



Pedagogická  
fakulta  
Faculty  
of Education

Jihočeská univerzita  
v Českých Budějovicích  
University of South Bohemia  
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Pedagogická fakulta

Katedra pedagogiky

Diplomová práce

## ŽÁCI DRUHÉHO STUPNĚ A PROBLEMATIKA SOCIÁLNÍCH SÍTÍ

Vypracovala: Bc. Eliška Fremrová

Vedoucí práce: Mgr. Luboš Krninský, Ph.D.

České Budějovice 2024

Prohlašuji, že jsem autorem této kvalifikační práce a že jsem ji vypracovala pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu použitých zdrojů.

Datum:

.....

Bc. Eliška Fremrová

## **Poděkování**

Ráda bych zde poděkovala vedoucímu této diplomové práce panu Mgr. Luboši Krninskému, Ph.D. za jeho veškerý čas, který mi věnoval a jeho cenné připomínky a rady, které byly velmi inspirativní. Ohromně si vážím i všech participantů, kteří přispěli do této diplomové práce. Neskutečně si vážím vaší odvahy a upřímnosti.

Vděčná jsem vesmírně za moje přátele, kteří mě celou dobu podporovali. Leni, Míšo a Natyldo vy jste se mnou tuhle práci prožívaly nejvíce. Největší poděkování patří mojí skvělé rodině. Mami, dědo, díky vám to celé vzniklo, děkuju! Vám taky Anežko a Jáchyme.

## **Anotace**

Cílem této diplomové práce je popsání problematiky sociálních sítí v souvislosti s dospívajícími vzdělávajícími se na druhých stupních základních škol. Práce obsahuje vymezení masových médií napříč jejich historickým vývojem až k samotným sociálním sítím. Dále práce definuje sociální síť a zaměřuje se jak na jejich negativa, tedy nebezpečí s nimi spojená, tak na jejich pozitiva a přínosy. Popsána je i problematika reklamy na sociálních sítích a prostor je věnován i tématům souvisejícím s rodiči dospívajících v tomto kontextu. Praktická část je věnována polostrukturovaným rozhovorům s dospívajícími. Rozhovory jsou zaměřené na dvě části. První část řeší využívanost sociálních sítí dospívajícími v domácím prostředí, tedy jak dospívající sociální síť využívají, jak je ovlivňují nebo jaké si tvoří hranice pro sdílení. Druhá část se zaměřuje na využívanost sociálních platform ve školním prostředí. Z výsledků je mimo jiné patrné, že si dnešní dospívající, kteří se zúčastnili výzkumného šetření přirozeně chrání své soukromí více, než by bylo možné na základě mediálního obrazu této problematiky očekávat.

## **Klíčová slova**

Masová média, sociální síť, Instagram, TikTok, dospívající, druhý stupeň, sociální síť a soukromí

## **Abstract**

The aim of this thesis is to describe the issue of social networking in the context of adolescents studying at the second level of primary school. The thesis includes defining mass media across its historical development to social networking sites themselves. Furthermore, the thesis defines social networking sites and focuses on their negatives, i.e. the dangers associated with them, as well as their positives and benefits. The issue of advertising on social networks is also described and space is devoted to issues related to parents of adolescents in this context. The practical part is devoted to semi-structured interviews with adolescents. The interviews are focused in two parts. The first part addresses the use of social networks by adolescents in the home environment, i.e. how adolescents use social networks, how they influence them or what boundaries they create for sharing. The second part will focus on the use of social platforms in school settings. The results show, among other things, that today's teens who participated in the research naturally protect their privacy more than the media portrayal of the issue would lead one to expect.

## **Keywords**

Mass media, social networks, Instagram, TikTok, teens, second grade, social networks and privacy

## Obsah

<b>TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	9
<b>ÚVOD</b> .....	9
<b>1 MASOVÁ MÉDIA</b> .....	11
1.1 Charakteristika masových médií .....	11
1.2 Vývoj médií.....	13
1.3 Masová komunikace.....	14
1.4 Mediální výchova a školství.....	15
<b>2 SOCIÁLNÍ SÍTĚ NA 2. STUPNI ZÁKLADNÍ ŠKOLY</b> .....	17
2.1 Pubescence/ raná adolescence .....	17
2.2 Online svět a sociální sítě.....	17
2.3 Definice sociálních sítí .....	19
2.4 Rozdělení sociálních sítí.....	20
2.5 Soukromí .....	24
2.6 Nebezpečí.....	28
2.7 Pozitiva sociálních sítí.....	34
2.8 Sociální sítě a reklama.....	35
2.9 Rodiče a online děti.....	36
2.10 Digitální detox.....	38
<b>3 SOCIÁLNÍ SÍTĚ<sup>2</sup></b> .....	40
<b>PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....	44
<b>4 CÍL PRAKTICKÉ ČÁSTI</b> .....	44
<b>5 METODA</b> .....	45
5.1 Výběr participantů.....	45
5.2. Sběr dat.....	46
5.3 Etika výzkumu .....	47
5.4 Analýza dat.....	48
<b>6 INTERPRETACE A PREZENTACE ZÍSKANÝCH VÝSLEDKŮ</b> .....	49
6.1 Sociální sítě v prostředí domova .....	49
6.1 První seznámení .....	49
6.1.2 Každodennost.....	50
6.1.3 Odpočinek od sociálních sítí .....	52
6.1.4 Hranice .....	53
6.1.5 Rodiče na sítích .....	54
6.1.6 Finanční gramotnost.....	56
6.2 Sociální sítě v prostředí školy .....	57

6.2.1 Sociální sítě ve vyučování.....	57
6.2.2 Moderní učitel .....	59
6.2.3 Samostudium.....	60
6.2.4 Vnímání pedagogů .....	61
<b>7 DISKUSE .....</b>	<b>62</b>
<b>8 ZÁVĚR .....</b>	<b>67</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A ZDROJŮ .....</b>	<b>69</b>
<b>PŘÍLOHY .....</b>	<b>76</b>

## **Seznam zkratek**

ČSÚ – Český statistický úřad

JSNS – Jeden svět na školách

NÚKIB – Národní úřad pro kybernetickou a informační bezpečnost

RVP – Rámcový vzdělávací program



## TEORETICKÁ ČÁST

### ÚVOD

Žijeme a prožíváme život ve svobodné zemi. Zemi, která nám dává možnost se svobodně vyjádřit, přemýšlet nahlas o myšlenkách, které nám vadí, a také o těch, které nás těší. Více než kdy dříve nám k tomuto pomáhají média, a především v posledních letech sociální sítě. Máme k dispozici virtuální prostor, ve kterém můžeme za svými názory statečně stát se svojí pravdivou fotkou, či se opačným způsobem dopouštět kritických komentářů srze anonymní zprávy. Sociální sítě se usazují v našich životech a s modernější dobou ovlivňují stále mladší děti. Tyto malé děti jsou ohroženou skupinou i kvůli jejich užívání. Mediální sdělení konzumujeme každý den, ať už ve formě televizního zpravodajství či internetových stránek. K dětem se sociální sítě dostávají stále dříve, a to právě díky rodičům. Postupem času vyrostla z dospívajících dětí generace, která je primárně charakterizována pro hojné využívání sociálních platforem.

Motivací pro psaní tohoto tématu byla pravděpodobně současnost. Je to téma, které nás ovlivňuje každý den a skrývá se ve všech vrstvách společnosti. Proměňuje svoje podoby, a to jak negativním, tak pozitivním směrem. Sociální sítě ovlivňují naši psychiku i fyzické potřeby. Důležití pro mě byli (a stále jsou) dospívající, kteří jsou i přes svou upřímnost bezkonkurenčně nejvíce ohrožení. Vnímají či nevnímají nástrahy sociálních platforem? Dokážou na nich najít pozitiva, která jsou skutečně reálná?

