

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI
PEDAGOGICKÁ FAKULTA

Katedra českého jazyka a literatury

Bakalářská práce
Jakub Fiala

Pozitivní způsoby využití Youtuberství

Olomouc 2022

Vedoucí práce: doc. Mgr. Kamil Kopecký, Ph.D.

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci zpracoval samostatně a použil jen odbornou literaturu a informační zdroje uvedené na konci této práce.

Olomouc 2022

Děkuji vedoucímu mé práce, doc. Mgr. Kamilovi Kopeckému, Ph.D. za přínosné konzultace i za čas, který mé práci věnoval. Dále bych rád poděkoval mým přátelům, kteří mi pomohli rozeslat dotazník na školy. Chtěl bych také poděkovat učitelům, kteří dotazník vyplnili. V neposlední řadě patří veliké díky mé rodině za jejich trpělivost a mé přítelkyni za obrovskou podporu.

Anotace

Práce se zaměřuje na sociální síť YouTube, na obsah, který se zde nachází a vliv, který tento obsah má na děti a mladistvé. Práce popisuje mimo jiné také vybrané youtubery s pozitivním a negativním vlivem.

Klíčová slova: YouTube, sociální síť, youtuber, video, obsah, pozitivní a negativní vliv, děti, mládež

Počet stran: 49

The thesis focuses on the social network YouTube, the content that is located here and the influence that this content has on children and adolescents. The work also describes, among other things, selected youtubers with positive and negative influence.

Key words: YouTube, social network, youtuber, video, content, positive and negative influence, children, adolescents

Number of pages: 49

Obsah

Úvod.....	6
1. Co je to YouTube	8
1.1 Definice	8
1.2 Sledovanost	8
1.3 Algoritmus na YouTube.....	9
2. Druhy videí na YouTube.....	11
2.1 Livestreaming vs hotová videa.....	12
3. Pozitivní a negativní obsah YouTube	14
3.1 Negativní obsah, který na YouTube najdeme	14
3.2 Pozitivní obsah, který na YouTube najdeme	16
4. Populární tvůrci videí na YouTube	18
4.1 Kritéria pro výběr pozitivních a negativních youtuberů	18
4.2 Youtuberi s pozitivní tvorbou	18
4.2.1 Kovy	18
4.2.2 Lukefry	20
4.2.3 Kluci z Prahy	21
4.2.4 Super Trendy	23
4.2.5 Shopaholic Nicol	24
4.3 Youtuberi s negativní tvorbou.....	24
4.3.1 FattyPillowTV.....	25
4.3.2 Datel	25
4.3.3 Aneta Kurková	26
Empirická část práce	28
1. Cíle bakalářské práce	28
2. Formulace výzkumných otázek	28
3. Metodologie empirického výzkumu	28

4. Výzkumný soubor a průběh výzkumu	29
5. Otázky použité v dotazníku	29
6. Analýza sesbíraných dat	30
6.1 Jaký je Váš věk?	30
6.2 Jaké je Vaše pohlaví?	31
6.3 Jste třídním učitelem/třídní učitelkou?	31
6.4 Jaké předměty vyučujete?	32
6.5 Jaká je délka Vaší praxe?	33
6.6 Využíváte ve svém volném čase sociální síť YouTube?.....	33
6.7 Jaké formy/metody výuky používáte ve svých hodinách?.....	34
6.8 Používáte ve své výuce nějaké technické zařízení?	34
6.9 Znáte nějaké youtubery? Pokud ano, které?.....	35
6.10 Jak jste realizoval/a výuku v době pandemie?	36
6.11 Jaký máte názor na online výuku?	36
6.12 Používáte pravidelně ve své výuce videa? Pokud ano, jaká jsou to videa, a kterou platformu používáte?	37
6.13 Myslíte si, že by platforma YouTube a jí podobné mohly někdy v budoucnu nahradit prezenční výuku? Proč ano nebo proč ne?	38
6.14 Co si myslíte o tom, jakým způsobem ovlivňují youtubeři dnešní děti? Máte s tím nějakou osobní zkušenost?	38
6.15 Myslíte si, že by rodiče měli se svými dětmi mluvit o tom, jaká videa na YouTube sledují?.....	39
Shrnutí dotazníkového šetření.....	40
Závěr	41
Seznam použitých zdrojů	42

Úvod

Když se v dnešní době někoho zeptáme, aby nám řekl, co je to YouTube, většina lidí nám nejspíš řekne, že je to webová stránka, na které si pouští videa. Do jisté míry by měli pravdu. YouTube je především sociální síť. Sdružuje lidi, tvoří témata k diskusi a baví své uživatele mnohdy i více, než pořady na běžné televizi.

Tato bakalářská práce se zaměřuje především na to, jaká pozitivní videa na YouTube najdeme, jaké máme populární tvůrce tohoto pozitivního obsahu, ale také si probereme obsah nevhodný na této sociální síti. Teoretickou část práce započneme otázkou, co je to vlastně YouTube. Uvedeme si definice a porovnáme si YouTube s dalšími sociálními sítěmi. Dále si probereme algoritmus, který YouTube používá, aby své uživatele udržel u obrazovek co možná nejdéle. Součástí této podkapitoly jsou také okolnosti, které vedou k zobrazování určitých videí častěji než jiných.

Ve druhé kapitole se zaměříme především na samotný obsah YouTube. Probereme si druhy videí, na která zde můžeme narazit, uvedeme si jejich výčet a definici, rozebereme si také druhy, které převážně využívají youtuberi. Přiblížíme si tento pojem a uvedeme si rozdíl mezi livestreamem a hotovými videi. Také si objasníme pojem donate, který je především při livestreamu hojně využíván.

Třetí kapitola se věnuje hlavně negativnímu a pozitivnímu obsahu, který lze na YouTube sledovat. Projdeme si zákazy, které tato sociální síť uvalí na tvůrce, kteří zde sdílejí nevhodný obsah a tento obsah si probereme podrobněji. Uvedeme si také některá omezení, která mohou pomoci rodičům, aby měli lepší přehled nad tím, co jejich dítě sleduje. Následovat bude pozitivní obsah, který nám i dětem může YouTube nabídnout. Zde se zaměříme především na dva kanály. NEZkreslená věda, která nejen dětem předkládá kreslená vědecky zaměřená videa, ve kterých je jasně a přehledně vysvětlen nějaký fyzikální či přírodovědný pojem. Druhým kanálem jsou Dějiny udatného českého národa, což se seriál o naší historii, uváděné samotným Českým lvem. V závěru kapitoly si lehce porovnáme streamovací aplikace jako je Netflix, HBO GO nebo Voyo.

V poslední kapitole se zaměříme na samotné youtubery a YouTube kanály. Nejdříve se podíváme na některé populární tvůrce, uvedeme si jejich počty sledujících a srovnáme si tyto počty se současnou situací. Popíšeme si kritéria pozitivní a negativní tvorby, podle nichž byli youtuberi vybíráni do této práce. Poté začneme youtubery, kteří mají tvorbu pozitivně zaměřenou. Tito youtuberi reagují především na současnou politickou situaci, na dění ve společnosti u nás i v zahraničí, komentují nejružnější situace a baví své fanoušky kultivovanými

parodiemi nebo sdílí své cesty do zahraničí nebo názory na televizní pořady či filmy. Prvním youtuberem bude Karel Kovář, více známý jako Kovy. Věnovat se budeme také Lukáši Fritscherovi, který na YouTube vystupuje pod přezdívkou Lukefry. Ten stejně jako Kovy natáčí videa o dění ve společnosti, o televizních pořadech nebo varuje před nákupy předražených a nekvalitních výrobků z teleshopingu. Dále se seznámíme s kanálem Kluci z Prahy, který je zaměřený především na pražské památky, restaurace, zajímavosti a v neposlední řadě také na podvodníky, se kterými se turisté mohou v Praze setkat. Posledním vybraným je kanál Super trendy, který představuje, rozebírá a hodnotí filmy a seriály, především z komiksového vydavatelství Marvel, DC Comics, ale také Star Wars či Harry Potter. Poslední youtuberkou v tomto výběru je Shopaholic Nicol. Její videa se soustředí především na cestování a módu. Navštívila několik cizích zemí a bydlela také nějakou dobu v Londýně. Dalšími videi na jejím kanálu jsou vlogy z festivalů, kterých se zúčastnila

Po youtuberech s pozitivním vlivem přichází youtubeři s vlivem negativním. Zde si probereme Karla Siváka, známějšího jako FattyPillowTV. Ten je především díky své mluvě nevhodným vzorem pro děti a mládež. Převážnou většinu obsahu jeho videí tvoří hraní her. Po tomto youtuberovi následuje Datel, což je youtuber, jenž prošel také první řadou pořadu LikeHouse, který je na youtubery a influencery přímo zaměřený. Datel je youtuber, který převážnou část své tvorby soustředí na pranky, jenž bývají ve většině případů nebezpečné a pro děti tak nevhodné. Poslední negativní youtuberkou bude Aneta Kurková, která natáčí různé druhy videí nevhodných pro děti, jako např. jak vydělávat online, jaké operace na svém těle provedla nebo kolikrát se oženila.

V empirické části práce si rozebereme dotazníkové šetření, které bylo vytvořeno za účelem zjistit, jaký vztah mají učitelé základních škol k sociální síti YouTube, zda znají některé tvůrce videí a jestli oni sami využívají ve svých hodinách videa. Položíme si výzkumné otázky a formulujeme cíle empirické části. Uvedeme si otázky, které byly v dotazníku použity a jejich výsledky si prezentujeme na grafech a slovních mracích. U otevřených otázek, kde jsme se ptali na názor učitelů, tyto názory analyzujeme a zdůvodníme. Poté bude následovat shrnutí empirické části a úplný závěr této práce.

1. Co je to YouTube

1.1 Definice

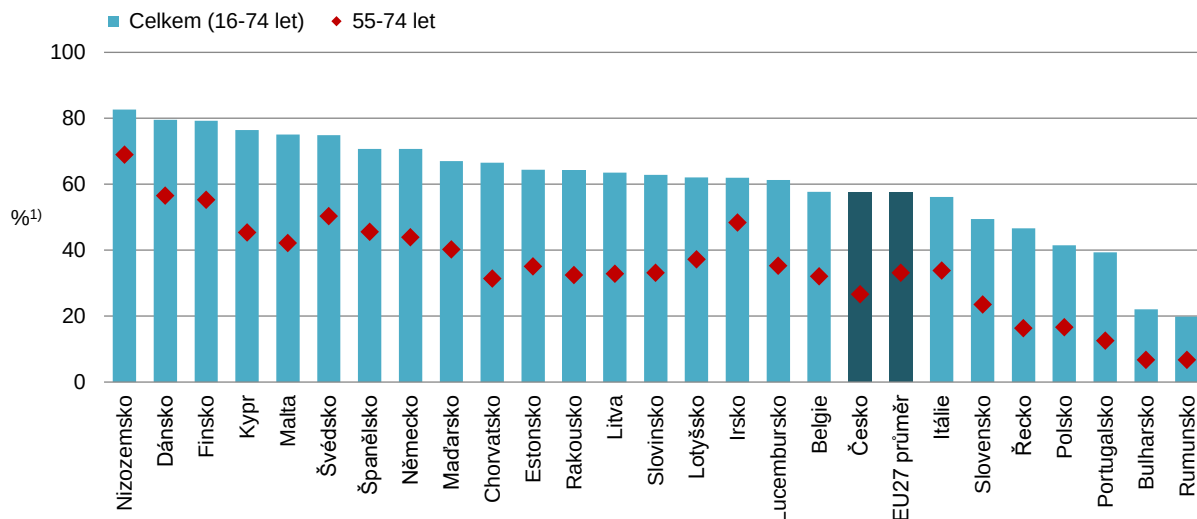
Pokud si rozklikneme informace na stránkách YouTube, dočteme se, že pomyslnou misí těchto stránek je, aby každému poskytly hlas a ukázaly mu svět. Dále organizace provozující YouTube věří, že každý si zaslouží mít hlas, a že svět se stává lepším místem, pokud nasloucháme, sdílíme a budujeme komunitu skrz naše příběhy (YouTube, 2022, online).

Bezesporu každý, kdo má alespoň mobilní telefon a přístup na internet může odkudkoliv a kdykoliv sdílet svůj život, svoje záliby, inspirovat ostatní svou tvorbou a hledat si přátele, kteří mají minimálně podobné preference, jako on.

