instagram | /pokračuj otázkou č. 28/ |
| c) Obě | /pokračuj otázkou č. 15/ |
| d) Jiná | /ve vyplňování nepokračuj/ |

FACEBOOK

Dále odpovídejte jen v případě, že máte účet na sociální síti Facebook

15. V kolika letech jsem si sociální síť Facebook založil/a? _____
16. Z jakého důvodu jsem si sociální síť Facebook založil/a? (více možných odpovědí)
- a) Abych mohl/a komunikovat s přáteli
 - b) Abych udržel/a kontakt se vzdálenými přáteli
 - c) Doporučil mi ji kamarád/sourozenec
 - d) Měl ji kamarád/sourozenec
 - e) Vlastní sebe prezentace
 - f) Populárnost sítě (mají ji všichni okolo)
 - g) Jiné (jaké?): _____
17. Jaké aktivity na sociální síti Facebook nejčastěji vykonávám? (více možných odpovědí)
- a) Komunikuji (chatuji) s přáteli
 - b) Seznamuji se s novými lidmi
 - c) Sdílím fotky a videa
 - d) Prohlížím si obsahy (fotky, videa, příspěvky apod.)
 - e) Komentuji, „lajkuji“ příspěvky
 - f) Získávám informace (např. aktuální dění ze zpravodajství)
 - g) Získávám informace (aktuální dění ve škole)
 - h) Hraji hry
 - i) Jiné (jaké?): _____
18. Kolik času **denně během pracovních (školních) dnů** trávím aktivně na sociální síti Facebook?
- a) Méně než 1 hodinu
 - b) 2 hodiny
 - c) 3 hodiny
 - d) 4 hodiny a více
 - e) Nenavštěvuji Facebook každý den
19. Kolik času **denně během víkendu (prázdnin, nemoci)** trávím aktivně na sociální síti Facebook?
- a) Méně než 1 hodinu
 - b) 2 hodiny
 - c) 3 hodiny
 - d) 4 hodiny a více
 - e) O víkendu (prázdninách, při nemoci) Facebook nenavštěvuji každý den
20. Kolik přátel mám na Facebooku (přibližně)? _____
21. Znáám všechny své přátele na Facebooku?
- a) ANO
 - b) NE

22. Přidávám si do přátel i osoby, které neznám?
 a) ANO /pokud jsi odpověděl(a) ANO, pokračuj otázkou č. 23/
 b) NE /pokud jsi odpověděl(a) NE, pokračuj otázkou č. 24/
23. Komunikuji na Facebooku (chat, zprávy) s lidmi, které neznám?
 a) ANO
 b) NE
24. Vím, jak zabezpečit svůj účet na Facebooku a nastavit soukromí?
 a) ANO
 b) NE
25. Mám zabezpečený účet na Facebooku? (nastavení soukromí, viditelnost příspěvků apod.)
 a) ANO
 b) NE

26. K čemu je pro mě osobně dobrý Facebook?

.....

27. Jaká negativa (zápory) má podle mého názoru Facebook?

.....

INSTAGRAM

Dále odpovídejte jen v případě, že máte účet na sociální síti Instagram.

28. V kolika letech jsem si sociální síť Instagram založil/a? _____

29. Z jakého důvodu jsem si sociální síť Instagram založil/a? (více možných odpovědí)

- | | |
|---|--|
| a) Doporučil mi ji kamarád/sourozenec | f) Abych mohl/a sledovat příspěvky osobností |
| b) Měl ji kamarád/sourozenec | g) Abych mohl/a sdílet své fotky a videa |
| c) Vlastní sebe prezentace | h) Jiné (jaké?): _____ |
| d) Populárnost sítě | |
| e) Abych mohl/a sledovat příspěvky přátel | |

**Dále odpovídejte jen v případě, že máte účet na obou sociálních sítích
(Facebook i Instagram)**

39. Kterou z daných sociálních sítí (Facebook, Instagram) považují za lepší?

- a) Facebook
- b) Instagram
- c) Obě hodnotím stejně
- d) Ani jednu

40. Zdůvodni odpověď na předchozí otázku (č. 39):

.....