Tématem této diplomové práce jsou žáci druhého stupně a problematika sociálních sítí. Diplomová práce se zaměřuje především na dospívající, tedy na období druhého stupně základní školy. Sociální sítě jsou velkou částí životů dospívajících a ovlivňují je v jakémkoliv prostředí, na jakémkoliv místě a v jakýkoliv čas. Téma času se taktéž rozprostírá touto diplomovou prací. Málokdy se v dnešní době setkáme s dospívajícími, kteří by ani jednu sociální platformu nevyužívali. Dospívajícím urychlují a usnadňují život. Přinášejí důležité informace i zpravodajství, které je ovšem záměrně velmi zkracováno. Ve zde zkoumaném období dospívání začínají mít žáci druhého stupně vyhraněné názory a je důležité pokusit se jim otevřít, nebo alespoň načrtnout realitu sociálních sítí.

Diplomová práce se zaměřuje na masová média, jejich vývoj a charakteristiku. Důležitou součástí této práce je i nastínění, jak sociální sítě aktuálně žijí či nežijí v prostorách základních škol. Více se také tato práce zaměří na sledování online prostoru, tedy jaká je například návštěvnost jednotlivých sociálních platforem a jaké jsou sociální sítě, které dospívající nejvíce využívají.

S pomocí různých zdrojů práce poukazuje na definování sociálních sítí a pokusí se popsat jak jejich pozitivní, tak negativní stranu sociálních sítí. Diplomová práce nahlédne i na tematiku sociálních sítí ze zdrojů pocházejících právě ze sociálních sítích. Důležitou kapitolou je jistě i téma soukromí, tedy zda v online prostoru stále ještě mluvíme o plnohodnotném soukromí a jak je možné si chránit svoje osobní informace a svou osobu, na téma soukromí navazuje i část výzkumné otázky zkoumající hranice v praktické části této diplomové práce. Celkově praktická část sleduje dvě výzkumné otázky. První se zaměří na sledování sociálních sítí u dospívajících v průběhu jejich dne, a to především v domácím prostředí. Druhá část sleduje využívanost sociálních sítí v prostorách školy.

# 1 MASOVÁ MÉDIA

## 1.1 Charakteristika masových médií

Prostředí, ve kterém žijeme nás poměrně nenásilně směřuje k používání internetových médií. Naše společnost vykazuje stále větší napojení na online média. Naopak média tištěná se nám pomalu vzdalují. Konkrétně u generace Z, a zejména u generace alfa (datované od dětí narozených po roce 2010) se projevuje zájem především o aktivní účasti v online prostoru, proto se zde tištěná média propadají ještě více (Sítě v hrsti, 2021a). V dnešní době je důležité rychle reagovat a přicházet s novými možnostmi, proto také leckteré formy tištěných médií nalezneme už i v elektronické podobě. Zpočátku často volně, později i v placených verzích (Ježek & Jiráček, 2014). Lze také tvrdit, že masová média ovlivňují naše názory, které lze přímo přejímat či si na jejich základě vytvářet nové vlastní názory. Média zasahují do všech oblastí lidského sektoru – politiky, ekonomiky, životního prostředí, životního stylu, školství a konkrétně i do života žáků na druhém stupni základní školy. McQuail (1999) taktéž zdůrazňuje fakt, že přestože média pronikají do mnoha oblastí našich životů, nezasáhnou do úplně všech sfér. Zároveň Jiráček a Köpplová (2015) popisují, že média mají důležitou funkci díky své rychlé adaptaci na prostředí digitálních technologií. Díky tomu mohou být masová média rychlá a mají možnost předávat zprávy i neplánovaně. Součástí masových médií jsou sociální sítě, proto je důležité, zaměřit se na obě tyto problematiky.

Pokud se zaměříme na definici médií, Ježek a Jiráček (2014, s. 8) popisují média ve stylu „vše, co něco zprostředkovává, co stojí mezi dvěma aktéry či aktérem a prostředím, tedy prostředník či zprostředkovatel. Proto se s výrazem médium setkáváme v různých souvislostech“. McQuail (1999, podle Žantovský, 2013, s. 19) sděluje definici masových médií dle McQuaila (1999), který poukazuje na body, čím konkrétně média jsou:

- Zdrojem moci,
- prostředím,
- významným zdrojem výkladů sociální reality a představy o ní,
- primárním klíčem ke slávě,
- zdrojem uspořádaných a veřejně sdílených významných soustav.

Na stejné úrovni jako moc je možné zmínit zábavu. Často jsou pro nás jistým způsobem útekem od reality. Vyplňují napříč různými generacemi volný čas. A to jak v pozitivním, tak v negativním smyslu. Jsou vytvořena pro veřejný prostor lidí, otevírají témata, která rezonují celou

společností (McQuail, 1999). V definici autorů Jiráček a Köpplová (2015), se zmiňují i termíny jako: periodický tisk, rozhlas a televize a internet. S jednodušší definicí přispívá Galea (2007, s. 277), který popisuje rozšiřování médií prostřednictvím konkrétních mediálních prostředků. Stejně tak zmiňuje již uvedenou zábavu jako důležitou funkci masových médií. Zábava skrze média je ale také ovlivněná charakteristikou svobody daného státu. Ve svobodných zemích se média celkově považují za důležitou charakteristiku svobody projevu (Ježek & Jiráček, 2014). Rozdělujeme si také dle McQuila (1999) několik bodů, které popisují požadavky na svobodnou komunikaci. Mezi první patří **absence cenzury**. Je nutné abychom mohli psát a vydávat naše skutečné myšlenky a názory bez omezování nebo dokonce zasahování a ovlivňování. Dalším bodem zůstává **rovnost** pro všechny občany. Každý občan státu má právo vyjádřit na problematiku svůj názor a neschovávat se za svoje anonymní virtuální nářky. **Svoboda konkrétního média** je také jedním z bodů. Stejně tak je důležité se nebát i více kritizovat, především **přinášet konstruktivní kritiku** ze strany občanů veřejným činitelům ke které se mohou vyjádřit. V tomto porovnání je na českém území jednoduché porovnat media před rokem 1989 a následně média po tomto přelomovém roce.

Žantovský (2013) rozděluje média podle tří kategorií. Média v širokém, v užším a nejužším slova smyslu. Do kategorie největšího/širokého média autor udává příklad jako peníze či čas. Jsou to věci, které jsou pro nás důležité a zároveň jsou navázané na náš každodenní kontakt. Ovlivňují náš společenský život. Ve střední kategorii, tedy kategorii užšího média, mluví autor již o první přímé komunikaci. Mezi příklady řadí např. řeč či školství. Poslední kategorií jsou nejužší média, kde je nám již velmi blízké rozdělení na média tištěná, elektronická a nová. A právě zde se uplatňuje proces masové komunikace. Ježek a Jiráček (2014) dále rozdělují tištěná média podle časového vydávání – denně, měsíčně atd., důležitým dělením je i zacílení pro koho je dané médium určeno, a to jak věkově, tak dle genderu. Elektronická média nám ukazují internetové články, které si vyhledáváme na portálech dle našich preferencí. Jedná se jak o seriózní, tak neseriózní články. Mezi novými médii si představíme blogy, nebo právě sociální sítě. Jiráček a Köpplová (2015), v dnešní společnosti rozlišují masová a síťová média. Dle nich nemají klasická masová média oproti těm síťovým takový široký rozměr. Všechny tyto nové možnosti nám přinášejí velké množství médií, které se zaměřují na ohromnou škálu témat. A i podobná témata mají mnoho různých interpretací. McQuail (1999) hovoří o rozmanitosti médií a o její důležitosti. To, že máme z mnoha médií na výběr, nám přináší další podobu svobody.

