

**UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA**

**MAGISTERSKÉ KOMBINOVANÉ STUDIUM**

2015–2017

**DIPLOMOVÁ PRÁCE**

**Miroslava Cášková**

**Vlivy sociálních sítí na děti v období dospívání**

Praha 2017

Vedoucí diplomové práce:

ThDr. et PhDr. Radek Mezuláník Ph.D.

**JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE**

MASTER COMBINED STUDIES

2015-2017

**DIPLOMA THESIS**

**Miroslava Cášková**

**The effects of social networks on children in adolescence**

Prague 2017

Diploma Thesis Work Supervisor:

ThDr. et PhDr. Radek Mezuláník Ph.D.

### **Prohlášení**

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

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne: 14. 2. 2017

Miroslava Cášková

## **Poděkování**

Děkuji mému vedoucímu práce, ThDr. et PhDr. Radku Mezuláníkovi Ph.D. za jeho přívětivý přístup, přínosné a cenné rady při zpracování mé diplomové práce.

## **Anotace**

Diplomová práce se ve své teoretické části zabývá problematikou sociálních sítí a jejich vlivem na děti v období dospívání. Analyzuje relevantní zdroje a poznatky z teorie mediální komunikace a sociálních sítí, přičemž rozebírá jejich pozitivní a negativní vliv na děti. Dále popisuje vývoj dítěte do patnácti let a poukazuje, jak případná rizika eliminovat v rámci mediální výchovy. Praktická část je tvořena rozbory a výsledky kvantitativního výzkumu, který byl určen dětem ve věkové kategorii od dvanácti do patnácti let a dále osobními rozhovory. Cílem empirického šetření bylo zjistit, které sociální sítě dospívající děti nejvíce preferují, jaká pozitiva a negativa na sociálních sítích děti vnímají a zda se nestaly obětí kyberzločinu.

## **Klíčová slova**

Děti, Facebook, chat, internet, komunikace, kvantitativní průzkum, kyberšikana, médium, profil, sociální sítě, rozhovory.

## **Annotation**

This thesis in its theoretical part deals with social networks and their influence on children during adolescence. Analyzes relevant resources and knowledge of the theory of media communication and social networking, with analyzes their positive and negative effects on children. It also describes the development of a child under fifteen and shows how to eliminate potential risks in the context of media education. The practical part includes analysis and the results of quantitative research, which was designed for children in the age group from age twelve to fifteen and personal interviews. Empirical investigation was to determine which social networks most teenagers prefer the positives and negatives of social media and children perceive that they do not become a victim of cybercrime.

## **Keywords**

Communication, conversations, cyberbullying, Facebook, chat, children, internet, media, profile, quantitative survey, social network.

## OBSAH

<b>ÚVOD.....</b>	<b>9</b>
<b>TEORETICKÁ ČÁST.....</b>	<b>10</b>
<b>1 MEDIÁLNÍ KOMUNIKACE.....</b>	<b>10</b>
1.1 Úloha médií jako zprostředkovatelů mediální komunikace .....	15
1.2 Mediální realita a mediální obraz .....	18
<b>2 SOCIÁLNÍ SÍTĚ.....</b>	<b>24</b>
2.1 Sociální sítě jako komunity .....	25
2.2 Facebook .....	26
2.2.1 Chat .....	29
<b>3 PSYCHOLOGIE DÍTĚTE DO 15 LET.....</b>	<b>31</b>
3.1 Vývoj osobnosti dítěte v prvních deseti letech .....	32
3.1.1 Předškolní věk a mladší školní věk .....	33
3.2 Starší školní věk – období dospívání .....	35
3.2.1 Vývoj osobnosti v období dospívání.....	37
3.2.2 Chování a způsob jednání dospívajících v online prostředí.....	39
<b>4 POZITIVA A NEGATIVA SOCIÁLNÍCH SÍTÍ .....</b>	<b>42</b>
4.1 Pozitiva sociálních sítí .....	42
4.2 Negativa sociálních sítí .....	45
4.3 Kybergrooming .....	46
4.4 Kybersex a kyberstalking.....	48
4.5 Kyberšikana .....	50
<b>5 MEDIÁLNÍ VÝCHOVA A ELIMINACE .....</b>	<b>52</b>
5.1 Eliminace rizik v online prostředí.....	55
<b>PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>	<b>59</b>
<b>6 VYMEZENÍ VÝZKUMNÉHO CÍLE, OTÁZKY A HYPOTÉZY .....</b>	<b>59</b>
6.1 Vymezení výzkumného cíle.....	59
6.2 Výzkumná metodika .....	60
<b>7 VÝSLEDKY VÝZKUMU .....</b>	<b>62</b>

7.1	Dotazníkové šetření .....	62
7.2	Řízené rozhovory .....	69
7.3	Interpretace a diskuze výsledků .....	70
<b>ZÁVĚR .....</b>		<b>72</b>
<b>SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ .....</b>		<b>75</b>
<b>SEZNAM GRAFŮ .....</b>		<b>78</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>		<b>79</b>



## ÚVOD

Vlivy sociálních sítí na děti v období dospívání jsou tématem této diplomové práce, která ve své podstatě navazuje na práci bakalářskou, s názvem Vlivy médií a informačních technologií na děti. Cílem této diplomové práce je popsat pozitiva a negativa sociálních sítí, ve vztahu k dětem ve věku dvanáct až patnáct let. Pro naši práci využijeme relevantní poznatky z teorie mediální komunikace, sociálních sítí, vývojové psychologie a mediální výchovy.

Teoretická část je rozdělena do pěti kapitol, přičemž první je věnována mediální komunikaci. Mediální komunikace je podstatným rysem života moderní a postmoderní společnosti a zároveň se z ní stal předmět zájmu různých vědních disciplín, především sociologie. Kapitola druhá souvisí s prudkým rozvojem internetu a svým obsahem se zaměřuje na sociální sítě. Podrobněji rozebírá sociální skupiny a komunity a zvláštní pozornost je věnována nejrozšířenější sociální síti Facebook. Třetí kapitola se zabývá vývojovou psychologií dítěte od narození do patnácti let, která nejprve ve stručnosti charakterizuje vývoj osobnosti dítěte v prvních deseti letech jeho života a následně podrobněji rozebírá období staršího školního věku neboli dospívání. Čtvrtá kapitola popisuje pozitiva a negativa sociálních sítí, přičemž je v ní důraz kladen na psychické manipulace, realizované prostřednictvím informačních technologií. Poslední kapitola teoretické části se zabývá mediální výchovou a s ní spojené eliminace rizik. Dále uvádí konkrétní vymezení, která by měly děti dodržovat, než začnou komunikovat s on-line světem.

Praktickou část budou tvořit výsledky kvantitativního výzkumu, konkrétně dotazníků a osobních rozhovorů, které byly určeny dětem ve věku dvanáct až patnáct let. Pozitiva a negativa sociálních sítí či kyberzločin jsou v současnosti velmi diskutovaná témata, v důsledku čehož bylo téma práce zvoleno záměrně, především pro autorčin zájem o tuto problematiku a její studium mediální komunikace, neboť veškeré znalosti dosažené studiem médií jsou přínosné a velice cenné.

# TEORETICKÁ ČÁST

## 1 MEDIÁLNÍ KOMUNIKACE

Mediální komunikace je vědní obor stojící na průsečíku mediální teorie a komunikace. Jedná se o jednu z několika rovin sociální komunikace, přičemž tato rovina je charakteristická tím, že se veškeré komunikační aktivity odehrávají prostřednictvím médií nebo jejich pomocí. Mediální komunikace je tudíž často označována za komunikaci masovou.

Mediální komunikace vychází ze dvou hlavních pojmů:

- 1) komunikace,
- 2) médium.

Komunikaci chápeme jako specifický rys chování a současně přirozenou potřebu všech živočišných druhů; včetně člověka. Pro zachování existence jakéhokoliv lidského společenství, měla vždy rozhodující význam právě schopnost komunikovat, neboli efektivně předávat informace a symboly jak uvnitř vlastní skupiny, tak vůči jiným skupinám. Dnešní společnost svěřuje tento úkol ve stále větším rozsahu do rukou médií. Obecně lze konstatovat, že v teoretickém smyslu jde o všechno, co představuje fyzikální podmínky či obecné prostředí umožňující komunikaci. Zatímco v historii to mohly být například kouřové signály, v době moderní a postmoderní je to přenos informací elektromagnetickým vlněním – rozhlasem, internetem, televizí.<sup>1</sup>

Pojem médium může mít mnoho významů, avšak obecně znamená „*to, co existuje uprostřed a vzájemně spojuje dvě nebo více stran.*“<sup>2</sup> Od této teze se odvíjejí další, o něco složitější definice. Média či masmédia jsou ve svém významu chápána jako prostředky masové komunikace, přenášející v různých formách a za různými účely informace. Tento

---

<sup>1</sup>McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. vyd. Praha: Portál, 2009. s. 35–36. ISBN 80-7367-574-9.

<sup>2</sup>REIFOVÁ, I. *Slovník mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. s. 139. ISBN 80-7178-926-7.

proces zprostředkování nazýváme *mediace*. *Mediace* je považována za jednu z hlavních forem masových médií.<sup>3</sup>

Etymologicky pochází slovo médium z latiny, kde znamená činitele, který něco buď zajišťuje, nebo zprostředkovává. Pro naše potřeby je nutno přidršet se druhého z uvedených významů; a tedy chápat jako médium všechno, co někomu zprostředkovává nějaké sdělení. Poté je na místě hovořit o médiích komunikačních, která v tom nejužším slova smyslu chápeme jako prostředky či nástroje masové komunikace, mezi něž patří média tištěná (noviny, časopisy a jiné periodické publikace) a elektronická (rozhlas, film, televize, fax, internet, email, apod.).<sup>4</sup>

Jiráková a Köpplová<sup>5</sup> dělí komunikační média na dvě skupiny:

- primární,
- sekundární.

Takovéto rozlišení vylučuje nesprávnou představu, že komunikačními prostředky jsou pouze televize, tisk nebo internet, v důsledku čehož je přesnější. Zatímco primární komunikační média představují například kódy užívané při komunikaci, druhá skupina médií – sekundární – vykrytalizovala z potřeby přenosu informací, v co nejkratším čase, na co největší vzdálenost, co největšímu počtu lidí a přitom dokázat tyto informace kvalitně zaznamenávat. Sekundární komunikační média mohou být psaná, obrazová, digitální, apod.

Dále rozlišujeme média:

- 1) interpersonální - která přenášejí informace mezi konkrétními subjekty,
- 2) masová - která jsou synonymem pro veřejné sdělovací prostředky. Interpersonální média umožňují vzájemnou komunikaci, při níž se odehrává dialog. Oba dva

---

<sup>3</sup>JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. 2. vyd. Praha: Portál, 2007. s. 16. ISBN 978-80-7367-287-4.

<sup>4</sup>TAMTÉŽ, s. 42.

<sup>5</sup>TAMTÉŽ, s. 16.

subjekty, komunikující nejčastěji formou dopisů, emailů, chatování nebo telefonicky, mohou informace jak přijímat, tak odesílat. V případě masových médií stojí na jedné straně pouze vysílatel informace a na druhé straně příjemce tohoto sdělení. Počet oslovených příjemců, kteří jsou si navzájem cizí a tvoří masové publikum (tzv. masu), je vždy nesmírně vysoký. Klasickými masmédií se staly nejprve noviny, později rozhlas, televize a internet.<sup>6</sup>

Podstatným rysem života dnešní společnosti je však mediální komunikace. Někteří odborníci dokonce hovoří o změně ve způsobu zábavy, v chápání politiky, celého světa, kterým jsme obklopeni a o výrazné proměně ve způsobu trávení volného času. Média tvoří integrální součást našich životů; a kdyby náhle zmizela, došlo by k razantní změně lidského způsobu života, od každodenních rituálů až po chování jako takové. Média pomocí mediace zprostředkovávají některým příslušníkům společnosti i představu o tom, jak vypadá v této společnosti systém hodnot a jaké zde platí rozložení sil.<sup>7</sup>

Jiráková a Burton<sup>8</sup> se shodují v tvrzení, že mediální komunikace se od interpersonální odlišuje v několika hlavních aspektech:

- podatel sdělení nemá s příjemcem očividný kontakt a nezná jeho reakci;
- mediální komunikace je realizována specifickými technologiemi distribuce a výroby;
- mediovaná sdělení jsou po technické stránce uchovatelná a opakovatelná; mediální komunikace umí překonávat časoprostorovou bariéru;
- mediované produkty jsou nabízeny jako zboží a prodávány podle toho, jak dokáží zajistit potřeby trhu a přinést zisk.

V této souvislosti můžeme konstatovat, že chceme-li pochopit proces konstruování mediální reality a mediálního obrazu, je nejprve třeba vytvořit si určitou představu o fungování procesu mediální komunikace, která probíhá stejně jako kterýkoliv jiný komunikační akt a kterou lze rozdělit na dva základní modely, přičemž toto rozdělení

---

<sup>6</sup>VYBÍRAL, Z. *Psychologie lidské komunikace*. 1.vyd. Praha: Portál, 2000. s. 145. ISBN 80-717-8291-2.

<sup>7</sup>JIRÁK, J., KÖPPOVÁ, B. *Média a společnost*. 2.vyd. Praha: Portál, 2007. s. 17. ISBN 978-80-7367-287-4.

<sup>8</sup>BURTON, G., JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Praha 2001. s. 27. ISBN 80-85947-67-6.

neplatí pouze pro mediální komunikaci, jakožto speciální druh komunikace. V okamžiku, kdy nějaké médium působí na své okolí (publikum) tak, že je možno tuto sdělovací činnost označit jako komunikaci, probíhá proces mediální komunikace. Existují různé modely výkladu tohoto procesu, avšak nejčastěji se setkáváme s rozdělením na model přenosový a rituálový:

- 1) přenosový model komunikace - charakteristická práce s nejběžnější představou o komunikaci, jako o dopravě sdělení nebo významu, od zdroje k adresátovi. Pokud je určité sdělení předáno v co nejpřesnější podobě, jedná se o efektivní komunikaci. Odtud plyne jednoduchý resultát, že by příjemce měl teoreticky pochopit totéž, co měl zdroj na mysli. Dochází zde ke sdělení směrem od zdroje (iniciátora) k adresátovi, schopnému reagovat jedině pomocí zpětné vazby. V dalším vývoji bývá teorie přenosového modelu komunikace rozšířena o prvek šumu. Ten různým způsobem komplikuje proces přenosu sdělení.<sup>9</sup>

Jiráček a Köpplová<sup>10</sup> poukazují rovněž na nedostatek, který tkví ve skutečnosti, že při přenosovém typu mediální komunikace dochází k přehlížení bezprostředního kontextu komunikace, jakož i celkové společenské a kulturní situace; zejména je však odsouván do pozadí aktivní podíl účastníků komunikace. V padesátých letech 20. století byl tento model doplněn právě prvkem zkušenosti zdroje i příjemce a principem interaktivity. Byl to výraz nastupujícího zájmu o ritualizované nakládání se sdělením.

- 2) rituálový model komunikace - zdůrazňuje všechny faktory, které přenosový model opomíjí. Bere tudíž na zřetel, že účastníci komunikace představují součást nějakého společenského systému, v jehož rámci vytvářejí vztahy. Pracuje se zde nejen s kategoriemi, ale také s interaktivitou a subjektivitou komunikačních partnerů. Východiskem rituálového modelu je definice kultury jako prostředí, dávajícího lidem určitý návod, jak posuzovat význam jejich vlastních zkušeností. Komunikace je poté chápána jako proces přisuzování významů sdělením, která jsou komunikována. Lidé jako příslušníci dané kultury vytvářejí sdílený prostor

---

<sup>9</sup>BURTON, G., JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Praha 2001. s. 29. ISBN 80-85947-67-6.

<sup>10</sup>JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. 2. vyd. Praha: Portál, 2007. s. 49. ISBN 978-80-7367-287-4.

různých významů, v němž se sami pohybují. Z komunikace se v tomto prostoru stává, alespoň podle Jiráka a Köpplové, „rituál, v jehož rámci se účastníci komunikace vztahují ke sdílenému kontextu a do něj zařazují nabízené či vyhledané sdělení. Mediální komunikaci lze z tohoto pohledu vnímat jako kulturně podmíněné prostředí, ve kterém jsou k dispozici sdělení nesoucí sdílené významy.“<sup>11</sup>

Obraz vnějšího světa, který je zobrazován producenty mediálních sdělení, nazýváme mediální realitou. Je to obraz vznikající zprostředkováním určitých prvků skutečnosti, jež stojí mimo média. Mediální reprezentace je pak způsobem uchopování reality, prostřednictvím znakového systému, přesněji řečeno kódu, kterým je zpravidla přirozený jazyk. Stěžejním významem v oblasti médií disponují dvě teorie reprezentace reality, definované mimo jiné Stuartem Hallem. Střet těchto dvou teorií je v pojetí reality v médiích naprosto zásadní.<sup>12</sup>

- 1) teorie reflexivní – předpokládá, že významy jsou neoddělitelnou součástí věcí samých. Každý znakový systém významy pouze odráží na principu zrcadla, ale nevytváří je. Kdybychom toto aplikovali na média, museli bychom použít pojem „mimésis“, tvořící integrální součást dané teorie. Média by poté byla schopná zobrazovat realitu mimeticky, tj. dokázala by ji napodobovat, případně imitovat nebo zrcadlit. Dá se říci, že média mají schopnost reprezentovat či zastupovat jistou událost.<sup>13</sup>
- 2) teorie konstruktivistická - dle ní věci samy o sobě žádné významy nenesou. Významy přiřazují věcem teprve lidé, skrze znakové systémy. Mediální sdělení se může jevit jakkoliv realistické, avšak přitom se jedná pouze o konstrukci vzniklou na základě rozhodnutí; co zaznamenat, z jakého úhlu pohledu, jak materiál zpracovat, apod. V tomto případě užíváme pojem reprezentace spíše ve

---

<sup>11</sup>JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. 2. vyd. Praha: Portál, 2007. s. 50. ISBN 978-80-7367-28-4.

<sup>12</sup>BURTON, G., JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Praha 2001. s. 21-22. ISBN 80-85947-67-6.

<sup>13</sup>KUNCZIK, M. *Základy masové komunikace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1995. s. 19. ISBN 80-7184-134-X.

smyslu re-prezentovat, to znamená něco prezentovat, popřípadě opakovaně zobrazovat.<sup>14</sup>

## 1.1 Úloha médií jako zprostředkovatelů mediální komunikace

Každé médium moderní doby je možno definovat z hlediska mediální komunikace. Pro rozhlas a televizi je dle McQuaila<sup>15</sup> typická distribuce od centra k periférii, přičemž obě média se vyznačují schopností přímého sledování; přenášení a zaznamenávání událostí přímo v době, kdy se odehrávají. Rozhlas je tzv. rychlým, horkým médiem, které bylo zpočátku považováno za formu telegrafie, kdežto televize neboli tzv. chladné televizní médium podporuje hloubkové struktury v umění i zábavě a vtaňuje publikum. Formou obrazových a zvukových informací umožňuje televize přenos událostí v reálném čase. Musil<sup>16</sup> uvádí, že televize přenesla do běžných domácností kulturu, ale i nový trend ve zpravodajství – *infotainment*. Typickými vlastnostmi infotainmentu je familiérní vystupování moderátorů; zpráva má příběh a napětí, využívají se živé vstupy, atd.

Mezi nejvýznamnější mezilidské komunikace se znaky elektronických hromadných sdělovacích prostředků se zařadil také internet, jenž doplnil stávající média (tisk, rozhlas, televize) a přitom se stal dalším místem jejich působení. Internet představuje jiný mediální prostor než rozhlas a televize, neboť technicky stojí na přenosu multimediálních informací mezi počítači. Dle Musila<sup>17</sup> je internet založen na ideji „*celosvětové volně vytvářené sítě, čemuž odpovídá dynamické trasování, jakož i princip, kdy každý komunikuje s každým bez centrálního zranitelného uzlu*“. Internet, dostupný téměř kdekoli na světě, v podstatě odstranil handicap při komunikaci, způsobený zeměpisnou polohou. Jedná se o prostředí, v němž se může realizovat jakákoliv forma komunikace. Probíhají zde individuální komunikace soukromých osob, firemní komunikace, virtuální veletrhy, atp. Z internetu se stal symbol dostupnosti informace a médium současnosti.

---

<sup>14</sup>KUNCZIK, M. *Základy masové komunikace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1995. s. 19. ISBN 80-7184-134-X.

<sup>15</sup>McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. vyd. Praha: Portál, 2009. s. 35–36. ISBN 80-7367-574-9.

<sup>16</sup>MUSIL, J. *Elektronická média v informační společnosti*. 1. vyd. Praha: Votobia, 2003. s. 50–52. ISBN 80-7220-157-3.

<sup>17</sup>TAMTÉŽ, s. 158–159.

Tok informací se přesouvá od jednostranného modelu, směrem k modelu obousměrnému a globálnímu. Elektronická zařízení se dostala na první místo v kategorii nejširších nástrojů multimediální komunikace. Nabízejí totiž obrovské množství informací, z nichž si uživatel může vybírat dle svých přání a potřeb. Elektronická pošta (email), nedílná součást internetu, pracuje stejně jako klasická telekomunikace. Slouží k obousměrnému předávání zpráv mezi dvěma body.

Musil<sup>18</sup> uvádí, že mediace si klade za cíl usnadnit vyjednávání v situaci, kdy dochází k přímému střetu víceméně legitimních zájmů různých skupin nebo jednotlivců. Není tedy pochyb, že naše představa o podobě mediace ovlivňuje náš celkový pohled, nejen na preferovaný model a funkce komunikace, ale také na charakteristiky přisuzované médiím. Tyto záležitosti si následně promítáme do vlastního pohledu na vliv a moc médií. Odtud vyplývá, že pojem mediace může nabývat různých významů. Je třeba si uvědomit, jaká role a postavení jsou přisuzovány prostředníkovi, v jehož rukou spočívá zajišťování mediace. Pokud roli prostředníka sehrávají média, mohou být pohledy na jejich roli coby zprostředkovatelů v procesu mediace rozdílné.

McQuail<sup>19</sup> zásadně rozlišuje šest metafor, jimiž se dá role médií popsat. Dle něj lze na média pohlížet takto:

- okno, které rozšiřuje náš rozhled a umožňuje vidět, co se děje;
- zrcadlo odrážející dění ve společnosti a ve světě, což podsouvá představu věrného obrazu;
- filtr, který třídí vybrané části zkušenosti, přičemž na některé z nich upozorňuje a některé potlačuje;
- média mohou hrát také roli průvodce ukazujícího cestu a dodávajícího význam matoucím sdělením;
- roli fóra, ve kterém jsou informace předloženy veřejnosti s možností reakce a zpětné vazby;
- roli plátna, které nás svým falešným obrazem světa může odříznout od reality.

---

<sup>18</sup>MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: UJAK, 2010. s. 38. ISBN 978-80-7452-002-0.

<sup>19</sup>McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. vyd. Praha: Portál, 2009. s. 35–36. ISBN 80-7367-574-9.



Jiráček a Köpplová<sup>20</sup> uvádějí čtyři různé výklady, neboť tvrdí, že zprostředkování něčeho někomu se dá chápat jako:

- sjednání nebo vyjednání něčeho někomu;
- zprostředkování jednání;
- zprostředkování nějakého sdělení o skutečných událostech;
- zprostředkování něčeho fiktivního, co bylo vytvořeno lidmi.

Na rozdíl od metafor, se kterými pracuje McQuail,<sup>21</sup> odsouvá každý z těchto čtyř pohledů na mediaci roli samotného zprostředkovatele na vedlejší kolej. Výše uvedená autorská dvojice roli zprostředkovatele v podstatě opomíjí.

Avšak právě zprostředkovatel je tím, kdo nám předkládá vlastní interpretace daného sdělení, kterými můžeme být (a často i jsme) ovlivněni. Tyto interpretace mají vliv nejen na podobu toho, co je komunikováno, ale také na podobu celého procesu mediace. Zároveň konstruují jak daný materiál, tak i významy, jež v sobě nese, a tak nabízejí místo skutečných dějů a osob pouze reprezentaci světa, lidí a dějů. Na základě toho však nemůžeme vnímat média vyloženě negativně. Interpretace je totiž principem, který se neuplatňuje pouze v mediální komunikaci, nýbrž v jakémkoliv typu komunikace.<sup>22</sup>

Důvodem, proč si v případě mediální komunikace interpretační aktivitu médií vůbec neuvědomujeme nebo si ji uvědomujeme jen málo, může být skutečnost, že média poskytují informace o světě, který je nám mnohdy sociálně, geograficky či jinak cizí a současně si kladou za cíl deklarovat různým způsobem vlastní objektivitu a nezávislost. Uvedené charakteristiky jsou prezentovány jako hodnoty, kvůli nimž je nutné si médií vážít, avšak kombinace nejen těchto dvou skutečností působí jako faktor výrazně ztěžující orientaci v tom, jakým stupněm interpretace bývá zasažena předávaná informace. Tím pádem se mediace coby podstata mediální komunikace proměňuje v proces

---

<sup>20</sup>JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. 2. vyd. Praha: Portál, 2007. s. 90. ISBN 978-80-7367-287-4.

<sup>21</sup>McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. vyd. Praha: Portál, 2009. s. 35–36. ISBN 80-7367-574-9.