YouTube existuje již od roku 2005 a jeho původním účelem bylo sdílení domácích videí. Postupem času se zde ale začala přidávat videa s různorodějším obsahem jako např. hudební klipy, videohry, nebo filmy a z dříve pouze zábavné služby se postupem času stala služba veřejná. YouTube stvořila trojice zakladatelů – Steve Chen, Chad Hurley a Jawed Karim. Poslední z nich však od vedení časem ustoupil a zůstal pouze na funkci poradce. (Aktuálně.cz, 2021, online)

1.2 Sledovanost

Na stránkách Českého statistického úřadu můžeme nalézt tabulku s daty převzatou od Eurostatu, která nám v procentech ukazuje, kolik lidí a v jaké zemi sleduje YouTube či jiné stránky na sdílení videí. Z tabulky můžeme vyčíst, že za rok 2020 sleduje YouTube přes 88 % dětí a mladistvých ve věku 16-24 let. Z tabulky také vyplývá, že tito mladiství se nacházejí převážně na střední škole (59,2 %). Dnes v jednom kuse posloucháme, že tato nová a moderní doba je určena spíše té mladší generaci, a že ta starší je na tom s internetem a obecně technologiemi hůř. Tomu nasvědčuje i fakt, že osoby ve věku 55-74 let nesledují YouTube příliš často a procentuálně to vychází na 26,6 %. Níže nalezneme graf, který nám ukazuje, že Nizozemsko je na tom se sledováním YouTube „nejlépe“ z celé Evropy. Podle údajů ze statistického úřadu sleduje tuto platformu pro sdílení videí přes 80 % populace ve věku 16-74 let (Eurostat, 2021, online).



Obrázek 1 - Osoby v EU sledující videa na Youtube či jiných stránkách určených ke sdílení videí, 2020

Ani mezi ostatními sociálními sítěmi si YouTube nevede vůbec špatně. Podle internetové stránky statista.com se YouTube drží na krásné druhé pozici hned za sociální sítí Facebook. Data pochází z ledna tohoto roku a mapují počet aktivních uživatelů sociálních sítí za měsíc. Facebook jasně vévodí této stupnici s necelými třemi miliony aktivních uživatelů měsíčně a YouTube jej dohání s dvěma a půl miliony. Na třetí pozici bychom nejspíše mohli čekat TikTok nebo Instagram, ale pravděpodobně díky pandemii, která nás na dlouhou dobu uzavřela v našich domovech, se třetí pozice ujímá WhatsApp. Ten měsíčně navštíví okolo dvou milionů uživatelů. Instagram se nachází hned za ním s necelým jeden a půl milionem (Statista.com, 2022, online)

1.3 Algoritmus na YouTube

Určitě jsme již při sledování videí na YouTube zaregistrovali, že pokud si např. pustíme písničku našeho oblíbeného zpěváka, začnou se nám zobrazovat i videa, která jsou podobného charakteru. Ať už s naším videem mají společný styl hudby, autora nebo třeba rok vydání, nemusí jít nutně o videa, na která se chceme dále podívat. Může za to specifický algoritmus, který sociální síť YouTube a jí podobné využívá k tomu, aby na svých stránkách déle udržely uživatele. Stránka YTSEO.cz nám algoritmus popisuje takto:

„YouTube algoritmus je automatický systém, který určuje, co vše si bude moci uživatel na YouTube prohlédnout. Od systému se přepokládá, že rozezná, o co má uživatel zájem tento jeho zájem mu dokáže uspokojit.“ (YTSEO.cz, 2019, online)

Tato definice nám ukazuje pravou podstatu sociální sítě YouTube. Za každou cenu udržet uživatele co nejdéle u sledování videí. Bohužel většina uživatelů to ani nevnímá a prostě sleduje

dál, i kdyby video, na které se zrovna dívá, nemělo už pranic společného s videem, u kterého začínali. Co nám vlastně rozhoduje o tom, jaké video bude „tím dalším v pořadí“? Původně platforma YouTube fungovala tak, že pořadí se sestavovalo podle počtu zhlédnutí. Tudíž čím více lidí video zhlédlo, tím bylo lepší. Byl to poněkud jednoduchý vzorec, který fungoval v podstatě pouze na kliknutí na video. Tím se na přední příčky někdy vyšplhala videa, která svému uživateli již nepřinesla žádnou přidanou hodnotu (YTSEO.cz, 2019, online).

Za posledních několik let se ale algoritmus zásadně změnil. Dnes již nerozhoduje o pořadí videa jen počet zhlédnutí, ale např. i doba, kterou strávíme nad sledováním videa či kanálu, ze kterého pochází. Dále o tom rozhoduje také míra prokliku, četnost nahrávání nebo zahájení a ukončení relace. Faktorů, které umístí video na první příčky pomyslného žebříčku, je opravdu spousta. Doba, kterou strávíme nad sledováním příslušného videa je jedním z těch hlavních. Čím déle se na video díváme, tím pravděpodobnější bude, že se bude populárnější a dostane se tak k vícero uživatelům. Nesmíme ale zapomínat na to, že YouTube jde především o čas, strávený na jejich stránkách. Tudíž videa, která mohou zajistit dlouhou dobu sledovanosti, jsou odměněna lepším pořadím než jiná. Stejně je to i s kanály. Doba sledování videí na jednom kanálu se sčítá. Daný kanál tedy může využívat toho, že videa s určitým tématem mají větší sledovanost než jiná a posunout se tak pomocí natáčení těchto videí ještě výše (YTSEO.cz, 2019, online).

Dalším důležitým faktorem je tzv. Míra prokliku neboli CTR (angl. click through rate). Jedná se o vyjádření procentuálního poměru mezi počtem kliknutí a počtem zobrazení videa. Algoritmus je nastaven tak, aby rozeznal, na kolik je video pro uživatele důležité, když jej objeví v náhledu či názvu videa při vyhledávání, popř. v nabídkách prohlížení. Pokud chce tvůrce videí nějakým způsobem posílit míru CTR, měl by dbát na poutavý název videa a zajímavý náhledový obrázek. Co se týče kanálu, rozhoduje také četnost nahrávání videí. Pokud je tvůrce aktivní a nahrává svá videa pravidelně, také se tím posouvá na pomyslném žebříčku. Mezi další faktory, které rozhodují o pořadí videí se řadí také komentáře, které pod videi nalezneme a odběratelé. Algoritmus zohledňuje komentáře, tudíž ve videích tvůrců často uslyšíme věty typu: „Nezapomeňte mi do komentářů napsat váš názor!“ apod. Odběratelé jsou lidé, které dané video zaujalo a rádi by videa z tohoto kanálu sledovali i v budoucnu. Tím opět roste popularita u videí a kanálů, na kterých tato videa nalezneme (YTSEO.cz, 2019, online).

2. Druhy videí na YouTube

Když přijdeme do knihovny, můžeme si vybrat z nejrůznějších druhů knih, které si chceme přečíst. Od básnických sbírek, přes novely a romány, až po encyklopedie nebo cestopisy. Pokud si představíme YouTube jako jednu obrovskou knihovnu, najdeme zde také různé druhy a žánry. Tentokrát ale nebudeme hovořit o knihách, ale o videích. Nejzákladnějším typem videí, se kterými se na této rozsáhlé sociální síti můžeme setkat jsou hudební videa. Daleko před tím, než YouTube obsadili youtuberi, jste zde mohli nalézt prakticky jen hudební klipy populárních i méně známých umělců. Hudební klip je zpravidla tří až pěti minutové video, doprovázené písní daného umělce. V poslední době je trendem udělat video s příběhem, do kterého je píseň zařazena. Takováto příběhová videa tvoří především americká zpěvačka Lady Gaga, jak můžeme pozorovat např. v klipech k písním Paparazzi nebo Telephone, do kterého si pozvala zpěvačku Beyoncé. Dále také Katy Perry s jejími hudebními klipy Roar nebo Chained To The Rhythm (YouTube, 2022, online).

Než se zaměříme na videa produkovaná youtubery, pojďme si nejdříve přiblížit, kdo vlastně je takový youtuber. Jak tvrdí Jiří Rostecký na svých stránkách MladýPodnikatel.cz, *youtuber je člověk, který nahrává vide na videoportál YouTube*. (Rostecký, 2022, online) Youtuber je člověk, který nahrává svá videa na sociální síť YouTube, ale ne každý se skutečně může označovat tímto názvem. Pokud někdo nahraje video na YouTube, nedělá to z něj automaticky youtubera. Za youtubery nejčastěji označujeme lidi, kteří svá videa přidávají aktivně, pravidelně, řeší různé otázky či předkládají svým divákům pro ně populární a zajímavý obsah. Tito tvůrci ale nemají pouze YouTube. Zakládají si další sociální sítě, aby mohli být ke svým fanouškům ještě blíže. Obsahem, který tvoří, tak ovlivňují své sledující, jejich názory a postoje. Můžeme je tedy také nazvat slovem, které se obzvláště v poslední době stalo velice populárním – influenceři. Známy youtuberi se také tím, co dělají, žijí. Většina díky spolupráci s nejrůznějšími firmami a značkami vydělává značný obnos peněz. Peníze také získávají přímo od YouTube, a to zobrazováním reklam ve svých videích (Rostecký, 2022, online).

U youtuberů jsou v poslední době velice populární videa, ve kterých odpovídají na dotazy a komentáře svých fanoušků. Utvrzují tak vztahy s nimi a podporují je v dalším sledování. Takovýto typ videí bychom mohli zařadit mezi reakční videa, ovšem youtuber nereaguje na dalšího youtubera, nýbrž na dotazy a komentáře, které mu zasílají jeho sledující a jeho fanoušci ať už prostřednictvím YouTube či jiné sociální sítě, kde má daný youtuber svůj profil. Takovýmto příkladem může být například video Ask Lukefry od youtubera Lukáše Fritschera, ve kterém odpovídá na dotazy z Instagramu a komentáře z YouTube. Fanoušci se jej zde ptají

na jeho oblíbenou hudbu, na další videa, která chce natočit či projekty, do kterých se chce během následujícího roku pustit. (Lukefry, YouTube, 2022, online)

Dalším typem videí jsou tzv. vlogy. Dalo by se říci, že jsou to formy videodeníku. Jsou to takové typy videí, kde youtuber zaznamenává svůj den. Najdeme v nich jeho běžné každodenní činnosti, kde všude byl, co si myslí apod. DIY, z angl. slovního spojení „do it yourself“ neboli „udělej si sám“ jsou videa s tematikou ručních prací a kutilství. Najdeme zde videa o balení dárků na Vánoce, o vylepšení šatů nebo výrobu dekorací na stůl. Sociální experiment je druh videí, ve kterých youtubeři nějakým způsobem testují obyčejné lidi z ulice. Většinou je hlavním cílem zábava, neboť ve videu vidíme nejružnější a někdy i přehnané reakce kolemjdoucích. Příkladem mohou být videa youtuberky Fallenky nebo slovenského youtubera ExplOited, který nabízel drogy na ulici a pozoroval reakce lidí. Mezi další typy videí řadíme:

- Let's play – herní video; youtuber představuje a komentuje nějakou počítačovou hru
- Haul – videa, která prezentují zakoupené předměty (např. kosmetika, mobilní telefon...)
- Challenge – z anglického slova, překládáme jako „výzva“; v takovýchto videích pozorujeme, jak youtuber/ři jí lžice skořice, hází do Coca-Coly bonbony Mentos apod.
- Tutoriál – návody na hraní her, spuštění programu či instalace nějakého softwaru
- Beauty – videa, která se zabývají líčením, módou nebo kosmetikou obecně
- Prank – v poslední době velice oblíbený druh videa; pozorujeme nachytání nějakého člověka, které je natáčeno na skrytou kameru
- Videopodcast – zde se bavíme o zvukovém záznamu na nějaké zajímavé téma nebo záznamu rozhovoru
- Reakční video – youtuber reaguje (kriticky) na tvorbu nějakého jiného youtubera
- Vzdělávací video – tento typ videí rozšiřuje znalosti diváka o nějakou oblast
- Recenze – v tomto videu youtuber hodnotí nějaký produkt a doporučuje či rozmlouvá ho svým fanouškům
- Sketch – známe již z televizních pořadů; tyto videa nám ukazují krátké a vtipné scénky (Prause, 2020, online)
- Cringe – jedná se o video, které má vyvolat pocit trapnosti
- Unboxing – video o rozbalování dárků nebo zásilek, které si youtuber objednal či dostal

2.1 Livestreaming vs hotová videa

Livestreaming bychom mohli přeložit doslova jako „živé vysílání“. Jedná se o přímý přenos, na který se může připojit prakticky každý uživatel YouTube. Livestream se tak stává dokonalou možností, jak se youtuber může spojit s fanoušky v reálném čase. Většinou se na

takovýchto typech youtuber baví se svými fanoušky o závažných tématech, hraje hry nebo diskutuje o současné situaci (Zusková, 2017, online).