## 1.2 Vývoj médií

Vliv médií na společnost je nepředstavitelný. Stejně tak si společnost nedokáže představit „odstavení“ médií. Podobně jako ostatní věci okolo nás, i média se snaží udržet s moderními technologiemi krok (Ježek & Jiráček, 2014). Důležitým faktem v oblasti médií je jejich závratná rychlost vývoje. Ještě před několika lety zde byly pouze počítače s internetem. Dnes zkoušíme a máme možnost vyučovat s pomocí VR technologií. Mnohokrát ale nespočet lidí neudrží tempo s daným vývojem. Jsou oblasti a profese, ve kterých je nutno udržovat se v aktuálních trendech. Mezi dané oblasti či profese lze uvést např. školství i konkrétně pedagogy.

McQuail (1999, s. 33) popisuje, že „v dějinách masových médií se zabýváme čtyřmi hlavními aspekty určujícími vývoj médií: technologií; politickou, sociální, ekonomickou a kulturní situací společnosti“. Média se vyvíjela s aktuálními trendy a nejdůležitější složkou pro to, aby se mohla rozvíjet byla společnost a lidstvo celkově. V různých dobách se vývoj médií rozvíjel k aktuálním možnostem a pomocí vynalézavosti lidí a jejich technik se posouvaly jednotlivé možnosti neustále kupředu.

Dle mnoha autorů je několik možností, jak média rozdělovat. Někteří autoři se zaměřují přímo na časovou osu, jiný na konkrétní mediální „novinky“. Ježek a Jiráček (2014) ve své knize zdůrazňují ve vývoji médií i jazyk a písmo, bez kterého by se pochopitelně nemohla rozvíjet další část médií. Za úplně první médium považujeme knihu a s ní spojený knihtisk. Za vynález knihtisku je oceňován Johannes Gutenberg, který ho objevil už v roce 1440. Vznik tištěné knihy se v oné době považovalo za revoluční objev. Na začátku to ovšem byly knihy především s náboženskou tematikou (McQuail, 1999). O pár set lety později zaznamenáváme příchod tištěných novin. Jejich předchůdci byly letáky, a to až do 17. století. Nástup novin nebyl ale ve všech zemích v jednotný čas, do mnohých zemí se novinové plátky dostali o mnoho let později (McQuail, 1999). A podobně jako dnes i tehdy se časové vydávání novin muselo přizpůsobovat aktuálním potřebám. Z původního jednoho výtisku za týden se kvůli zrychlujícímu se obchodu a důležitým informacím pro obchodníky zkrátila časová doba na čtyři vydání za týden. Přelomovým bodem byla i zde průmyslová revoluce. Díky ní se tiskoviny proměnily v masová média (Jiráček & Ježek, 2014).

Následoval příchod telegrafu a později i příchod filmu. Vznik filmu zaznamenáváme na konci 19. století a za jeho zakladatele považujeme sourozence Lumièrovi. „Film jako masové médium byl částečně reakcí na ‚vynález‘ volného času“ (McQuail, 1999, s. 37). I zde se masová

média samovolně proměňují a přinášejí nové charakteristiky, které nyní známe – tou hlavní je zábava. Ve vývoji se přešlo k využívání přenášení signálů. Což lze považovat za další revoluční objev. Televize, a především rozhlas, má zde přesnou charakteristiku masových médiích. Pomocí rozhlasu se rozvinula možnost dostat k velkému množství lidí dané informace (Ježek & Jiráček, 2014). Obě tato média se spontánně díky možnostem rapidně vyvíjela a zlepšovala svoje funkce. Zároveň také společně s ostatními dostupnými médii je využívaly i politické strany s různými účely, mj. k propagandě. Ve vývoji pokračuje rozvoj hudby a možnosti jejího přehrávání a nám známé elektronické přístroje. Dále v roce 1971 přichází rozvoj emailu a v roce 1991 možnost chatovat a zakládat si osobní webovou stránku.

Aktivně sociální sítě vznikají v roce 1995. I tehdy bylo hlavním faktorem naleznout si na sítích přátele. Na přelomu 20. století vznikají blogy (Sajithra & Patil, 2013). Za prvotní sociální sítě jsou považovány např. Classmates nebo SixDegrees. SixDegrees ovšem zanikla poměrně rychle, a to již v roce 2000. Po roce 2003 bylo spuštěno velké množství dalších sociálních sítí a mnoho z nich vzniklo na území USA. V té době vznikla hodně důležitá, a nám dodnes známá sociální síť, MySpace. V roce 2004 začíná být rozvíjena na americké Harvardské univerzitě dnes již přelomová sociální síť Facebook. Nejprve sloužil čistě pro studenty univerzity, o rok později se rozšířil do dalších škol (Boyd & Ellison, 2007). O několik let později v roce 2010 vzniká i sociální síť Instagram. Od této doby zaznamenáváme větší a rychlejší frekvenci ve vývoji sociálních sítí.

Český statistický úřad (ČSÚ, 2021) ve své zprávě zaznamenává procentuální údaje o používání sociálních sítích v České republice. První data o využívání sociálních sítí jsou z roku 2009. V tomto roce využívalo sociální sítě 5 % české populace. V rámci Evropské unie se řadíme mezi nadprůměrné uživatele sociálních sítích. Dle ČSÚ (2021), byl právě v roce 2021 průměr České republiky 61,5 %. Například průměr Francie činil 44,8 % nebo Německa 46,6 %.

### **1.3 Masová komunikace**

Za zmínku stojí ve spojitosti s masovými médii termín masové komunikace, který poprvé zaznamenáváme ve 30. letech minulého století. Je důležité si uvědomit, že termíny masová média a mediální komunikace nejsou v daném vnímání na jedné úrovni. Pomocí médií a jejich možností a funkcí vzniká masová komunikace (McQuail, 1999). Současně můžeme mluvit o zasazení

masové komunikace a jejího vzniku do historického kontextu. Autoři Jiráček a Köpplová (2015) uvádějí, že masová komunikace vzniká v konkrétních historických podmínkách.

Masová komunikace je doprovázena často dlouhým čekacím časem v otázce celkového hodnocení zkoumané věci. Není natolik přítomná, jako komunikace v reálném čase. Zároveň ji charakterizujeme jako jednosměrnou s aspektem, že komunikace se skutečným člověkem je zde velmi omezena (Ježek & Jiráček, 2014). Komunikace je mezi lidmi naprosto důležitá a běžná. V onom přítomném čase vnímáme dané věci přímo. Právě díky technologiím, pomocí kterých je dnes komunikace stále častější, vzniká tzv. „komunikační konzervatismus“. Pokud masová komunikace přivede špatný výsledek, není zde již šance na opravu (Burn, 2020). A to právě z toho důvodu, že se neděje živě. Později se nelze jednoduše doptávat na další potřebné argumenty. Prvotní impuls vytvářet masovou komunikaci nalezneme u profesionálních činitelů, za které považujeme producenty, novináře, či jinak důležité osobnosti pracující v mediálním světě (McQuall, 2019).