<sup>22</sup>MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: UJAK, 2010. s. 39. ISBN 978-80-7452-002-0.

zvýznamňování, jenž vytváří sociální skutečnosti nového druhu. Sociální realita, která takto vznikne, je svým společenským postavením odlišná od skutečností, jež se staly inspirací nebo materiálem pro mediaci.<sup>23</sup>

## 1.2 Mediální realita a mediální obraz

Každé médium prošlo specifickým historickým vývojem, z něž vyplývá, že média v dějinách lidské společnosti sehrávala nepochybně důležitou roli, byť se názory na tuto myšlenku mohou rozcházet. Nástup nového média podmiňují společenské změny. Uchytí-li se nový druh média ve společnosti, začne se v další fázi vývoje přizpůsobovat jejím vývojovým trendům. Je tak zřejmé, že tu existuje jakási provázanost rozvoje a koexistence společnosti a médií, a tak může být mediální komunikace chápána jako sociální subsystém, který se nachází ve vzájemném vztahu s dalšími subsystémy společnosti. Dopady mediální komunikace se tedy netýkají pouze jednotlivců nebo skupin, ale také společnosti jako celku (vzdělávání, náboženství, politiky, ekonomiky, atd.).<sup>24</sup>

Se způsobem, jak vzniká mediální realita a mediální obraz, úzce souvisí teorie konstruování, již v šedesátých letech minulého století rozpracovali Peter L. Berger a Thomas Luckmann. Jejich teorie vyložená v knize *Sociální konstrukce reality*, je konstruována a současně tvořena jevy zcela nezávislými na naší vůli.<sup>25</sup> Pokud nevyvineme zvláštní úsilí, nejsme s to uvědomit si svou každodenní realitu, kterou si nějakým způsobem vykládáme. Chápat a vnímat realitu ovšem představuje záležitost velmi subjektivní, protože realitu tvoří jednak svět intersubjektivní - sdílený s ostatními; a svět, který vnímáme jako vlastní – subjektivní. Jedná se o naši přítomnost, avšak mé „zde“ je jejich „tam“ a mé „nyní“ není totožné s tím jejich.

---

<sup>23</sup>JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. 2. vyd. Praha: Portál, 2007. s. 51. ISBN 978-80-7367-287-4.

<sup>24</sup>KUNCZIK, M. *Základy masové komunikace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1995. s. 124. ISBN 80-7184-134-X.

<sup>25</sup>MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: UJAK, 2010. s. 40. ISBN 978-80-7452-002-0.

Berger a Luckmann<sup>26</sup> vyslovili teorii konstrukce reality, kterou stručně vyjadřují takto:

- externalizace, - společnost je výtvořem člověka;
- objektivizace - společnost je objektivní realitou;
- internalizace - člověk je výtvořem společnosti.

Člověk je tvůrcem vlastního sociálního světa a ten se mu jeví jako objektivní realita. Jestliže se subjektivita člověka stane pomocí nějakého vyjádření přístupnou i ostatním lidem, coby součástí reality, může být subjektivní vnímání reality objektivováno. Sociální realita vytvořená lidmi opět zvnějšku působí na novou generaci, která ji v procesu vlastní socializace internalizuje; tzn., že každá interpretace našeho světa má pevné základy v předcházejících zkušenostech našich předků s tímto světem. Při vzájemném působení člověka a jeho sociálního prostředí vzniká vědění, mající pro nás absolutní platnost. Tím se vytváří svět, který „je konstruován v dané společnosti jako společné pojetí reality a o kterém není třeba pochybovat.“<sup>27</sup>

Dle Bergera a Lukmanna<sup>28</sup> lze mediální obsahy přirovnat k vědění, utvářejícímu sociální realitu. Tito autoři konstatují: „*Vědění definuje institucionalizované oblasti chování a určuje všechny situace, které do těchto oblastí spadají. Definuje a vytváří role, jež mají být hrány v kontextu daných institucí. Toto vědění tak řídí a předurčuje veškeré chování. Jelikož toto vědění je sociálně objektivováno jako vědění, tedy jako soubor obecně platných pravd o realitě, jeví se jakékoliv radikální vybočení z institucionálního řádu jako odklon od reality.*“

Charakteristickým znakem médií je to, že už ze své podstaty disponují schopností znásobovat množství komunikovaných obsahů, které se dostanou k našim smyslům. Člověk tak během života obdrží více zkušeností se světem „mediovaným“, tj. zprostředkovaným, než se samotnou skutečností. Nejen na základě této myšlenky, ale také s rozvojem sociálně-konstruktivistické teorie se objevuje zájem o zkoumání vlivu

---

<sup>26</sup>BERGER, P. L., LUCKMANN, T. *Sociální konstrukce reality: Pojednání o sociologii vědění*. 1. vyd. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999. s. 29 a 64. ISBN 80-85959-46-1.

<sup>27</sup>JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. 2. vyd. Praha: Portál, 2007. s. 165. ISBN 978-80-7367-287-4.

<sup>28</sup>BERGER, P. L., LUCKMANN, T. *Sociální konstrukce reality: Pojednání o sociologii vědění*. 1. vyd. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999. s. 68. ISBN 80-85959-46-1.

médií na vnímání skutečnosti, přičemž se prosazuje koncepce mediální reality fungující jako speciální typ konstrukce reality sociální. Mediální a sociální reality jsou tedy vzájemně provázané a tudíž je nutno uvědomit si, chceme-li zkoumat, jakým způsobem ovlivňuje mediovaný svět naše vnímání dalších sociálních skutečností, nelze nechat stranou otázku recipročního účinku onoho sociálního kontextu na podobu samotné mediální reality. Rané výzkumy operovaly s tezí, že mediální obsah je více či méně odrazem cílů a hodnot svých původců a že zdrojem „významu“ může být (buď přímo, nebo odvozeně) sdělení, které příjemci budou v zásadě chápat tak, jak zamýšleli jeho původci. Za tohoto předpokladu by lidé pracující v médiích museli být schopni znázorňovat realitu objektivně.<sup>29</sup>

V sedmdesátých letech bylo však od této představy upuštěno poté, co se objevila kniha Wilfrieda Schulze s názvem *Konstrukce reality* ve zpravodajských médiích. Dosavadní snahu výzkumníků dokázat, že realita zobrazovaná v médiích se neshoduje s tím, co se skutečně stalo, pokládal Schulz za přístup, který je v zásadě špatný, jelikož média neodrážejí věrně to, co považujeme za skutečnost, nýbrž představují obraz světa, vytvořený mediovanými obsahy, jež vybrali žurnalisté. Ať už je vztah mediální reality k realitě faktické vytvořen jakkoliv, není pochyb o tom, že zprávy představují pro recipienta zaručené svědectví o skutečném dění a rovnají se tedy realitě. Tím, co zásadně určuje představy lidí o realitě, jsou tedy kritéria výběru informací nastavená žurnalisty. Elementárními principy strukturování mediální reality jsou pravidla interpretace a selekce.<sup>30</sup>

Proces, jímž se v médiích provádí výběr komunikovaných obsahů, se nazývá *gatekeeping*. Jak tvrdí McQuail,<sup>31</sup> jedná se především o rozhodování, zda konkrétní zpráva projde, či neprojde „*branou zpravodajského média do zpravodajství*.“ Tento

---

<sup>29</sup>McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. vyd. Praha: Portál, 2009. s. 267. ISBN 80-7367-574-9.

<sup>30</sup>KUNCZIK, M. *Základy masové komunikace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1995. s. 125. ISBN 80-7184-134-X.

<sup>31</sup>McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. vyd. Praha: Portál, 2009. s. 267. ISBN 80-7367-574-9.

výběr je určen preferencí určitých témat ze strany publika. Výběr komunikovaných obsahů ještě podléhá organizačním a ideologickým vlivům, pramenícím z hodnot a potřeb společnosti.

Na základě představy o zpravodajských hodnotách jsou komunikované obsahy nejen vybírány, ale i interpretovány podle šesti vlastností (kvalit) dané zprávy, kterými jsou:

- 1) čas (ve smyslu trvání události);
- 2) geografická, kulturní, politická nebo jiná blízkost;
- 3) status ve smyslu národního nebo regionálního centralismu;
- 4) dynamika či intenzita;
- 5) pozitivní, negativní, anebo neutrální valence;
- 6) možnost identifikace.<sup>32</sup>

Tyto kvality rozhodují o selekci zprávy a jejím zařazení mezi další vybrané události. Výběr podmíněný kulturou, v níž médium působí, se tedy netýká pouze události jako celku, nýbrž i toho, co z ní bude vybráno ve zprávě, tj. „*jak bude zpráva konstruována jako text.*“<sup>33</sup>

S principem selekce je provázán jev, který se označuje anglickým výrazem *agenda setting* neboli nastolování agendy. Dle Kunczika<sup>34</sup> princip *agenda setting* „*naznačuje, že masová média předem určují, které otázky budou v dané době pokládány za obzvláště důležité.*“ Myšlenkovým otcem nastolování agendy byl americký žurnalista a filozof Walter Lippmann. Ovšem Lippmann pouze poukázal na schopnost médií utvářet obrazy v našich myslích. Jako první vypracovali teorii *agenda setting* v sedmdesátých letech 20. století Maxwell E. McCombs a Donald L. Shaw, kteří ve svém článku *The Agenda-Setting Function of Mass Media (Nastolování agendy jako funkce masových médií)* z roku 1972 zveřejnili výsledky výzkumu, týkajícího se postojů nerozhodnutých voličů během předvolební prezidentské kampaně v americkém městečku Chapel Hill

---

<sup>32</sup>KUNCZIK, M. *Základy masové komunikace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1995. s. 114. ISBN 80-7184-134-X.

<sup>33</sup>BURTON, G., JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Praha 2001. s. 239. ISBN 80-85947-67-6.

<sup>34</sup>KUNCZIK, M. *Základy masové komunikace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1995. s. 198. ISBN 80-7184-134-X.

v Severní Karolině v roce 1968. Průzkum, jehož výsledky podle mnohých odborníků dodnes patří k nejvýznamnějším počínům ve zkoumání účinku médií, potvrdil, že existuje přímý vztah mezi tematickou agendou médií a oblastmi, které respondenti vnímali jako relevantní. Není tak pochyb o tom, že s problematikou nastolování témat je úzce propojen fakt, že média disponují mocí vytvořit – skrz výběr a uspořádání obsahu – falešnou představu o realitě a následně ovlivnit postoje veřejnosti ke skutečnosti.<sup>35</sup>

Schopnost nastolování témat ve společnosti přisuzuje médiím moc ovlivňování veřejného mínění. Obzvláště silný účinek mají média při formování názorů na nové a doposud neřešené otázky. Je-li ve společnosti k dispozici pouze jediný informační zdroj, účinek se multiplikuje. Velmi kriticky pohlíží na teorii nastolování témat především McQuail, který zpochybňuje problematickou metodologii obsahové analýzy prokazující vliv agenda setting.<sup>36</sup>

Od té doby, co vznikla představa konstruktů mediální reality, diskutuje se o jejím vztahu ke skutečnosti. Ačkoliv jsou pro nás média jakéhokoliv typu často jediným zdrojem informací, v mediální komunikaci je přítomna řada mechanismů, které činí rozpoznání hranice mezi realitou mediální a skutečnou velmi nesnadnou. Při čerpání nových informací z médií, bychom si měli být vědomi toho, že i přes všechnu snahu těch, kteří nám něco sdělují, nezískáváme o daném problému objektivní zprávu, nýbrž subjektivní náhled na konkrétní událost, doprovázený snahou o co nejmenší subjektivní zatížení. Mediální obraz libovolného prvku sociální skutečnosti vzniká výběrem a zpracováním příslušných komunikovaných obsahů, v rámci konstrukce mediální reality. Média vždy prolínají obraz skutečnosti vlastními hodnotícími postoji. Činí tak již samotným výběrem informací, dále zpracováním textu a zařazením zprávy, čímž je odkazováno na její důležitost. Zpráva je rovněž vkládána do určitého kontextu. Na základě vložených postojů může být mediální obraz reprodukcí sociálního řádu stejně jako potvrzením všeobecně přijímaných a rozšířených předsudků, týkajících se například genderových, etnických či náboženských otázek.

---

<sup>35</sup>BURTON, G., JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Praha 2001. s. 55. ISBN 80-85947-67-6.

<sup>36</sup>McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. vyd. Praha: Portál, 2009. s. 388. ISBN 80-7367-574-9.

V této souvislosti můžeme konstatovat, že postoje vložené do komunikovaných obsahů mohou ovlivňovat naše chování a jednání jak obecně, tak ve vztahu k předloze obrazu.<sup>37</sup>

Mediální obraz má výrazný podíl na formování prostředí, ve kterém se lidé pohybují, ale zároveň je v tomto prostředí umístěno jeho východisko. Pomocí mediální komunikace můžeme zvýšit rozsah působení a sebe prezentace, tudíž je dobré udržovat s médii pokud možno dobré vztahy. Tato problematika spadá do oblasti zájmu oborů Public Relations a Media Relations. Mediální komunikace je podstatným rysem života moderní a postmoderní společnosti a zároveň se z ní stal předmět zájmu různých vědních disciplín, především sociologie, psychologie a filozofie.<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup>VYBÍRAL, Z. *Psychologie lidské komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2000. s. 146. ISBN 80-717-8291-2.

<sup>38</sup>JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. 2. vyd. Praha: Portál, 2007. s. 117. ISBN 978-80-7367-287-4.

## 2 SOCIÁLNÍ SÍTĚ

V roce 1954 britský antropolog J. A. Barnes poprvé použil pojem sociální síť a popsal ji jako společenské zřízení, představující díky uzlům jednotlivce nebo organizace. Přičemž zdůrazňuje, že tyto uzly představují různé sociální vztahy, náhodnými známostmi počínaje a rodinnými vztahy konče. Prostřednictvím internetu sociální sítě spojují osoby, které se fyzicky nemusí setkávat a jejich účel je různorodý. Může sloužit ke sdílení informací a k zábavě na virtuální síti, pomáhají hledat zaměstnání, či sdružují etnika či jiné skupiny lidí.<sup>39</sup>

Pavlíček<sup>40</sup> definuje sociální síť jako propojenou skupinu lidí, kteří se navzájem ovlivňují, přičemž mohou (ale nemusí) být příbuzní. Sociální síť se tvoří na základě společných zájmů, rodinných vazeb nebo z jiných více pragmatických důvodů, jako např. ekonomický, politický či kulturní zájem.

I – bezpečná škola ve svém metodickém materiálu pro děti uvádí, že se sociální sítě od internetu ničím neliší, protože se jedná vždy o veřejný prostor. Cokoliv na sociální síť nebo internet umístíme tzv. do veřejného prostoru, může vidět kdokoliv. Dále uvádí, že jakékoliv přísliby „ochrany soukromí“ neexistují – k „neveřejným“ zveřejněným informacím se vždy mohou dostat hackeři a útočníci nebo kterýkoli uživatel přihlášený na sociální síti. Téměř všechna hesla se dají rozřešit a zejména děti používají hesla nedostatečná a sdílí je s dalšími lidmi.<sup>41</sup>

Sociální sítě ve velké míře nahrazují původní komunikaci mailem, telefonem či SMS zprávami. Ve velké míře nahrazují i Skype (který nahradil dříve hojně používané ICQ). Ten však zůstává využíván hlavně tam, kde lze komunikovat i s použitím kamery a nejde jen o textovou nebo čistě hlasovou komunikaci.<sup>42</sup>

---

<sup>39</sup>I-BEZPEČNÁ ŠKOLA. CZ, *Rizika sociálních sítí a co by děti měly vědět*, Metodický materiál, reg. č.,cz.1.07/1.3.50/01.0014

<sup>40</sup>PAVLÍČEK, A. *Nová média a sociální sítě*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2010. s. 125. ISBN 978-80-245-1742-1.

<sup>41</sup>I-BEZPEČNÁ ŠKOLA. CZ, *Rizika sociálních sítí a co by děti měly vědět*, Metodický materiál, reg. č.,cz.1.07/1.3.50/01.0014

<sup>42</sup>ECKERTOVÁ, L., DOČEKAL, D. *Bezpečnost dětí na internetu*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2013. s. 28. ISBN 978-80-251-3804-5.



## 2.1 Sociální sítě jako komunity

Komunity vznikající na sociálních sítích se skládají z těchto prvků:

- Doména – jednotící prvek komunity, který určuje její charakter. Hlavním důvodem, proč členové komunitu utváří a spolupracují, je sdílené téma. Na jejím charakteru využívají různé nástroje, způsob práce či terminologii.
- Mezilidské vztahy – uživatelé se v komunitě účastní společných aktivit a diskuzí, pomáhají si, sdílí informace a znalosti, což napomáhá tvorbě mezilidských vztahů a pocitu sounáležitosti, které se v pozdějších fázích pro chod komunity stávají důležitými. Ne každý uživatel se s komunitou ztotožní, pokud v komunitě nadále zůstane, jeho účast bude pouze formální bez nějakého přínosu.
- Sdílení informací – členové zde vytváří a sdílí znalosti mezi sebou. Pokud jedinec není ochoten sdílet své znalosti a má problémy s navazováním přátelských vztahů a důvěrou, bývá z komunity vyloučen nebo odchází sám. Členové mají jistá očekávání a chtějí dostat od komunity přidanou hodnotu.
- Angažovanost členů – zde je především důležitá vazba a kontakty s ostatními členy komunity, vzájemná spolupráce a získávání informací. Je důležité vykazovat aktivitu; jinak komunita postrádá smysl.
- Pocit sounáležitosti a sdílení zdrojů – sdílení vlastních zkušeností, pravidel, dovedností a stylu práce s lidmi stejných zájmů a priorit. <sup>43</sup>

Mezi nejznámější používané sociální sítě patří zejména:

- MySpace – zaměřuje se především na hudbu, filmy a různé hry, které umožňuje přehrávat i nakupovat přes Apple iTunes nebo Amazon MP3.
- Twitter - jedná se o mobilní sociální síť a mikrobloginovací službu, kde si každý uživatel píše svůj vlastní blog pomocí krátkých vzkazů – tzv. tweetů. Těchto znaků může být max. 140.

---

<sup>43</sup>PAVLÍČEK, A. *Nová média a sociální sítě*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2010. s. 128-129. ISBN 978-80-245-1742-1.

- LinkedIn – největší sociální síť zaměřená na korporátní klientelu sdružující profesionály z nejrůznějších oborů z celého světa. Uživatelé se zde prezentují formou životopisu, kde hraje důležitou roli vzdělání a sdílejí zde pracovní pozice.<sup>44</sup>

## 2.2 Facebook

Jedná se o největší sociální síť, kterou v současnosti využívá jedna miliarda světové populace a počet uživatelů stále stoupá. V České republice již nalezneme 3,8 miliónů uživatelů - z toho mladistvých do 18 let 670 000; osob ve věku 19 – 29 let 1,4 miliónů uživatelů. Věková skupina 30 – 39 let dosáhla počtu 890 000 uživatelů a starší generace výrazně Facebook nepoužívá.<sup>45</sup>

Facebook byl spuštěn v roce 2004 pod původním názvem „*Thefacebook*“ který byl později přejmenován na Facebook. Jeho zakladatelem je bývalý student Harvardské univerzity Mark Zuckerberg, který ve druhém ročníku vytvořil stránku [www.Facemash.com](http://www.Facemash.com), která umožňovala hodnotit profilovou fotografii studentek z okolních kolejí. Stránka se velice rychle rozšířila, avšak z důvodu porušení pravidel univerzity a narušení soukromí byla stažena. Autor tedy začal znovu programovat server, kde by si studenti a personál z Harvardu mohli sdílet společné zážitky, poznatky a fotografie a v únoru roku 2004 byl spuštěn Facebook. Zpočátku byl omezen pouze na studenty Harvardu, později expandoval na další americké univerzity a o rok později byl zpřístupněn všem vysokým školám.

V září roku 2006 byl Facebook zcela otevřen veřejnosti. K registraci nového uživatele stačí pouze platná emailová adresa a dosažení 13 let věku.<sup>46</sup> Po dokončení registrace dochází k vytvoření nového profilu. Výše zmiňovaná emailová adresa umožní uživateli tzv. „najít nové přátele“. V této souvislosti zde dochází k propojení emailových

---

<sup>44</sup>PAVLÍČEK, A. *Nová média a sociální síť*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2010. s. 125. ISBN 978-80-245-1742-1.

<sup>45</sup>ECKERTOVÁ, L., DOČEKAL, D. *Bezpečnost dětí na internetu*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2013. s. 28. ISBN 978-80-251-3804-5.

<sup>46</sup>PAVLÍČEK, A. *Nová média a sociální síť*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2010. s. 136 – 137. ISBN 978-80-245-1742-1.

adres s kontakty ve Facebooku a novému uživateli tak během okamžiku nabídne profily svých přátel bez jakékoliv námahy a hledání. Jakmile dojde k navázání přátelství, uživatel automaticky dostává nové návrhy přidání do přátel, které má ve svém seznamu jeho nový kontakt.

Nový profil taktéž vyžaduje vytvořit profilovou fotografii a informace o uživateli. Ten si zde může vyplnit rodinný stav, vzdělání, zaměstnání, jeho koníčky, své kontaktní údaje a další položky. Na základě vyplněných údajů lze lépe navazovat nové vztahy a rozšiřovat své kontakty. V profilu taktéž mohou být zveřejněny fotografie, celá alba či videozáznamy. U každé fotografie je možné nastavit úroveň zabezpečení, tzn., sdílená fotografie se zobrazí pouze pro přátele, přátele přátel nebo všem uživatelům této sociální sítě. Dále je možné k jednotlivým fotkám přidávat popisky, „*smajlíky*“, pocity uživatele (vyjadřuje - zda má radost, smutek, nostalgii atd.). Uživatel může také označit místo, kde byla fotografie pořízena a současně označit všechny osoby, jež jsou na fotografii, pokud jsou ovšem taktéž uživateli Facebooku.<sup>47</sup>

Pavlíček<sup>48</sup> v této souvislosti uvádí, že pokud je některý z přátel označen, okamžitě je na tuto skutečnost upozorněn a v příslušné části pod fotkou se objeví jméno (odkaz na jeho profil), popřípadě odkaz na jeho další fotky, jsou-li přístupné. Tato fotka bude následně uveřejněna i sekci fotografie všech označených přátel. K tomu dodává, že uživatel má možnost zvolit, zda fotografie zveřejní či nikoli. Pokud je s označením uživatel spokojen, může v prostoru pro komentáře kliknout na položku „*To se mi líbí*“, která umožňuje v současnosti ještě varianty „*super, haha, paráda, to mě štve, to mě mrzí*“, které doplňují emotikony vyjadřující daný pocit.

Celému profilu dominuje horní modrá lišta, na které se uživatelům zobrazují veškeré notifikace s ní spojené.

---

<sup>47</sup>FACEBOOK, *Pravidla podpory*. [online]. [cit. 2016-10-14]. Dostupné z: [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

<sup>48</sup>PAVLÍČEK, A. *Nová média a sociální sítě*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2010. s. 140. ISBN 978-80-245-1742-1.

Mezi nejdůležitější ikony pro uživatele patří zejména:

- Žádosti o přátelství – jakmile uživatel dostane nový návrh na přátelství, nebo vznikne nové přátelství, ikona dvou siluet hlav se zvýrazní červenou barvou a zobrazí se počet čísel, dle počtu nových přátelství.
- Zprávy – umožňuje uživateli dostávat zprávy od všech uživatelů - záleží však na nastavení soukromí, které si nastaví (viz přehled soukromí níže).
- Upozornění – ikona uživatele upozorňuje na naplánované události, komentáře svých alb jinými uživateli atp.
- Hledat lidi, místa a obsah – umožní vyhledat jakékoliv slovo, jméno, firmu, pokud je registrována na Facebooku.
- Přehled soukromí – málo výraznou ikonou, kterou by měli znát všichni uživatelé, avšak bohužel tomu tak není, je přehled soukromí. Zde si může uživatel nastavit, co chce, aby ostatní uživatelé Facebooku viděli a co nikoliv.
  
- Příspěvky jsou možné sdílet:
  - veřejně (pro všechny uživatele),
  - pro své přátele,
  - pro přátele svých přátel.<sup>49</sup>

Hlavním prvkem v celé struktuře profilu je tzv. „zed“, která slouží ke komunikaci se svými přáteli, sdílení stavů, poznámek, fotek, videí a odkazů. Zde se uživateli během celého dne objevují položky, které jeho přátelé sdílí na svých profilech a dále také odkazy, které odebírá.<sup>50</sup> Může se jednat o aktuální zprávy v nejrůznějších zpravodajstvích, módní odkazy, sledování různých firem, celebrit, atd.

---

<sup>49</sup>FACEBOOK, *Pravidla podpory*. [online]. [cit. 2016-10-14]. Dostupné z: [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

<sup>50</sup>PAVLÍČEK, A. *Nová média a sociální sítě*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2010. s. 138 – 139. ISBN 978-80-245-1742-1.

Facebook umožňuje vytvoření skupiny, která nabízí podobné možnosti jako stránka, avšak s jinými prioritami. Skupina sdružuje lidi, kteří mají zájem o stejné věci, události či chtějí jen diskutovat na dané téma s ostatními.<sup>51</sup>

V současnosti na Facebooku nalezneme skupiny zabývající se především prodejem, výměnou či koupí, které jsou nazývány tzv. „Bazárky“. Můžeme nalézt skupiny, které se týkají prodeje oblečení, nemovitostí, automobilů, ale i různých zájmů. Tyto skupiny řídí tzv. *správce*, tj. uživatel, který je zakladatelem dané skupiny a má oprávnění upravovat soukromí ve skupině, která může být:

- otevřená – přístupná komukoli. Všichni uživatelé tak mohou zobrazit členy a číst jejich příspěvky,
- uzavřená – přístupná pouze členům, nicméně ostatní uživatelé zobrazí skupinu a členy pouze bez zobrazení společných příspěvků, které sdílí,
- tajná – skupina se zobrazuje pouze členům a ostatním uživatelům zůstane utajena.