Při livestreamech bývá povětšinou možné youtuberovi poslat tzv. donate. Jedná se o anglické sloveso, které v překladu znamená darovat. Podle Cambridge Dictionary je to v tomto případě dobrovolný příspěvek konkrétní osobě nebo organizaci. U youtuberů vyjadřuje donate obdiv a úctu k němu samotnému i k jeho tvorbě. Jinými slovy si fanoušek tohoto youtubera považuje a obdivuje jeho videa a témata, kterým se v nich věnuje (Cambridge Dictionary, 2022, online).

Možnost livestreamu velice působivě využil youtuber Jirka Král, který pomocí charitativního livestreamu vybral přes půl milionu na Masarykův onkologický ústav, nacházející se v Brně. Spousta jeho videí jsou livestreamy s charitativním podtextem a ve většině z nich je náplní videa hraní her (Jirka Král, YouTube, 2022, online).

Zatímco livestream je improvizovanější a nepřipravený, hotová videa, která youtubeři nahrávají na své kanály jsou časově náročná na přípravu. Některá vide trvá dovést k dokonalosti klidně i několik týdnů. To, co vidí fanoušek daného youtubera je jen zlomek toho, co se skrývá v pozadí. Video je potřeba nahrát, sestříhat, upravit, přidat obrázky, zvuky či jiná videa, popisky nebo třeba odkazy. Když si uvědomíme, kolik času zabere jedna příprava videa, dalo by se mluvit o práci na plný úvazek. Většina youtuberů, kteří se rozhodnou tvořit pravidelně a chtějí se YouTube živit, nedělají prakticky nic jiného. Pokud se podíváme na kanál youtubera Kovyho a konkrétně na jeho „Kovyneděle“, znamená to, že na jedno takové video je potřeba týden času. Což je naprosto nepředstavitelné v porovnání s tím, jak dlouhé je výsledné video. Oproti tomuto je doba přípravy na livestream prakticky nesrovnatelná (Kovy, YouTube, 2022, online).

3. Pozitivní a negativní obsah YouTube

Život ve 21. století nám dává takřka neomezené možnosti, a to zejména díky extrémnímu rozvoji technologií. To vše ještě podporuje zakládání účtů na sociálních sítích a internetové stránky, které jsou přímo dělané na to, aby u nich člověk vydržel několik hodin v kuse (Ševčíková a kol., 2014, s. 19).

Podle agentury AMI Digital ve spolupráci s agenturou Stem/Mark vznikla aktualizovaná studie, která ukazuje na to, že za rok 2020 využívá sociální sítě 92 % Čechů, a to přinejmenším příležitostně. Průměrná doba, kterou Češi na internetu stráví je 159 minut každý den. Při přepočtu na hodiny to dělá 2:39 minut. Když vezmeme v potaz, že dospělý člověk chodí do práce, nakupuje a stará se o domácnost, potom dítě, které má kromě povinné školní docházky spoustu volného času, musí na internetu strávit daleko více minut (Media Guru, 2020, online).

Sociální síť YouTube má své vlastní zásady, které se týkají škodlivého obsahu. Obecně se zde dočteme, že YouTube nepovolí obsah, který má co do činění s nebezpečným či nezákonnými aktivitami, které mohou vést k těžkému fyzickému zranění nebo dokonce smrti. Sám poté uživatelé, kteří nahrávají nějaký obsah varuje, aby nezveřejňovali obsah, který je v rozporu s těmito zásadami. Uživatel tedy nemůže nahrávat obsah, na kterém jsou nebezpečné výzvy, nebezpečné či zastrašující žerty, pokyny k zabíjení nebo sebepoškozování, nejružnější poruchy příjmu potravy, návody k nedovolenému odcizení majetku druhého či k vydírání a v neposlední řadě také počítačové útoky či videa, která obsahují násilné události. Dále se zde uvádí, že nebezpečný obsah může být povolen za účelem vzdělání, umění či jako dokument, pokud je video věkově omezeno. Také zde nalezneme odstavec o tom, co se stane, pokud tato pravidla tvůrce poruší – video bude smazáno. Jestli se jednalo o první porušení, přijde tvůrci výtku na mailovou adresu. Pokud se jedná o opakované porušení, může být udělena sankce. Jestliže tvůrci bude udělena sankce opakovaně, bude jeho kanál trvale odstraněn (Nápověda YouTube, 2022, online).

3.1 Negativní obsah, který na YouTube najdeme

Jak je již zmíněno výše, za negativní obsah, který lze na YouTube nalézt považujeme cokoliv, co se týká násilí, nahoty, nenávisti, rasismu apod. Jak je ale známo, lidé jsou různí a pro každého může pojem „negativní obsah“ znamenat trochu něco jiného. Pokud si projdeme kanály některých youtuberů, přijdeme na to, že to, co se zdá jednomu jako naprosto nevinná parodie či let's play, může druhému připadat jako násilné video či video urážející původního majitele. Jak píše Kopecký a Szotkowski v E-bezpečí ve studijním textu s titulkem Fenomén Youtubering a česká škola, obsah na YouTube nelze regulovat a děti mohou na takovýto

škodlivý obsah téměř bez problémů narazit. Jak se dočteme v tomto dokumentu, nevhodný obsah, který se na YouTube vyskytuje, negativně ovlivňuje děti hned z několika hledisek. Podporuje u dítěte vznik nebezpečného chování, jakým je kyberšikana, kybergrooming nebo závislostní chování. Dále může chtít dítě vyzkoušet nebezpečné challenge, které vidí u svých vzorů na YouTube. Tomuto chování by se mělo zamezit, a to především díky starosti o dítě ze strany jeho rodiny a ve školním prostředí ze strany jeho učitelů. Tím, zda by se rodiče měli se svými dětmi bavit o YouTube, se věnuje jedna z otázek v empirické části této práce. Jak radí Kopecký a Szotkowski, je nutná prevence těchto jevů, a to především tak, že se rodiče budou zajímat o to, co jejich děti sledují, nastaví si s dětmi nějaké hranice a pokud využívají YouTube, mohou dětem doporučit nějaké jiné youtubery, které pro ně mají přijatelnější tvorbu. Důležitá je v tomto ohledu převážně komunikace s dítětem. Rodič by neměl dítěti zakazovat, aby se na YouTube dívalo, naopak. Měl by dítě podporovat ve sledování videí, ale s obsahem, který mu může něco nabídnout, rozšířit jeho obzory (Kopecký, Szotkowski, E-bezpečí, 2018, online).

Pod každým videem, které se nachází na YouTube můžeme nalézt jak tlačítko pro palec nahoru („To se mi líbí“), tak tlačítko pro palec dolů („To se mi nelíbí“). Každý uživatel, který se na tomto portálu nachází, může video dle svého uvážení ohodnotit. Vytváří se tím jakýsi „výběr“ videí, která jsou pozitivní nebo negativní. Palcem dolů tak můžeme tvůrci naznačit, že jeho video nemá zrovna vhodný obsah. Na internetové stránce Živě.cz vyšel v listopadu minulého roku článek, ve kterém jeho autor poukazuje na to, že této možnosti ohodnotit video bylo velice často zneužíváno. Někteří sledující záměrně označovali videa jako „To se mi nelíbí“ jen proto, že neměli rádi jejich tvůrce nebo dokonce z toho důvodu, aby se záměrně o videu soudilo, že není kvalitní. Proto YouTube přišel s tím, že počet tzv. dislike (z angl. slova překládáme jako „nemít rád“) bude čistě soukromou věcí každého tvůrce videa (Kilián, Živě.cz, 2021, online).

Tato funkce pro hodnocení videí mohla jistou měrou přispět k tomu, aby videa s nevhodným obsahem nebyla doporučována či byla přímo odstraněna. Započala by tak alespoň nějaká regulace obsahu na YouTube. Dalším typem, jak regulovat videa, na která se dívají děti, může být funkce Rodičovská kontrola. Tato funkce slouží k jakémusi „dohledu“ nad tím, na co se děti dívají. Existuje také služba YouTube Kids, která s Rodičovskou kontrolou souvisí. Dítě tak může sledovat pouze typy videí, která mu určí jeho rodiče. Dnešní děti jsou ale natolik vynalézavé, že ani omezení obsahu a kontrola rodiči jim nezabrání v tom, dívat se na cokoli jiného. Nejdůležitější je proto komunikace rodiče s dítětem (YouTube, 2022, online).

3.2 Pozitivní obsah, který na YouTube najdeme

Již jsme si řekli, jaký negativní obsah se na sociální síti YouTube dá nalézt, jaká jsou jeho rizika, jaký má dopad na děti a také to, jak dítěti zamezit, aby se na tento obsah dostalo. Nyní si povíme něco o tom, co pozitivního na YouTube můžeme zhlédnout a jaká videa můžeme dětem doporučit. Prospěšného obsahu, na který se mohou děti dívat bez toho, aniž bychom se báli o jejich psychické zdraví, najdeme na YouTube dostatek. Od vzdělávacích videí, přes youtubery komentující aktuální dění ve světě i u nás, až po filmy nebo některé seriály. O youtuberech, kteří mají pozitivní vliv na děti a natáčejí videa, jež přijdou dětem atraktivní i bez vulgarismů, násilí a nenávisti si povíme v další kapitole, proto se nyní zaměříme převážně na videa se vzdělávacím obsahem.

Skvělým příkladem takovýchto videí je kanál s názvem **Otevřená věda**. Jedná se o oficiální kanál projektu, který se nazývá Otevřená věda. Ten se zaměřuje na vzdělávání v oblastech přírodních věd a techniky. Na tomto kanále najdeme pořad, který je nazván jako **NEZkreslená věda**. Každé video tohoto pořadu má svého odborného garanta a zabývá se vždy nějakým tématem z techniky, z přírodovědy nebo z lidského těla. Každé video je opatřeno komentářem, které čte např. Pavel Liška, Bára Hrzánová nebo Radek Holub. Videa mají většinou mezi osmi až dvanácti minutami a vznikají za podpory nejrůznějších organizací. Ve videu vidíme ruku, která kreslí obrázky vztahující se k tématu a přidává k nim nejrůznější popisky, šipky a tabulky (Otevřená věda, YouTube, 2021, online)

Podle oficiálních stránek Otevřené vědy, která je pod záštitou Akademie věd České republiky, vznikla první série již v roce 2014 a obsahovala celkem 10 dílů. Ilustrace, které videa obsahují, pochází od Tomáše Zacha a Markéty Smolíkové Kubátové. Videa jsou také opatřována anglickými a českými titulky, díky nimž jsou přístupná nejen cizincům ale i neslyšícím. Na stránkách Otevřené vědy lze nalézt videa a k nim také přiložené metodické listy, které jsou vhodné pro učitele do výuky (Otevřená věda, 2022, online). Tak jako rodiče mohou tedy i učitelé ve svých hodinách ukázat dětem vhodná videa na YouTube, na která se mohou dívat bez toho, aniž by měla nějaký negativní dopad na jejich chování.

O historii se toho lze na YouTube také dozvědět mnoho. Existuje např. kanál Pavla Koutského, který dětem přináší kreslený seriál o české historii – **Dějiny udatného českého národa**. Od roku 2013 zde výše zmíněný Pavel Koutský přidává videa, která taktéž najdeme na stránkách České televize, odkud původně tato série pochází. Miniseriál, kterým provází Český lev namluvený populárním hercem Jiřím Lábusem, předkládá dětem informace z naší historie prostřednictvím krásných animací. Autorkou tohoto pořadu je Lucie Sifertová a každý díl trvá okolo tří minut. Celkem má série 111 dílů. Děti se zde mohou dozvědět o historii

zábavnou formou, poznat životy slavných osobností, jako byl Jan Ámos Komenský nebo třeba Tomáš Garrigue Masaryk. Poznají také okolnosti, které vedly k založení významných budov a dozví se také, za jakých podmínek mohl vzniknout náš stát (Koutský, YouTube, 2022, online). Pro učitele dějepisu je tento seriál skvělou formou, jak svým žákům předložit historii i jiným způsobem, než jen prostřednictvím učebnic a výkladu.