#### **1.4 Mediální výchova a školství**

Mediální výchova je dnes v Rámcovém vzdělávacím programu – dále jen RVP, zakotvena jako průřezové téma. Dle Národního pedagogického institutu (NPI, 2023), jsou média důležitou součástí v oblasti zkušeností či vnímání. Pro žáky je v dnešní době důležité sbírat a zpracovávat informace tak, aby správně mohli posoudit kvalitu dané informace. Mediální gramotnost je v současnosti velmi důležitá. Žáci tráví v oblasti médií velké množství času a je důležité, aby se v tomto prostředí chovali zodpovědně, především kvůli sobě samým. V rámci RVP se můžeme zaměřit na oblasti: Člověk a společnost, Jazyk a jazyková komunikace, Informační a komunikační technologie nebo Umění a kultura.

Mediální výchova se na školách vyučuje, leckde i nevyučuje. V některých školách je prostor pro vyučování mediální gramotnosti vyhrazen v hodinách občanské výchovy, na jiných školách má mediální výchova svůj vlastní předmět. Tak či tak, mediální výchovu můžeme, alespoň částečně, zařadit do různých předmětů. Kaderka (2018) doplňuje, že mnoho škol se ani nezaměřuje na vyučování mediální výchovy. Důvodem, který uvádí, je nepřipravenost učitelů. Jeden svět na školách (JSNS, 2018, s. 12) zmiňuje nejdůležitější témata mediální výchovy: „Rozvoj kritického myšlení, dále pak orientace v médiích a posílení dovedností vyhledávat a třídit informace“. Jenže Kaderka (2018) kritizuje, že jediná témata, která jsou především v mediální

výchově na základní škole otevírána, jsou problematiky fake news a dezinformace. Mediální výchova je jeden z předmětů, ke kterému mají dnes děti opravdu velmi blízko. Nenuceně žijí ve světě médií, je proto důležité, aby školy zařadily mediální výchovu do svého školního vzdělávacího programu. Jirák et al. (2017) řeší mediální výchovu v zahraničních školách. Zahraniční školy přicházejí s myšlenkou, že bychom měli zavést učení mediální výchovy už u mladších žáků. To samozřejmě vyvolává rozporuplné reakce. Na jednu stranu je důležité si říct, že budovat v dětech mediální gramotnost postupně, je důležité – a to alespoň od prvního stupně základní školy, jelikož víme že mediální prostor děti navštěvují stále v mladším věku. O mediální vzdělávání se zajímá taktéž Evropská unie. V roce 2008 byl vydán Evropský přístup k mediální gramotnosti v mediálním prostředí. Zde se mimo jiné píše, že: „cíli mediálního vzdělávání je kompetentní a kreativní používání médií a jejich obsahů, kritická analýza mediálních produktů, pochopení fungování mediálního průmyslu a samostatné vytváření mediálních obsahů“ (Prets, 2008).



## **2 SOCIÁLNÍ SÍTĚ NA 2. STUPNI ZÁKLADNÍ ŠKOLY**

### **2.1 Pubescence/ raná adolescence**

Věk žáků, na které je zaměřena tato diplomová práce, je uváděn do období druhého stupně základní školy, do období, kdy žáci procházejí fází tzv. pubescence. Tato vývojová fáze dítěte je datovaná mezi 11 a 15 rokem života, právě tedy v období druhého stupně. Žák se v tomto vývojovém stádiu mění a postupně se přesouvá do dospělé fáze života. Jak chlapci, tak dívky postupně pohlavně dospívají. Tím je dle Langmajera a Krejčíkové (2006) charakteristická první část dospívání. Pro druhou fázi je charakteristickým rysem dozrání k reprodukční schopnosti. Vágnerová (2012) namísto termínu pubescence označuje tuto fázi za ranou adolescenci. Dodává, že se zároveň s pohlavním dospíváním mění i zevnějšek; stejně tak si žáci začínají vytvářet svoje názory a začínají mít svůj pohled na svět. Důležitou součástí života dospívajícího jedince je především jeho okolí a přátelé; rodina se zde pomalu upozaďuje. Charakteristické pro tuto fázi jsou emoční výkyvy a větší vnímavost okolních vjemů (MUNI, 2023).

### **2.2 Online svět a sociální sítě**

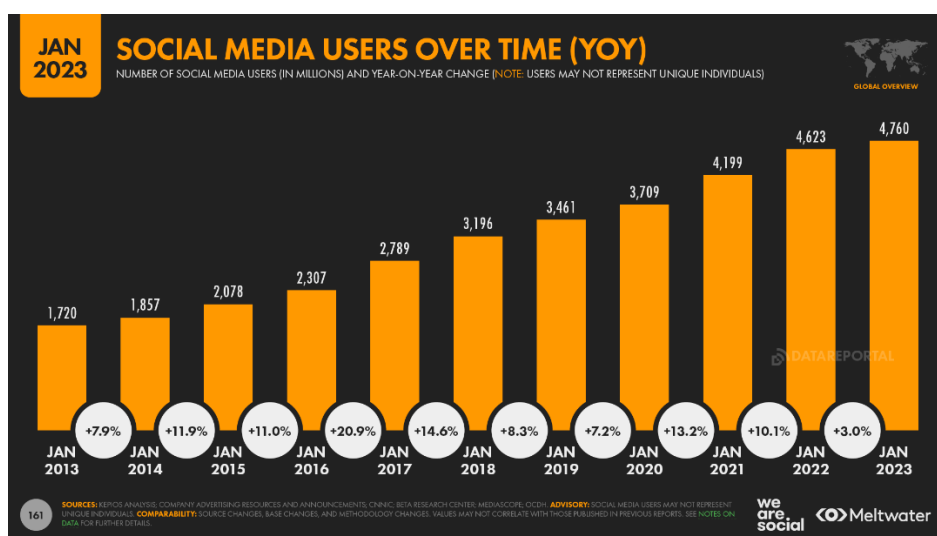
Každodenní žití v dnešní době vyžaduje velkou originalitu. Každý den se naše životy se sociálními sítěmi posouvají kupředu. Žijeme online i ve fázi, kdy jsme offline. Jednadvacáté století je stoletím, které Kardaras (2021) popisuje jako přetechnologizované. Tvrdí, že dnešní generací dětí, které označujeme i jako „screenagers“, potřebuje více přirozeně rozvíjet své rozumové schopnosti. Price (2018, s. 18) hovoří o mobilních telefonech, které berou veškerou pozornost uživatelů: „Ruší nás, když pracujeme, vyžadují naši pozornost a odměňují nás, když se jim věnujeme“. Ještě stále zažíváme střet generací. Dnešní děti zcela nerozumí tomu, jak jejich prarodiče pravidelně v určitý čas zasedají k televiznímu vysílání. Mladá generace má ono „televizní zpravodajství“ neustále při sobě. Generace, která již prožila většinu svého života v prostředí moderních technologií. V prostředí, které nám přináší samotu ve světě, kde je neuvěřitelné množství lidí. Ztrácíme soukromí a určitou morální zodpovědnost ve virtuálním světě. Stále mnoho lidí opomíjí rizika, která sociální sítě přináší. Kardaras (2021) popisuje, jak se dospívající kvůli neustálému žití v mediálním prostoru stávají otupělými v tématech násilí, a to především proto, že nám média násilí prezentují poměrně často. Nejsou to jen benefity, v podobě např. tzv. influencerství, které dnešní děti stále více přitahuje. Důvodem může být sláva, kterou by

mnoho žáků chtělo zažít, nebo také finanční ohodnocení, které sociální sítě mohou nabízet. Neměli bychom přece negativně hodnotit úspěch dítěte, které si svou vytrvalostí, kreativou a pílí vytvoří zajímavý profil, ze kterého se mu daří finančně vydělat.