### 2.2.1 Chat

Pavliček<sup>52</sup> chat charakterizuje jako komunikaci v prostředí, ve kterém uživatelé vedou rozhovor s jedním nebo více lidmi najednou a probíhá vždy v reálném čase. Na Facebooku se „*chatuje*“ přes zprávy nebo mobilní aplikace „*messenger*“. Tato aplikace je propojená s profilem uživatele, který má přehled o tom, který z jeho přátel je v tuto chvíli aktivní a zda mohou zahájit chat či nikoliv. U neaktivních přátel se zobrazuje i čas poslední jejich aktivity na chatu. Je zde také možnost jistého utajení uživatele. Pokud si uživatel pro přátele chat vypne, neznamená to, že nemůže chatovat, nýbrž to, že je ostatním uživatelům skryt a oni tak nemají možnost vidět, kdy je online. Tato aplikace také nabízí možnost telefonního chatu a videochatu. Záleží však také na vybavení a technologii mobilního aparátu.

---

<sup>51</sup>PAVLÍČEK, A. *Nová média a sociální síť*. Praha: Oeconomica, 2010. s. 142. ISBN 978-80-245-1742-1.

<sup>52</sup>TAMTÉŽ, s. 138 – 139.

Facebook je největší a nejúspěšnější sociální síť a spojuje milióny lidí po celém světě. Uživatelé získávají prostory k různým informacím a zůstává jen na nich, co chtějí, aby ostatním uživatelům bylo zřejmé a co nikoliv. V této souvislosti bychom mohli uvést názor Peheho,<sup>53</sup> který uvádí, že Facebook je založen především na fascinaci sebou samým a rodinou přátel. Facebook se svým charakterem podobá „reality show“, založené na popředí soukromí. K tomu shrnuje, že se zde uživatelé prodávají jako skutečné individuality, o nichž se na prvním místě dozvíme, co mají rádi a co neradi. Většina informací, kterou si účastníci skupin „přátel“ vyměňují, se nese v duchu vzájemného prodávání se. K tomu zároveň dodává, že individuální jedinečnost se tak paradoxně má potvrzovat sdílením (často triviálních) zážitků, emocí a zálib, v jejichž souhrnu je nakonec těžké určit, čím je který jedinec jedinečný. Snad i proto mnoho uživatelů Facebook opouští, když poněkud dospějí do strukturovanějších osobností.

---

<sup>53</sup>PEHE, J., *Humbuk, Facebook a demokracie, MF Dnes, Kavárna*. Praha: Mafra, 2009. ISSN 1210-1168.

### 3 PSYCHOLOGIE DÍTĚTE DO 15 LET

Psychický vývoj člověka sledujeme již v prenatálním období života plodu, který je velmi brzy připravován pro činnosti, které budou nutné pro jeho přežití a interakci se zevním světem.<sup>54</sup> Prenatálním obdobím rozumíme dobu od početí do narození dítěte. Pro psychický vývoj jsou velice důležitá jednotlivá stadia, ve kterých jsou utvářeny základy budoucí osobnosti- jedná se především o novorozenecké, kojenecké a batolecí období. Dále poté období předškolního věku a tzv. prepuberty neboli mladšího školního věku, avšak také období staršího školního věku – pubescence ukončené patnáctým rokem věku).<sup>55</sup>

Hartl a Hartlová<sup>56</sup> vývojová období rozlišují takto:

- prenatální – od početí do narození,
- postnatální – od narození do konce života.

Postnatální období mimo jiné rozdělují na následující vývojová období:

- novorozenecké – od narození – 28. den života,
- kojeneček – od 4. týdnů – konec 1. roku věku,
- batole – od 1. roku věku – 3. let,
- předškolní věk – od 3. roku věku – 6. let,
- mladší školní věk – od 6. roku věku – 11. let,
- pubescence (dospívání) – 12 - 15. let,
- adolescence u dívek – 12 – 18. let, u chlapců – 14 – 20. let,
- dospělost – od 21. let – 60. let,
- stáří – po 60. roce věku.

---

<sup>54</sup>LANGMEIER, J., KREJČÍŘOVÁ, D. *Vývojová psychologie*. 2. aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2006. s. 25. ISBN 80-247-1284-9.

<sup>55</sup>CÁSKOVÁ M., *Vlivy médií a informačních technologií na děti*. Bakalářská práce, Praha: UJAK, 2014.

<sup>56</sup>HARTL, P., HARTLOVÁ, H., *Psychologický slovník*. 2. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-569-1.

### 3.1 Vývoj osobnosti dítěte v prvních deseti letech

Počátky psychické činnosti jsou shledávány již v období nitroděložního vývoje, zejména ve fázi vývoje plodu, zhruba od 3. měsíce po oplození. Plod mimo spontánních pohybů vykazuje později i reakce přes tělo matky, na vnější, nejen dotykové, ale i na vnější akustické podněty, které mohou být podmiňovány. Nenarozené dítě reaguje také na různé stavy své budoucí matky (např. na její úzkostné stavy, které jsou provázeny zvýšeným svalovým napětím) a tyto zážitky má z tohoto období v paměti.<sup>57</sup>

Období čtyři týdny po narození označujeme jako novorozenecké. V této době má již novorozenec vyvinuty všechny základní nepodmíněné reflexy - hledací, sací, polykací, vyměšovací, obranné, orientační, úchopové a polohové, které mu umožňují vyrovnat se s požadavky nového životního prostředí. Zejména hledací a sací reflex v souvislosti s kojením, pomáhá dítěti mít stálý a bezprostřední kontakt s matkou a zároveň tím vytváří další optimální podmínky pro jeho psychický a fyzický vývoj.<sup>58</sup>

První rok života dítěte nazýváme kojeneckým obdobím. Piaget a Inhelderová<sup>59</sup> uvádějí, že v tomto období shledáváme především vývoj senzomotorické činnosti, která vede k elementárnímu učení a zdroji jednoduchých zvyků. Objevuje se také ve velké míře koordinace mezi viděním a uchopováním a dokáže několikrát po sobě opakovat gesta.

Druhý a třetí rok života dítěte nazýváme obdobím batolete. Zde dochází především k vývoji hrubé a jemné motoriky a vývoji řeči. Dítě rychle roste, začíná mluvit, samostatně se pohybuje a zdokonaluje koordinaci pohybů. Je velmi aktivní, osvojuje si hygienické návyky, ale také sklony k samostatnosti, což se často projevuje vzdorem a negativismem. Nejdůležitější formou v tomto období je hra, která má funkci přípravy pro život.<sup>60</sup>

---

<sup>57</sup>NAKONEČNÝ, M. *Úvod do psychologie*. Praha: Academia, 2003. ISBN 80-200-0993-0.

<sup>58</sup>LANGMEIER, J., KREJČÍROVÁ, D. *Vývojová psychologie*. 2. aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2006. s. 33. ISBN 80-247-1284-9.

<sup>59</sup>PIAGET, J., INHELDEROVÁ, B. *Psychologie dítěte*. Praha: SPN, 1970. s. 16 ISBN 978-80-262-0691-0.

<sup>60</sup>NAKONEČNÝ, M. *Úvod do psychologie*. Praha: Academia, 2003. ISBN 80-200-0993-0.



### 3.1.1 Předškolní věk a mladší školní věk

Předškolní věk je poslední stadium raného dětství. Dochází zde k zlepšování pohybové koordinace, které umožňují zvládnout i složité pohybové dovednosti, zejména jízdu na kole, bruslení, ale také se výrazně zlepšuje ovládání jemné motoriky např. kreslení, vystřihování a zavazování bot.<sup>61</sup>

Langmeier a Krejčířová<sup>62</sup> definují předškolní období „věkem mateřské školy“. Větší zručnost u dětí se projevuje soběstačností. Dokáže se samostatně najíst, svléci a obléci, umýt si ruce, přestože ještě potřebuje menší pomoc. Během předškolního věku dochází také ke stupňování sociálního tlaku - osvojení sociálních rolí; tedy takových vzorců chování a postojů, které jsou od jedince očekávány ostatními členy společnosti a to přiměřeně věku, pohlaví a společenskému postavení. V průběhu vývojového období předškolního věku v tomto ohledu, hraje významnou roli hra a soupeřivost.

Čačka<sup>63</sup> k tomu dodává, že mateřská škola přispívá k osamocení dítěte a vede i k podřizování se bez diskuzí stanoveným normám, avšak je ale obohacím, pokud doplňuje ještě rodinnou výchovu. Návyky a adaptační mechanismy získané ve vzájemné interakci v mateřské škole se tak stávají, jsou – li pozitivní, dobrou průpravou na novou situaci ve škole.

Období mladšího školního věku, které trvá do konce 11. roku života bývá spojováno se vstupem do základní školy. Hlavní činností tohoto vývojového stadia je výuka. Toto období do života dítěte přináší opět velké změny. Pro hravé děti není vůbec snadné zůstat sedět v klidu v lavici, udržovat pozornost a vykonávat to, co po něm chce pedagogický pracovník. Mimo jiné se také seznamuje s novými dětmi a přivyká si na soužití s nimi. Současně se na ně zvyšují nároky i doma ve formě domácích úkolů a různých školních příprav na druhý den. Tyto změny pro dítě nastaly poměrně náhle,

---

<sup>61</sup>ČAČKA, O. *Psychologie duševního vývoje dětí a dospívajících s faktory optimalizace*. 1. vyd. Brno: Doplněk, 2000. ISBN 80-7239-060-0.

<sup>62</sup>LANGMEIER, J., KREJČÍŘOVÁ, D. *Vývojová psychologie*. 2. aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2006. s. 87. ISBN 80-247-1284-9.

<sup>63</sup>ČAČKA, O. *Psychologie duševního vývoje dětí a dospívajících s faktory optimalizace*. 1. vyd. Brno: Doplněk, 2000. ISBN 80-7239-060-0.

proto u nich můžeme sledovat pocity zmatení, unavení a rozčilení. Postupně se však své nové životní roli přizpůsobují a vyrovnávají se s ní.<sup>64</sup>

Langmeier a Krejčířová<sup>65</sup> toto období označují věkem střízlivého realismu. Školní dítě se snaží pochopit okolní svět a věci v něm doopravdy. Tento charakteristický rys můžeme pozorovat v jeho mluvě, kresbách, v písemných projevech, čtenářských zájmech i ve hře. Dává přednost realisticky provedeným ilustracím – a to i dnes, kdy je ovlivňován moderně pojatými kresbami. Dále dodávají, že i ve školním věku chce být dítě plně aktivní ve svém vztahu ke světu – není jen pasivní obětí vnějších podmínek, ať už je hodnoceno kladně či záporně. Proto rodina a škola, které je nutí jen k trpnému přejímání poznatků a způsobu chování, nevyhovují jeho psychickému zaměření a nevyžívají jeho vývojových poznatků a způsobu chování, nevyhovují jeho psychickému zaměření a nevyžívají jeho vývojových možností.

Piaget a Inhelderová<sup>66</sup> upozorňují na vývoj autonomie dětské osobnosti během mladšího školního věku. Děti dle nich stále intenzivněji chápou morální vztahy. Ty jsou založené na vzájemné úctě mezi nimi a dospělými a mají řadu aspektů a hlavním výsledkem vzájemného respektu a recipacity je cit pro spravedlnost, který se často vytváří „zásluhou“ rodičů (když se mimoděk dopustí křivdy atd.). Spravedlnost již okolo sedmi až osmi let (i později) stále víc a víc nabývá vrchu nad poslušností a stává se ústřední normou, která má v afektivní oblasti významnou funkci.

Informační technologie v mladším školním věku vnímají děti jinak než dospělé osoby. Audiovizuální média jsou pro ně více realistické než příběh, který je předčítán, nebo ho čte samo dítě. Nedokáže ještě pochopit prvky ironie či stylizované příběhy; rádo sleduje programy, které sledují vrstevníci; pro něj atraktivní a významné příběhy - jako např. příběhy podobné jeho vlastní životní zkušenosti nebo ideály pro něj dosažitelné či

---

<sup>64</sup>ČAČKA, O. *Psychologie duševního vývoje dětí a dospívajících s faktory optimalizace*. 1. vyd. Brno: Doplněk, 2000. ISBN 80-7239-060-0.

<sup>65</sup>LANGMEIER, J., KREJČÍŘOVÁ, D. *Vývojová psychologie*. 2. aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2006. s. 118. ISBN 80-247-1284-9.

<sup>66</sup>PIAGET, J., INHELDEROVÁ, B. *Psychologie dítěte*. Praha: SPN, 1970. s. 16. ISBN 978-80-262-0691-0.

nikoli.<sup>67</sup> Přehledová studie zaměřená na děti a internet uvádí, že v současnosti jsou děti vystaveny novým technologiím od prvních dnů života. Je také patrný rychlý posun věku, kdy děti začínají užívat internet. Jemná motorika, která je v tomto věku rozvinutá natolik, dokáže schopně manipulovat např. s klávesnicí či dálkovými ovladači. Jedná se již o tříleté děti. Výrazný posun schopností s využívání internetu zaznamenáváme již okolo osmého roku věku dítěte, který je způsoben zejména dobrou úrovní čtení a psaní, avšak také zvýšením kapacity paměti a doby, po kterou jsou schopni se soustředit.<sup>68</sup>

Duševní změny mají neopakovatelný a individuální průběh, který je důsledkem multifaktorové podmíněnosti vývoje každého jedince, značné šíře a rozmanitosti vnitřních a vnějších činitelů.<sup>69</sup>

### **3.2 Starší školní věk – období dospívání**

Období staršího školního věku neboli dospívání řadíme k začátku 12. roku, až do konce 15. roku věku dítěte. Toto období můžeme také nazvat obdobím pohlavního zrání. Současně s ním probíhá řada významných a nápadných psychických změn, které můžeme charakterizovat ohlášením nových pudových tendencí a hledáním způsobů jejich uspokojování a kontroly, celkovou emoční labilitou a zároveň nástupem vyspělého (formálně abstraktního) způsobu myšlení a dosažením vrcholu jeho rozvoje. Tělesné, psychické a sociální změny probíhají do jisté míry souběžně a navzájem závisle. Průběh psychických změn a sociálního postavení je vždy ovlivňován řadou dalších faktorů, které působí jako zprostředkující proměnné; změny spojené s pohlavním zráním mohou působit nejen přímým působením výrazných hormonálních pochodů na nervový systém, ale nepřímo tím, že mladistvý pozoruje změny na svém těle, změny v přístupu dospělých k němu a reaguje touhou po dospělejší postavení, avšak i nejistotou, popř. úzkostí.

---

<sup>67</sup>KRČMÁŘOVÁ, B., VACKOVÁ K. *Děti a online rizika (dítě předškolního a mladšího školního věku a internet)* – Sborník studií – s. 21, Praha 2012, 1. vydání, ISBN 978-80-904920-3-5., [online]. [cit. 2016-10-00]. Dostupné z: [www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643](http://www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643)

<sup>68</sup>TAMTÉŽ, s. 22.

<sup>69</sup>ČAČKA, O. *Psychologie duševního vývoje dětí a dospívajících s faktory optimalizace*. 1. vyd. Brno: Doplněk, 2000. ISBN 80-7239-060-0.

Sociální, ekonomické a kulturní faktory hrají důležitou úlohu, stejně jako výchovný postoj rodičů, učitelů a dalších osob pro jedince významných.<sup>70</sup>

Nakonečný<sup>71</sup> charakterizuje dospívání jako přechod od dětství do dospělosti a vpád sexuality do života chlapců a děvčat. Obojí je zdrojem zmatků, nejistot a hledání identity. U chlapců k tomu často přispívá ještě rychlý vzrůst a s ním spojená nutnost nové koordinace pohybů. Touha dospívajícího být jako dospělý, vede (zvláště u chlapců) k četným konfliktům s rodiči, kteří ne vždy chápou proměny, jimiž dospívající prochází, např. potřebu větší autonomie a skutečnost, že u dospívajícího většinou ztrácejí svou autoritu. V tomto období také vznikají platonické „první lásky“, které jsou důležitým činitelem sebereflexe a citového vývoje. Ztráta porozumění s rodiči vede k vyhledávání důvěrných přátelství. Dospívající chlapci touží být jako dospělí muži, napodobují své „vzory“ manifestními hrubostmi. Vznikají první pokusy o kouření, pití alkoholu a jiných návykových látek. Utvářejí se party, kde se dotyčný snaží zaujmout ostatní vrstevníky svou nadřazeností.

Langmeier a Krejčířová<sup>72</sup> dále rozdělují toto období takto:

- 1) Období pubescence (11-15 let), kterou ještě rozlišuje na dvě fáze:
  - a) Fáze prepuberty – která začíná prvními známkami pohlavního dospívání, tzv. přeměny dítěte na dospělého jedince a taktéž urychlení v růstu. U dívek trvá tato fáze od 11-13 let, u chlapců probíhá vývoj o 1 až 2 roky později.
  - b) Fáze vlastní puberty - nastupuje po dokončení prepuberty a trvá do dosažení reprodukční schopnosti. U jedinců pozorujeme kolísání nálad a citů, pocity nejistoty, sebepodceňování, u dívek první menses. Toto období můžeme vymežit věkem 13-15 let.
- 2) Období adolescence – zahrnuje dobu zhruba od 15–22 let. Postupně se dosahuje plné reprodukční zralosti a dokončuje se i tělesný růst.

---

<sup>70</sup>LANGMEIER, J., KREJČÍŘOVÁ, D. *Vývojová psychologie*. 2. aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2006. s. 142. ISBN 80-247-1284-9.

<sup>71</sup>NAKONEČNÝ, M. *Úvod do psychologie*. Praha: Academia, 2003. s. 386. ISBN 80-200-0993-0.

<sup>72</sup>LANGMEIER, J., KREJČÍŘOVÁ, D. *Vývojová psychologie*. 2. aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2006. s. 139. ISBN 80-247-1284-9.

### 3.2.1 Vývoj osobnosti v období dospívání

Dospívání je především spojeno s ukončením základní školy a volbou povolání. V tomto období odlišujeme dvě navazující stadia:

- pubescenci,
- adolescenci.

Hartl a Hartlová<sup>73</sup> pubescenci vymezují přibližně mezi 12-15. rokem a charakterizují ji obdobím přeměny z dítěte na biologicky zralého dospělého, schopného sexuální reprodukce. Je také obdobím pohlavního dospívání, což se projevuje kritičností, kolísáním nálad, citů, pocitů nejistoty, sebepodceňováním, ale také u dívek prvním menses a u chlapců první poluce.

Toto období bývá také doprovázeno emoční instabilitou, tj. častými a nápadnými změnami nálad, impulsivitou jednání, nepředvídatelností reakcí, postojů a nestálostí. Emoční nestálost ztěžuje také koncentraci pozornosti, učení a může docházet také k výkyvům ve školním prospěchu, na který je v tomto věku kladen zvýšený důraz. Tento stav mohou doprovázet drobné neurovegetativní poruchy, zhoršení spánku, únava, střídání ochablosti a apatičnosti, nebo porucha chuti k jídlu.<sup>74</sup> V této souvislosti Čačka<sup>75</sup> konstatuje, že na počátku dospívání bývají např. příznaky úzkosti často maskovány skutečnými potížemi ve škole a obvyklou nápadností chování. Tyto příznaky jsou velice reálné a přibližují se nápadně k dospělým osobám, jako např. hloubání, sebevražedné impulzy až pokusy o sebevraždu. Obavy z případného neúspěchu způsobují nepružnost myšlení, včetně usměrňování sledu myšlenek. Stupně napětí a strachu zužuje rozsah pozornosti, zpomaluje proces myšlení a ztěžuje seberegulaci. Silná téma následně zhoršuje logiku myšlení a tím i kvalitu řešení problémů. Zhoršení prospěchu a záškoláctví lze zpravidla často napravit jen snížením nepřiměřených nároků a přísnosti rodičů i učitelů; spolu se zvýšením dohledu a kontroly nad přípravou. Nepřiměřenou konformitu

---

<sup>73</sup>HARTL, P., HARTLOVÁ, H., *Psychologický slovník*. 2. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-569-1.

<sup>74</sup>LANGMEIER, J., KREJČÍŘOVÁ, D. *Vývojová psychologie*. 2. aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2006. s 143. ISBN 80-247-1284-9.

<sup>75</sup>ČAČKA, O. *Psychologie duševního vývoje dětí a dospívajících s faktory optimalizace*. 1. vyd. Brno: Doplněk, 2000. s. 189. ISBN 80-7239-060-0.

lze zmírnit vyzýváním k samostatnému hodnocení; oceňováním vlastního tvůrčího přístupu.

V dospívání významně pokračuje i vývoj vnímání - zejména vizuální, které více souvisí s abstraktním myšlením. Představy bývají méně živé, spíše obecnějšího charakteru. Zřetelně klesá psychická vlastnost, která umožňuje vybavit si detaily dříve vnímaného obrazce, a proto výuka dospívajících by neměla mít pouze názorný příklad (poněvadž by bylo potlačeno abstraktní myšlení) učení, bez názorných podkladů, jelikož i abstraktní pojmy vycházejí ze základu názorných zkušeností.<sup>76</sup> V této souvislosti Koukolík a Drtilová<sup>77</sup> dodávají, že abstraktní myšlení a uvažování, např. při sledování televize dospívající příliš nevyužívají, poněvadž vkládají do sledování málo duševní námahy, nebo žádnou, v důsledku čehož příliš nepřemýšlejí o tom, co viděli.

Piaget<sup>78</sup> rozlišuje v období dospívání hlavní rozdíly mezi formálním myšlením a konkrétními operacemi, které spočívají v tom, že konkrétní operace jsou soustředěny na realitu, kdežto formální myšlení ji postihuje potencionálními transformacemi a asimiluje ji podle představovaného nebo dedukovaného dění. Tato změna perspektiv je základní jak pro citovou, tak pro poznávací oblast, poněvadž svět hodnot může zůstat také uvnitř hranic konkrétní a vnímatelné skutečnosti, nebo se naopak může otevřít všem meziosobním či sociálním možnostem. Pubescence je charakterizována zrychlením fyziologického somatického růstu a současně i tímto odhalením hodnot nových možností.

Dle Langmeiera a Krejčířové<sup>79</sup> mezi hlavní vývojové úkoly období dospívání patří zejména uvolnění z přílišné závislosti na rodičích a navazování vztahů k vrstevníkům obojího pohlaví. Proces stálého osamostatňování a rozšiřování sociálních vztahů je základním pochodem, který začíná od útlého dětství a pokračuje i v dospělosti, a pro toto období v tomto směru klíčové a rozhodující pro převzetí pozdějších základních

---

<sup>76</sup>LANGMEIER, J., KREJČÍŘOVÁ, D. *Vývojová psychologie*. 2. aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2006 s. 145. ISBN 80-247-1284-9.

<sup>77</sup>KOUKOLÍK, F., DRTILOVÁ J. *Vzpouza deprivantů*. 2. vyd. Praha: Galén, 2008. s. 220. ISBN 978-80-7262-410-2.

<sup>78</sup>PIAGET, J., INHELDEROVÁ, B. *Psychologie dítěte*. Praha: SPN, 1970. ISBN 978-80-262-0691-0.

<sup>79</sup>LANGMEIER, J., KREJČÍŘOVÁ, D. *Vývojová psychologie*. 2. aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2006 s. 149. ISBN 80-247-1284-9.

rolí manželských a rodičovských. Každé dítě si hledá svůj zvláštní způsob, jak dosáhnout postupně potřebné samostatnosti, aniž by ztrácelo pozitivní vztah ke svým rodičům. Tam kde se dospívajícímu nepodaří uvolnit se z přílišné závislosti na rodičích a přemístit své vazby na vrstevníky, může docházet k různým obtížím, které si okolí potom nedovede vysvětlit a následně se může láska k rodičům obrátit v nepochopitelnou nenávisť, úctu v pohrdání. Všechny tyto i další způsoby, jak vyřešit základní psychosociální konflikt období, se přechodně vyskytují a prolínají u většiny dospívajících a pomáhají jim nakonec najít vlastní úspěšnou cestu.

### **3.2.2 Chování a způsob jednání dospívajících v online prostředí**

Pro období dospívání jsou charakteristické čtyři okruhy potřeb, díky kterým dospívajícího virtuální prostředí přitahuje:

- 1) Objevování vlastní identity a experimentace s ní – virtuální prostředí poskytuje uživateli odpovědi na vlastní otázky „kdo jsem, kým chci být a jaké vztahy chci v budoucnu navazovat“. Na internetu je možné hledat odpověď na tyto otázky, zároveň toto prostředí umožňuje anonymitu a opuštění virtuálního světa, kdy uzná za vhodné.
- 2) Potřeba intimity, spolu náležení – typické pro dospívající je touha s někým se identifikovat nebo někam patřit. Časté a měnící se nálady, typické tak pro toto období, bývají pro okolí velice zátěžové; a skupin, s nimiž by se dospívající cítil skutečně spjat a uznáván bývá málo. Lze tedy říci, že nejsnazší je obklopovat se lidmi, kteří prožívají stejné období a emoce. V online prostředí je možné skupiny stejného zaměření aktivně vyhledat, zapojit se do nich, aniž by byla vyžadována výrazná finanční, časová nebo energetická investice.
- 3) Separace od rodiny, rodičů či pečujících osob – online prostředí odděluje děti od svých rodičů, ztráta bezpečí a jistoty s sebou nese prožitky úzkosti a strachu. Separace od rodiny a zároveň nezažívat nepříjemné pocity mnoho mladých uživatelů vítá, a proto navazují a vyhledávají kontakty, zkoumají svět, aniž by přitom prožívali strach nebo úzkost, které by zažívali v realitě.