Kdybychom si na YouTube zadali do vyhledávání nějaký předmět, kterým dítě na základní škole prochází, určitě by se nám ukázala spousta videí, která s tímto předmětem souvisí. Ať už se jedná o přijímací zkoušky na střední školy z českého jazyka a matematiky, lekce angličtiny nebo dokonce znakového jazyka, ve všech těchto případech lze mluvit o videích, která pozitivně působí na děti. Nemusejí sedět v lavicích a poslouchat výklad učitelky, ale mohou strávit několik příjemných chvil tím, že se vzdělávají prostřednictvím sociální sítě YouTube. Jako další samostatnou kapitolu v tomto velikém rybníku „pozitivních videí“ bychom mohli zařadit např. pohádky a seriály pro děti. YouTube se samozřejmě nemůže srovnávat s velikány, jako jsou Netflix, HBO GO nebo v poslední době také Voyo, na kterých nalezneme převážnou většinu pohádek a seriálů i pro děti.

Značnou nevýhodu mají tyto streamovací aplikace oproti YouTube v ceně. Existuje ale služba zvaná YouTube Premium, která je také zpoplatněná. Tato služba má spoustu funkcí, které obyčejný uživatel YouTube nemůže využívat při běžném provozu, jako je např. přehrávání videí i se zamčenou obrazovkou (u mobilních telefonů nebo tabletů), sledování bez reklam nebo stahování videí přímo z YouTube. Služba YouTube Premium stojí každý měsíc uživatele 179 Kč a je dostupná již od roku 2014. YouTube nám ale půjde spustit i nadále bez toho, aniž bychom za něj platili (YouTube, 2022, online). Za Netflix, HBO GO a Voyo musíme každý měsíc zaplatit určitou částku, která se odvíjí jednak od zvolené kvality filmů a seriálů, jednak také podle počtu zařízení, na kterých tato aplikace bude pouštěna. YouTube je ale zcela zdarma a najdeme zde spoustu videí, která jsou přímo určena dětem.

4. Populární tvůrci videí na YouTube

Jak se dočteme výše v této práci, youtuber je někdo, kdo aktivně natáčí videa na sociální síť YouTube. Takový youtuber bývá ve velice častých případech nazýván také jako influencer. Je to osoba, která ovlivňuje nebo mění způsob, jakým se lidé chovají (Cambridge Dictionary, 2022, online). Youtuberi ovlivňují názory dětí a mladých lidí ohledně politiky, společnosti nebo filmů či videoher. Každý youtuber má povětšinou nějaké zaměření, oblast, ve které se pohybuje, a kterou komentuje ve svých videích. V této kapitole se zaměříme na youtubery, kteří mohou být přínosem pro děti svou tvorbou a svými názory, ale také na ty, kteří pro děti vhodní příliš nejsou, ať už obsahem svých videí, tak vyjadřováním se v nich.

Podle žebříčku na stránce Flowee.cz z roku 2019 patřil mezi nejpopsulárnější youtubery Stejk, Kovy nebo TVTwixx, kteří měli přes 700 000 fanoušků (Dočekal, Hermochová, Cášková, Flowee.cz, 2019, online). Od roku 2019 se čísla dosti změnila. Podle YouTube má Stejk v současné době přes jeden milion odběratelů, Kovy 873 tisíc a TVTwixx 824 tisíc. Jak můžeme vidět, fanoušci jednotlivých youtuberů stále rostou a to jim přidává na popularitě. Pojdme si tedy některé populární youtubery rozebrat podrobněji (YouTube, 2022, online).

4.1 Kritéria pro výběr pozitivních a negativních youtuberů

Youtubery, kteří byli vybráni do této práce, můžeme z nejrozsáhlejších pohledů charakterizovat. Jedním z kritérií výběru bylo vystupování daného youtubera. Pokud tento člověk vystupuje na YouTube slušně, neuráží nikoho a nepoužívá vulgarismy, lze u tohoto youtubera říci, že má pozitivní vliv. Pokud jsou ale jeho videa plná sprostých slov, pokud v nich padá jedna urážka za druhou, tento youtuber má tedy negativní vliv.

Dalším kritériem je také obsah videí. Youtuberi, které můžeme označit za pozitivní, mají videa s obsahem vzdělávacím, informativním nebo se věnují tématu, které může jejich sledující nějakým způsobem obohatit. V obsahu by se také neměly vyskytovat: nahota, násilí, zdraví ohrožující počiny a challenge nebo rasismus. Všechny tyto jmenované můžeme nalézt u některých youtuberů, které tudíž označujeme za ty s negativním vlivem.

4.2 Youtuberi s pozitivní tvorbou

4.2.1 Kovy

Youtubera Karla Kováře známe především pod přezdívkou Kovy, pod kterou vystupuje na YouTube na samostatném kanále již od 5. 1. 2014. Jeho původní kanál, na kterém na YouTube začínal nese název Gameballcz. Zde již od roku 2012 nalezneme jeho prvotní videa, kterými byly především parodie na nejrozsáhlejší televizní pořady od AZ kvízu, přes dětský pořad Prasátko Pepina až po kuchařskou show Haliny Pawlowské. Přestože se jednalo o parodie,

Kovy si dával záležet na tom, aby nepoužíval vulgarismy. Snažil se humor vyjádřit především slovními hříčkami a vtipnými situacemi. Kanál Gameballcz má v současné době přes 385 tisíc odběratelů a 86,5 milionů zhlédnutí. Kromě parodií zde nalezneme také herní videa, a to především na populární hru Minecraft nebo simulátor reálného života Sims. Zaručeně nejpopulárnějšími videi na tomto kanálu jsou parodie nazvané jako Prasátko Slezina. Tento playlist má dnes skoro 7 milionů zhlédnutí a čítá 15 videí. Kovy si zde nenásilnou formou dělá legraci z dětského kresleného seriálu, v originále Pepa Pig, do češtiny překládáme jako Prasátko Pepa. Tento seriál najdeme na YouTube od roku 2013 a k dnešnímu datu má přes 27 milionů odběratelů (Peppa Pig, 2022, online). Populární jsou také jeho parodie na show Haliny Pawlowské U Haliny v kuchyni. Většina těchto videí má přes 2 miliony zhlédnutí a jsou tak populární, že fanoušci Kovyho v komentářích prosili, aby zveřejnil celou verzi úvodní znělky, kterou pro tyto parodie sám nahrál a nazpíval. Video se jmenuje **Halinino úžasné vyzvánění**, má přes 1,5 milionu zhlédnutí a provází každý díl této parodie v úvodních titulcích. Udělal také několik parodií na Ladislava Hrušku, videa **Šokující hudební klipy**, ve kterých komentuje dění hudebního videoklipu nebo trailery na nejrůznější televizní pořady, jako je např. Prostřeno. Karel Kovář tento kanál před časem opustil a nyní se věnuje spíše svému novému kanálu Kovy (Gameballcz, YouTube, 2022, online).



Obrázek 2 - Logo kanálu Gameballcz, YouTube 2022

YouTube kanál Kovy, který Karel Kovář začal provozovat pouhé dva roky po registraci kanálu Gameballcz, se začal věnovat spíše vážnějším tématům, ale na své komičnosti neztratil. Tento kanál upustil od tvorby parodií a začal se soustředit na moderní témata, politiku, televizi a sociální sítě. Kanál má dnes přes 870 tisíc odběratelů, 219 milionů zhlédnutí a jeho zaměřením jsou kromě výše zmíněného také vlogy, cestovní videa a tematická videa. Nalezneme zde playlisty s tématem sociálních sítí, písně, které Kovy sám nazpíval nebo třeba politická videa. Především jeho videa, která se týkají politiky a voleb se těší veliké popularitě. Jeho video nazvané jako **Volební bizár** má přes 1 milion zhlédnutí. Kovy se zde zabývá volebními

kampaněmi velkých stran u nás a mapuje jejich popularitu u voličů. Vtipně poukazuje na jejich volební slogany či na jejich strategii, jak přinutit voliče, aby dali hlas zrovna jim. Ve videích



Obrázek 3 - Logo kanálu Kovy, YouTube 2022

jako jsou např. **Drama** nebo **Láska** zase řeší tyto dva fenomény z pohledu dnešní doby. Konkrétně ve videu s názvem *Láska* zpovídá v rozhovoru několik párů a zajímá je jejich vlastní pohled na lásku, která může být pro každého něčím jiným ale stejně magickým. Video bylo na tento kanál přidáno roku 2021, má přes 361 tisíc zhlédnutí a rozhovor natočil Kovy pro podcast internetového obchodu Zalando s názvem „Oděni láskou“. V dalších videích, která mohou být pro děti a mládež přínosem, se Kovy zabývá otázkou sociálních sítí. Ve videu **TikTok** kovy rozebírá historii, současnost i budoucnost této aplikace. Další videa jako **Snapchat** nebo **Facebook** jsou pro děti, které většinu času netráví nikde jinde, než na těchto sociálních sítích, jako dělaná. Kovy se také věnuje reklamám jako takovým a ve videu **Šmejdi** poukazuje na nebezpečí nakupování na internetu. Dále můžeme poukázat na videa o koronavirové pandemii, kterých má Kovy na svém kanálu několik (Kovy, YouTube, 2022, online).

Mezi další kanály, které Karel Kovář na YouTube vlastní, patří ještě Podcast Linka. Tento kanál obsahuje video-výstřižky z podcastu Linka, který Kovy pravidelně nahrává s Tereou Salte (Podcast Linka, YouTube, 2022, online). Karel Kovář je také známý i prostřednictvím televize. V roce 2019 jsme jej mohli vidět na obrazovkách České televize v pořadu *Stardance*. Přijal také pozvání k Janu Krausovi do jeho pořadu *Show Jana Krause* nebo k Honzovi Dědkovi do jeho pořadu *Sedm pádů*. Kovy je tedy velice populární český youtuber a influencer, který svou tvorbou více než pozitivně ovlivňuje své fanoušky.

4.2.2 Lukefry

Lukefry je youtuber, který na YouTube působí od roku 2011. Jeho jméno je Lukáš Fritscher, je mu třiatdvacet let a jeho kanál má téměř 54,5 milionů zhlédnutí. Jeho kanál s názvem Lukefry se zaměřuje především na televizi, politiku, společenské dění, média nebo aktuální trendy. Ve svých videích hodnotí např. televizní pořady nebo televize samotné.

Populární jsou především jeho vide na teleshopping, který probíhá na televizi Barrandov. Video s názvem **Televizní zloději** má přes jeden milion zhlédnutí. Řeší v něm nejen předražené zboží právě z teleshopingu na Barrandově, ale také další pořady tohoto typu na jiných stanicích. Ve videu **Nakoupil jsem šperky z televize** prakticky ukazuje, jak tyto nákupy fungují a co kupující opravdu dostane do rukou. V dalších videích komentuje a představuje postavy, které televizní show stvořily. Na jeho kanále najdeme také video o správném chování na internetu. Toto video



Obrázek 4 - Logo kanálu Lukefry, YouTube, 2022

má 149 tisíc zhlédnutí a bylo vydáno v lednu tohoto roku. Mimo jiné je i součástí malý test ohledně seznamování a pohybu ve vodách internetu. Povětšinou se jeho kanál věnuje videím, jejichž obsahem jsou televizní pořady, které Lukáš komentuje a kriticky hodnotí. Jako příklad můžeme uvést **Dětská „tvář“ na Slovensku, O 10 let „mladší“, Survivor, nebo Rande s Pohlreichem**. Ukazuje tak dětem, a nejen jim, že některé pořady, které v televizi sledují, nemají absolutně nic společného s realitou, jsou extrémně přehnané a velice často bizarní. Tématem současné situace ohledně koronavirové pandemie se zabývá ve videu **Očkování** nebo **Rok života v pandemii**. Obě tato videa mají přes 130 tisíc zhlédnutí a věnují se očkování, chování našich politiků v období pandemie a dezinformacím, které za pandemie vznikly. Jeho tvorba se tedy zaměřuje především na aktuální dění a věci, které Lukáše zrovna zajímají a baví (Lukefry, YouTube, 2022, online).