Sociální sítě nabývají na síle. Losekoot a Vyhnánková (2019, s. 15) zmiňují, že „z téměř 4,4 miliard lidí, kteří mají přístup k internetu, jsou skoro 3,5 miliardy na sociálních sítích“. Počet uživatelů z celkové populace je 45 %. Data, která ve své knize zmiňují pocházejí z internetového portálu s názvem We are social. Je nutné si uvědomit, že citovaná data jsou z roku 2019. Přesto, že tento rok pro nás není natolik dávnou minulostí, opak je pravdou. Na již zmíněném portálu Wearesocial (2023) se uvádí, že k letošnímu lednu z celkové světové populace využívá sociální sítě 59,6 %. Z 5,1 miliardy lidí, kteří mají možnost připojit se k internetu, využívá 4,7 miliardy lidí sociální sítě (viz obrázek 1). Téměř pět let a takový procentní nárůst vytvořila dnešní rychlá doba.

## Obrázek 1

Počet uživatelů sociálních sítí mezi lety 2013–2023



Zdroj: Wearesocial (2023)

Pro lepší představu jsou zde uvedeny i data dle Wearesocial (2023) pro Českou republiku. V lednu 2023 z celkového počtu 10,4 milionu obyvatel bylo 9,61 milionu lidí připojeno k internetu, z tohoto počtu bylo následně na sociálních sítích aktivních 8,07 milionu lidí. I z tohoto údaje je zřejmé, že se sociální sítě dostávají jak k již velmi malým dětem, tak k seniorům, kteří taktéž pomalu využívají některé sociální sítě a začínají tak žít více online, přestože stále využívají klasická masmédiá. Slussareff (2022) právě z onoho důvodu doporučuje několik bodů, týkajících

se malých dětí, které nekontrolovaně tráví u obrazovek velké množství času. Mezi doporučení autor řadí např. časový horizont jedné hodiny denně u dané online sítě, zároveň by měl rodič mít přesnou kontrolu nad tím na co se dítě dívá. Pokud už se dítě dívá, doporučují se vzdělávací videa, ovšem v určité rovnováze s videi vybranými dospívajícími. Nedoporučuje se sledování videí při jídle nebo také před spaním – zde je důvodem světlo, které může negativně ovlivňovat spánek dětí.

### **2.3 Definice sociálních sítí**

Boydová (2017) popisuje sociální média jako určité služby, které nám umožňují vytvářet a přidávat do online prostoru krátká či dlouhá videa, fotky nebo vydávat online články na své internetové stránky. Stowell (2017, s. 24) ve své knize, věnované především dětem a dospívajícím, jednoduše popisuje sociální sítě jako „webové stránky a aplikace, jejichž prostřednictvím můžeš sdílet fotky, videa nebo textové příspěvky se svými přáteli“. Jednu z nejznámějších definic přináší Boyd a Ellison (2007, s. 58); dle nich jsou sociální sítě online služby, které charakterizují tři kroky:

- 1) Pokud si vytvoříme veřejný či polo-veřejný účet, získáme tak status uživatele dané sociální sítě.
- 2) V námi vybrané sociální síti se napojíme na uživatele sítě, které sami známe a díky této síti se navzájem propojíme.
- 3) Máme možnost seznamovat se i s uživateli, které zatím neznáme, můžeme je taktéž sledovat.

V praxi to tedy funguje tak, že si založíme profil a ten sdílíme se seznamem lidí, které sledujeme. Sledování může být jak jednostranné, tak oboustranné. Záleží na jedincích. Stejně tak si můžeme vytvořit jak soukromý, tak veřejný profil. Jak ale později bude uvedeno, soukromý profil to vlastně až tak není. Sami si tak zakládáme účet, sloužící k vzájemné interakci především s lidmi, které známe, nebo lidmi, které jednoduše máme potřebu tzv. sledovat, tzn. navštěvovat a sdílet jejich profil.

## 2.4 Rozdělení sociálních sítí

Sociálních sítí je velmi mnoho a v dnešní době si můžeme vybírat z velkého množství těch, které chceme navštěvovat. Možná ale spíš než to, které chceme navštěvovat, navštěvujeme ty sociální sítě, které jsou v dané době v oblibě. Mezi velmi známé sociální sítě řadíme: Facebook, Instagram, Tik Tok, BeReal, Snapchat, Discord nebo také YouTube, LinkedIn či Pinterest (v tabulce 1 je uveden počet uživatelů těchto sítí v České republice).

Vyvinout sociální síť není jednoduché. Mnoho sociálních sítí v poslední době zaznamenává určitý pokles využívanosti a celkové návštěvnosti. Lidé zde ve většině mají své profily založené, ale již natolik danou síť nevyužívají. Mnoho sítí už na trhu je, vyvinout, zaujmout a udržet sociální síť silnou a využívanou je těžké. Je zde velký boj o pozornost. Přestože mnoho uživatelů má vícero sociálních sítí, každá síť se zaměřuje na odlišné publikum s jinými cíli (Losekkot & Vyhnánková, 2019).

Velmi aktuální zajímavostí je nová sociální síť Threads, kterou vyvinula společnost Meta. Do České republiky se dostala na konci roku 2023. Je obdobou sociální sítě X, dříve zvané pod názvem Twitter. Jak uvádí marketingová agentura Socialpark (2023) sociální síť Therads zaznamenala nejrychlejší nárůst uživatelů v porovnání s ostatními sociálními sítěmi – viz obrázek č. 2.

### Tabulka 1

*Počet uživatelů sociálních sítí v České republice v roce 2023*

Pořadí	Sociální síť	Počet uživatelů (v milionech)
1	YouTube	8,07
2	Facebook	4,8
3	Facebook Messenger	4,1
4	Instagram	3,35
5	LinkedIn	2,2
6	TikTok	1,95
7	Pinterest	1,65

8	Twitter	1,4
9	Snapchat	1,25

Zdroj: Wearesocial (2023)

## Obrázek 2

Rychlost nárůstu nových uživatelů sociálních sítí v čase



Zdroj: Socialpark, 2023

Třídění sociálních sítí je mnoho. Tesaříková (2015) rozděluje sociální sítě do několika kategorií:

- 1) První skupinou jsou sociální sítě sledující osobnost člověka. Mezi tyto sociální sítě řadíme např. Facebook. Při zakládání účtu si vytvoříme osobní profil, který se částečně podobá našemu životopisu. Ostatní uživatelé si o nás mohou dohledat, kdy jsme se narodili, jaké vzdělávací instituce jsme navštěvovali, kdy jsme odmaturovali či jaké máme vzdělání. Ke všem možným událostem Facebook poskytuje možnost přidat fotografii či video. U těchto profilových sociálních sítí je možnost i sdílet své aktuální pocity a diskutovat s ostatními nad různými tématy.
- 2) YouTube je představitelem druhé skupiny. I u YouTube je dobré mít založený osobní profil, není to však podmínkou. Zároveň už zde nejsou dohledatelné informace např. o našem vzdělání, protože tato skupina není primárně založená na diskusi; cílem jsou obsahy. Tvoření,

nahrávání, sledování, sdílení – v případě YouTube jde především o videa. YouTube byl dominantní před několika lety, doznívá i dnes. Tzv. youtubeři – lidé, kteří tvořili videa na své YouTube kanály, vytvářeli hrací, zábavná, fashion videa, díky kterým si postupně začali vydělávat peníze a vytvořili si díky této tvorbě obsahů své podnikání.