4) Ventilace frustrace – prožitky frustrace jsou u dospívajících časté a intenzivní a její ventilace je poté velice potřebná. Internet umožňuje v rámci mnoha her, aplikací, soutěžení, virtuálních světů projevit agresivitu, vztek, zlost, snadno dostupnou a bezpečnou formou jako je „klik na patřičný emotikon“.<sup>80</sup>

Šmahel<sup>81</sup> virtuální prostředí dospívajících nazývá „prostředím bez zábran“ a rozšiřuje ho o tato další specifika:

- Větší otevřenost – v prostředí internetu mizí bariéry; dospívající se označují jako odvážnější, výřečnější, udávají vyšší schopnost odhalení se. Tato otevřenost je to, co je k internetu „táhne“ a co jim v reálném životě chybí. Ve virtuálním prostředí tak hledají možnost svobodného projevení sebe sama, svých názorů, pocitů a tužeb.
- Redukce úzkosti – u dospívajících mizí bariéry, komplexy, strach, že prožívají méně tenze. Je zde možnost projevit sebe sama – být více otevřeným.
- Sexuální narážky – dívky berou existenci častějších sexuálních narážek jako fakt, se kterým je třeba se vyrovnat; případně jako něco, co se stává mnohem více součástí „flirtování“, než je tomu v realitě. Většině dívek však tento jev nepřipadá nepříjemný.
- Možnosti lži a přetvářky – dospívající si uvědomují, že ve virtuálním světě je možné dosti snadno lhát, přetvařovat se, vymýšlet si, tzv. měnit svou identitu.
- Pocit fyzického bezpečí – uživatel se domnívá, že je fyzicky v bezpečném prostředí; osoby, se kterými komunikuje, nejsou ve většině případů fyzicky přítomny a nemohou jej ohrozit.
- Absence sebe sama jako fyzického objektu – uživatel nemá při komunikaci obavy, úzkosti a komplexy z toho jak vypadá, jak se vnímá po fyzické stránce. Nikdo ho nekritizuje za to, jaký má účes, jak se obléká. Vyrovnání se se svým vzhledem je pro dospívající klíčové v rámci utváření jejich identity, proto jim toto vyhovuje.

---

<sup>80</sup>KRČMÁŘOVÁ, B. *Děti a online rizika, (vliv internetu na formování a vývoj osobnosti)* – Sborník studií – s. 80, Praha 2012, 1. vydání, ISBN 978-80-904920-3-5., [online]. [cit. 2016-10-09]. Dostupné z: [www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643](http://www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643)

<sup>81</sup>ŠMAHEL D. *Psychologie a internet – děti dospělými, dospělí dětmi*. Triton 2003, s. 23 – 26. ISBN 80-7254-360-1.



- Možnosti ukončení kontaktu – ve virtuálním prostředí existuje možnost kdykoli přerušit komunikaci, ukončit kontakt, je-li pro někoho nějakým způsobem nepříjemný nebo ohrožující a zároveň však nemusí protistraně udávat žádné zdůvodnění.
- Anonymita – dospívající se cítí mnohem lépe, že je nikdo nezná a mohou si na internetu dělat cokoli. V některých případech pocítují strach z odhalení identity na internetu do té míry, že při rozhovorech zkreslují fakta o sobě tak, aby nebylo v reálném světě možné zjistit, o jakou osobu se jedná.

Z výše uvedeného vyplývá, že míra anonymity je základní proměnnou, která ovlivňuje chování i cítění lidí v prostředí internetu.<sup>82</sup> Dospívající se ve virtuálním prostředí, často v rámci určitých experimentů s identitou, vydávají za jiné osoby; stejně tak jsou ale schopni chovat se lépe, než v reálném životě. Zabývají se otázkami životních hodnot, vztahů a výběru partnera a využívají internet k vyjasnění vlastních postojů.

V souvislosti s formováním identity je také potvrzování vlastních kompetencí, hledání sebeuplatnění a sebe prezentace. Virtuální svět nabízí prostor k vytváření např. blogů, zároveň je přístupný dalším uživatelům, které uživatel může vést online a komunikovat s nimi a tím naplňuje např. výše zmíněné potřeby sebeuplatnění či sebe prezentace. Pro autory blogů je velmi důležitá možnost komunikace se svými čtenáři; vzhledem k navázání nových vztahů, ale také jistá forma společenského uznání a akceptace ze strany publika, potvrzením jeho kompetencí, schopností a uznání. Kontakt se čtenáři, kteří mají podobný věk, zájem či názory, zároveň uspokojuje autorovu potřebu někam patřit, náležet, být členem skupiny. V souvislosti s blogy, vznikají taktéž virtuální komunity na stejné téma, které jsou schopny poskytnout dospívajícímu sociální podporu, kterou v tomto období postrádá.<sup>83</sup>

---

<sup>82</sup>ŠMAHEL D. *Psychologie a internet – děti dospělými, dospělí dětmi*. Triton 2003, s. 27. ISBN 80–7254-360-1.

<sup>83</sup>KRČMÁŘOVÁ, B. *Děti a online rizika, (vliv internetu na formování a vývoj osobnosti)* – Sborník studií – s. 83, Praha 2012, 1. vydání, ISBN 978-80-904920-3-5[online]. [cit. 2016-10-09]. Dostupné z: [www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643](http://www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643)

## 4 POZITIVA A NEGATIVA SOCIÁLNÍCH SÍTÍ

Primárním a nepostradatelným prostředkem komunikace je přirozeně řeč. Řeč z nás dělá lidi, naši lidskost udržuje a svým způsobem definuje, co to znamená být člověkem. To, jak lidé přemýšlejí o čase a prostoru, o věcech a procesech, je výrazně ovlivněno gramatickými vlastnostmi jejich jazyka. Skutečnou míru rozdílností ve světovém názoru různých kultur si však lze představit jedině tehdy, vezmeme-li v úvahu množství a rozličnost všemožných nástrojů konverzace, které řeč přesahují.<sup>84</sup>

Televize, rádio, počítač, internet, hry, mobilní telefony a další média v současnosti přebírají ústřední roli v každodenním životě našich dětí a dospívajících. Světové výzkumy prokázaly, že média mají potenciálně nesmírný vliv - pozitivní i negativní; na poznávací, sociální i behaviorální rozvoj dítěte. Průměrné dítě tráví více než 21 hodin týdně u médií. Tento údaj zahrnuje čas strávený u televize, hraním her a surfováním po internetu.<sup>85</sup>

### 4.1 Pozitiva sociálních sítí

Sociální sítě vycházejí z anglických slov tzv. „social network“, které v současnosti využívá téměř polovina světové populace. Největší a nejrozšířenější sociální sítí je Facebook, s více než 4 milióny uživateli v České republice. Jeho služby využívá téměř všechna dětská populace, počínaje šestou třídou.<sup>86</sup>

Mezi pozitiva sociálních sítí patří zejména:

- být neustále v kontaktu se svými přáteli – může se jednat o rodinu, přátele, bývalé či stávající spolužáky, kolegy ze zaměstnání;
- rychlé sdílení informací;

---

<sup>84</sup>POSTMAN, N. *Ubavit se k smrti*. 1. vyd. Praha, s. 18. ISBN 978-80-204-2206-4.

<sup>85</sup>MIHÁL, V. *Dopad televize na vývoj dítěte*, *Pediatr. praxe* 2012; 13(4): s. 281–282, [online]. [cit. 2016-10-29]. Dostupné z: <http://www.pediatriepropraxi.cz/pdfs/ped/2012/04/21.pdf>

<sup>86</sup>I-BEZPEČNÁ ŠKOLA. CZ, *Rizika sociálních sítí a co by děti měly vědět*, Metodický materiál, reg. č.,cz.1.07/1.3.50/01.0014

- snadné získání nových přátel;
- rovnocenné postavení uživatelů. Uživatel nemusí řešit vzhled, věk, rasu a další okolnosti, které by ho mohly v reálném světě ovlivnit.<sup>87</sup>

Sociální sítě jsou také velmi pozitivním prvkem sdílení informací a nových produktů:

- sociální sítě jsou prostředím, kde s minimálními náklady, v krátkém čase, získáváme zpětnou vazbu od svých stávajících či potencionálních zákazníků;
- komunikace je velmi osobní, efektivní a nabitá především kladnými emocemi, často doplněna o emotikony;
- aktivní podpora prodeje produktů a služeb, s možností předávat uživatelům informace o daném produktu či službách;
- minimální náklad na investice;
- zvýšení loajality a povědomí zákazníků a společnosti, službách a produktech;
- informace jsou šířené rychleji a osloví větší množství uživatelů, než osobním kontaktem.<sup>88</sup>

Internet a především sociální sítě jsou pro děti a dospívající místem k objevování a zkoumání okolního světa. Informace, které potřebují vědět, získají velice snadno a rychle, což výrazně usnadňuje práci. Nejen vyhledávání informací, ale také možnosti internetového nákupu či udržování kontaktu se svými vrstevníky, kteří mohou být vzdáleni třeba jen pár metrů od nás, nebo žít na jiném kontinentě. S tím je spojena možnost zábavy a relaxace, ale také možnost interakce, která nutí dítě přemýšlet a procvičovat různé sociální dovednosti, jak např. navazování nových kontaktů, formulace a prosazování vlastních názorů, emocí a argumentů. Vzhledem možnosti komunikace s lidmi z jiných zemí děti také prohlubují jazykové znalosti.<sup>89</sup>

---

<sup>87</sup>VÝHODY SOCIÁLNÍCH SÍTÍ, [online]. [cit. 2016-11-08]. Dostupné z: <http://kasv2013-cz.webnode.cz/socialni-site/vyhody-socialnich-siti/>

<sup>88</sup>9 DŮVODŮ PROČ BÝT AKTIVNÍ NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH [online]. [cit. 2016-11-08]. Dostupné z: <http://www.sunmarketing.cz/marketing-v-socialnich-sitich/9-duvodu-proc-byt-aktivni-v-socialnich-sitich>

<sup>89</sup>KRČMÁŘOVÁ, B., VACKOVÁ K. Děti a online rizika (*dítě předškolního a mladšího školního věku a internet*) – Sborník studií –(online) – s. 53 Praha 2012, 1. vydání, ISBN 978-80-904920-3-5, [online]. [cit. 2016-10-09]. Dostupné z: [www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643](http://www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643)

Brdička<sup>90</sup> popisuje prudký rozvoj internetu, v důsledku čehož umožňuje určité formy studia na dálku, tzv. distanční studia. Jedná se o studium pomocí internetu, tzv. e-learningu, které se v současnosti stává stále oblíbenější, vzhledem ke své mobilitě. Každý je za své vzdělání zodpovědný sám, proto je i schopen si najít na internetu studium, které mu bude schopno vzdělání co nejrychleji a nejkvalitněji poskytnout. Komunikace mezi studentem a učitelem, který je nazýván vzdělávacím poradcem, probíhá formou chatu a student dané úkoly vypracovává taktéž pouze přes internet a vkládá do příslušných souborů na školním serveru.

Mezi největší výhody tohoto studia patří zejména:

- možnost studia kdykoli a kdekoli, kde je připojení k internetu;
- není potřeba docházet na přednášky v určitou dobu – vše si student vyhledá na svých školních stránkách;
- tempo studia se odvíjí od potřeb daného studujícího, tzn., že výuky se mohou zúčastnit i ti studenti, kteří by normálnímu tempu při klasické práci v učebně nestačili. Oproti tomu ti, kteří ukončí stanovený plán rychleji, mohou začít pracovat na něčem jiném, aniž by omezovali studenty ostatní.

V této souvislosti můžeme konstatovat, že sociální sítě mohou být velice prospěšné, pokud jsou používány správně a zejména děti se naučí rozpoznávat, co na sociální sítě uveřejnit či nikoliv.

---

<sup>90</sup>BRDIČKA B. *Role internetu ve vzdělávání*. Kladno: AISIS, 2003. s. 42-43. ISBN 80-239-0106-0.

## 4.2 Negativa sociálních sítí

V současnosti jsou děti a dospívající s počítači a mobilními telefony velice spjati. Z různých výzkumů vyplývá, že na prvním místě děti čtou textové zprávy, emaily, sociální sítě a poté teprve následují magazíny a knihy. S mobilními telefony také výrazně stoupl rozšíření tabletů, které jsou taktéž vybaveny fotoaparáty, důsledkem čehož je velice snadné cokoli vyfotografovat a okamžitě umístit na sociální síť. Děti a dospívající nedokáží rozeznat podvodníky, zejména pokud se někdo vydává za někoho jiného, rády se stávají fanoušky téměř kterékoli webové stránky; schvalují aplikaci či klikají na nejrůznější odkazy. Z uvedeného vyplývá výrazné ohrožení, zvláště ztrátou soukromí, spamy, viry, ztráta identity, vydírání, atp. Děti se na sociálních sítích ochotně „stávají přáteli“ téměř s kýmkoliv, kdo je o přátelství požádá a sdílejí své osobní údaje s lidmi, které znají pouze z virtuální komunikace. Přičemž v reálném světě se klade důraz, aby děti nevěřily cizím lidem na ulici; u sociálních sítí tato důležitá součást výchovy zcela chybí.<sup>91</sup>

V této souvislosti Dočekal<sup>92</sup> doplňuje, že varovat děti před konkrétními místy či lidmi na internetu lze jen v omezené míře. Vštípit jim základy zodpovědného chování na internetu dokáže každý rodič, avšak dospívající nad poučováním rodičů reagují často negativně.

Internet a sociální sítě vystavují své uživatele také řadě nebezpečí, mezi které patří zejména:

- kybergrooming;
- kybersex;
- kyberstalking;
- kyberšikana;

---

<sup>91</sup>I – I-BEZPEČNÁ ŠKOLA. CZ, *Rizika sociálních sítí a co by děti měly vědět*, Metodický materiál, reg. č. cz.1.07/1.3.50/01.0014

<sup>92</sup>ECKERTOVÁ, L., DOČEKAL, D. *Bezpečnost dětí na internetu*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2013. s. 40. ISBN 978-80-251-3804-5.

### 4.3 Kybergrooming

Jedná se o druh psychické manipulace, realizované prostřednictvím informačních technologií a jež označuje chování tzv. kybergroomerů, kteří mají v obětech vyvolat falešnou důvěru a přimět ji k osobní schůzce, za účelem sexuálního zneužití, fyzického násilí, k výrobě dětské pornografie či zneužití oběti pro dětskou prostituci, atp. „*Kybergrooming je probíhající online proces, při kterém se pachatel snaží získat důvěru dítěte a postupně ho přimět, aby se s ním účastnilo různých sexuálních aktivit. Pachatel může dítě zmanipulovat tak, aby se prostřednictvím web kamery dívalo na groomerovo sexuální uspokojování či se ho také účastnilo.*“<sup>93</sup>

Kybergrooming je vázán na komunikační platformy, např. veřejný chat, internetové seznamky, messengery a sociální sítě, ale také inzertní portály, které dětem nabízejí možnosti výdělků či kariéry, např. v oblasti modelingu, nebo dětské portály zaměřené na volnočasové aktivity či herní portály.

Kopecký<sup>94</sup> k tomu dodává, že charakteristickým rysem groomera, je tzv. efekt zrcadlení. Ve snaze prolomit zábrany se útočník chová k oběti jako její zrcadlový obraz. Pokud oběť útočnickovi sdělí, že se cítí osaměle či má jakékoliv jiné problémy, útočník odpovídá, že i on má podobné problémy, plně oběť chápe a nabízí tak možnosti svěřit se. Navozuje především pocit kamarádství, který pomůže oběti překonat strach komunikace s neznámou osobou. Pachatel si následně z poskytnutých údajů, které mu byly sděleny, ale také ze záznamů a z internetu v rámci vyhledávání, vytváří profily obětí. Pomocí internetových vyhledávačů může pachatel zjistit, kde oběť údaj použila, např. telefonní číslo, adresu školy, bydliště a další osobní údaje.

Na sociálních sítích je možnost prohlížet profily miliónů uživatelů různého věku, v důsledku čehož potenciální pachatelé trestné činnosti mají na internetu možnosti ve výběru svých obětí, které odpovídají jejich potřebám. Pojmenování kybergrooming pochází z anglického slova grooming, což v českém překladu znamená starání či

---

<sup>93</sup>KOPECKÝ, K. *Kybergrooming – nebezpečí kyberprostoru*. 1. vyd. Olomouc: Net University Ltd, 2010. ISBN 978-80-254-7573-7.

<sup>94</sup>TAMTÉŽ, s. 5.

pečování jednoho člena a současně slouží k udržování nebo posílení dobrých vzájemných vztahů. Je ale také synonymem milostného poměru, důvěry, rodičovské lásky a péče.<sup>95</sup>

Psychická manipulace oběti obvykle probíhá od 3 měsíců po dobu několika let, přičemž je závislá na důvěřivosti oběti, které bývají zpravidla ve věku 11 – 17 let a častěji jsou obětmi dívky než chlapci. Oběti tvoří zejména uživatelé internetu, kteří tráví volný čas v online prostředí a hledají zde kamarády, přátele nebo životní partnery.<sup>96</sup>

Hulanová<sup>97</sup> popisuje proces kybergroomingu, za účelem zneužití dítěte, který prochází několika stádii:

- navázání přátelství – v první fázi se groomer snaží seznámit se svou obětí a blíže ji poznat, přičemž poznávání může trvat individuálně dlouhou dobu;
- vytváření vztahu – druhá fáze je rozšiřováním navázaného přátelství. Groomer se snaží vzbudit dojem láskyplného vztahu a navíc dítě zaujmout čímkoli, co by jej mohlo upoutat např. diskuzí o jeho škole, rodinném životě, oblíbené hudbě; přičemž vyvolává iluzi, že je pro dítě novým nejlepším přítelem, snaží se k němu co nejvíce přiblížit a chová se k němu stále intimněji;
- posuzování rizik – ve třetí fázi groomer zjišťuje od dítěte např. umístění jeho počítače, kdo počítač v domácnosti používá a snaží se odhadnout pravděpodobnost, že jeho činnost nebude odhalena např. rodiči;
- exkluzivní vztah – přátelství mezi obětí a útočníkem se stupňuje. Zde je posilován především dojem důvěry, vzájemnosti a respektu, aby se vztah mohl posunout na témata intimnějšího charakteru;
- vábení a uplácení oběti – k navázání nejužšího vztahu jsou ze strany pachatelů využívány různé formy úplatků, mezi které patří peníze, kredity do mobilních

---

<sup>95</sup>HULANOVÁ, L. *Děti a online rizika, (kybergrooming a kyberstalking)* – Sborník studií – s. 93, Praha 2012, 1. vydání, ISBN 978-80-904920-3-5, [online]. [cit. 2016-11-06]. Dostupné z: [www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643](http://www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643)

<sup>96</sup>KOPECKÝ, K. *Kybergrooming – nebezpečí kyberprostoru*. 1. vyd. Olomouc: Net University Ltd, 2010. ISBN 978-80-254-7573-7.

<sup>97</sup>HULANOVÁ, L. *Děti a online rizika, (kybergrooming a kyberstalking)* – Sborník studií – s. 93 – 94, Praha 2012, 1. vydání, ISBN 978-80-904920-3-5, [online]. [cit. 2016-11-06]. Dostupné z: [www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643](http://www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643)

telefonů, mp3, pc hry, značkové oblečení atd. Úplatky následně groomerovi pomáhají ověřit si osobní údaje oběti (např. telefonní číslo či adresa, na kterou úplatek zašle). Útočník usiluje především o získání fotografií či videozáznamů obnažené oběti, které bude moci následně využít k vydírání oběti. Pomocí citového vydírání a zastrašování, dítěti např. zakazuje sdělit určitou informaci rodičům nebo jiným lidem v jeho okolí. Groomer již zná téměř veškerá tajemství dítěte. Děti většinou rodičům lžou, s kým tráví svůj volný čas, nesvěřují se s problémy. Jediná pro ně důvěryhodná osoba je groomer, který hluboký důvěrný vztah rozšiřuje o sexuální témata tzv. kybersexu.<sup>98</sup>

#### 4.4 Kybersex a kyberstalking

Kybersex je online komunikace za účelem sexuálního vzrušení. Veškerá komunikace je sexuálního charakteru, se zasláním vlastních i cizích pornografických materiálů, ale také sledováním sexuálního sebeuspokojování před webkamerou. V této souvislosti si groomer vyžádá osobní setkání s dítětem; zároveň se však ujistí, že dítě o jejich schůzce nikomu neřekne. Pro společné setkání vybere klidné místo bez svědků, procházku v parku, návštěvu kina, klubu nebo přímo bytu groomera. Nejčastějším následkem tohoto setkání je sexuální zneužití dítěte, mnohdy končící smrtí.<sup>99</sup>

Kyberstalking je opakované, systematické, dlouhodobé, stupňované obtěžování a pronásledování, prováděné prostřednictvím informačních a komunikačních technologií a to zejména chatu, messengeru, skypu, sociálních sítí apod.). Tato pronásledování mohou mít různé intenzity a formy, zejména tyto:

- sledování obětí;
- pokusy kontaktovat oběť SMS zprávami, e – maily, telefonáty;
- zasílání nechtěných darů;
- vyhrožování a vydírání obětí nebo jejich blízkých;

---

<sup>98</sup>HULANOVÁ, L. *Děti a online rizika, (kybergrooming a kyberstalking)* – Sborník studií – s. 95, Praha 2012, 1. vydání, ISBN 978-80-904920-3-5, [online]. [cit. 2016-11-06]. Dostupné z: [www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643](http://www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643)

<sup>99</sup>TAMTÉŽ, s. 95.



- poškozování majetku, pověsti, fyzické útoky.

Nejčastějšími kyberstalkery bývají především:

- bývalí partneři, kteří nezvládli ukončení vztahu;
- uctívači, kteří se snaží navázat kontakt se zbožňovanou osobou;
- neobratný milovník, který nerozpozná, že o něj oběť nestojí;
- poblouzněný milovník, který žije v iluzi, že ho oběť také miluje;
- sexuální útočník (často sexuální deviant), který se snaží o sexuální útok;
- ublížený pronásledovatel, který se chce pomstít za skutečné, např. citové zranění, jež mu oběť způsobila.<sup>100</sup>

Pro kyberstalkery jsou charakteristickými vlastnostmi systematičnost a vytrvalost. Používají promyšlené postupy, pomocí nichž si vyhledávají své oběti v chatovacích místnostech, diskuzních fórech či online rozhovorech. Často také v závislosti na typu oběti mění své online identity. Komunikační technologie umožňují kyberstalkerovi v jednu chvíli pronásledovat i více obětí najednou, přičemž informace může získávat z reálného světa od přátel, ale také z internetu. Motivací je pro něj snaha získání moci nad obětí a to především pomocí strachu. Schopnost vystrašit a následně kontrovat oběť, roste právě s množstvím informací o oběti, kterou kyberstalker získal.<sup>101</sup>

---

<sup>100</sup>KREJČÍ, Veronika. *Kyberšikana: Kybernetická šikana* [online]. Olomouc, 2010 [cit. 2016-11-15]. ISBN 978-80-254-7791-5. Dostupné z www: <<http://www.e-nebezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/materialy-pro-studium-studie-atd?download=14%3Akybersikana-studie>>

<sup>101</sup>HULANOVÁ, L. *Děti a online rizika, (kybergrooming a kyberstalking)* – Sborník studií – s. 103, Praha 2012, 1. vydání, ISBN 978-80-904920-3-5, [online]. [cit. 2016-11-06]. Dostupné z: [www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643](http://www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643)

## 4.5 Kyberšikana

Specifický druh šikany využívající informačních a komunikačních technologií, za účelem ublížení či zesměšnění jiných osob. Na této formě šikany se mohou podílet jak dospělí jedinci, tak i děti. Jedná se především o tyto formy:

- zasílání výhrůžných a krutých e – mailů či SMS zpráv;
- výhrůžné telefonáty;
- obtěžování prostřednictvím chatu;
- vytváření webových stránek, které verbálně, graficky nebo zvukově uráží a zesměšňují oběť;
- online zasílání fotografií či video nahrávek, kde je oběť zesměšňována nebo urážena;
- umíst'ování pornografických fotografií na internetu s tváří oběti;
- zasílání ostatním uživatelům vulgární a obtěžující zprávy pod jménem oběti.<sup>102</sup>

Dočekal<sup>103</sup> k tomuto tématu dodává, že pokud dítě nebo skupina dětí úmyslně, nebo opakovaně ohrožuje, pronásleduje a psychicky týrá jiné dítě za pomoci mobilního přístroje, je stále hlavním cílem útočníků ublížit oběti. Avšak většina případů kyberšikany je realizována v žertu a vymkla se kontrole. K tomu dodává, že kyberšikana je často spojována s tzv. Happy Slapping, neboli natáčením fyzického nebo sexuálního útoku. Jedná se především o útok na náhodně vybranou osobu, např. chodce v parku nebo fyzicky či sociálně slabé skupiny, s cílem získat maximálně šokující a originální video nahrávku, kterou agresori následně zveřejní na některém z internetových portálů, s možností dalšího sdílení.