4.2.3 Kluci z Prahy

Poměrně novým kanálem na YouTube jsou Kluci z Prahy. Tento kanál byl založen v roce 2020 a provozují jej společně Jan Rubeš a Jan Mikulka. Toto pražské duo má přes 43 milionů zhlédnutí a 404 tisíc odběratelů. Jak již název tohoto kanálu napovídá, převážná většina videí pochází z našeho hlavního města Prahy. Původně jsou tato videa určena spíše turistům a cizincům, ale vhodná jsou také pro rodiče s dětmi, pokud se chtějí dozvědět něco o Praze a života v ní. Ve videích poukazují na pražské podvodníky, kteří okrádají turisty, na tipy, kam ve městě zajít na levné a dobré jídlo nebo komentují nejružnější místa v Praze, ať už ta známá

nebo ta, o kterých příliš nevíme, pokud přímo nebydlíme v Praze či blízkém okolí. Jejich videa jsou převážně určena turistům, kteří do Prahy jedou za poznáním a příliš se zde nevyznají. Jedním takovým videem je např. **5 věcí, o jsme ještě nedávno o Praze nevěděli**. Video má



Obrázek 5 - Logo kanálu Kluci z Prahy, YouTube, 2022

přes 619 tisíc zhlédnutí a obsahuje zajímavosti, které bychom o našem hlavním městě netušili. Dozvíme se, proč se smí sáňkovat jen na jedné straně Petřína, co je za obrovskou bránou pod Karlovým mostem nebo proč se určité části v Praze říká Husákov ticho. Kluci z Prahy se také hodně věnují podvodníkům, kteří se pohybují většinou kolem náměstí, neboť právě zde najdeme hlavní tepnu turismu. Podvodníci se snaží nabízet peníze ale i léky a denně oberou spousty nic netušících turistů. Dalším videem, které bychom na tomto kanálu mohli nalézt, je video věnující se komentářům, které cizinci věnují Praze a pražským památkám. Video nese název **Nejhorší hodnocení pro nejlépe hodnocené město světa**. Dozvíme se zde mimo jiné i to, že Praha byla zvolena jako nejkrásnější město na světě, ale také to, že na Karlově mostě je příliš mnoho turistů, že Orloj jsou pouze velké hodiny nebo že Pražský hrad je jen barák, který má své dvojče na nějakém sídlišti (Kluci z Prahy, YouTube, 2022, online).

Dalším kanálem, který duo Janek a Honza provozují je kanál Honest Guide. Tento kanál je o několik let starší, než kanál Kluci z Prahy a má také podstatně více odběratelů. Kanál byl založen již v roce 2014 a je zaměřený hlavně na turisty z ciziny, proto je také celý v angličtině. Možná to je také důvod, proč má přes jeden milion odběratelů. Tento kanál ale prakticky není odlišný od Kluků z Prahy, protože na něm najdeme totožná vide, jen namluvená v angličtině. Pravdou je, že některá videa najdeme pouze na kanálu Kluci z Prahy, ale ve všem ostatním je kanál Honest Guide totožný (Honest Guide, YouTube, 2022, online). Oba kanály jsou vhodné jak pro turisty, tak pro rodiče a jejich děti, pokud chtějí naše krásné hlavní město navštívit. Mohou se tak zábavnou formou dozvědět o levných a dobrých restauracích, o památkách i

podvodnících, na které by si v Praze měli dávat pozor. Ušetří si čas strávený na internetu hledáním a porovnáváním cen i památek.



Obrázek 6 - Logo kanálu Honest Guide, YouTube, 2022

4.2.4 Super Trendy

Tento kanál nemůžeme tak úplně považovat za youtubera, protože se nejedná o jednoho člověka a neznáme jména tvůrců. Každopádně si jej uvedeme, neboť tvorba tohoto kanálu je svým způsobem také pozitivní, jelikož obsah tvoří videa s tematikou filmů a seriálů, na které se děti a mládež dívají v dnešní době. Kanál byl založen v roce 2017, má přes 30 milionů zhlédnutí a necelých 100 tisíc odběratelů. Věnuje se rozboru filmů a seriálů, nalezneme zde také souvislosti dalšími filmy, pokud se jedná o sérii a teorie, které fanoušci k filmům tvoří. Převážně zde najdeme videa s tematikou komiksové produkce Marvel, DC Comics, ale také Star Wars, Harry Potter nebo Hra o trůny. Jak již bylo řečeno, videa se věnují rozborům jednotlivých filmů, jejich souvislostem s dalšími filmy podobného zaměření, a také teoriím, které s filmy souvisí, a které jsou tolik populární právě mezi fanoušky těchto filmů. Najdeme zde také videa, která dané filmy recenzují a doporučují, proč nebo proč ne filmy zhlédnout (Super Trendy, YouTube, 2022, online).



Obrázek 7 - Logo kanálu Super Trendy, YouTube, 2022

4.2.5 Shopaholic Nicol

Youtuberka Nikola Čechová, která na sociálních sítích vystupuje pod přezdívkou Shopaholic Nicol, začala na YouTube v roce 2011. V současné době má na svém kanálu přes 16 milionů zhlédnutí. Youtuberka, kterou odebírá 444 tisíc odběratelů se ve svých videích zaměřuje především na cestování a módu. Díky tomuto zaměření je vhodná spíše pro mládež, dětské publikum by pravděpodobně svou tvorbou nezaujala. Natáčí také videa z nejruznějších známých měst po světě – New York, Londýn, Bratislava nebo Miami. Spousta jejích videí jsou vlogy. Valentýnské, z kempů nebo z festivalů, na které zavítala. V jednom z videí s názvem **Proč a jak jsem žila v Londýně** popisuje důvody, které ji přiměly k přestěhování do Londýna.



Obrázek 8 - Logo kanálu Shopaholic Nicol, YouTube 2022

Také zde vysvětluje, jak se žije v hlavním městě Anglie a jaké jsou zde podmínky. Procestovala také několik zemí, příkladem uveďme Ukrajinu nebo Zambii (Shopaholic Nicol, YouTube, 2022, online).

4.3 Youtuberi s negativní tvorbou

V předešlé kapitole jsme se převážně zaměřili na youtubery, kteří svou tvorbou mohou pozitivně ovlivnit myšlení dětí a mládeže. Abychom ale mohli říci, proč je zrovna ten nebo ten youtuber pozitivní, musíme si uvést i několik příkladů youtuberů, kteří jsou sice velice populární, ale pro děti příliš vhodní. Může to být zapříčiněno jejich tvorbou, která je pro děti a mládež nebezpečná, nebo tím, jak se ve svých videích vyjadřují. Uvedli jsme si několik příkladů, že vtipný obsah nemusí být nutně stavěn na vulgarismech a násilí, jak je u youtuberů, kterým se nyní budeme věnovat, velice častým zvykem.

Opět je ale nutné poznamenat, že některým jedincům se může tvorba youtuberů, kteří pro většinu lidí představují „odpad“ YouTube, dokonce zdát jako pozitivní vzor. Na všem negativním lze najít i něco pozitivního, proto některá videa, leč jich není mnoho, mohou u těchto negativních youtuberů působit pozitivně, protože se zabývají obsahem, který je pro děti

nebezpečný a tento youtuber komentováním daného obsahu děti od jeho sledování odrazuje. Bohužel zbytek jeho videí je značně negativního rázu, tudíž jej od nálepky „negativní vzor“ nezachrání ani to jedno pozitivní video.

4.3.1 FattyPillowTV

Kanál FattyPillowTV je na YouTube od roku 2014 a právě jméno jeho tvůrce zní Karel Sivák. Kanál čítá přes 219 milionů zhlédnutí a odběratelů má přes 810 tisíc. Převážnou většinu jeho tvorby zaujímají let's playe, dále také komentuje některé televizní pořady, natáčí vlogy nebo videa s vlastní matkou. Jako negativní vzor pro děti a mládež jej považujeme především proto, že jeho videa jsou plná vulgarismů. Pokud si pustíme některý jeho let's play, na sprosté slovo nemusíme nikdy dlouho čekat. Navíc nemá žádné video, které by se věnovalo dění ve světě, politické situaci nebo nějakému aktuálnímu tématu 21. století. Jeho video o hodnocení jedné ženy v pořadu Prostřeno, který vysílá Prima každý všední den v 17:50, je sice vtipné, jeho komentáře dokážou pobavit, ale slovník tohoto českého youtubera není v žádném případě vhodný pro děti. FattyPillowTV tedy rozhodně není pozitivním vzorem, který by dítě na základní škole mělo mít (FattyPillowTV, YouTube, 2022, online).



Obrázek 9 - Logo kanálu FattyPillowTV, YouTube, 2022

4.3.2 Datel

Datel je název kanálu na YouTube, jehož tvůrcem je Marek Valášek. Existují dva lidé stejného jména ale v tomto případě se nejedná o učitele matematiky, který také natáčí videa na YouTube. Tento kanál funguje od roku 2012, má přes 173 milionů zhlédnutí a 574 tisíc odběratelů. Hlavním obsahem, který na jeho YouTube kanálu nalezneme jsou pranky a challenge. Obojí je v mnoha případech nebezpečné. Pranky dělá především svému kamarádovi a youtuberovi Jenisovi, jak můžeme vidět např. ve videích **Dal jsem mu nejpálivější chips na světě, Prank na Jenise – nevěrná přítelkyně** nebo **Daroval jsem kamarádovi auto za 2,5 mega**. Prankovací videa obecně nejsou zrovna pozitivním příkladem toho, jak by se měl člověk chovat k lidem, natož ke svým vlastním přátelům. Na pozitivním hodnocení nepřidala ani jeho

účast v realityshow LikeHouse, která proběhla v roce 2021. Několikrát se zde pohádal s youtuberem Adamem Kajumim, časté byly také jeho pranky proti němu a v této době vyšlo i několik videí o jeho vztahu s Barborou Stříteskou, se kterou v současné době natáčí challenge (Datel, YouTube, 2022, online).

Na webové stránce lajk.iprima.cz se dočteme, že díky svým prankům není mezi společnostmi příliš oblíbeným youtuberem a má na kontě také několik kauz. V roce 2016 došlo k potyčce mezi ním a konkurenčním youtuberem Ikarem, který si při rvačce zlomil nohu a Datla zažaloval za ublížení na zdraví. Je známý také kvůli sporu s youtuberem MikeJePan, kterého později vyzval také k zápasu. Tento zápas se ale dodnes neuskutečnil (lajk.iprima.cz, 2021, online).



Obrázek 10 - Logo kanálu Datel, YouTube, 2022

4.3.3 Aneta Kurková

Aneta Kurková je youtuberka, která na YouTube natáčí poměrně krátkou dobu, teprve od roku 2020. Za tu dobu se jí ale dokázaly nasbírat dva miliony zhlédnutí a momentálně má 31,6 tisíc odběratelů. Její videa zahrnují hauly, ve kterých představuje např. oblečení na léto. V těchto videích bývá často velice spoře oblečená. Dále natáčí videa o cvičení, ale její video **Tohle jsou moje top cviky na zadek** není příliš vhodné pro mladší publikum. V jednom z videí např. popisuje, kolikrát za život byla vdaná. V dalším videu můžeme vidět, jak doporučuje a ukazuje úpravu fotek na Instagramu. Děti, především dívky, tak mohou přebrat její návody, jak upravovat svou fotku, aby vypadala starší a dospělejší. Ve videu **Úpravy mého těla mě vyšly na 266 600 Kč** pro změnu ukazuje, které operace na svém těle si nechala provést, aby vypadala tak, jak vypadá. Video o vydělávání peněz online také není pro děti úplně vhodné (Aneta Kurková, YouTube, 2022, online).



Obrázek 11 - Logo kanálu Aneta Kurková, YouTube, 2022

Empirická část práce

V empirické části této práce se budeme zabývat dotazníkovým šetřením, jeho přípravou, realizací a vyhodnocením. Dotazník je zaměřený na využití sociální sítě YouTube ve vzdělávání.

1. Cíle bakalářské práce

Tato bakalářská práce si klade za cíl zjistit, jaké povědomí mají učitelé základních škol a jednoho gymnázia o youtuberech, jejich vlivu na děti a zda sami používají YouTube ve svých hodinách.

2. Formulace výzkumných otázek

Pro bakalářskou práci bylo stanoveno několik výzkumných otázek:

Jaké youtubery učitel/ka zná?

Jaká videa, pokud vůbec nějaká, ve své výuce používá, a na které platformě je pouští?

Mohla by sociální síť YouTube někdy v budoucnu nahradit běžnou kontaktní výuku?

Jakým způsobem ovlivňují Youtubeři dnešní děti?