- 3) Virtuální sociální sítě. Kategorie, do které řadíme např. World of Warcraft (jedná se o počítačovou hru). Uživatelé se zde seznamují díky komunikaci ve hře samotné. Mohou hrát jak s lidmi, které znají, tak i s jinými hráči.
- 4) Předposlední kategorií jsou sítě, ve kterých se především píše. Krátké zprávy, myšlenky, recenze, upozornění, aktuality atd. Nejznámější platformou je sociální síť X, která je známá pod názvem Twitter. Zde se často uživatelé dostali do procesu „tweetomanie“, ve kterém vytvářeli a sdíleli velké množství příspěvků za sebou (v tomto případě tzv. tweetů).
- 5) Poslední a hojně využívaná kategorie je reprezentovaná známým Facebook Messengerem. Tato aplikace je vyvinutá podobně jak SMS zprávy. Umožňuje nám komunikovat, psát, posílat fotografie, videa i soubory.

Mimo jiné v České republice vznikly sociální sítě jako: Lidé.cz, SCUK SitIT, Dikobraz nebo ČSFD. U dospívajících zaznamenáváme dvě nejnavštěvovanější sociální sítě, a to Instagram a TikTok. Ostatní sociální sítě jsou taktéž neméně důležité, přesto v této práci rozeberu pouze tyto dvě. Hlavním důvodem výběru těchto dvou sociálních sítí je fakt, že Instagram a TikTok jsou nejpoužívanější sociální sítě mezi dospívajícími.

### ○ **Instagram**

Instagram je sociální síť, která vznikla 6. 1. 2010. Zakladateli jsou Kevin Systrom a Mike Krieger. Aplikaci v roce 2012 koupila společnost se současným názvem Meta pod vedením Marka Zuckerberga, zakladatele Facebooku. Instagram se tedy často aktualizuje na nové funkce, které společnost Meta vyvíjí, včetně loga, které se měnilo několikrát (Ptáček, 2015). Instagram byl založený primárně pro přidávání fotografií na svůj profil. Ke každé fotografii se původně dal napsat pouze popis. Dnes je možné tzv. posty – tzn. jednotlivé fotografie, doplnit hudbou, nebo různými efekty. Velké ohlasy zaznamenala funkce tzv. instgramové stories (v hovorovém slangu „instastories“). Ty fungují na bázi krátkých příběhů, které jsou viditelné na profilu pouze 24 hodin.

Zde se taktéž mohou nahrávat jak fotografie, tak videa. Mezi dřívější funkce zařadil Instagram IGTV, kde aplikace umožňovala nahrávat dlouhá videa, tuto funkci dnes ale opačným způsobem nahradila krátká sestříhaná videa nazvaná reels. Instagram se soustředí na možnost vytvořit si silnou komunitu (Instagram, 2023). Je to jedna z aplikací, na které si lidé umí vydělat díky počtu sledujících nemalé peníze. Firmy těmto osobám nabízejí spolupráce na propagování jejich produktů, které mimo jiné právě hodně cílí na menší děti. Například Leoš Mareš si za dvě fotografie na svém profilu a dvě instagramové stories účtuje půl milionu korun českých (Mareš, 2022). Největší počet sledujících na českém Instagramu mají: Petr Čech, Leoš Mareš, Jirka Král, Karolína Kurková, Ben Cristovao a Anna Šulcová.

### ○ TIKTOK

TikTok je čínská aplikace společnosti Bytedance. Vznikla v roce 2016 a podařilo se jí tak udržet a vytvořit si milionovou základnu uživatelů (tzv. TikTokers) po celém světě. Cílovou skupinou této aplikace jsou hlavně dospívající ve věku 13–24 let. Tato síť umožňuje vytvářet krátká videa, obvykle do maximální délky 60 sekund. Obsahem videí může být naprosto cokoliv, od vtipných scének přes taneční videa až po videa z cestování. Vytvářet videa může každý uživatel aplikace. Výjimkou, kterou tato aplikace má a liší se tak od ostatních, je, že i neuživatelé, tedy ti, kteří zde nemají založený profil, mohou sledovat videa. Toto například u Instagramu či Facebooku nelze (Žáková, 2020). I zde mnoho uživatelů na TikToku vydělává. Pokud má TikToker větší počet odběratelů, mají sledující možnost při živém vysílání zasílat přes různé symboly, kde má každý symbol svoji hodnotu, peníze. I toto se dá považovat za stinnou stránku zmiňované aplikace, kdy mladší uživatelé mohou posílat peníze komukoliv (Sítě v hrsti, 2021b).

S TikTokem je spojováno i mnoho negativního. V březnu roku 2023 informoval Národní úřad pro kybernetickou a informační bezpečnost (dále jen NÚKIB), o bezpečnostní hrozbách, které TikTok přináší. NÚKIB upozorňuje především na sbírání dat a jejich negativní nakládání ze strany Čínské lidové republiky. „NÚKIB doporučuje zakázat instalaci a používání aplikace TikTok na zařízeních, jež mají přístup do regulovaného systému jako nejsnadnější způsob, jak co nejvíce eliminovat uvedenou hrozbu“ (NÚKIB, 2023).

## 2.5 Soukromí

Soukromí je náš každodenní boj. Boj mezi námi a okolím, mezi námi a našimi přáteli. Boj mezi námi a rodiči. Boj mezi námi a digitálním prostorem. Především dospívající žáci mají v tomto věku ohromnou touhu mít svoje vlastní soukromí. Často se tedy dostávají do konfliktu s rodiči ohledně toho, jak sami sebe prezentují v online světě, či čistě za to, jak svoje názory umisťují na sociální síť. Často se rodiče dospívajících zaměřují na nepodstatné věci např. styl oblékání. Naopak méně se zaměřují na téma soukromí dospívajících. Spíše než nařikání rodičů nad nedůležitými věcmi, týkajícími se pouze fyzického vzhledu, by bylo zajímavější vnímat, jak se osobnost jejich dítěte mění. V případě potřeby nabídnout pomocnou ruku (Boydová, 2017). Pochopitelně vše musí probíhat v určitých mezích.

Hlavní roli v soukromí dospívajících hraje Facebook. Není to však z důvodu, že by na tuto síť oni sami psali nezvratné nebo například zlé názory. Facebook se za poslední roky stal platformou, kterou navštěvují především rodiče dospívajících žáků. Díky tomu se většina mladých odebrala k využívání jiných sociálních sítí, kde se mohou svobodě vyjádřit a mohou si tak před rodiči vytvářet také „online soukromí“. Mezi tyto sociální sítě řadíme již výše zmíněný Instagram či Tik Tok. I toto online soukromí může být ale velmi nebezpečné. Víme, že informace, které na jakoukoliv internetovou stránku, sociální síť nebo blog umístíme, nebude možné již nikdy vzít zpět. Zároveň si musíme uvědomit, že přestože cokoli smažeme, vždy to bude dohledatelné. Přirozeně jsou také sociální sítě uzpůsobeny tak, aby o sobě uživatelé sdíleli co možná nejvíce osobních informací (Ševčíková et al., 2014). Tento fakt platí mnohonásobně víc než kdy předtím. Okolo roku 2013 byl hlavním hitem Facebook a už tehdy jsme museli brát v potaz důležitost umisťování informací na internet. Dnes je doba daleko více napřed. Máme zde možnosti vyfotografování si obrazovky telefonu. Tuto činnost umí dospívající tak dobře, a především velmi rychle. Snadno se dá zjistit i poloha žáka skrze sledovací aplikaci. Vhodné je si v nastavení telefonu tuto ikonu vypnout, pro větší bezpečí (Stowell, 2017). Bezpečnostním klíčem k našemu soukromí na internetových portálech a sociálních sítích jsou hesla. Ta by měla být silná a především jedinečná. Rozhodně není dobré, když kdokoliv, a především děti, používá na všech platformách jednotné heslo. Vhodné je střídání velkých a malých písmen a také zakomponovat čísla (Losekoot & Vyhnánková, 2019). Naše identita je jedinečná a pokud nechceme, aby nám ji kdokoliv ve virtuálním světě ukradl, je zapotřebí udržovat si hesla, která jsou komplikovaná (The Beastess, 2016).