.....

.....

.....

.....

10.2. Seznam tabulek grafů a obrázků

Tabulka č. 1: Přehled některých zahraničních sociálních sítí a jejich charakteristika

Tabulka č. 2: Rozdíly výzkumů kvalitativních a kvantitativních

Tabulka č. 3: Věk při založení Facebooku

Tabulka č. 4: Věk – Instagram

Graf č. 1: Uživatelé Facebooku ve věku 10-17 let

Graf č. 2: Zařízení, kterými se děti připojují na internet

Graf č. 3: Průměrný věk při zřizování profilů na sociálních sítích

Graf č. 4: Pohlaví žáků

Graf č. 5: Třída

Graf č. 6: Využití internetu

Graf č. 7 + Graf č. 8: Čas strávený na internetu (týden) 1 + 2

Graf č. 9 + Graf č. 10: Čas strávený na internetu (víkend) 1 + 2

Graf č. 11 + Graf č. 12: Využití internetu 1 + 2

Graf č. 13 + Graf č. 14 + Graf č. 15 + Graf č. 16: Profil na sociální síti 1 + 2

Graf č. 17 + Graf č. 18: Rodiče a sociální sítě 1 + 2

Graf č. 19 + Graf č. 20: Technologická zařízení 1 + 2
Graf č. 21 + Graf č. 22: Místo připojení 1 + 2
Graf č. 23 + Graf č. 24: Připojení ve škole 1 + 2
Graf č. 25 + Graf č. 26: Připojení ve volném čase 1 + 2
Graf č. 27 + Graf č. 28: Profil na sociální síti 1 + 2
Graf č. 29: Věk při založení Facebooku
Graf č. 30 + Graf č. 31: Důvody založení Facebooku 1 + 2
Graf č. 32 + Graf č. 33: Aktivity na Facebooku 1 + 2
Graf č. 34 + Graf č. 35: Čas na Facebooku – školní týden 1 + 2
Graf č. 36 + Graf č. 37: Čas na Facebooku – víkend 1 + 2
Graf č. 38 + Graf č. 39: Počet přátel na Facebooku 1 + 2
Graf č. 40 + Graf č. 41: Znalost přátel na Facebooku 1 + 2
Graf č. 42 + Graf č. 43: Přidávání do přátel 1 + 2
Graf č. 44 + Graf č. 45: Komunikace s cizími 1 + 2
Graf č. 46 + Graf č. 47 + Graf č. 48 + Graf č. 49: Zabezpečení Facebook 1 + 2 + 3 + 4
Graf č. 50 + Graf č. 51: Pozitiva Facebooku 1 + 2
Graf č. 52 + Graf č. 53: Negativa Facebooku 1 + 2
Graf č. 54: Věk – Instagram
Graf č. 55 + Graf č. 56: Důvody založení Instagramu 1 + 2
Graf č. 57 + Graf č. 58: Aktivity na Instagramu 1 + 2
Graf č. 59 + Graf č. 60: Čas na Instagramu během školního týdne 1 + 2
Graf č. 61 + Graf č. 62: Čas na Instagramu víkend 1 + 2
Graf č. 63 + Graf č. 64: Počet sledujících 1 + 2
Graf č. 65 + Graf č. 66: Počet sledovaných 1 + 2
Graf č. 67 + Graf č. 68: Soukromí na Instagramu 1 + 2
Graf č. 69 + Graf č. 70: Povolení sledování 1 + 2
Graf č. 71 + Graf č. 72: Pozitiva Instagramu 1 + 2
Graf č. 73 + Graf č. 74: Negativa Instagramu 1 + 2
Graf č. 75 + Graf č. 76: Facebook nebo Instagram 1 + 2