V této souvislosti můžeme konstatovat, že hlavním motivem jakékoliv negativní formy zprostředkované přes internet bývá právě anonymita, kterou kyberprostor poskytuje. Uživatelé vnímají sami sebe často jako neviditelné a tím i nedosažitelné. Toto

---

<sup>102</sup>HULANOVÁ L. *Děti a online rizika, (kybergrooming a kyberstalking)* – Sborník studií – s. 91, Praha 2012, 1. vydání, ISBN 978-80-904920-3-5, [online]. [cit. 2016-11-06]. Dostupné z: [www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643](http://www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643)

<sup>103</sup>ECKERTOVÁ, L., DOČEKAL, D. *Bezpečnost dětí na internetu*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2013. s. 65 – 67. ISBN 978-80-2513804-5.

vnímání ještě umocňují zakládáním anonymních účtů, které zcela odstraňují obavy z odhalení a možného trestu. Nedostatečná konkrétní zpětná vazba vede k nedostatku empatie s případnou obětí, k chybnému chápání a tím se může jevit jako zcela neškodná. Kyberprostor bývá také vnímán jako kyberkomunita, v důsledku čehož se uživatelé domnívají, že mají na internetu právo psát nebo posílat cokoli, bez ohledu na to, zda někomu způsobí újmu.<sup>104</sup>

---

<sup>104</sup>HULANOVÁ L. *Děti a online rizika, (kybergrooming a kyberstalking)* – Sborník studií –(online) – s. 102, Praha 2012, 1. vydání, ISBN 978-80-904920-3-5, [online]. [cit. 2016-11-06]. Dostupné z: [www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643](http://www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643)

## 5 MEDIÁLNÍ VÝCHOVA A ELIMINACE RIZIK

Termín mediální výchova se používá ve dvojitým významu:

- výchova ke správnému využívání hromadných sdělovacích prostředků (výchova k médiím).
- vzdělávání a výchova prostřednictvím médií. Tento termín je postupně nahrazován vhodnějším označením - mediální didaktika.<sup>105</sup>

Mediální výchova představuje jedno z tzv. průřezových témat současného systému vzdělávání; jejím úkolem je v rámci vzdělávacích institucí přiblížit dovednostně i znalostně vztahy k médiím a dosáhnout tím mediální gramotnosti, která zahrnuje zejména:

- osvojení některých základních poznatků o fungování a společenské roli současných médií a jejich historii;
- funkci médií a rozeznání jednotlivých funkcí a navazující analýzy žánrů;
- informace o výběru a zpracování zpráv před uveřejněním a přípravu publicistických pořadů;
- analýzu spolehlivosti různých typů sdělení – zpráva, komentář, reklama a rozeznání předpojatosti, nevyváženosti a spolehlivosti konkrétních jednotlivých médií (tisku, rozhlasových a televizních stanic, internetu);
- specifickou internetu mezi médii.

Společně se snahou o získání základních dovedností, by měla být mediální výchova zaměřena i na potřebu získat znalosti z oblasti mediální produkce, dějin médií, role médií ve společnosti, a postupů i prostředků mediální komunikace. Doporučené, očekávané výstupy rozšiřují obsah mediální výchovy o problematiku bezpečnosti užívání médií.

---

<sup>105</sup>MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: UJAK, 2010. s. 148. ISBN 978-80-7452-002-0.

Ta zvláště významně vystupuje do popředí s rozvojem internetových médií a sociálních sítí a je jako důležitý faktor rozvoje mediální gramotnosti akcentována i na evropské úrovni.<sup>106</sup>

Musil<sup>107</sup> uvádí, že mediální výchova zároveň podporuje všestranné zvládnutí komunikace tak, že žák:

- získává schopnost zapojovat se do diskuze a vyhodnocovat průběh diskuze, argumentaci a výměnu názorů;
- rozpoznává mechanismus manipulativní komunikace a učí se čelit jejímu působení;
- orientuje se v rozhovorech, diskuzních pořadech a anketách;
- rozeznává argumentaci a výrazové prostředky komerční i politické reklamy.

V této souvislosti ještě konstatuje, že mediální výchova také podporuje rozvoj klíčových kompetencí tím, že:

- učí žáky přistupovat k mediálním informacím s kritickým odstupem a ověřovat si je; např. vyhledáváním logických a věcných rozporů v mediovaných sděleních vede k odstupu;
- aktivní řízená práce ve školní redakci vede k neustálému ověřování všech zveřejňovaných informací a učí žáky způsobům, jak si informace ověřovat – od práce se slovníky a encyklopediemi, přes telefonické dotazování, vyhledávání na internetu, až po prověření nových údajů přímo „v terénu“;
- podporuje sebereflexi žáků ve vztahu k jejich mediálním návykům, odhaluje stereotypy v mediálních produktech i v konzumaci médií;
- napomáhá aktivně řešit problém naplnění volného času žáků;
- nabízí poznatky, jež žáky do jisté míry osvobozují od nebezpečí manipulace a manipulativní argumentace;

---

<sup>106</sup>JIRÁK, J., PAVLIČÍKOVÁ, H. *Doporučené očekávané výstupy. Mediální výchova v základním vzdělávání*. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2011. ISBN 978-80-87000-76-2.

<sup>107</sup>MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: UJAK, 2010. s.151-152. ISBN 978-80-7452-002-0.

- podporuje analytické porozumění textu, posiluje povědomí o výrazových prostředcích (obrazných pojmenováních, vztazích mezi jazykovým a obrazovým sdělením apod.);
- podporuje návyky při práci v týmu a ve skupině, poznání vlastní role, dodržování závazků, koordinace vlastní činnosti a samostatné rozhodování vědomě podřízené celku.<sup>108</sup>

Hradiská, Brečka a Vybíral<sup>109</sup> předmět mediální výchovy vymezují na tři úrovně:

### 1) kognitivní

- poznat typy mediálních produktů a proces jejich vzniku;
- chápat a kriticky posuzovat mediálně zpracovanou a znázorňovanou realitu, používané mediálně výrazové prostředky a způsoby uspořádání mediálních produktů;
- diferencovaně využívat média a jejich produkty podle kvality plnění jejich funkcí (zejména informační, mravní, výchovně – vzdělávací a zábavné), uspokojení vlastních potřeb.

### 2) psychomotorickou

- aktivně využívat média v procesu komunikace;
- produkovat vlastní mediální příspěvky, které využívají svůj kreativní potenciál;
- obsluhovat technické zařízení a nové technologie médií;
- kooperovat s jinými mediálními tvůrci v procesu komunikace.

### 3) afektivní úroveň

- zaujímat kladný postoj k mediálním produktům, které poskytují pozitivní, hodnotné orientace pro život člověka a vybírat si takové pro svoji potřebu;

---

<sup>108</sup>MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: UJAK, 2010. s. 152. ISBN 978-80-7452-002-0.

<sup>109</sup>HRADISKÁ, E., BREČKA, S., VYBÍRAL, Z. *Psychológia médií*. 1. vyd. Bratislava: Eurokódex, 2009. s. 369-370. ISBN 978-80-89447-12-1.

- odmítat mediální obsahy, které odporují etickým normám - přinášejí deformovaný pohled na hodnoty a ohrožují či škodí jeho osobnímu vývoji (především nerespektují právo člověka na ochranu jeho intimity, propagují násilí jako normální a akceptovatelnou normu řešení mezilidských a společenských konfliktů);
- snaží se zodpovědným přístupem eliminovat negativně mediální vlivy na svoji osobnost;
- dokázat přehodnotit svůj vztah k médiím, reflektovat svoje návyky využívání médií, vylepšovat je, nahradit vlastní mediální potřebu alternativní smysluplnou činností (setkání s přáteli, výlety do přírody, sportovní aktivity).

## 5.1 Eliminace rizik v online prostředí

V souvislosti se sociálními sítěmi a jejich bezpečným používáním je nutné použití odpovídajících ochranných prostředků a to zejména:

- antivirový software;
- nástroje pro blokování přístupu na nevhodné stránky;
- možnost monitorování, co sledují děti na internetu;
- použití kvalitních hesel, které často měníme;
- správné nastavení vlastnosti účtu na sociálních sítích, včetně mobilních telefonů a tabletů.<sup>110</sup>

Eckertová a Dočekal<sup>111</sup> uvádějí, že poučeny o bezpečném používání internetu, včetně sociálních sítí by měly být děti v nižším věku, které jsou ještě ochotny naslouchat, věří rodičům a učí se od nich; než děti věku pubertálního. Přestože je věková hranice možnosti založení Facebooku třináct let, v současné době si ho zakládají i děti mladší deseti let, a proto je lepší založit účet společně s rodiči, správně účet nastavit, probrat s dítětem možná rizika a společně jej kontrolovat. V opačném případě by mohlo dojít

<sup>110</sup>I-BEZPEČNÁ ŠKOLA. CZ, *Rizika sociálních sítí a co by děti měly vědět*, Metodický materiál, reg.č. cz.1.07/1.3.50/01.0014

<sup>111</sup>ECKERTOVÁ, L., DOČEKAL, D. *Bezpečnost dětí na internetu*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2013. s. 40. ISBN 978-80-2513804-5.

k založení účtu dítěte bez dohledu rodičů a další asistence a své aktivity by dítě před rodiči tajilo.

Ve sborníku publikací *Děti a online rizika*<sup>112</sup> jsou uváděna konkrétní vymezení, která by měly děti vědět a dodržovat, než začnou pracovat s online světem. Chovat se v kyberprostoru tak, jako na prostoru veřejném, tzn., že by měly dodržovat tato vymezení:

- nikomu nesdělovat své jméno, ani jméno svých rodičů, adresu svého bydliště, školy, svá telefonní čísla, ani rodinných příslušníků;
- bez souhlasu rodičů nesdílet na internetu žádné fotografie, žádné osobní údaje;
- neprozrazovat hesla nebo přihlašovací údaje;
- nedomlouvat si schůzky s osobami, se kterými se známe pouze virtuálně, rodiče musí vždy vědět, kam dítě odchází a za jakým účelem;
- v případě schůzky jít pouze v doprovodu dospělé osoby a schůzku uskutečnit na veřejném prostoru;
- nepokračovat s online diskuzí, pokud se řeší věci, které by dotyčného mohly uvést do rozpaků nebo děsit;
- neodpovídat na nevkusné a urážlivé e – maily;
- neotvírat soubory přiložené k e – mailům, pokud jsou odeslány od neznámých osob;
- pokaždé oznámit rodinným příslušníkům informace o nepříjemných nebo vulgárních výrazech, fotografiích sdílených na profilu dotyčného;
- respektovat za všech okolností pravidla, že pokud je webová stránka určena pouze dospělým nebo osobám od určitého věku, neotvírat ji;
- nereagovat ani nevěřit osobám, které nabízí něco lákavého.

Internetový portál e - nebezpečí<sup>113</sup>, se zaměřením na sociálně patologické jevy uvádí, jak se chránit před možným kyberstalkingem; nebo pokud se s ním dítě setkalo, jak by se mělo bezpodmínečně zachovat:

---

<sup>112</sup>KARÁSKOVÁ, Z. *Děti a online rizika, (rodič, vychovatel a dítě na internetu)* – Sborník studií s. 60, Praha 2012, 1. vydání, ISBN 978-80-904920-3-5, [online]. [cit. 2016-11-06]. Dostupné z: [www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643](http://www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643)

<sup>113</sup>NEBEZPEČNÉ KOMUNIKAČNÍ JEvy, [online]. [cit. 2016-11-23]. Dostupné z: [www.e-nebezpeci.cz](http://www.e-nebezpeci.cz)



- přerušit kontakty s pronásledovatelem, neodpovídat na telefonáty, SMS zprávy, nescházet se;
- vyhýbat se místům možného setkání;
- snažit se projevy pronásledování evidovat, uchovávat důkazy, informovat své blízké o pronásledování a totožnosti útočníka;
- mimo domov se pohybovat se členem rodiny nebo jinou důvěrnou osobou;
- nosit u sebe legální prostředky pro svou ochranu, např. pepřový sprej;
- nosit u sebe mobilní telefon pro případ přivolání pomoci;
- nezveřejňovat své osobní údaje, adresy, telefonní čísla;
- kontaktovat policii ČR;
- kontaktovat odborné instituce nebo organizace pro pomoc obětem trestných činů, které umožňují nahlášení nelegálního obsahu i spolupráci s dalšími složkami záchranné sítě. Nabízejí především informace o možných rizicích a preventivních opatřeních a možnostech jak řešit vzniklé potíže. Jedná se zejména o tyto organizace, které nalezneme na níže uvedených webových stránkách:
- [www.linkabezpeci.cz](http://www.linkabezpeci.cz)
- [www.saferinternet.cz](http://www.saferinternet.cz)
- [www.bezpecne-online.cz](http://www.bezpecne-online.cz)
- [www.internethotline.cz](http://www.internethotline.cz)
- [www.pegionline.cz](http://www.pegionline.cz)
- [www.herniasociace.cz](http://www.herniasociace.cz)
- [www.e-bezpeci.cz](http://www.e-bezpeci.cz)

Děti považují svá online přátelství za velice důležitou součást své sociální sítě; setkávají se nejčastěji s čistě přátelskými vztahy, v důsledku čehož varování před online agresory mohou brát za bezpředmětné. Internet vzhledem ke své anonymitě nabízí možnosti změny věku, pohlaví, fotografií, pro jakéhokoli uživatele. Pro dítě, avšak i pro dospělého uživatele je těžké rozpoznat, kdo se doopravdy za profilem skrývá. Je důležité si uvědomit, že žena, kamarád či spolužák stejného věku dítěte, může být ve skutečnosti

padesátiletý muž.<sup>114</sup> Eckertová a Dočekal<sup>115</sup> k tomu dodávají, že nejúčinnější prevencí je poučit děti o nebezpečí manipulátorů a kyberagresorů včas. Neznámý člověk na internetu je pro dítě vlastně každý, koho dítě nezná z reálného světa. Jestliže si dítě v předškolním a mladším školním věku vypěstuje přirozenou nedůvěru k neznámým lidem, později si bude více rozmyšlet s kým a jakým způsobem komunikovat.

---

<sup>114</sup>KARÁSKOVÁ, Z. *Děti a online rizika, (rodič, vychovatel a dítě na internetu)* – Sborník studií s. 98, Praha 2012, 1. vydání, ISBN 978-80-904920-3-5, [online]. [cit. 2016-11-06]. Dostupné z: [www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643](http://www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643)

<sup>115</sup>ECKERTOVÁ, L., DOČEKAL, D. *Bezpečnost dětí na internetu*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2013. s. 47. ISBN 978-80-2513804-5.

## PRAKTICKÁ ČÁST

### 6 VYMEZENÍ VÝZKUMNÉHO CÍLE, OTÁZKY A HYPOTÉZY

Cílem práce je popsat pozitiva a negativa sociálních sítí ve vztahu k dětem ve věku 12 – 15 let. Výzkumnou metodou pro naše účely budou dotazníková šetření a osobní rozhovory, jejichž výsledky následně odpoví na naše hypotézy. Výzkum byl zaměřen na téma vlivy sociálních sítí na děti v období dospívání, včetně jejich charakteru, s následným vyhodnocením údajů. Údaje byly získávány kvantitativními průzkumy a rozhovory tzv. face to face. V rámci následující kapitoly (viz kap. 7 Výsledky výzkumu) bude podrobněji rozvedena metodika výzkumu a její konkrétní provedení. Následně vyhodnotíme dotazníkové šetření, doplněné grafy a verifikujeme platnost hypotéz (viz kap. 7.3).

#### 6.1 Vymezení výzkumného cíle

Ve výzkumném projektu jsme se zaměřili na téma vlivy sociálních sítí na děti v období dospívání; cílem bylo zjistit, které sociální sítě děti nejvíce preferují, kolik času u nich tráví, přičemž byl kladen důraz na rozlišení dle pohlaví, věku a sociální vrstvy. Výsledkem bylo zhodnocení dat, která vzešla z dotazníkového šetření a face to face rozhovorů, kterými jsme získali přehled o tom, jaké sociální sítě děti znají, kterou sociální síť užívají nejčastěji a kolik hodin jsou schopny setrvat denně na sociálních sítích. Zjišťovali jsme také, zda bylo dotazované dítě osloveno na sociální síti neznámým člověkem, starším 20 – ti let a jestli si je vědomo toho, za jakým účelem bylo osloveno a jak případně zareagovalo. Součástí výzkumu bylo taktéž ověřit, zda děti vkládají na sociální sítě fotografie a jestli je jim znám pojem kyberšikana či se nestaly její obětí. V neposlední řadě bylo zjišťováno, zda rodiče sledují, s kým děti na sociálních sítích komunikují a zda svým dětem poskytují rady, jak se případným rizikům vyvarovat.

## **Stanovení výzkumných hypotéz**

Vytvořili jsme následující hypotézy:

- 1) Hypotéza č. 1 - Děti věkové kategorie 14 - 16 let využívají ze sociálních sítí nejčastěji Facebook.**
- 2) Hypotéza č. 2 - Na sociální síť vkládají fotografie častěji dívky než chlapci.**
- 3) Hypotéza č. 3 - Oběťmi kyberšikany se častěji stávají chlapci než dívky.**
- 4) Hypotéza č. 4 - Rodiče sledují, s kým jejich děti komunikují prostřednictvím sociálních sítí.**

## **Výzkumný vzorek**

Výzkumným vzorkem tohoto kvantitativního výzkumu byla skupina respondentů, která byla vybrána na základě kvótního výběru. Zde byl kladen důraz především na věkovou kategorii respondenta, jeho pohlaví, a zda pochází z rodiny úplné, rozvedené nebo z jiných sociálních vrstev. Byli oslovováni pouze respondenti, jejichž věkové rozmezí bylo mezi 12 – 15 lety; tedy v období dospívání. Taktéž pro osobní rozhovory byli vybráni tři respondenti stejné věkové kategorie.

## **6.2 Výzkumná metodika**

K dosažení cíle výzkumu byly použity techniky kvantitativního průzkumu, konkrétně dotazník a rozhovor, který byl zaměřen na děti, které splňují věkovou hranici 12 – 15 let.

### **Dotazník**

Dotazník obsahuje patnáct otázek, z nichž dvě otázky jsou otevřené, v nichž je prostor pro vlastní názor dítěte k dané problematice. Zbylých třináct otázek je uzavřených, s předloženou škálou odpovědí viz vzor dotazníku - Příloha A, oddíl I. – III.

Nejprve jsou uvedeny otázky týkající se pohlaví, věku a sociálního poměru, následně jsou položeny otázky, týkající se sociálních sítí.

Na jaře roku 2016 bylo osloveno 130 respondentů, kteří splňovali kritéria věkové hranice nutné pro tento výzkum. V prvním stupni výběru byly zvoleny děti ze Základní školy v Benátkách nad Jizerou, konkrétně šestého až devátého ročníku. V rámci mediální výchovy jako průřezového tématu ve školách, byly vhodně pod dohledem pedagoga rozdány žákům dotazníky. Bylo navráceno pouze 103 dotazníků. Vyhodnocení tedy proběhlo ze 100 dotazníků, které jsme následně zpracovali pro účel této práce.

## **Rozhovor**

Do výzkumného projektu jsou zahrnuty také tři rozhovory; osobní rozhovory tzv. face to face a jejich konkrétní odpovědi budou k nahlédnutí v příloze (viz Příloha C – Osobní rozhovory, oddíl X – XII). Během dotazníkového šetření, byly v každém ročníku osloveny nezávisle děti, které by byly ochotny uskutečnit anonymní rozhovor, následkem čehož byly vybrány tři, ve věku 12, 14 a 15 let, pro které bylo předem připraveno šest otázek, přičemž odpovědi byly současně zaznamenávány na diktafon.

Seznam otázek pro respondenty:

- 1) Jakou sociální síť používáš nejvíce?
- 2) Věděl/a bys, od kterého roku se můžeš registrovat na sociální síť Facebook?
- 3) Od kolika let ho používáš Ty?
- 4) Co Ti proběhne jako první hlavou, když zjistíš, že se celý den nebudeš moct připojit na internet?
- 5) Máš nějakou negativní zkušenost v souvislosti se sociálními sítěmi?
- 6) Radíš se s rodiči na téma sociální sítě, abys věděl/a, jak se případně chránit před riziky?

## 7 VÝSLEDKY VÝZKUMU

Do výzkumného šetření bylo distribuováno celkem 130 dotazníků, přičemž vráceno jich bylo pouze 103 kusů. Do zpracování bylo tedy zahrnuto pouhých 100 dotazníků, vyplněných žáky šestých až devátých tříd Základní školy, které jsme rozlišili takto:

- **Pohlaví** – chlapci 57 %, dívky 43%
- **Věková skupina** – 11 let 13%, 12 let 19%, 13let 22%, 14 let 34%, 15 let 11%, 16 let 1%
- **Sociální skupiny** – v úplné rodině (s otcem a matkou) 62%, v rozvedené 25%, jiné 13%

Konkrétní odpovědi byly zpracovány dle:

- Věku - rozdělen na věkové kategorie 11 – 13 let a 14 – 16 let,
- Pohlaví – chlapci a dívky

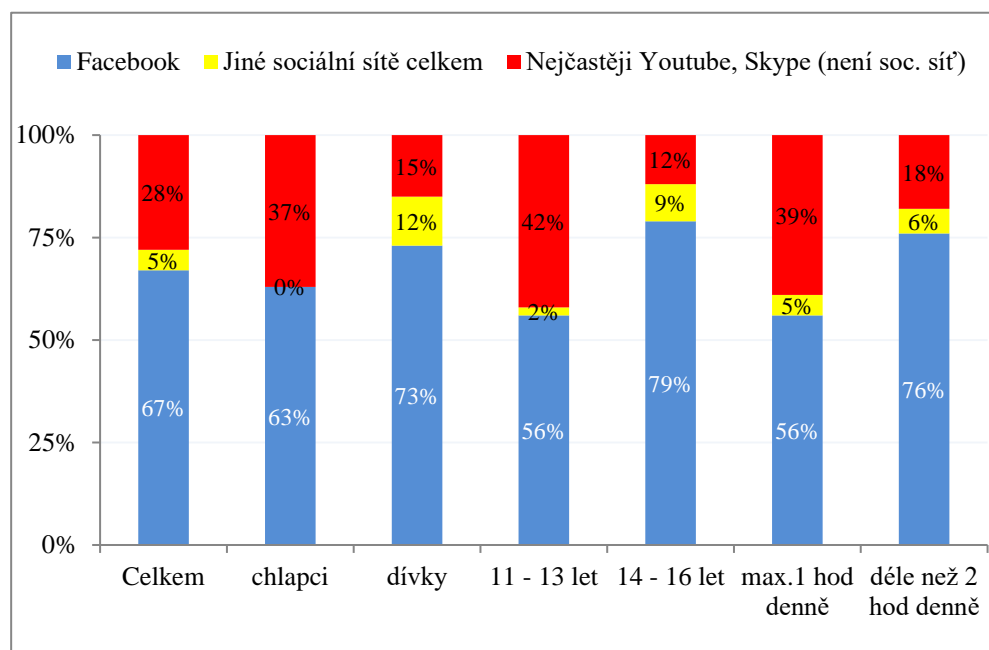
### 7.1 Dotazníkové šetření

Dotazníkového šetření se zúčastnilo 57 chlapců a 43 dívek, v rozmezí věkové hranice 11 až 16 let, z toho 62 % žije v úplné rodině s matkou a otcem; v rozvedené rodině 25% a 13% dětí uvedlo, že vyrůstá jinak. V dotazníku bylo použito 15 otázek, z nichž 13 bylo uzavřených. Zbylé 2 otázky byly otevřené, v nichž byl ponechán prostor pro vlastní názor respondenta. V uzavřených otázkách jsme zjišťovali, zda respondent zná nějaké sociální sítě, zda je uživatelem některé z nich a pokud ano, kterou sociální síť využívá nejčastěji. Zjišťováno bylo také, kolik hodin dítě tráví na sociální síti a zda vkládá na sociální síť nějaké fotografie. Dále nás ve výzkumu zajímalo, zda byl respondent na sociální síti osloven neznámým člověkem; jestli si vědom toho, za jakým účelem byl osloven a jak na to reagoval. Zde měl respondent na výběr varianty odpovědí, ale také prostor pro vlastní názor. Další výzkumnou otázkou bylo, jestli se dotazovaný setkal s pojmem kyberšikana a pokud ano, zda se nestal také její obětí. V neposlední řadě byl dotaz také na rodinné příslušníky; jestli se zajímají o to, s kým dítě na sociální síti

komunikuje a zda od rodičů získává rady, jak se případným rizikům, které na sociálních sítích mohou vzniknout vyvarovat. Následně byl prostor pro vlastní názor respondenta, pokud měl zájem něco sdělit k tématu sociálních sítí. Překvapivě nejvíce zde reagovalo dvanáctiletých respondentů, kteří uváděli, že dodržují rady od rodičů a vnímají sociální sítě jako nebezpečné a obávají se závislosti na jejich užívání, v důsledku čehož se domnívají, že na základě této závislosti mnoho lidí umírá. Také jsme se setkali s názorem, že sociální sít' dětem poskytuje rychlý kontakt se svými přáteli; konkrétně těm, kteří žijí v malých obcích daleko od města a svých vrstevníků. Třináctiletí respondenti si uvědomují, že fotografie, které vkládají, sdílejí pouze pro své přátele a nové žádosti o přátelství prověřují a daný profil nejprve prohlédnou. Nejčastěji však přátelství potvrzují těm, které osobně znají. Čtrnáctiletí respondenti se nejvíce obávají cizích lidí, kteří je mohou kontaktovat a domnívají se, že by se mělo o sociálních sítích více hovořit a upozorňovat na případná rizika. Z výše uvedeného plyne, že děti mají sociální sítě ve velké oblibě, především kvůli rychlé komunikaci s přáteli, avšak možná rizika si uvědomují také.