Většina rodičů si myslí, že pokud jsou jejich děti přehnaně aktivní na sociálních sítích, ztrácejí soukromí, neváží si ho a dalo by se tvrdit, že vlastně ani neví, co pojem soukromí znamená. Ovšem velká část mladých lidí dnes bojuje za své soukromí. Pokouší se vytvořit si svou online komunitu, které důvěřují a která je pro ně velmi důležitá. Toto někteří rodiče nejsou schopni akceptovat, pravděpodobně z toho důvodu, že jejich generace to měla úplně opačně (Boydová, 2017). Aiken (2021, s. 218) přichází s termínem „otevřené soukromí“. Tento termín říká, že „teenageři zcela odlišně posuzují, co je podle nich vhodné sdílet s přáteli, přáteli přátel a prakticky neznámých osob“. Soukromí vnímáme jako možnou ochranu našich osobních údajů, něco, co přirozeně chrání nás a naše morální hranice (Ševčíková et al., 2017). Je v pořádku, pokud rodiče mají kontrolu nad dětmi na sociálních sítích. Na druhou stranu, někteří dospívající mají pocit, že právě kvůli kontrole přicházejí o možnost samostatného jednání a o kontrolu nad sebou samými. I přesto je důležité vědět, jak se žáci na sociálních sítích chovají.

V rámci soukromí je také stěžejní si uvědomit věkovou hranici využívání sociálních sítí. Právě žáci na druhém stupni jsou v České republice oprávněni zakládat si sociální sítě od 13 let. Dle internetové stránky společněbezpečně (2021) nerozeznají žáci před stanovenou hranicí rozdíl mezi pravdou a fake news. Realita je ovšem v dnešní době úplně jinde. Husák (2018) a jeho výzkum dokazují, že i se souhlasem rodičů navštěvuje sociální sítě mnoho dětí ve věku 10–12 let (viz tabulka 2). Ve 14 letech využívá sociálních sítí většina dospívajících. Je důležité dětem připomínat, aby si samy uvědomovaly, jakou mají náladu, když vstupují na sociální sítě. Pokud přistupují s dobrou náladou, budou se více zaměřovat na krásné, jemné a milé příspěvky. Naopak dítě ve smutku a nepohodě bude spíše vyhledávat smutnější příspěvky a jeho náladu to nezlepší, naopak ještě více prohloubí (Slussareff, 2022).

## Tabulka 2

*Průměrný věk dospívajících při zakládání sociálních sítí*

Sociální síť	Počet návštěvníků	Průměrný věk
Facebook	770	11,63
Twitter	215	12,86
Snapchat	315	13
Instagram	640	13,01
Pinterest	156	13,85

<b>Google+</b>	536	11,49
<b>Chatovací aplikace (messenger, WhatsApp)</b>	887	11,8

*Zdroj: Husák (2018)*

Dočekal et al. (2019 s. 78) zavádí ve své knize několik možných pravidel, jak se více zaměřit na soukromí na Instagramu:

- 1) Instagram dává na výběr založení soukromého profilu, je zde větší šance na soukromí než u profilu veřejného.
- 2) Uvědomte si, že vše, co sdílíte na Instagram, bude i zpětně po smazání kdykoliv dohledatelné.
- 3) Neukazujte nikomu své přihlašovací údaje.
- 4) Instagram nabízí i možnost dvoufázového ověření, je dobré ji využít.
- 5) Pečlivě si rozmyslete, komu povolíte přístup k vašemu profilu.
- 6) Zapněte si funkci, kde sami schvalujete, když vás někdo označí na jakékoliv fotografii.
- 7) Nedávejte na svůj profil fotografie, kde jste vidět.
- 8) Dejte si pozor na sdílení polohy.
- 9) Je dobré nezveřejňovat citlivé informace.
- 10) Zveřejněním vašich údajů si spíše uškodíte.
- 11) Přidávat fotografie malých dětí vašich blízkých by mělo být se souhlasem.
- 12) Nepřidávejte nevhodné hashtagy.
- 13) Dávejte si pozor na propojení účtů s ostatními sociálními sítěmi.

### **Pozornost**

Touhu po pozornosti na sociálních sítích si vytváří mnoho dospívajících. Často rádi experimentují, jsou ambiciózní a chtějí se dorovnat těm, kteří mají na sociálních sítích velká čísla sledování. Anebo chtějí mít čistě větší pozornost ve svém okruhu přátel. Potřeba odhalení sama sebe je ze všech oblastí nejintenzivnější právě na sociálních sítích. A právě díky nim se dospívajícím dětem může dostat pozornosti i za hranicemi sociálních sítích v jejich offline životě (Uhls, 2018). Jak tvrdí Gregor a Vejvodová (2018, s. 53): „Můžeme sledovat celý svět a celý svět může sledovat nás“. Uhls (2018) ve své knize zmiňuje, že sdílený obsah dospívajících se často

týká jich samotných. Často tedy hovoří především o sobě a o svých myšlenkách. Nemusí to být ale hluboké myšlenky. Pubescenti často sdílejí jednoduše své prosté zážitky. Často v nás vyvolává lepší pocit, pokud mluvíme o sobě, svých pocitech a zážitcích. Greenfieldová (2016) dodává, že identity jednotlivých profilů na sociálních sítích jsou spíše implicitní. Cílem sdílení je ukázat, co se v našich životech děje, není to o dlouhých příspěvcích, které budou vypadat jako esej. Aiken (2021) tvrdí, že pomocí sdílení hledají dospívající zpětnou vazbu, pomocí které dokážou sami sebe definovat.