3. Metodologie empirického výzkumu

Jako empirická část práce bylo zvoleno dotazníkové šetření. Peter Gavora definuje dotazníkové šetření jako „*způsob písemného kladení otázek a získávání písemných odpovědí*“ (Gavora, 2000, online). Jedná se o nefrekventovanější metodu sběru a zpracování dat. Frekventovanost je velice často odůvodněna poměrně jednoduchou konstrukcí dotazníku. Dotazník je velice efektivní, jelikož lze za relativně krátkou dobu sesbírat velké množství údajů (Gavora, 2000, online).

Dotazník se skládá z několika částí. První částí je hlavička dotazníku. Ta obsahuje název (v případě této bakalářské práce – Pozitivní způsoby využití YouTube ve vzdělávání) a úvodní slovo autora dotazníku. V něm se autor představuje, vysvětluje, proč tento dotazník vznikl a zdůrazňuje význam odpovědí respondentů. Konkrétně zde šlo především o to, co možná nevíce obsáhnout odpovědi v otevřených otázkách. Další část dotazníku obsahuje samotné otázky. Pro dotazníkové šetření této práce byly zvoleny otázky s uzavřenou odpovědí (respondent smí označit pouze jednu z nabízených možností) a otázky s otevřenou odpovědí, kde se respondent mohl rozepsat a vyjádřit svůj názor. Závěrem dotazníku je část s poděkováním respondentovi za jeho spolupráci při výzkumu (Gavora, 2000, online).

Samotný dotazník je sestaven z patnácti otázek, přičemž čtyři otázky jsou uzavřené a zbytek otázek je otevřených. Dotazník je spíše kvalitativního rázu, jelikož empirická část práce

klade důraz na názor pedagogů na danou problematiku. Uzavřené otázky jsou demografické, jejich cílem bylo popsat vzorek zkoumání, proto se zde ptáme na věk, pohlaví, zda učitel/ka má třídnictví a zda ve volném čase sledují či nesledují YouTube.

4. Výzkumný soubor a průběh výzkumu

Dotazník byl zaměřen na pedagogy, kteří převážně vyučují žáky od šesté do deváté třídy. Pedagogové odpovídali mimo jiné také na otázku, zda jsou třídními učiteli či nikoliv, a které předměty na své škole vyučují. Zajímalo mě také, jak dlouho ve vzdělávacím procesu působí.

Dotazníkové šetření probíhalo od půlky dubna roku 2022 a dotazník byl zaslán prostřednictvím odkazu v e-mailu. Oslovil jsem kamarádku, která dotazník rozeslala po základních školách v Olomouci a také na jedno gymnázium. Dále jsem dotazník poslal na svou bývalou základní školu, zde mi s tím pomohla má bývalá třídní učitelka a s další školou mi pomohl známý, který ve škole pracuje. Dotazník mohli učitelé vyplnit buď přímo ve škole nebo v pohodlí svého domova či na cestách, neboť byl dotazník online formou. Tento dotazník byl tvořen v aplikaci Microsoft Forms a učitelé byli již v úvodu dotazníku ubezpečeni, že vše je čistě anonymní.

5. Otázky použité v dotazníku

V první otázce mě zajímalo, jaký je věk respondenta. Vytvořil jsem věkovou škálu vždy v rozmezí 4 let, počínaje věkem do 30 let a konče věkem nad 60 let. V druhé otázce jsem se zaměřil na to, zda je pedagog muž nebo žena. Třetí otázka směřovala k třídnictví. Zajímalo mě, kolik dotazovaných respondentů je třídním učitelem či učitelkou. U čtvrté otázky jsem se dotazoval na předměty, který daný pedagog vyučuje na své základní škole či na gymnáziu. V páté otázce bylo zjišťováno, jaká je délka praxe pedagogů.

Šestá otázka měla za cíl zjistit, zda učitelé využívají ve svém volném čase YouTube pasivně, aktivně nebo vůbec. V sedmé otázce se měli učitelé rozepsat o tom, jaké formy/metody ve své výuce používají. Osmá otázka se soustředila na technická zařízení, které je ve výuce možné používat a zda je učitelé používají. U deváté otázky měli učitelé vypsát youtubery, o kterých mají povědomí, popř. je aktivně sledují. V desáté otázce mě zajímala jejich realizace online výuky v době pandemie, platforma a nástroje které používali.

Jedenáctá otázka byla vyloženě názorová. Zde jsem chtěl zjistit, co si o online výuce myslí, jaký pro ně měla např. přínos nebo co si myslí o znalostech dětí po této zkušenosti. V otázce č. 12 jsem zjišťoval, zda učitelé ve svých hodinách používají videa nebo se touto způsobu výuky brání či jej prozatím nikdy nevyužili. Pokud pedagog odpověděl, že videa používá, zajímala mě také platforma, přes kterou videa pouštěl. Třináctá otázka měla za úkol

zjistit názory na budoucí výuku realizovanou pouze prostřednictvím YouTube. Ptal jsem se, zda by bylo možné nahradit prezenční výuku tím, že budou žáci sledovat výuková videa svých učitelů na sociální síti YouTube. Čtrnáctá otázka mapovala názor pedagogů na děti ovlivněné youtubery. Zde jsem chtěl znát jejich názor na způsob, jakým youtubeři v dnešní době ovlivňují děti. V poslední patnácté otázce mě zajímalo, co si pedagogové myslí o tom, že by rodiče měli se svými dětmi mluvit o videích, která na YouTube sledují.

6. Analýza sesbíraných dat

V této části se zaměřím na podrobnou analýzu dat, která se mi povedlo sesbírat prostřednictvím dotazníku rozeslaného učitelům. U demografických otázek bude přiložen graf s procentuálními daty. Otázky otevřené, kde jsem zkoumal stanovisko pedagogů bude znázorněn tzv. slovním mrakem, kdy četnost stejných slov bude odpovídat velikosti daného slova.

6.1 Jaký je Váš věk?

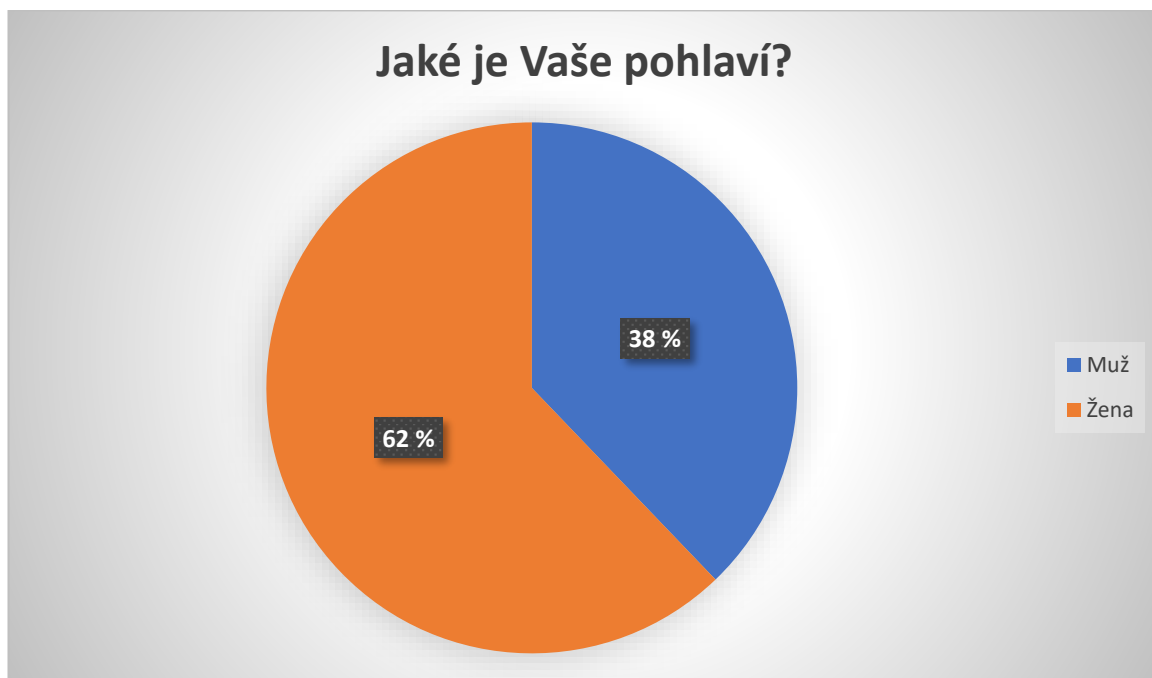
Zde dostali respondenti na výběr celkem z osmi odpovědí. Každá věková kategorie od 30 let do 60 let byla vždy v rozmezí 4 let. Z grafu vyplývá, že nejvíce dotazovaných je ve věku 45-49 let (24 %), dále 50-54 let (16 %) a zbylé odpovědi jsou již více méně totožné. Nejméně dotazovaných bylo ve věku 35-39 let a 40-44 let (shodně 5 %). Shodně měly také kategorie do 30 let a od 60 let (11 %) a kategorie 55-59 let a 30-34 let (14 %).



Obrázek 12 - Graf zobrazující věk respondentů (N = 37)

6.2 Jaké je Vaše pohlaví?

Ze 37 respondentů mi u této otázky odpovědělo celkem 14 mužů (38 %) a 23 žen (62 %). Předpokládal jsem, že většina respondentů budou ženy, jelikož podle článku na webové stránce Socialnipolitika.eu o podílu žen a mužů ve školách z roku 2017 bylo v českém školství pouhých 16 % mužů jako učitelů (Socialnipolitika.eu, 2017, online). Předpoklad se tedy naplnil.



Obrázek 13 - Graf zobrazující pohlaví respondentů (N = 37)

6.3 Jste třídním učitelem/třídní učitelkou?

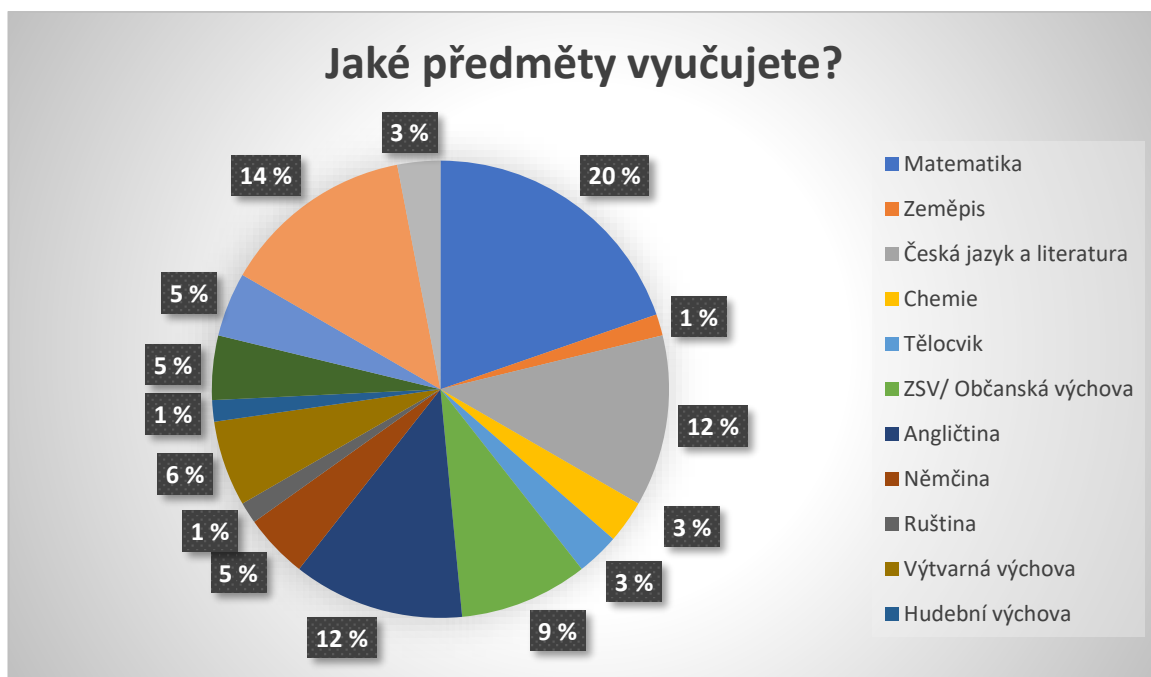
V této otázce mě zajímalo, zda má dotazovaný pedagog třídnictví, nebo je běžným učitelem. Zde jsou čísla kupodivu úplně stejná jako v otázce předchozí. Učitelů, kteří mají třídnictví je 14 (38 %) a učitelů, kteří třídními nejsou je opět většina – 23 (62 %). Výsledek otázky mě překvapil, netušil jsem, že bude stejný jako výsledek u otázky č. 2, i když pohlaví nijak nesouvisí s třídnictvím.