Ve výzkumném šetření byly zahrnuty také dvě otevřené otázky. První otázka vyzývala respondenta k vyjmenování všech sociálních sítí, které zná. Nejčastěji byl zaznamenán Facebook, následně Instagram, Twitter, Snapchat, Ask fm, MySpace, avšak také Youtube a Skype, jež mezi sociální sítě nepatří. Další otevřenou otázkou bylo, kterou sociální sít' užívají děti nejvíce. Celkem 67 % respondentů uvedlo, že nejčastěji užívají sociální sít' Facebook, 28% odpovědělo, že nejčastěji užívá Youtube a Skype a 5%, že využívá jiné sociální sítě. Častěji využívají Facebook dívky ve věku 14 – 16 let a to déle, než dvě hodiny denně. Naopak nejméně využívají Facebook chlapci ve věku 11 – 13 let a to nejvýše hodinu denně, viz graf č. 1.

Graf 1: Děťmi nejčastěji využívaná sociální síť  
**„Kterou sociální síť užíváš nejčastěji?“**



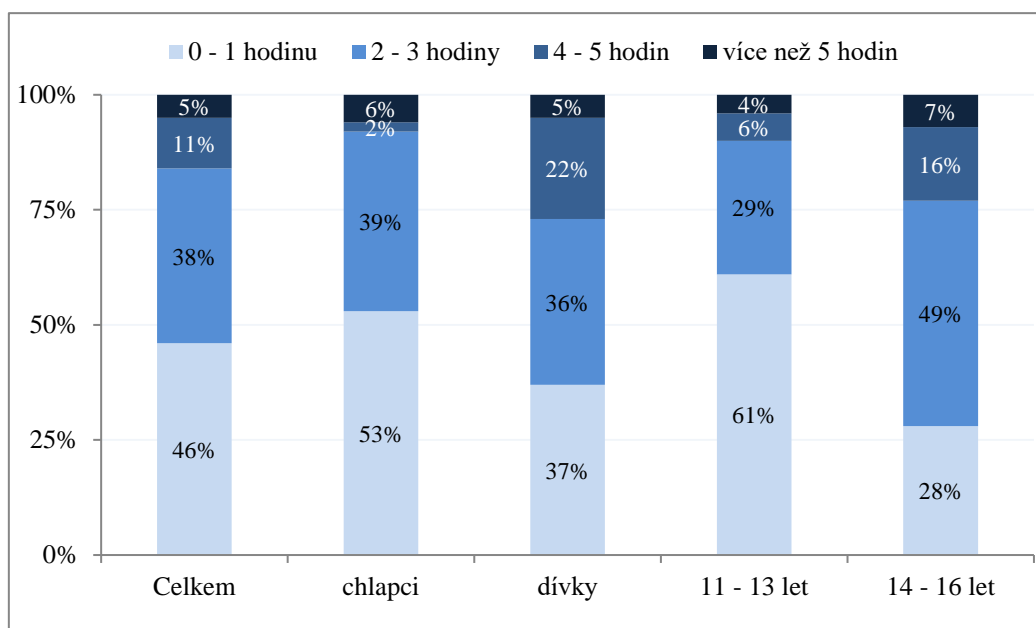
Zdroj: Cášková, vlastní šetření, 2016

Na sociálních sítích je nejvýše hodinu denně 46% aktivních uživatelů, 2-3 hodiny denně zaznamenalo 38% dětí, 4 - 5 hodin denně je aktivních pouze 11 % uživatelů a více než 5 hodin a déle na sociálních sítích, uvedlo pouze 5% dospívajících. Z uvedeného plyne, že 53 % chlapců tráví maximálně hodinu denně na sociální síti, avšak 22% dívek uvedlo, že tráví na sociální síti 4 – 5 hodin denně. Nejvíce respondentů ve věku 14 – 16 let zaznamenalo 4 – 5 hodin denně, viz graf č. 2.



Graf 2: Doba strávená dětmi na sociálních sítích

**„Kolik hodin denně trávíš na sociální síti?“**

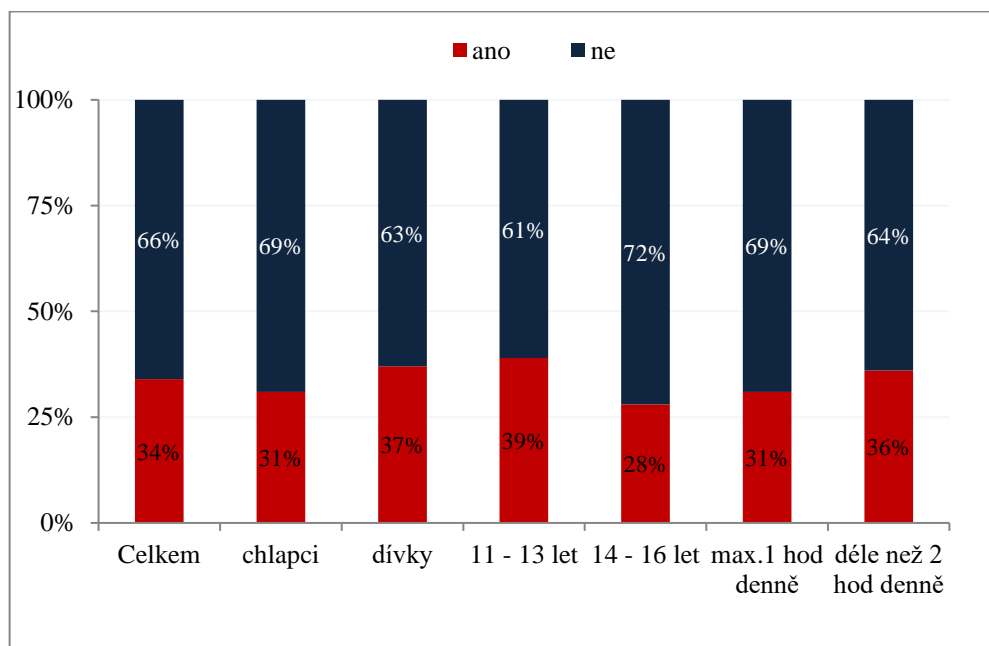


Zdroj: Cásková, vlastní šetření, 2016

Neznámým člověkem, starším 20 – ti let bylo osloveno na sociální síti 37% dívek a 31% chlapců. Více oslovených neznámou osobou bylo ve věku 11 – 13 let, konkrétně 39%. Ve věku 14 – 16 let zaznamenalo oslovení neznámou osobou celých 28% respondentů. Z toho 38% chlapců uvedlo, že bylo osloveno za účelem seznámení, 6% za účelem výměny fotografií, stejné procento chlapců uvedlo jako účel setkání a celých 50 % zaznamenalo v dotazníku variantu jiného důvodu. Dívky uváděly, že byly nejvíce osloveny za účelem seznámení a poté výměny fotografií a pouze 6% dívek označilo variantu setkání, viz graf č. 3 a č. 4.

Graf 3: Oslovení dětí neznámým člověkem starším 20 – ti let na soc. síti

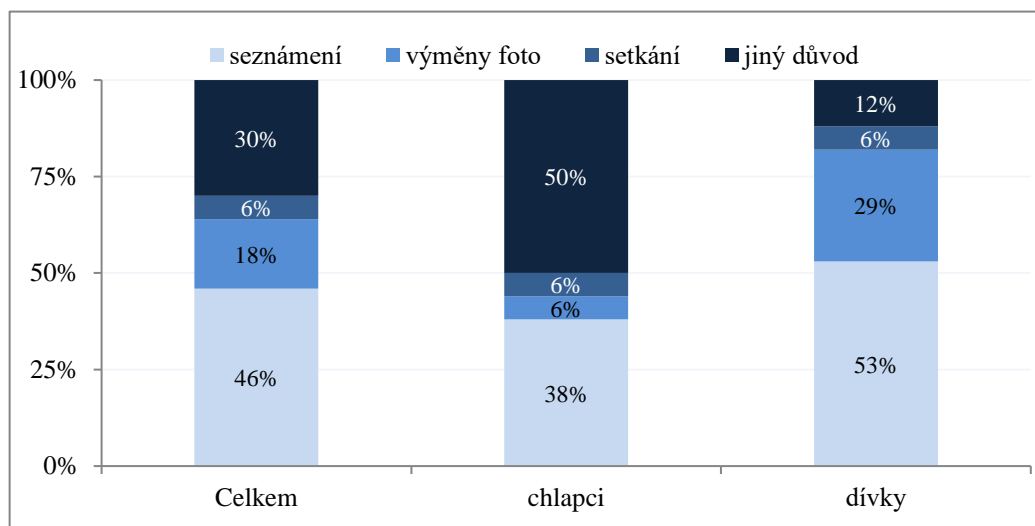
**„Byl/a jsi na sociální síti osloven/a neznámým člověkem starším 20 – ti let?“**



Zdroj: Cášková, vlastní šetření, 2016

Graf 4: Účel oslovení dětí neznámým člověkem starším 20- ti let

**„Za jakým účelem Tě oslovil?“**

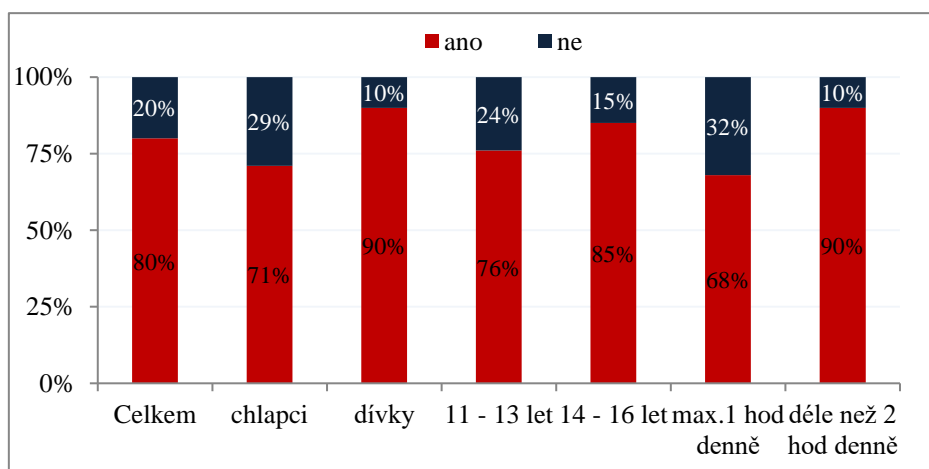


Zdroj: Cášková, vlastní šetření, 2016

Na sociální síti vkládá fotografie celkem 71% chlapců a 90% dívek. Častěji je vkládají děti ve věku 14- 16 let, které tráví více než 2 hodiny na sociálních sítích, viz graf č. 5.

Graf 5: Prezentování fotografií dětí na sociálních sítích

**„Vkládáš na sociální síť fotografie?“**

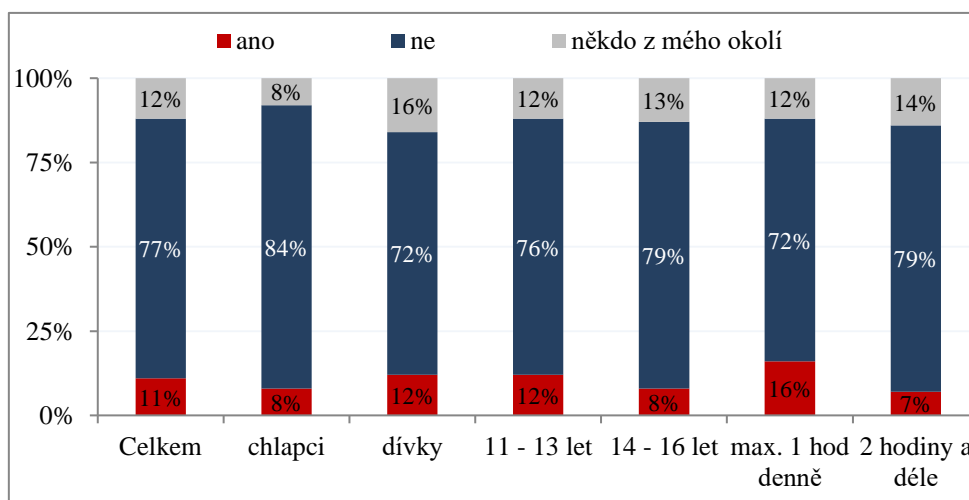


Zdroj: Cášková, vlastní šetření, 2016

S pojmem kyberšikana se setkala 74% dívek a 47% chlapců. Častěji to uváděly děti věkové kategorie 11- 13 let a ty, které tráví maximálně hodinu denně na sociální síti. 12% dívek a 8% chlapců uvedlo, že se stalo obětí kyberšikany. 12% obětí bylo ve věku 11- 13 let a současně to byly děti, které trávily na sociální síti maximálně 1 hodinu denně a 12% dotazovaných uvedlo, že znají oběť kyberšikany i ze svého okolí, viz graf č. 6.

Graf 6: Oběti kyberšikany

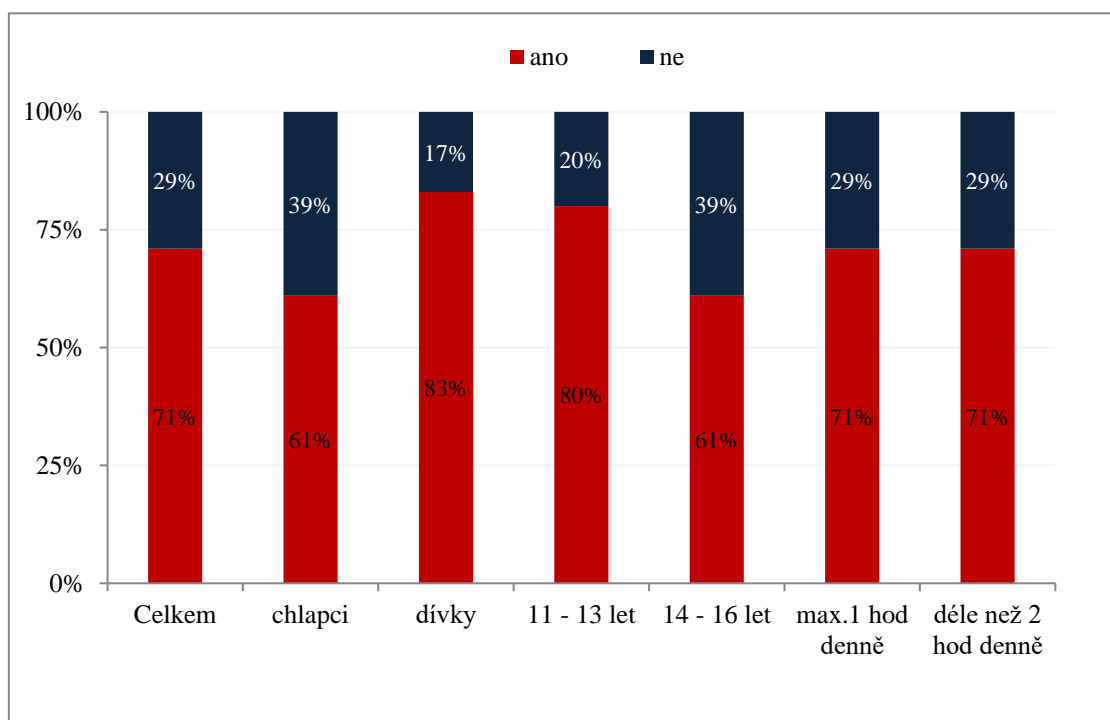
**„Stal/a ses obětí Kyberšikany?“**



Zdroj: Cášková, vlastní šetření, 2016

S kým jejich děti komunikují na sociální síti, nesleduje 68% rodičů. Častěji rodiče mají pod kontrolou dívky a ty děti, kterým je 11 – 13 let a tráví déle než dvě hodiny denně na sociální síti. Komunikace chlapců a dětí ve věkové kategorii 14 – 16 let je sledována nejméně a dále těch dětí, které tráví maximálně hodinu denně na sociální síti. Rady od rodičů, jak předejít případným rizikům, které mohou vzniknout na sociální síti, dostává 71% respondentů; častěji to jsou dívky a respondenti ve věku 11 – 13 let, přičemž nerozhoduje doba strávená na sociální síti, viz graf č. 7 a celkový přehled grafů (viz Příloha B – Grafy, oddíl IV – IX).

Graf 7: Děti, které získávají rady od rodičů ohledně sociálních sítí  
**„Získáváš od rodičů rady, jak se vyvarovat případným rizikům, která na soc. sítích mohou vzniknout“?**



Zdroj: Cásková, vlastní šetření, 2016

## 7.2 Řízené rozhovory

V souvislosti s těmito výsledky dotazníkového šetření je vhodné doplnit informace, které vzešly z řízených osobních rozhovorů, tzv. face to face. Zde bychom mohli stručně říci, že byli osloveni tři respondenti, z různých sociálních vrstev a výsledné odpovědi na otázky byly zodpovězeny plnohodnotně. Z rozhovorů bylo patrné, že děti nejvíce preferují sociální síť Facebook, a přestože jsou si velice dobře vědomy toho, že sociální sítě mohou využívat od 13 let, shodně uvedly, že jsou registrovanými uživateli před 13 rokem života.

Negativní zkušenost prožila 14 – ti letá dotazovaná respondentka, jež se na sociální síti seznámila s mužem a po několika dnech společné internetové komunikace souhlasila se setkáním; na které přivedla však i svou kamarádku. Následně dívka popsala, že muž vypadal ve skutečnosti jinak, než na své profilové fotografii, avšak souhlasila se společným odjezdem na diskotéku. Muž ji ve vozidle začal sexuálně obtěžovat a užíval výrazy se sexuálním podtextem. Dívčám se však ihned podařilo z vozidla utéci.

Jak se chránit před případnými riziky na sociálních sítích se radí pouze dvanáctiletá a čtrnáctiletá respondentka (viz Příloha E – Osobní rozhovory, oddíl XIX – XXI).

## 7.3 Interpretace a diskuze výsledků

### Hypotézy

- 1) Děti věkové kategorie 14- 16 let využívají ze sociálních sítí nejčastěji Facebook.
- 2) Na sociální sítě vkládají fotografie častěji dívky než chlapci.
- 3) Oběťmi kyberšikany se častěji stávají chlapci než dívky.
- 4) Rodiče sledují, s kým jejich děti komunikují prostřednictvím sociálních sítí.

### Verifikace platnosti hypotéz

#### 1) Hypotéza - Děti věkové kategorie 14- 16 let využívají ze sociálních sítí nejčastěji Facebook.

Jako nejvhodnější pro ověření této hypotézy byly použity otázky z dotazníku, konkrétně č. 5, 6 viz Příloha A – Dotazník, oddíl II.

Celkem 92 % respondentů ve věku 11 – 16 let uvedlo, že je uživatelem sociální sítě a pouhých 8% uvedlo, že uživatelem není. Sociální síť Facebook užívá nejčastěji celkem 67% respondentů, 28% upřednostňuje raději Youtube a Skype, přestože nejsou sociálními sítěmi. Facebook využívá 56% ve věku 11 – 13 let, avšak ve věku 14 – 16 let tuto sociální síť využívá 79%.

Na základě uvedených výsledků viz kap. 7.1 Dotazníkové šetření, byla tato hypotéza potvrzena.

#### 2) Hypotéza - Na sociální sítě vkládají fotografie častěji dívky než chlapci.

Jako nejvhodnější pro ověření této hypotézy byla použita otázka z dotazníku, konkrétně č. 11 viz Příloha A – Dotazník, oddíl II.

Z dotazníkového výzkumu vzešlo, že 80% respondentů fotografie vkládá; častěji to jsou děti ve věku 14 – 16 let, využívající sociální sítě více než 2 hodiny denně. 71% chlapců a 90 % dívek v dotazníku uvedlo, že vkládá na sociální sítě fotografie. Z výše uvedeného plyne, že častěji vkládají na sociální síť fotografie dívky.

Na základě zpracovaných grafů viz Příloha A, oddíl II, byla tato hypotéza potvrzena.

### **3) Hypotéza - Oběťmi kyberšikany se častěji stávají chlapci než dívky.**

Jako nejvhodnější pro ověření této hypotézy byly použity otázky z dotazníku, konkrétně č. 12, 13 viz Příloha A- Dotazník, oddíl II.

S pojmem kyberšikana se setkalo celkem 59% dotazovaných. Častěji to byly dívky a děti věkové kategorie 11- 13 let a dále ti, kteří tráví maximálně hodinu denně na sociální síti. Avšak 12% dívek a 8% chlapců uvedlo, že se stalo obětí kyberšikany. Častěji se jednalo o děti ve věku 11 – 13 let a současně to byly ty, které tráví na sociální síti maximálně 1 hodinu denně. V této souvislosti můžeme konstatovat, že častěji se oběťmi kyberšikany stávají dívky.

Na základě uvedených výsledků viz kap. 7.1 Dotazníkové šetření, byla tato hypotéza vyvrácena.

### **4) Hypotéza - Rodiče sledují, s kým jejich děti komunikují prostřednictvím sociálních sítí.**

Jako nejvhodnější pro ověření této hypotézy byly použity otázky z dotazníku, konkrétně č. 14, 16 viz Příloha A – Dotazník, oddíl II.

S kým děti komunikují na sociální síti, sleduje pouze 32% rodičů a zbylých 68% rodičů jejich komunikaci nesleduje. Častěji jsou hlídány dívky a respondenti ve věku 11 – 13 let, kteří tráví déle než dvě hodiny denně na sociální síti. Nejméně jsou sledováni chlapci a respondenti ve věku 14 – 16 let, kteří tráví na sociální síti maximálně 1 hodinu denně.

Na základě uvedených výsledků viz kap. 7.1 Dotazníkové šetření, byla tato hypotéza vyvrácena.

## ZÁVĚR

Tato práce pojednává o problematice sociálních sítí a jejich vlivu na děti v období dospívání. Práce analyzuje relevantní zdroje a poznatky z teorie mediální komunikace a sociálních sítí, jež jsou populací vnímány jako fenomén současnosti. Je důležité znát vlivy pozitivní, avšak klíčové jsou zejména negativní vlivy a působení na dětskou populaci, v důsledku čehož práce popisuje způsoby, kterými lze negativní účinky a případná rizika spojená s užíváním sociálních sítí eliminovat a současně jim předcházet.

Cílem práce bylo popsat pozitivní a negativní vlivy ve vztahu k dětem ve věku dvanáct až patnáct let, se zaměřením na sociální sítě. Aby byla naplněna podstata stanoveného cíle, byly ve výzkumném projektu použity metody kvantitativního průzkumu a řízených rozhovorů, které byly zaměřeny na dospívající děti.

Na jaře roku 2016 byli osloveni žáci šestého až devátého ročníku základní školy, kterým v rámci předmětu Mediální výchovy, jakožto průřezového vyučovacího tématu byl distribuován dotazník. Empirickým šetřením bylo zjišťováno, které sociální sítě děti nejvíce upřednostňují, kolik času denně tráví jejich užíváním, zda bylo dotazované dítě osloveno na sociální síti neznámým člověkem starším 20 – ti let a jestli dítě chápe, za jakým účelem bylo osloveno a jak na tuto skutečnost reagovalo. Součástí výzkumu dále bylo zjistit, zda děti vkládají na sociální sítě fotografie a zda se již setkaly s pojmem kyberšikana či se nestaly její obětí. V neposlední řadě bylo zjišťováno, jestli rodiče sledují a kontrolují, s kým děti na sociálních sítích komunikují a zda svým dětem poskytují rady, jak se případným rizikům vyvarovat. Dále zde byl dán volný prostor pro respondentův vlastní názor na tuto problematiku. Celý výzkum byl vyhodnocen a doplněn grafy, jimiž byla následně verifikována platnost hypotéz.

Z výzkumu vyplynula jasná skutečnost – mezi pozitivní vlivy sociálních sítí ve vztahu k dětem, ve věkové kategorii dvanáct až patnáct let, zcela evidentně náleží rychlost komunikace, neustálý kontakt se svými přáteli a spolužáky, rychlé sdílení informací a získávání nových přátel. Do negativních vlivů sociálních sítí bezesporu patří druhy psychických manipulací realizovaných prostřednictvím infomačních technologií, zejména kybergrooming, kybestalking, kybersex a kyberšikana. S neustálým rozšiřováním sociálních sítí a současně i např. stále novými a vylepšenými aplikacemi



v mobilních telefonech, včetně nainstalovaných fotoaparátů s videozáznamy, děti velmi láká možnost cokoli vyfotografovat či nahrát a pořízené dokumenty okamžitě umístit na sociální síť. V důsledku čehož se děti stávají přáteli téměř s kýmkoliv, kdo je o přátelství požádá; sdílejí na sociálních sítích své osobní údaje a nedokáží rozpoznat jakékoliv nekalé úmysly; následkem čehož mohou být ohroženy či psychicky a tělesně zneužity.

Dále bylo jednoznačně prokázáno - každé dvanáctileté dítě dokáže vyjmenovat alespoň dvě sociální sítě, přičemž minimálně na jedné z nich je aktivním uživatelem. Nejčastěji je bezesporu využívána respondenty sociální síť Facebook. Užívají ji nejvíce děti ve věkové kategorii 14 – 16 let, které jsou aktivní na sociální síti dvě až tři hodiny denně. Oproti tomu jsou naopak nejméně využívány u 11 – 13 – ti letých respondentů sociální sítě Instagram, Twitter, Snapchat, Ask fm, MySpace a také Youtube a Skype, jež mezi sociální sítě nenáleží.

Alarmující je však zjištění, že nejčastěji jsou na sociálních sítích oslovovány dívky ve věku 11 – 13 let, které využívají sociální sítě déle než dvě hodiny denně. Dívky shodně uváděly, že byly osloveny za účelem seznámení a výměny fotografií. Svými fotografiemi se na sociálních sítích prezentují téměř všechny dotazované dívky od 14 – ti let věku, s aktivitou delší než dvě hodiny denně.

Z předložených výsledků dále vyplývá fakt – více než polovina dotazovaných respondentů se již setkala s pojmem kyberšikana. Velmi znepokojivé je však zjištění, že téměř čtvrtina oslovených respondentů se stala obětí nebo zná oběť kyberšikany ze svého blízkého okolí. Takto se vyjádřili respondenti ve věku 11 – 13 let, kteří jsou aktivními uživateli sociálních sítí maximálně hodinu denně.

Kvantitativní průzkum jednoznačně prokázal další znepokojující zjištění – s kým děti komunikují na sociálních sítích, nesleduje více než polovina rodičů dotazovaných dětí. Pokud rodiče své děti kontrolují, sledují častěji komunikaci dívek ve věku 11 – 13let, které jsou aktivními uživatelkami sociálních sítí, déle než dvě hodiny denně, z čehož dále vyplývá zjištění, že rodiče nejméně kontrolují komunikaci chlapců na sociálních sítích. Rady od svých rodičů, jak předejít případným rizikům, které mohou vzniknout v rámci sociálních sítí, dostává však více jak polovina dotazovaných a opět častěji dívky do 13 – ti let.

V souvislosti s provedenými řízenými rozhovory bychom mohli k předloženým výsledkům doplnit fakt - děti jsou si velice dobře vědomy toho, že sociální sítě mohou využívat od 13 let, avšak všechny shodně uvedly jejich užívání již před 13 rokem života. Totožně jako v dotazníkovém šetření, i zde děti výrazně preferují sociální síť Facebook, což bychom mohli shrnout konstatováním, že stále častěji dětská populace využívá sociální sítě zejména z důvodu rychlé komunikace se svými vrstevníky, dále jako sebe prezentaci fotografií či sdílení příspěvků, avšak stále více dětí zapomíná na aktivity prospěšné, např. sport, kulturu či procházky na čerstvém vzduchu. Informační technologie a sociální sítě se neustále vyvíjejí, v důsledku čehož i kyberzločinci vynalézají stále nové postupy a taktiky, jak své potenciální oběti uvést v omyl. Vzhledem k omezenosti rozsahu diplomové práce by bylo v budoucnu, např. v disertační práci, velmi zajímavé detailněji zpracovat téma psychických a fyzických manipulací, realizovaných prostřednictvím informačních technologií.

V této souvislosti by bylo vhodné zařadit předmět Mediální výchovy jako samostatný vyučovací předmět (nikoliv průřezové téma) na základních i středních školách. Média jsou pro děti a dospívající mládež bezesporu nejsilnějším zdrojem zábavy a naplněním jejich volného času, avšak je zcela evidentní, že nesmíme podceňovat jejich rizika, a proto je nutné se naučit tato rizika eliminovat a zároveň jim předcházet. Samozřejmě nejdůležitější úkol ve výchově a učení dětí by měla odvádět rodina, neboť zejména rodiče jsou hlavními mentory pro své potomky a právě oni by měli své děti varovat a chránit před všemožnými mediálními riziky.

Vzhledem k výše uvedenému lze konstatovat, že stanovený cíl práce byl splněn.

## SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

### Seznam použitých českých zdrojů

BERGER, P. L., LUCKMANN, T. *Sociální konstrukce reality: Pojednání o sociologii vědění*. 1. vyd. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999. ISBN 80-85959-46-1.

BRDIČKA, B. *Role internetu ve vzdělávání*. Kladno: Aisis. ISBN 80 – 239 – 0106 – 0.

BURTON, G., JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Praha 2001. ISBN 80-85947-67-6.

CÁSKOVÁ, M. *Vlivy médií a informačních technologií na děti*. Bakalářská práce, Praha: UJAK, 2014.

ČAČKA, O. *Psychologie duševního vývoje dětí a dospívajících s faktory optimalizace*. 1. vyd. Brno: Doplněk, 2000. ISBN 80-7239-060-0.

ECKERTO VÁ, L., DOČEKAL, D. *Bezpečnost dětí na internetu*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2013. ISBN 978-80-2513804-5.

HARTL, P., HARTLOVÁ, H. *Psychologický slovník*. 2. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-569-1.

JIRÁK, J., KÖPPOVÁ, B. *Média a společnost*. 2. vyd. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4.

JIRÁK, J., PAVLIČÍKOVÁ, H. *Doporučené očekávané výstupy. Mediální výchova v základním vzdělávání*. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2011. ISBN 978-80-87000-76-2.

KOPECKÝ, K. *Kybergrooming – nebezpečí kyberprostoru*. 1. vyd. Olomouc: Net University Ltd, 2010. ISBN 978–80–254–7573–7.

KOUKOLÍK, F., DRTILOVÁ J. *Vzpouřa deprivantů*. 2. vyd. Praha: Galén, 2008. ISBN 978-80-7262-410-2.

KUNCZIK, M. *Základy masové komunikace*. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 80-7184-134-X.

LANGMEIER, J. KREJČÍŘOVÁ, D. *Vývojová psychologie*. 2. aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2006. ISBN 80-247-1284-9.

McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2009. ISBN 80-7367-574-9.

MUSIL, J. *Elektronická média v informační společnosti*. 1. vyd. Praha: Votobia, 2003. ISBN 80-7220-157-3.

MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: UJAK, 2010. ISBN 978-80-7452.

NAKONEČNÝ, M. *Úvod do psychologie*. Praha: Academia, 2003. ISBN 80-200-0993-0.

PAVLÍČEK, A. *Nová média a sociální sítě*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2010. s. 125. ISBN 978-80-245-1742-1.

PEHE, J., *Humbuk, Facebook a demokracie, MF Dnes, Kavárna*. Praha: Mafra. 2009. ISSN 1210-1168.

PIAGET, J., INHELDEROVÁ, B. *Psychologie dítěte*. Praha: SPN, 1970. ISBN 978-80-262-0691-0.

POSTMAN, N. *Ubavit se k smrti* 1. vyd. Praha. ISBN 978-80-204-2206-4.

REIFOVÁ, I. *Slovník mediální komunikace*. 1.vyd. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.

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

VYBÍRAL, Z. *Psychologie lidské komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2000. ISBN 80-717-8291-2.

### **Seznam použitých zahraničních zdrojů**

HRADISKÁ, E., BREČKA, S., VYBÍRAL, Z. *Psychológia médií*. 1. vyd. Bratislava: Eurokódex, 2009. ISBN 978-80-89447-12-1.

### **Seznam použitých internetových zdrojů**

9 DŮVODŮ PROČ BÝT AKTIVNÍ NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH [online]. [cit. 2016-11-08]. Dostupné z: <http://www.sunmarketing.cz/marketing-v-socialnich-sitich/9-duvodu-proc-byt-aktivni-v-socialnich-sitich>

FACEBOOK, *Pravidla podpory*. [online]. [cit. 2016-10-14]. Dostupné z: [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

HULANOVÁ, L. *Děti a online rizika, (kybergrooming a kyberstalking)* – Sborník studií, Praha 2012, 1. vydání, ISBN 978-80-904920-3-5, Dostupné z: [www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643](http://www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643)

I-BEZPEČNÁ ŠKOLA. CZ, *Rizika sociálních sítí a co by děti měly vědět*, Metodický materiál, reg. č.,cz.1.07/1.3.50/01.0014

KARÁSKOVÁ, Z. *Děti a online rizika, (rodič, vychovatel a dítě na internetu)* – Sborník studií, Praha 2012, 1. vydání, ISBN 978-80-904920-3-5, Dostupné z: [www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643](http://www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643)

KRČMÁŘOVÁ, B., *Děti a online rizika, (vliv internetu na formování a vývoj osobnosti)* – Sborník studií, Praha 2012, 1. vydání, ISBN 978-80-904920-3-5, Dostupné z: [www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643](http://www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643)

KRČMÁŘOVÁ, B., VACKOVÁ K.: *Děti a online rizika (dítě předškolního a mladšího školního věku a internet)* – Sborník studií, Praha 2012, 1. vydání, ISBN 978-80-904920-3-5. Dostupné z: [www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643](http://www.skola-agc.cz/cms/get/file.php?id=643)

KREJČÍ, Veronika. *Kyberšikana: Kybernetická šikana* [online]. Olomouc, 2010. ISBN 978-80-254-7791-5. Dostupné z [www](http://www.e-nebezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/materialy-pro-studium-studie-atd?download=14%3Akybersikana-studie): <<http://www.e-nebezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/materialy-pro-studium-studie-atd?download=14%3Akybersikana-studie>>

MIHÁL, V. *Dopad televize na vývoj dítěte*, *Pediatr. praxe* 2012; 13(4): s. 281–282, [online], Dostupné z: <http://www.pediatricpropraxi.cz/pdfs/ped/2012/04/21.pdf>

NEBEZPEČNÉ KOMUNIKAČNÍ JEVY, [online]. Dostupné z: [www.e-nebezpeci.cz](http://www.e-nebezpeci.cz)

VÝHODY SOCIÁLNÍCH SÍTÍ, [online]. [cit. 2016-11-08]. Dostupné z: <http://kasv2013-cz.webnode.cz/socialni-site/vyhody-socialnich-siti/>

## SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Děti nejčastěji využívaná sociální síť .....	64
Graf 2: Doba strávená dětmi na sociálních sítích .....	65
Graf 3: Oslovení dětí neznámým člověkem starším 20 – ti let na soc. síti.....	66
Graf 4: Účel oslovení dětí neznámým člověkem starším 20- ti let.....	66
Graf 5: Prezentování fotografií dětí na sociálních sítích .....	67
Graf 6: Oběti kyberšikany.....	67
Graf 7: Děti, které získávají rady od rodičů ohledně sociálních sítí.....	68
Graf 8: V jaké rodině vyrůstáš?“ .....	IV
Graf 9: „Kolik je ti let?“ .....	IV
Graf 10: „Jaké sociální sítě znáš?“ .....	V
Graf 11: „Jaké sociální sítě znáš?“ .....	V
Graf 12: „Jaké sociální sítě znáš?“ .....	VI
Graf 13: „Kolik hodin denně trávíš na sociální síti?“ .....	VI
Graf 14: „Byl/a jsi na sociální síti osloven/a neznámým člověkem starším 20 let?“ ....	VII
Graf 15: „Za jakým účelem Tě oslovil?“ .....	VII
Graf 16: „Jak reaguješ na seznámení s neznámou osobou?“ .....	VIII
Graf 17: „Setkal/a ses s pojmem Kyberšikana?“ .....	VIII
Graf 18: „Sledují Tvoji rodiče, s kým na sociálních sítích komunikuješ?“.....	IX

## SEZNAM PŘÍLOH

<b>Příloha A – Dotazník .....</b>	<b>I</b>
<b>Příloha B – Grafy .....</b>	<b>IV</b>
<b>Příloha C – Datová matice .....</b>	<b>X</b>
<b>Příloha D – Jednotlivé odpovědi (uvedeno v %).....</b>	<b>XIII</b>
<b>Příloha E – Osobní rozhovory .....</b>	<b>XIX</b>

## **PŘÍLOHA A – DOTAZNÍK**

Dobrý den,

jmenuji se Miroslava Cášková a jsem studentkou oboru Sociální a mediální komunikace na Univerzitě J. A. Komenského v Praze. Ráda bych Tě poprosila o vyplnění tohoto dotazníku, který bude výzkumnou metodou pro mou diplomovou práci. Cílem mého výzkumu bude zjištění, jaké sociální sítě děti nejvíce preferují, či za jakým účelem sociální sítě navštěvují. Dotazník je anonymní a slouží pouze pro mou závěrečnou práci, a proto se nepodepisujte.

Předem děkuji za ochotu a čas při vyplňování tohoto dotazníku.

### **Pokyny k vyplnění dotazníku:**

Volit můžete vždy jednu odpověď, kterou zakroužkujete, případně dopište svůj názor. V případě vyplňování dotazníku elektronicky, uvádějte křížek či jinou zkratku do příslušného rámečku nebo svou odpověď zvýrazněte nebo zvolte jinou barvu písma. Po vyplnění dotazník odešlete na níže uvedenou adresu, anebo ho vraťte na místo, kde jste si ho vyzvedli.

Děkuji.

Bc. Miroslava Cášková

Email: caskovamirka@gmail.com

### **1) Pohlaví**

- chlapec
- dívka

### **2) Věk**

.....

### **3) V jaké rodině vyrůstáš?**

- v úplné (s otcem i s matkou)
- v rozvedené
- jinak.....



**4) Jaké sociální sítě znáš?**

Vyjmenuj.....

**5) Jsi uživatelem sociální sítě?**

- ano
- ne

**6) Kterou sociální síť užíváš nejčastěji?**

(napiš jednu):

.....

**7) Kolik hodin denně trávíš na sociální síti?**

- 0 - 1
- 2 - 3
- 4 – 5
- více

**8) Byl/a jsi na sociální síti osloven/a neznámým člověkem starším 20 – ti let?**

- ano
- ne

pozn.: pokud jste odpověděli záporně, pokračujte otázkou č. 11.

**9) Za jakým účelem Tě oslovil?**

- seznámení
- výměny fotografií
- setkání
- jiné.....

**10) Jak reaguješ na seznámení s neznámou osobou?**

- nereaguji na ni
- rád/a se seznamuji s novými lidmi
- jinak.....

**11) Vkládáš na sociální sítě fotografie?**

- ano
- ne

**12) Setkal/a jsi se s pojmem Kyberšikana?**

- ano
- ne

pozn.: pokud jste odpověděli záporně, pokračujte otázkou č. 14.

**13) Stal/a jsi se obětí Kyberšikany?**

- ano
- ne
- někdo z mého okolí se stal obětí kyberšikany

**14) Sledují Tvoji rodiče, s kým na sociálních sítích komunikuješ?**

- ano
- ne

**15) Získáváš od rodičů rady, jak se vyvarovat případným rizikům, které na sociálních sítích mohou vzniknout?**

- ano
- ne

Pokud bys chtěl/a něco sdělit k tématu sociálních sítí, máš prostor zde:

.....

.....

.....

.....

.....

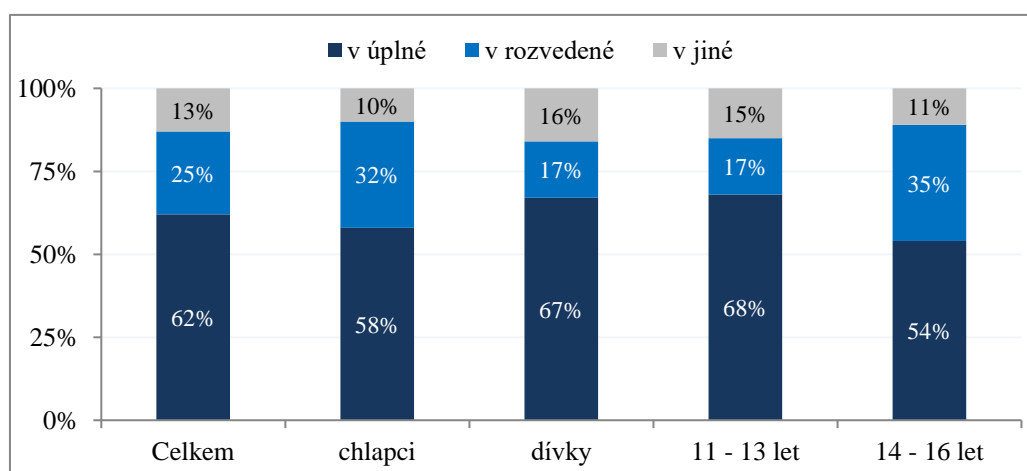
Děkuji za vyplnění tohoto dotazníku.

Bc. Miroslava Cášková

## PŘÍLOHA B – GRAFY

Graf 8: *V jaké rodině vyrůstáš?*

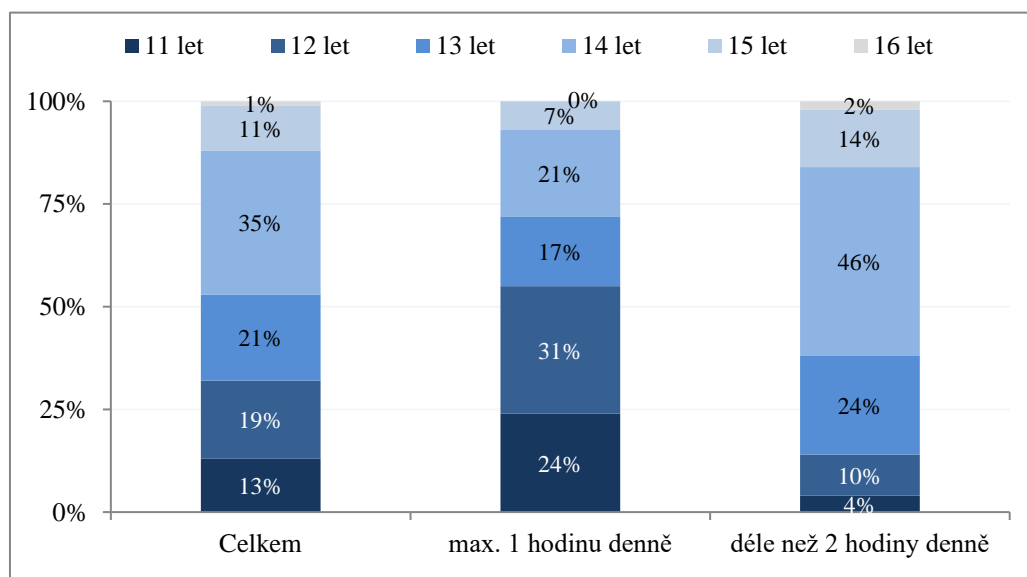
(dle pohlaví a věku)



Zdroj: Cášková, vlastní šetření, 2016

Graf 9: *„Kolik je ti let?“*

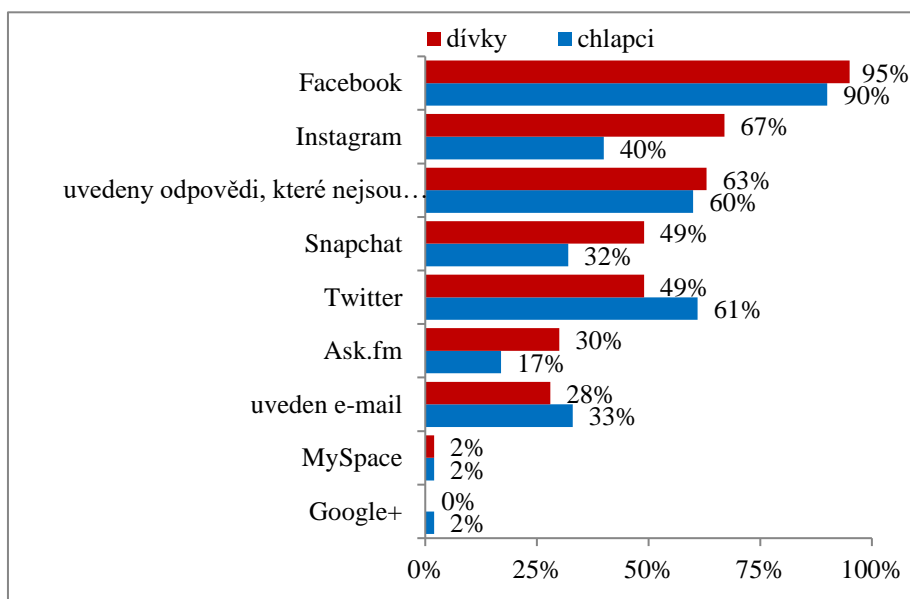
(dle trvání na soc. síti)



Zdroj: Cášková, vlastní šetření, 2016

Graf 10: „Jaké sociální sítě znáš?“

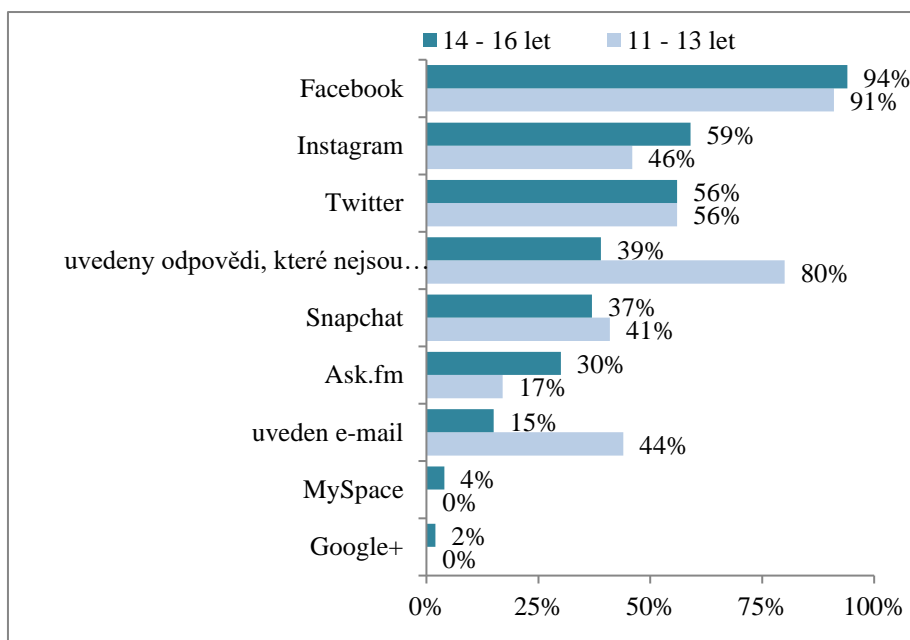
(dle pohlaví)



Zdroj: Cášková, vlastní šetření, 2016

Graf 11: „Jaké sociální sítě znáš?“

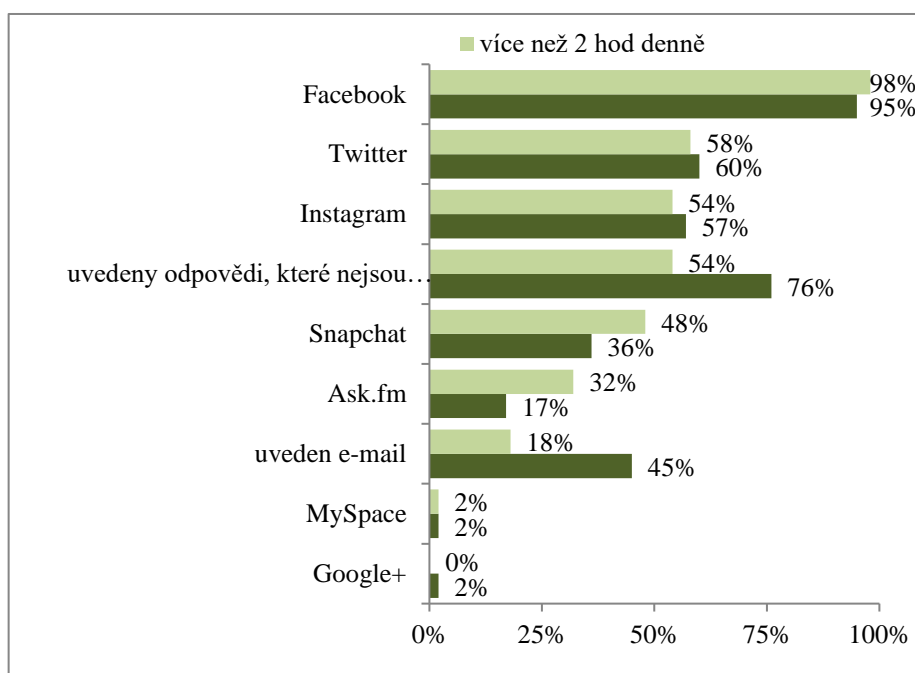
(dle věku)



Zdroj: Cášková, vlastní šetření, 2016

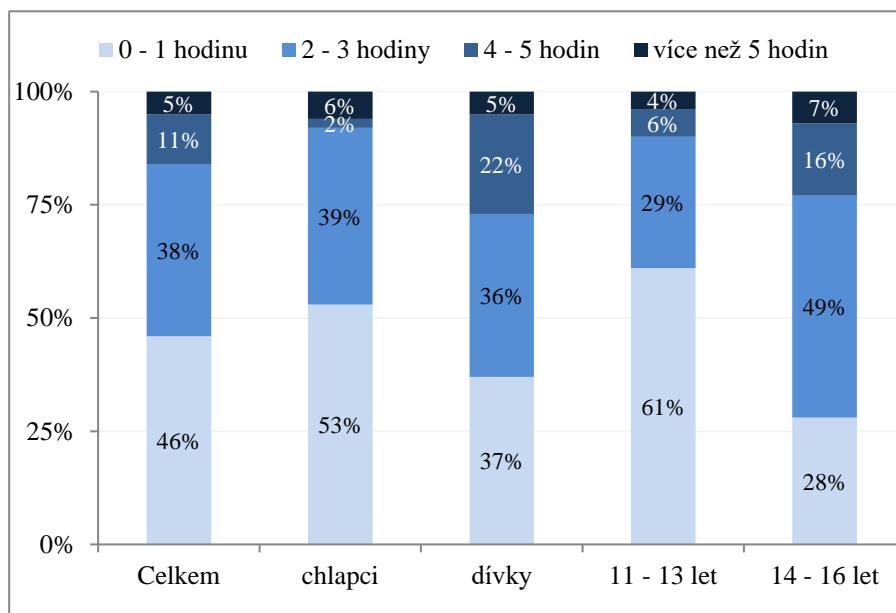
Graf 12: „*Jaké sociální sítě znáš?*“

(dle počtu hodin na soc. síti)