Obrázek 14 - Graf zobrazující třídnictví učitelů (N = 37)

6.4 Jaké předměty vyučujete?

Zde jsem se ptal na předměty, které respondenti vyučují na svých školách. Ve většině případů se jednalo o jeden předmět, někteří vyučují dva a jen málo z nich napsalo více než jeden předmět. Jak můžeme vidět na přiloženém grafu, nejhojněji je zastoupen předmět matematika (20 %), po něm následují fyzika se 14 %. Hned za nimi je český jazyk a literatura a angličtina s 12 %. Nejméně je poté zastoupena ruština, hudební výchova a zeměpis (1 %). Nutno dodat, že většina učitelů učí více než jeden předmět.



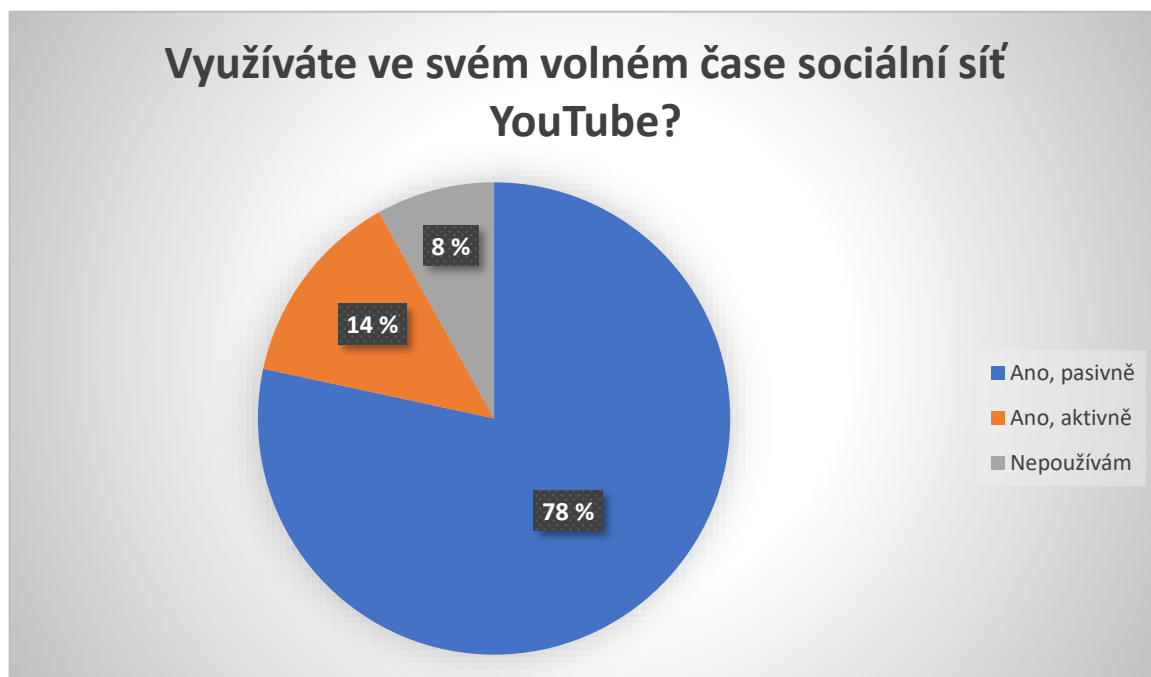
Obrázek 15 - Graf zobrazující předměty, které respondenti vyučují (N= 37)

6.5 Jaká je délka Vaší praxe?

U této otázky jsem graf netvořil, jelikož málo které číslo se v otázce opakovalo. Z odpovědí nám ale vyplývá, že nejvíce učitelů je v praxi okolo 20 let, dále potom 30 let nebo 25 let. Nejvyšší číslo označující počet let v praxi, které vyšlo z dotazníkového šetření, bylo 44 let. Nejmenší počet let strávený v praxi byly 3 roky.

6.6 Využíváte ve svém volném čase sociální síť YouTube?

U této otázky mě zajímalo, zda učitelé vůbec YouTube používají či nikoliv. Na výběr měli ze tří odpovědí: používám pasivně (pouze sleduji videa), používám aktivně (sleduji i natáčím videa), nepoužívám YouTube vůbec. Pasivně používá YouTube většina respondentů, tj. 29 (78 %). Překvapilo mě, že dokonce 5 učitelů (14 %) vide nejen sleduje ale také natáčí. A zbylí 3 učitelé (8 %) YouTube nepoužívá vůbec. Očekával jsem, že v dnešní moderní době YouTube používá alespoň občas naprosto každý, ale toto mé očekávání se nepotvrdilo.



Obrázek 16 - Graf zobrazující využívání YouTube učiteli ve volném čase ($N = 37$)

6.7 Jaké formy/metody výuky používáte ve svých hodinách?

U otázky č. 7 jsem se respondentů dotazoval, jaké formy/metody výuky používají ve svých hodinách. Jak můžeme vidět na slovním mraku, ve většině případů učitelé využívají pracovní listy, práci ve skupinách, frontální výuku a rozhovor. Méně časté jsou potom videa, výklad, brainstorming nebo projektové vyučování.



Obrázek 17 - Slovní mrak zobrazující metody/formy výuky (N = 37)

6.8 Používáte ve své výuce nějaké technické zařízení?

Jak vyplývá z tohoto slovního mraku, převážná většina učitelů používá počítač a dataprojektor. Ve velké míře se také vyskytuje interaktivní tabule, pokud je jí třída vybavena. Také můžeme vidět Kahoot nebo např. YouTube, kde učitelé pouští videa svým žákům. Mezi ty méně časté patří mobily, tablety, měřidla nebo čidla a rádio.

na video. Někteří učitelé si v této otázce také stěžovali, že jejich realizace byla obtížná z důvodu nedostatečného vybavení žáků. Někteří žáci totiž měli pouze jeden počítač na celou rodinu, tudíž bylo velice komplikované umožnit dítěti, aby sedělo v době vyučování u počítače a poslouchalo hodinu. Jeden z respondentů mi na tuto otázku odpověděl, že má s online výukou dobré zkušenosti, protože žáci měli více povinností, které musely do určitého data splnit. Také mu přišlo, že i hodiny byly lepší a přikládá váhu především tomu, že žáci byli doma a cítili se lépe. Dalším názorem bylo, že online výuka je dobrá pouze v případě, že se jí účastní menší počet lidí. Vesměs tedy můžeme názory respondentů na online výuku označit za negativní. Jen malá část mi napsala, že by online výuku zachovala, a že je místy dokonce lepší, než výuka prezenční.

6.12 Používáte pravidelně ve své výuce videa? Pokud ano, jaká jsou to videa, a kterou platformu používáte?

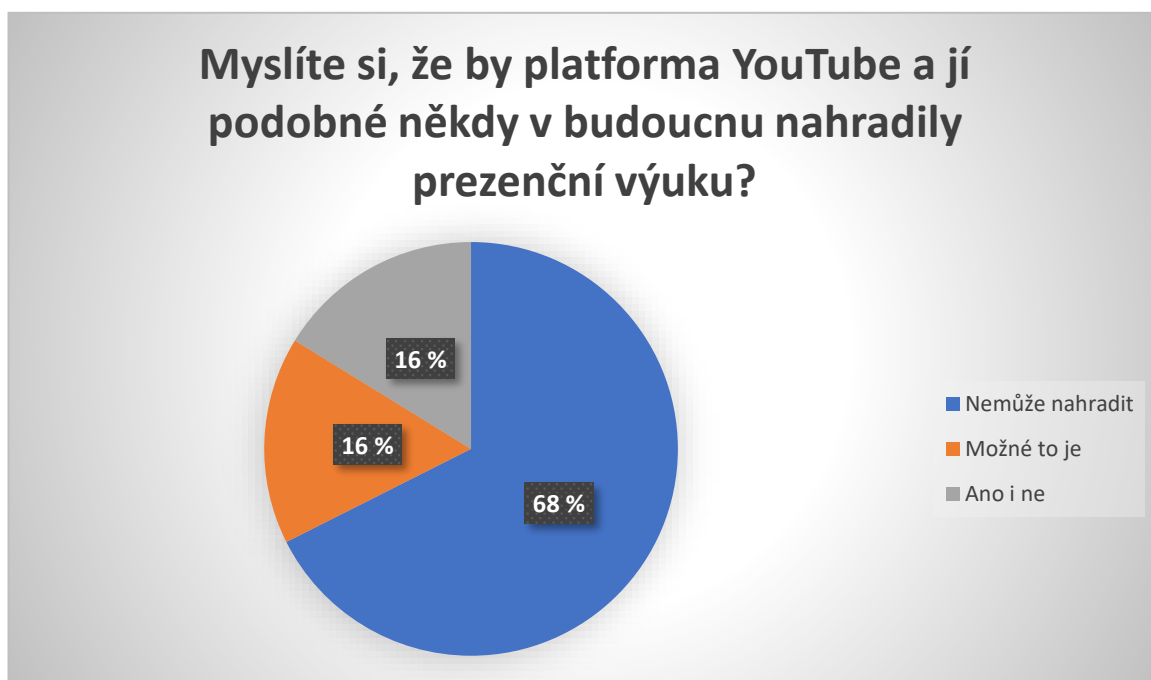
U této otázky jsem předpokládal, že ve většině případů zazní YouTube. Předpoklad se mi splnil, ale učitelé mi psali také spoustu dalších webových stránek, odkud čerpají videa do svých hodin. YouTube ve svých hodinách využívá 65 % učitelů. Další jsou např. Deutsche Welle (6 %) nebo ČT Edu (10 %). Spousta učitelů mi také napsala, že videa ve svých hodinách nepoužívají vůbec, jelikož jim to přijde zbytečné (19 %). Jako příklady videí, která učitelé ve svých hodinách využívají, uváděli NEZkreslenou vědu, přírodopisné dokumenty, Dějiny udatného českého národa, videa s fyzikální tematikou (Rande s fyzikou), hudbu při hodinách výtvarné výchovy či při tělocviku nebo anglicky zaměřená videa do výuky anglického jazyka.



Obrázek 20 - Graf zobrazující používání videí ve výuce (N = 37)

6.13 Myslíte si, že by platforma YouTube a jí podobné mohly někdy v budoucnu nahradit prezenční výuku? Proč ano nebo proč ne?

Jak můžeme vidět v grafu, 25 učitelů (68 %) si myslí, že by YouTube nebo podobné platformy nikdy nemohly prezenční výuku nahradit, jelikož, dle jejich slov, je kontakt se žákem nejdůležitější pro jeho úspěšné vzdělávání. Z celkového počtu 37 učitelů si jich 6 (16 %) myslí, že je to někdy v budoucnosti možné. Již teď podle nich několik učitelů vyučuje přes YouTube a jsou úspěšní. Zbytek respondentů (16 %) je někde na pomezí mezi možnostmi ano a ne. Tvrdí, že v jistých ohledech by bylo možné prezenční výuku nahradit platformou YouTube, ale že kontakt se žáky je stále nejdůležitější.



Obrázek 21 - Graf zobrazující názor na nahrazení prezenční výuky platformou YouTube (N = 37)

6.14 Co si myslíte o tom, jakým způsobem ovlivňují youtubeři dnešní děti? Máte s tím nějakou osobní zkušenost?

Jak vyplývá z dotazníkového šetření, většina učitelů je toho názoru, že youtubeři ovlivňují děti spíše negativním způsobem. Velkou roli podle jejich názorů v tom hraje právě daný youtuber, kterého sledují. Ve spoustě odpovědí zaznělo, že záleží na tom, jakého youtubera děti sledují, jelikož může mít i pozitivní vliv.

Podle jednoho z učitelů vliv youtuberů na děti klesá. Pozornost dětí se totiž přesouvá na jiné sociální sítě, např. TikTok. Spousta dětí totiž podle něj na YouTube sleduje ve velké míře spíše videa zaměřená na hraní her a děti již tak neřeší, že youtuber má i jiný typ videí. Podle jeho názoru ovlivňují youtubeři spíše děti ve věku 9-12 let.