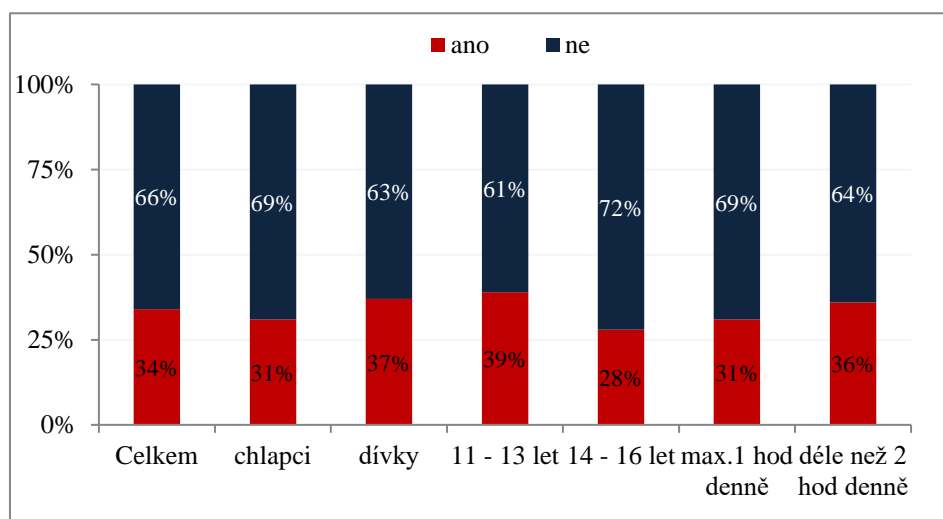
Zdroj: Cášková, vlastní šetření, 2016

Graf 13: „*Kolik hodin denně trávíš na sociální síti?*“



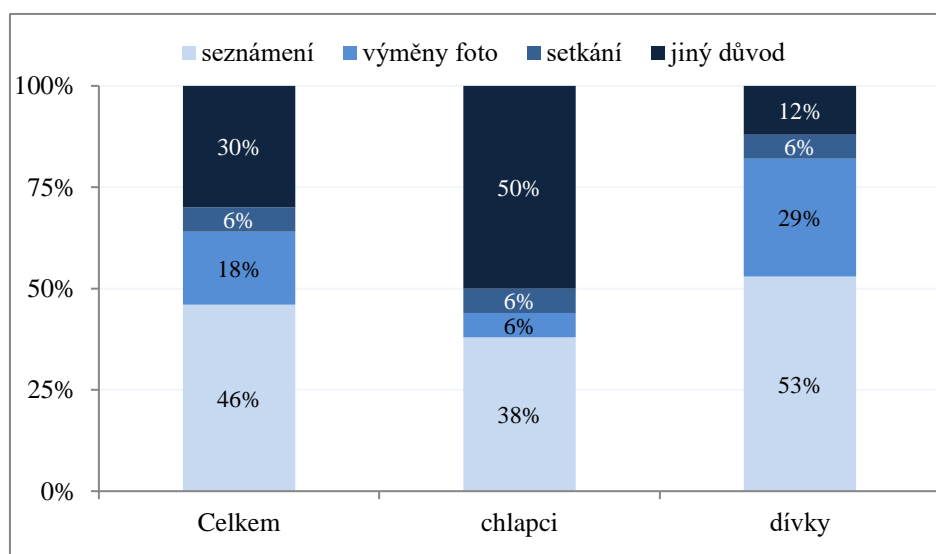
Zdroj: Cášková, vlastní šetření, 2016

Graf 14: „Byl/a jsi na sociální síti osloven/a neznámým člověkem starším 20 let?“



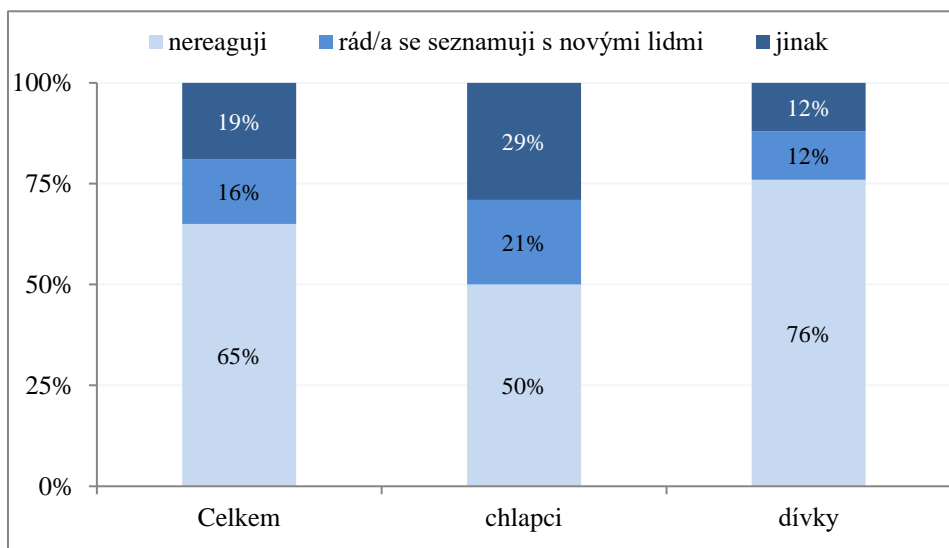
Zdroj: Cášková, vlastní šetření, 2016

Graf 15: „Za jakým účelem Tě oslovil?“



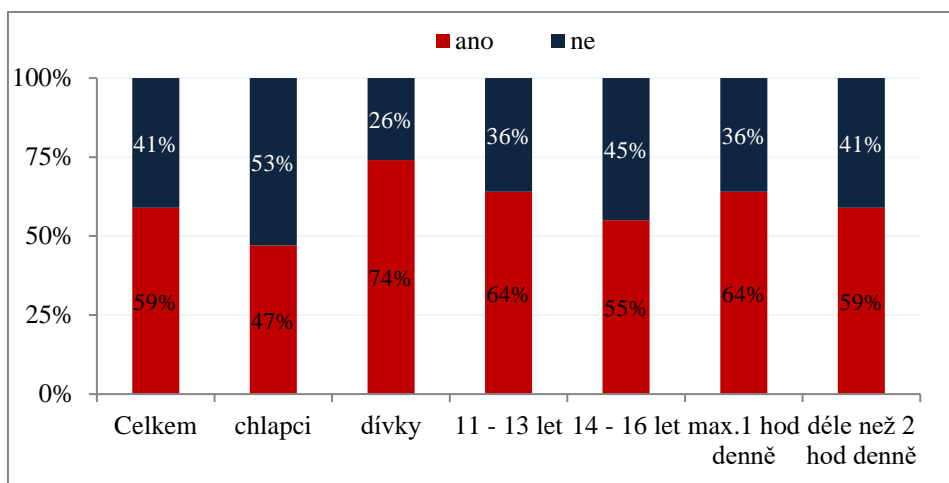
Zdroj: Cášková, vlastní šetření, 2016

Graf 16: „*Jak reaguješ na seznámení s neznámou osobou?*“ (rozdíly podle pohlaví; údaje v %)



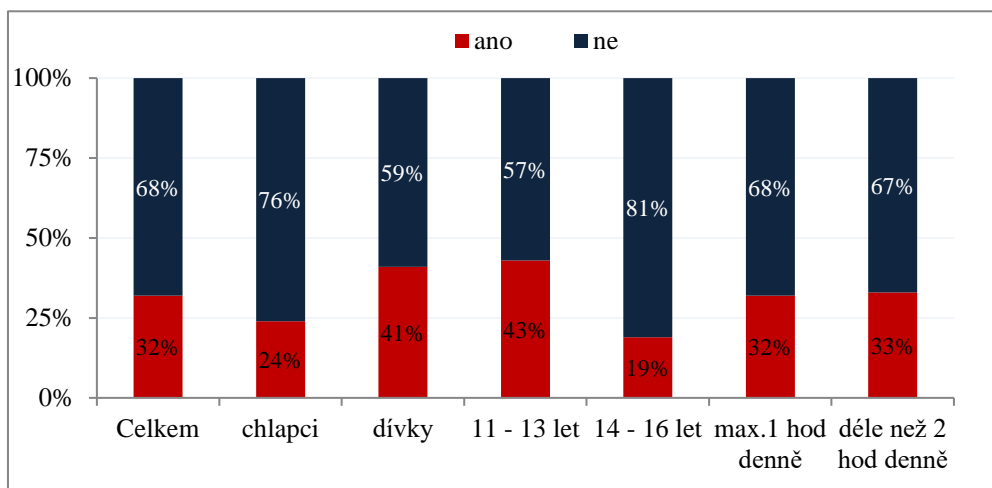
Zdroj: Cášková, vlastní šetření, 2016

Graf 17: „*Setkal/a ses s pojmem Kyberšikana?*“



Zdroj: Cášková, vlastní šetření, 2016

Graf 18: „Sledují Tvoji rodiče, s kým na sociálních sítích komunikuješ?“



Zdroj: Cásková, vlastní šetření, 2016



## PŘÍLOHA C – DATOVÁ MATICE

Respondent	Pohlaví	Věk	V jaké rodině vyrůstáš?	Jaké znáš soc. sítě? Facebook	Ot. 4 - Twitter	Ot. 4 Instagram	Ot. 4 Snapchat	Ot. 4 Ask for me	Ot. 4 Myspace	Jsi uživatelem soc.sítě?	Kterou soc.sít' užíváš nejčastěji?	Kolik hod.denně trávíš na soc. síti?	Byl jsi osloven na soc. síti neznámým člověkem starším 20 let?	Za jakým účelem Tě oslovil?	Jak reaguješ na seznámení s neznámou osobou?	Vkládáš na soc. síte fotografie?	Setkal jsi se s pojmem kyberšikana?	Stal jsi se obětí kyberšikanů?	Sledují rodiče, s kým na soc. síti komunikuješ?	Získáváš od rodičů rady, jak se rizikům soc. síti vyhnout?
1	1	14	1	1	1					1	1	2	2			2	1	2	2	2
2	1	14	2	1	1	1	1	1		1	1	2	2			1	2		1	1
3	1	15	2	1	1	1				1	1	1	2			1	2		2	2
4	1	14	2	1						1	1	2	2			1	1	2	1	2
5	1	14	2	1	1	1	1	1		1	1	2	2			1	1	3	2	1
6	1	14	2	1	1	1	1			1	1	1	2			1	1	2	2	2
7	2	14	2	1					1	1	21	3	1	2	1	1	1	2	2	2
8	1	13	1	1						1	1	3	2			1	2		2	1
9	1	14	1							2							2			
10	1	15	2	1	1	1				1	1	1	1	4						
11	2	14	3	1						1	1	4	2			1	2		2	2
12	1	15	1	1	1	1				1	1	4	1	4						
13	2	15	1	1	1					1	1	3	1	3	2	1	1	2	2	2
14	1	15	3							2							2			
15	2	14	1	1						2							1	2		
16	1	16	1	1						1	8	2	2			1	2		2	2
17	1	15	3	1	1			1		1	1	4	2			1	2		2	2
18	1	14	1	1	1	1	1	1		1	1	2	2			1	2		2	1
19	1	14	2	1				1		1	1	1	2			2	2		2	1
20	1	15	1	1	1					1	1	2	2			1	2		2	1
21	1	14	3	1	1	1			1	1	1	1	1	4	3	1	2		2	2
22	1	14	2	1						1	8	1	2			2	1	2	2	1
23	1	15	1	1						1	1	2	2			2	2		2	1
24	1	14	1	1		1	1			1	1	2	2			1	1	2	2	1
25	2	14	2	1	1	1	1			1	3	3	2			1	2		1	1
26	2	14	2	1		1	1			1	4	1	2			1	1	2	2	2
27	2	14	1	1	1	1				1	1	3	1	1	1	1	1	2	1	1
28	2	14	1	1	1	1	1			1	1	2	2			1	1	2	2	1
29	2	15	1	1		1	1			1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1

30	2	15	3							1	1	2	2			1	1	2	2	1
31	2	14	1	1		1	1			1	1	2	1	1	1	1	2		2	1
32	2	15	1	1	1	1		1		1	13	3	1	1	2	1	1	1	2	1
33	2	14	2	1						1	1	2	2			1	2		2	1
34	2	12	2	1						1	1	2	2			1	2		2	1
35	2	13	1	1	1	1				1	1	1	2			1	1	2	2	1
36	1	13	1							2						2				
37	2	13	1	1						1	1	2	2			1	1	2	1	1
38	1	13	1							2						2				
39	2	14	2	1	1	1	1	1		1	1	3	2			1	1	2	2	1
40	2	14	1	1	1	1	1			1	1	2	1	1	1	1	1	3	2	1
41	2	13	1	1	1	1		1		1	1	4	2			1	2		2	1
42	2	14	1	1	1	1		1		1	1	1	2	1	1	1	2		2	1
43	2	14	1	1	1					1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1
44	2	14	1	1	1	1	1	1		1	1	2	2			1	1	2	1	1
45	2	13	1	1		1	1	1		1	1	2	2			1	1	2	2	1
46	2	13	1	1		1				1	1	1	2			2	1	2	2	1
47	2	14	1	1	1	1	1	1		1	1	3	2			1	1	3	1	1
48	1	13	1	1	1	1				2						1	2			
49	1	14	2	1	1			1		1	8	2	2			2	2		2	2
50	1	14	1	1		1				1	8	1	2			2	2		2	1
51	1	13	2	1	1					1	1	1	1	1	3	1	1	2	2	2
52	1	14	1	1						1	1	1	2			1	1	2	2	2
53	1	14	1	1	1	1				1	1	2	2			1	1	2	2	2
54	1	14	1	1	1	1		1		1	1	1	2			1	2		2	1
55	1	13	1	1			1			1	1	2	2			1	1	2	2	1
56	1	14	2	1		1	1	1		1	1	2	1	1	2	1	2		2	2
57	1	14	1	1	1	1	1			1	1	2	2			1	1	2	2	2
58	1	13	1	1	1			1		1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2
59	1	13	3	1	1					1	1	1	2			2	2		2	2
60	1	12	1	1	1		1			1	8	2	1	4	1	1	2		1	1
61	1	13	2	1	1		1			1	1	4	1	1	2	1	2		2	2
62	1	13	1	1	1		1			1	8	2	1	1	1	1	1	2	1	1
63	1	13	1	1	1	1	1	1		1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2
64	1	12	2	1	1	1	1			1	1	1	1	4	1	1	1	2	2	1
65	1	12	2	1	1	1	1			1	8	1	2			1	1	2	2	2
66	1	12	3							1	8	1	2			2	1	1	1	1
67	1	13	1	1						1	8	1	2			2	1	2	2	1
68	2	12	3	1		1	1			1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1
69	2	13	1	1	1					1	1	3	1	2	1	1	1	3	1	2
70	2	13	1	1	1	1	1			1	1	3	2			1	2		2	1

71	2	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	
72	2	13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2			1	1	3	1	1	
73	2	14	2	1		1	1	1		1	8	2	2		1	1	2	1	1	
74	2	13	1	1		1	1	1		1	8	2	2		1	1	2	1	1	
75	2	13	1	1		1		1		1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	
76	2	12	3							2						1	2			
77	2	12	1	1		1	1	1		1	8	1	2		1	1	2	2	2	
78	1	11	1	1	1					1	8	1	2		2	2		2	2	
79	1	12	2	1	1					1	8	1	2		1	2		2	1	
80	1	11	1							1	8	1	2		2	1	2	2	1	
81	1	12	1	1						1	8	1	1	4	1	1	1	2	2	1
82	1	12	1	1	1	1	1			1	8	1	1	3	3	1	2		2	1
83	1	11	2	1	1	1				1	1	1	2		1			1	1	
84	1	12	2	1	1					1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1
85	1	11	1	1	1					2						2				
86	1	11	1	1	1	1				1	8	2	2		2	2		1	1	
87	1	11	1	1						1	8	1	2		2	1	2	1	1	
88	1	12	3	1			1			1	8	1	1	4	1	1	1	3	2	1
89	1	11	1	1	1					1	1	1	2		1	2		1	1	
90	1	12	2	1	1	1	1			1	8	2	1	4	1	1	2		1	1
91	2	11	1	1						1	1	1	2		2	2		2	1	
92	2	11	3	1						1	8	1	1	4	1	1	1	2	1	1
93	2	12	1	1		1	1			1	1	2	1	4	1	1	1	2	2	1
94	1	12	1	1						1	1	2	2		2	1	2	1	1	1
95	2	11	3	1	1	1				1	1	1	2		1	1	2	1	2	2
96	2	11	3	1						1	8	2	1	1	3	1	1	1	2	1
97	2	11	1	1	1	1	1			1	8	1	2		1	2		1	1	1
98	2	12	1	1	1	1	1			1		1	2		2	1	2	1	1	1
99	2	12	1	1	1	1	1			1	3	1	2	2	1	2	2		2	1
100	1	11	1	1	1	1	1			1	8	1	2		1			2	1	1

Vysvětlivky:

1) ano

2) ne

3) jinak

## PŘÍLOHA D – JEDNOTLIVÉ ODPOVĚDI (UVEDENO V %)

### 1) Pohlaví

Varianty odpovědí:	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)
chlapec	57	57%
dívka	43	43%
<b>Celkem</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

### 2) Věkové skupiny

Varianty odpovědí:	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)
11 let	13	13%
12 let	19	19%
13 let	22	22%
14 let	34	34%
15 let	11	11%
16 let	1	1%
<b>Celkem</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

### 3) V jaké rodině vyrůstáš?

Varianty odpovědí:	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)
v úplné (s otcem i s matkou)	62	62%
v rozvedené	25	25%
jinak	13	13%
<b>Celkem</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

#### 4) Jaké sociální sítě znáš?

Varianty odpovědí:	Absolutní četnost *	Relativní četnost (%)
Facebook	92	92%
Twitter	56	56%
Instagram	52	52%
Snapchat	39	39%
Ask.fm	23	23%
MySpace	2	2%
Google+	1	1%
Uveden e-mail	31	31%
Uvedena jiná odpověď ,nejednalo se o sociální síť	61	61%

\* každý respondent mohl uvést libovolný počet odpovědí, součet relativních četností je tedy vyšší než 100 %

#### 5) Jsi uživatelem sociální sítě?

Varianty odpovědí:	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)
ano	92	92%
ne	8	8%
<b>Celkem</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**6) Kterou sociální síť užíváš nejčastěji?** (odpovídali jen uživatelé soc. sítí)

Varianty odpovědí:	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)
Facebook	61	67%
Odpověď, která není soc.sítí( Nejčastěji YouTube nebo Skype)	25	27,5%
Jiná soc. síť než Facebook (Instagram, Snapchat)	5	5,5%
<b>Celkem</b>	<b>91</b>	<b>100%</b>

**7) Kolik hodin denně trávíš na sociální síti?**

Varianty odpovědí:	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)
0 až 1	42	46%
2 až 3	35	38%
4 až 5	10	11%
více než 5	5	5%
<b>Celkem</b>	<b>92</b>	<b>100%</b>

**8) Byl/a jsi na sociální síti osloven/a neznámým člověkem starším 20 let?**

Varianty odpovědí:	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)
ano	31	34%
ne	61	66%
<b>Celkem</b>	<b>92</b>	<b>100%</b>

### 9) Za jakým účelem Tě oslovil?

(odpovídali jen ti, kteří byli na soc. síti osloveni neznámým člověkem)

Varianty odpovědí:	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)
seznámení	15	46%
výměny fotografií	6	18%
setkání	2	6%
jiná odpověď (nejčastěji zpřátelení)	10	30%
<b>Celkem</b>	<b>33</b>	<b>100%</b>

### 10) Jak reaguješ na seznámení s neznámou osobou?

(odpovídali jen ti, kteří byli na soc. síti osloveni neznámým člověkem)

Varianty odpovědí:	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)
nereaguji na ni	20	65%
rád/a se seznamuji s novými lidmi	5	16%
jiná odpověď	6	19%
<b>Celkem</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>

### 11) Vkládáš na sociální síť fotografie?

Varianty odpovědí:	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)
ano	72	80%
ne	18	20%
<b>Celkem</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

**12) Setkal/a jsi se s pojmem Kyberšikana?** (odpovídali i ti, kteří nejsou uživateli soc. sítí)

Varianty odpovědí:	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)
ano	57	59%
ne	39	41%
<b>Celkem</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

**13) Stal/a ses obětí Kyberšikany** (odpovídali jen ti, kteří se s Kyberšikanou setkali)

Varianty odpovědí:	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)
ano	6	11%
ne	44	77%
někdo z mého okolí se stal obětí	7	12%
<b>Celkem</b>	<b>57</b>	<b>100%</b>

**14) Sledují Tvoji rodiče, s kým na sociálních sítích komunikuješ?**

(odpovídali opět jen uživatelé soc. sítí)

Varianty odpovědí:	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)
ano	29	32%
ne	61	68%
<b>Celkem</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>



**15) Získáváš od rodičů rady, jak se vyvarovat případným rizikům, která na soc. sítích mohou vzniknout?**

(odpovídali opět jen uživatelé soc. sítí)

Varianty odpovědí:	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)
ano	64	71%
ne	26	29%
<b>Celkem</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

## PŘÍLOHA E – OSOBNÍ ROZHOVORY

Rozhovory byly uskutečněny se třemi náhodně vytipovanými respondenty ve věku od 12 do 15 let, kteří byli dotazováni na předem připravených šest otázek a odpovědi zaznamenány na diktafon.

- 1) **Jakou sociální síť používáš nejvíce?**
- 2) **Věděl/a bys, od kterého roku se můžeš registrovat na sociální síť Facebook?**
- 3) **Od kolika let ho používáš Ty?**
- 4) **Co Ti proběhne jako první hlavou, když zjistíš, že se celý den nebudeš moct připojit na internet?**
- 5) **Máš nějakou negativní zkušenost v souvislosti se sociálními sítěmi?**
- 6) **Radíš se s rodiči na téma sociální sítě, abys věděl/a, jak se případně chránit před riziky?**

### Rozhovor č. 1

První rozhovor nám poskytla 12 – ti letá dívka, žijící v rozvedené rodině, pouze s otcem a svou babičkou. Dívka navštěvuje 6. ročník základní školy.

- 1) **Jakou sociální síť používáš nejvíce?**  
*„Nejvíc asi používám Facebook, ale taky Youtube.“*
- 2) **Věděl/a bys, od kterého roku se můžeš registrovat na sociální síť Facebook?**  
*„Myslím, že až od 13.“*
- 3) **Od kolika let ho používáš Ty?**  
*„Od deseti let.“*
- 4) **Co Ti proběhne jako první hlavou, když zjistíš, že se celý den nebudeš moct připojit na internet?**  
*„(smích)...asi se budu koukat na televizi.“*
- 5) **Máš nějakou negativní zkušenost v souvislosti se sociálními sítěmi?**  
*„To ani né, ale občas si mě chce přidat do přátel někdo cizí, ale to si ho nepřidám“.*
- 6) **Radíš se s rodiči na téma sociální sítě, abys věděl/a, jak se případně chránit před riziky?**  
*„S tátou se doma o tom moc nebavíme, ale když jsem u mamky, tak jo, ale spíš radím já ji, jak to používat.“*

### **Rozhovor č. 2**

Druhý rozhovor nám poskytl 15 – ti letý žák 9. ročníku základní školy, který je z rozvedené rodiny, žijící s matkou a o tři roky starším bratrem a osmiletou sestrou.

**1) Jakou sociální síť používáš nejvíce?**

*„Facebook.“*

**2) Věděl/a bys, od kterého roku se můžeš registrovat na sociální síť Facebook?**

*„Od třinácti.“*

**3) Od kolika let ho používáš Ty?**

*„Od dvanácti.“*

**4) Co Ti proběhne jako první hlavou, když zjistíš, že se celý den nebudeš moct připojit na internet?**

*„Co budu dělat.“*

**5) Máš nějakou negativní zkušenost v souvislosti se sociálními sítěmi?**

*„Ne.“*

**6) Radíš se s rodiči na téma sociální sítě, abys věděl/a, jak se případně chránit před riziky?**

*„Ne.“*

### **Rozhovor č. 3**

Třetí rozhovor nám poskytla 14 – ti letá žákyně 8. ročníku základní školy, žijící v úplně rodině a současně i se dvěma mladšími sourozenci.

**1) Jakou sociální síť používáš nejvíce?**

*„Určitě nejvíc ze všech používám Facebook.“*

**2) Věděl/a bys, od kterého roku se můžeš registrovat na sociální síť Facebook?**

*„Ano, od třinácti let.“*

**3) Od kolika let ho používáš Ty?**

*„Od jedenácti.“*

**4) Co Ti proběhne jako první hlavou, když zjistíš, že se celý den nebudeš moct připojit na internet?**

*„Asi bych šla ke kamarádce.“*

**5) Máš nějakou negativní zkušenost v souvislosti se sociálními sítěmi?**

*„No, občas mám žádosti o přátelství od cizích lidí a jednou jsem se seznámila s jedním klukem na fejsu. Byl hezkej a bylo mu dvacetjedna. Psali jsme si a pak jsme se domluvili, že se sejdeme. No, trochu jsem se bála, tak šla se mnou kámoška. Vypadal trochu jinak než na fotce, ale byl hezkej a pozval nás na diskotéku do Boleslavi. No, ale v autě na mě začal sahat a mluvil sprostě, tak jsme pak z auta utekly. Zavolala jsem našim a oni pro nás přijeli, bála jsem se, že mě zabijou.“*

**6) Radíš se s rodiči na téma sociální sítě, abys věděl/a, jak se případně chránit před riziky?**

*„Jo, radíme se.“*

## **BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE**

**Jméno autora: Miroslava Cášková**

**Obor: Sociální a mediální komunikace**

**Forma studia: Kombinované studium**

**Název práce: Vlivy sociálních sítí na děti v období dospívání**

**Rok: 2017**

**Počet stran textu bez příloh: 67**

**Celkový počet stran příloh: 21**

**Počet titulů českých použitých zdrojů: 24**

**Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 1**

**Počet internetových zdrojů: 10**

**Vedoucí práce: ThDr. et PhDr. Radek Mezuláník Ph.D.**