Další názor se přiklání k tomu, že youtubeři ovlivňují děti proto, že většina z nich nenatáčí „dobrá“ videa, která by dítě mělo sledovat. Dále tento pedagog dodává, že osobně sleduje Kovyho, který jej svou tvorbou velice zaujal. Další z názorů se k tomuto dosti přibližuje. Respondent odpověděl, že jsou děti ovlivňovány hlavně vulgárními vide, která na YouTube zhlédnou. Poměrně radikálnější názor od jednoho z respondentů zní tak, že by děti vůbec neměly sledovat YouTube a dodává, že internet nemá vůbec v lásce. Několik respondentů mi také napsalo, že žádnou zkušenost s ovlivňováním dětí youtubery nemají.

6.15 Myslíte si, že by rodiče měli se svými dětmi mluvit o tom, jaká videa na YouTube sledují?

U této otázky jsem předpokládal, že odpověď „ano měli“ bude stoprocentní. Zde se předpoklad vyplnil. Podle učitelů je nutné, aby rodiče se svými dětmi mluvili o tom, co na YouTube sledují a proč je podle jejich názoru některý youtuber nevhodný. Jeden z učitelů si také myslí, že by bylo vhodné pořádat školení pro rodiče, jak s dětmi o takových věcech mluvit. Tato školení by měly pořádat knihovny, městské úřady nebo přímo školy.

Jeden z názorů také dodává, že by se rodiče měli zajímat o to, co je v dnešní době trendy na sociálních sítích včetně YouTube, aby mezi své děti zapadli. Tento učitel také říká, že jako otec sleduje videa, na která se jeho děti dívají, aby byl v obraze a zakazuje jim sledovat hanlivá videa. Ovšem dodává, že v dnešní moderní době je těžké děti od takovýchto věcí uhlídat. Jeden z názorů je opět velice radikální a tvrdí, že by rodiče neměli dětem vůbec zpřístupňovat YouTube. Obecně můžeme tedy tvrdit, že učitelé jsou jasného názoru, co se týče rozhovorů s dětmi na téma YouTube, ale že málo které dítě je natolik sdílné, aby se svým rodičem probralo vše, co se týká nevhodného obsahu. Pro teenagery toto platí dvojnásobně.

Shrnutí dotazníkového šetření

V empirické části bylo k výzkumu použito dotazníkové šetření. Na dotazník odpovědělo celkem 37 učitelů základních škol a jednoho gymnázia v Olomouci. Otázky v dotazníku byly směřovány k tématu sociální síť YouTube a její funkce ve vzdělávání. Otázek bylo vytvořeno celkem 15, z toho 4 otázky byly uzavřené a zbytek otevřených.

U otázek otevřených byla využita metoda slovního mraku. Pokud se jednalo o otázky, které měly za cíl zjistit názor učitelů na problematiku, otázka byla rozebrána pouze slovně. Celkem bylo zjištěno, že dotazník vyplnilo 14 mužů a 23 žen. Třídními učiteli bylo 14 respondentů, zbylí respondenti třídnictví momentálně nemají. Nejhojnější věk učitelů, který zjišťovala otázka č. 1 byl věk 45-49 let. Nejčastějším předmětem byla matematika, kterou vyučovalo 20 % respondentů. Díky dotazníku se také podařilo zjistit, že nejdelší doba praxe byla 44 let. U otázky, která měla za úkol zjistit využívání YouTube ve volném čase, dokonce 5 respondentů odpovědělo, že videa kromě sledování také natáčí. Jako technické zařízení využívané ve výuce byl nejčastěji zmiňován počítač nebo dataprojektor a mezi nejpoužívanější formy/metody výuky patří skupinová práce, rozhovor, samostatná práce a prezentace.

Zjistili jsme také odpověď na první výzkumnou otázku **Jaké youtubery učitel/ka zná** a odpovědi zní takto: Kovy, Datel, FattyPillowTV a Kluci z Prahy. Odpověď na výzkumnou otázku č. 2 jsme získali v dotazníkové otázce č. 12. Zde učitelé psali hlavně platformu YouTube nebo ČT Edu, ale 19 % respondentů odpovědělo, že videa nepoužívají vůbec. U výzkumné otázky **Mohla by někdy platforma YouTube nahradit kontaktní výuku** jsou učitelé toho názoru, že tato výuka nemůže nahradit klasickou kontaktní výuku, i když několik respondentů odpovědělo, že by jednoho dne určitě mohla. Na poslední výzkumnou otázku **Jakým způsobem ovlivňují youtubeři dnešní děti** se v dotazníku objevovaly spíše záporné odpovědi. Podle učitelů youtubeři vesměs negativně ovlivňují myšlení dětí, ale záleží na tom, kterého youtubera dítě sleduje.

Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo popsat YouTube a videa na této platformě, rozlišit mezi pozitivní a negativní tvorbou youtuberů a také zjistit povědomí učitelů základních škol a jednoho gymnázia o youtuberech a jejich vlivu na děti. Zároveň bylo cílem zmapovat využívání videí učiteli v hodinách i ve volném čase.

Jak vyplývá z dotazníkového šetření v empirické části této práce, učitelé znají youtubery, které děti sledují, mají také povědomí o tom, co daný youtuber nebo youtuberka natáčí za videa a jaký to může mít na děti vliv. Sami také pravidelně používají videa ve svých hodinách, což se nám potvrdilo z otázky č. 12. Díky dotazníkovému šetření se také úspěšně podařilo odpovědět na výzkumné otázky.

Seznam použitých zdrojů

1. About YouTube. YouTube [online]. USA: Google, 2005 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://about.youtube/>
2. *Cambridge Dictionary: Make your words meaningful* [online]. Cambridge: Cambridge University, c2022 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://dictionary.cambridge.org/>
3. ČECHOVÁ, Nikola. Shopaholic Nicol. *YouTube* [online]. USA: Google, 2005, 7. 11. 2011 [cit. 2022-04-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/c/ShopaholicNicol/featured>
4. Češi letos tráví na sítích víc času, příliš jim ale nedůvěřují. *Mediaguru.cz* [online]. Praha: PHD, 2007, 12. 8. 2020 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/08/cesi-letos-travi-na-sitich-vic-casu-prilis-jim-ale-neduveruji/>
5. DOČEKAL, Daniel, Tereza HERMOCHOVÁ a Michaela CÁSKOVÁ. Nejsledovanější čeští a slovenští youtuberi. Stále oblíbení, byť zubem času poznamenaní. *Flowee.cz* [online]. Praha, 28. 6. 2019 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://www.flowee.cz/clovek/6824-nejsledovanejsi-cesti-a-slovensti-youtuberi-stale-oblibeni-byt-zubem-casu-poznamenani>
6. Dotazník. GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výzkumu*. Brno: Paido, 2000, s. 99-100. Edice pedagogické literatury. ISBN 80-85931-79-6.
7. FRITSCHER, Lukáš. Lukefry. *YouTube* [online]. USA: Google, 2005, 4. 7. 2011 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/c/lukefry21/featured>
8. Jak se stát jedničkou na YouTube. *Ytseo.cz* [online]. Brno, c2019 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://ytseo.cz/jak-se-stat-jednickou-na-youtube/>
9. KILIÁN, Karel. Negativní emoce nechceme. YouTube nebude zobrazovat počty diváků, kterým se video nelíbí. *Živě.cz: O počítačích, internetu, vědě a technice* [online]. Praha: CZECH NEWS CENTER, c2022, 12. 11. 2021 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://www.zive.cz/clanky/negativni-emoce-nehceme-youtube-nebude-zobrazovat-pocty-divaku-kterym-se-video-nelibi/sc-3-a-213328/default.aspx>
10. KOPECKÝ, Kamil a René SZOTKOWSKI. E-Bezpečí: Fenomén Youtubering a česká škola. *E-Bezpečí* [online]. Olomouc: Pedagogická fakulta Univerzity Palackého V Olomouci, c2008-2022, 2018 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z: https://www.pdf.upol.cz/fileadmin/userdata/PdF/VaV/2018/odborne_seminare/E-Bezpeci_-_Fenomen_Youtubering_a_ceska_skola.pdf

11. KOVÁŘ, Karel. Gameballcz. *YouTube* [online]. USA: Google, 2005, 16. 6. 2012 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/c/Gameballcz/featured>
12. KOVÁŘ, Karel. Kovy. *YouTube* [online]. USA: Google, 2005, 5. 1. 2014 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/c/TadyKovy/featured>
13. KOVÁŘ, Karel. Podcast Linka. *YouTube* [online]. USA: Google, 2005, 24. 6. 2020 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/c/PodcastLinka/featured>
14. KRÁL, Jiří. Jirka Král. *YouTube* [online]. USA: Google, 2005, 6. 8. 2012 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/c/jirkakral/featured>
15. KURKOVÁ, Aneta. Aneta Kurková. *YouTube* [online]. USA: Google, 2005, 18. 8. 2020 [cit. 2022-04-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/channel/UC18tDXR6UXFoqO983uCf0bA>
16. Most popular social networks worldwide as of January 2022, ranked by number of monthly active users. *Statista.com* [online]. Německo, 2007, 2022 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
17. NEZkreslená věda. *Otevřená věda* [online]. Praha: Akademie věd České republiky, c2009-2022, 2014 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://www.otevrenaveda.cz/cs/pro-verejnost/nezkreslena-veda/>
18. Otevřená věda. *YouTube* [online]. USA: Google, 2005, 27. 10. 2011 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/user/OtevrenaVeda/featured>
19. Pavel Koutský. *YouTube* [online]. USA: Google, 2005, 22. 10. 2013 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/channel/UCCt8ZuhBWud7EPkFN8vcdaQ>
20. Peppa Pig. *YouTube* [online]. USA: Google, 2005, 9. 10. 2013 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/c/peppapig/featured>
21. Používání internetu pro zábavu: Osoby v zemích EU sledující videa na YouTube či jiných stránkách určených ke sdílení videí. *Český statistický úřad* [online]. Praha, 1969, 2020 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/142872020/062004210902.pdf/27a0374b-fa57-438c-96af-627a7ab5b511?version=1.1>
22. PRAUSE, Roman. *YouTube a mediální gramotnost žáků 2. stupně ZŠ a MŠ Jana Železného*. Olomouc, 2020. Diplomová. Univerzita Palackého v Olomouci, Pedagogická fakulta, Katedra společenských věd. Vedoucí práce Vanda Vaníčková.

23. ROSTECKÝ, Jiří. Kdo je youtuber?. *MladýPodnikatel.cz: Jednička ve vzdělávání podnikatelů v Česku* [online]. c2011 - 2022 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://mladypodnikatel.cz/stitek/youtuber>
24. RUBEŠ, Jan a Jan MIKULKA. Honest Guide. *YouTube* [online]. USA: Google, 2005, 3. 11. 2014 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/c/HONESTGUIDE>
25. RUBEŠ, Jan a Jan MIKULKA. Kluci z Prahy. *YouTube* [online]. USA: Google, 2005, 2. 10. 2020 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/c/KlucizPrahy/featured>
26. SIVÁK, Karel. FattyPillowTV. *YouTube* [online]. USA: Google, 2005, 1. 12. 2014 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/c/FattyPillowTV>
27. Super Trendy. *YouTube* [online]. USA: Google, 2005, 18. 3. 2017 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/c/SuperTrendy>
28. ŠMAHEL, David. Děti na internetu. ŠEVČÍKOVÁ, Anna a kol. *Děti a dospívající online: vybraná rizika používání internetu*. Praha: Grada, 2014, s. 19. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-5010-1.
29. VALÁŠEK, Marek. DATEL. *YouTube* [online]. USA: Google, 2005, 9. 11. 2012 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/c/DatelMat%C4%9Bj>
30. YouTube. Aktuálně.cz [online]. Praha: Economia, c1999 - 2022, 14. 1. 2021 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://www.aktualne.cz/wiki/zahranici/youtube/r~i:wiki:1147/>
31. Zásady ohledně škodlivého nebo nebezpečného obsahu. *YouTube* [online]. USA: Google, 2005 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://support.google.com/youtube/answer/2801964?hl=cs>
32. ZUSKOVÁ, Zuzka. Typy videí na YouTube: 1. část. *LCG New Media, s.r.o.* [online]. Praha, c2022, 24. 8. 2017 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://www.lcgnewmedia.cz/typy-videi-na-you-tube-prvni-cast/>
33. Ženy tvoří více než dvě třetiny učitelů a jejich podíl ve vzdělávání dále roste. *Socialnipolitika.eu* [online]. Praha: Institut pro sociální politiku a výzkum, c2022, 27. 3. 2017 [cit. 2022-04-20]. Dostupné z: <https://socialnipolitika.eu/2017/03/oecd-rozdily-mezi-muzi-a-zenami-v-ucitelskem-povolani-focus-c-79/>