Pozornost na sociálních sítích tvoří i naše hranice sdílení. Čím jsou naše hranice širší, tím spíše se dočkáme větší pozornosti. Vše začíná u profilového obrázku, který tvoří základ každé sociální sítě. Profilová fotografie je něco, co by mělo zaujmout. Dospívající tak ukazují svou image a vytváří tím prvotní představu o sobě (Uhls, 2018). Tato představa se ale může v reálném světě lišit, např. při případném upravování fotografií a úpravě zevnějšku. Jednodušeji řečeno, dnes je velmi trendy využívat filtry, které nám mohou jakkoliv změnit náš obličej. Zde se pak online představa s realitou výrazně míjí. V krajních případech tyto tělesné úpravy mohou dospívající vést k touze změnit se trvale pomocí plastických zákroků (Aiken, 2021). Funguje to i opačným směrem. Pokud si kdokoliv založí instagramový účet s nic neříkající fotografií, může se jednat i o falešný profil, zaměřující se např. pouze na kritizování ostatních. Webový portál iRozhlas (2019) uvedl, že v první polovině roku 2019 bylo na sociální síti Facebook smazáno 5,4 miliard falešných účtů. Zároveň na sociální síti Instagram bylo v první polovině roku 2019 odstraněno 1,7 milionu nevhodných příspěvků. Měli bychom být pozorní, na internetu může kdokoliv předstírat, že je někým jiným (Stowell, 2017). Dočekal et al. (2017) uvádí, že pro 62 % dospívajících je naprosto zásadní vypadat na sociálních sítích dobře, ještě lépe než v realu. Ideálem krásy na sociálních sítích je být dokonalý, při nejlepším ve všech směrech. Ona dokonalost je občas hraniční. Pokud dospívající sledují sociální sítě, mohou snadno nabýt dojmu, že ty, které sledují, jsou bezchybní. Jsou neustále upravení, mají spokojené a šťastné životy; mají skvělé známky, hodně peněz a jejich kamarádství by jim měl každý závidět. Tímto mohou ostatní dojít až k pocitu méněcennosti. Velká touha po pozornosti dokáže přinést i mnoho negativního. Odměna na sociálních sítích se nazývá „like“. Pochopitelně čím více jich je, tím více lze navýšit povědomí o daném uživateli. Tzv. „like“ vytváří jisté ohodnocení, které způsobí větší pozornost. Příspěvek se dostane k velkému množství jiných uživatelů. Různé algoritmy např. Instagramu pak nabízejí tento příspěvek ke shlédnutí ohromnému množství lidí (Dočekal et al., 2019). Toto se děje za předpokladu, že má někdo veřejný profil. Greenfieldová (2016) ve své knize rozděluje tři kategorie, které odlišují možnosti, za jakým účelem se vytváří jednotlivé profily. První možností

je vytvoření na základě našeho pravého já. Nikdo na daného člověka netlačí, tudíž si svůj profil vytváří dle svého, a zároveň je tedy jeho profil co nejvíce autentický. Druhou kategorií je skutečné já. Zde už lze pozorovat určitý sociální nátlak. Posledním typem je nějaké vytoužené já. Toto „já“ právě často na sociálních sítích nalezneme. Jsou to určité představy o dané osobě, které jsou více přibarvené.

U pozornosti v souvislosti se sociálními sítěmi mluvíme také o tzv. multitaskingu. Tzv. všechno a současně najednou. Spitzer (2014, s. 203) se zabývá negativními dopady multitaskingu na dospívající, tvrdí že: „současné užívání více médií a s tím spojené současné vyřizování více úkolů naráz rozhodně hraje v duševním životě mnoha mladých lidí velkou roli“. Často mladí dělají více věcí najednou, často ony věci i zvládají. Dospívající s přehledem dokáže vysávat a zároveň kontrolovat Tik Tok. Zároveň dokáže s někým volat a psát na sociálních sítích zprávu. Jejich touha je vést k sítím, nechtějí, aby jim unikly nové důležité informace (Losekoot & Vyhnánková, 2019). Multitasking není zcela tou nejlepší volbou, ovšem činí náš mozek flexibilnějším (Spitzer, 2014).

## **2.6 Nebezpečí**

Nebezpečí je něco, co s sebou sociální sítě také přinášejí. Je důležité si uvědomit, že všechny možné negativní vlivy sociálních sítí nás mohou zasáhnout i v offline prostředí. Anebo také nemusí. Dospívající jsou na sociálních sítích všem nebezpečím daleko více vystaveni. Nemají ve většině případů dobrý odhad na lidi, také na věci i činy, které skrze sociální sítě dělají. Proto je také nastavena již výše zmíněná hranice věku 13 let pro založení sociálních sítí. Často se v souvislosti s nebezpečím na sociálních sítích řeší dezinformace, krádež identity, kyberšikana či ztráta osobních údajů např. k bankovního účtu (Ševčíková et al., 2014). Níže v textu jsou vybraná negativa, která rezonují společností a která velmi zasahují do životů dospívajících žáků na druhém stupni základních škol.

### **Sexting**

Sexting znamená posílání erotických fotografií a také zpráv. Jedná se často o intimní fotografie, které se šíří v mobilních telefonech žáků. Mnohdy se v této oblasti velmi moralizuje a často uváděným důvodem, proč neposílat tyto fotografie, jsou zmiňované následky. Pokaž to

danému žákovi pověst a jeho budoucnost tak nebude jednoduchá. Aiken (2021) ve své knize zmiňuje příběh, kdy se intimní fotografie žákyně dostaly až k vedení školy. Dočekal et al. (2017, s. 168) se obracejí k myšlence, kde vyzívají všechny, především rodiče, aby převzali realitu takovou, jaká je, a tedy přijmuli fakt, že se nějaká podobná událost děje. Spíše, než se pohoršovat nad daným tématem je důležitější nastolit si daná pravidla, která by uvedla, „jak bezpečně sextovat“. Dále autoři Dočekal et al. (2017) popisují, že díky nenucenému posílání těchto fotografií je pro dospívající žáky sexting něco jako zaručená informace, že se mezi dvěma dospívajícími skutečně vytvořil partnerský vztah. Stejně tak si ale právě mnoho z nich dopředu neuvědomí, že se v pozdějších letech mohou setkat s nepříjemnou situací vystavení takovéto fotografie na internet. Jisté ale je, že pokud se do této situace jakýkoliv dospívající dostane, je mnohem zranitelnější (The Beastess, 2016). Dospívající jsou v této problematice nejohroženější skupinou.

Do této oblasti posílání intimních fotografií lze zařadit i sexuální agresory. Predátoři se chovají různě, někteří se zaměřují primárně na získání erotických fotografií, jiní zas aktivně nezletilé vydírají (Slussareff, 2022). V roce 2020 vznikl tvrdě realistický český film s názvem V síti. Tento snímek důkladně ukazuje realitu časté nevědomosti, převážně dospívajících dívek, v oblasti důvěřivosti na sociálních sítích. Možná že spíše, než o důvěřivost se jedná o neinformovanost těchto dívek či chlapců. Pokud se jedná o takový způsob sextingu, který je zaznamenaný ve filmu, má formu náhodných setkání dospělého sexuálního predátora, jenž míří na nezletilé dospívající dívky. Zde mezi dvěma dotyčnými není přímý/známý vztah. Důvodem jsou setkání ve virtuálním prostředí, kde si také ovšem dospívající zvyšují svůj věk. Opakem je sexuální zneužívání, které často probíhá mezi osobami, které se znají. V této oblasti mají dospívající k agresorovi již vytvořen nějaký vztah, který je postavený na důvěře (Boydová, 2017). Na zmíněný film navazuje kniha, Kdo chytá v síti. Autorka Pecháčková (2020) zaznamenala jednotlivé konverzace s predátory. Zároveň někteří byli ochotni sejít se na anonymní rozhovor. Z rozhovoru se sexuálním predátorem vyplývá, že důvodem jeho aktivity na internetu a psaní si s dospívajícími dívkami byla především touha je poznat a možná tak zapomenout na stáří. Jeden z predátorů měl doma patnáctiletou dceru. Sám si psal s dvanáctiletými dívkami. Často ve zprávách docházelo k nátlaku, někdy zde byla pokládána odpovědnost ze strany agresora na jednotlivé dívky. Tak je daný agresor často dostal do takových situací, které on sám potřeboval. Vytvořil na ně nátlak. Ty se pak samy měly rozhodovat, co vlastně chtějí. Dvanáctileté děti někdy neví, co vlastně chtějí. Důvodem nátlaku těchto agresorů zaměřujících se na raně dospívající dívky je většinou jejich neschopnost komunikace. Často také nedokáží komunikovat s dospělými lidmi. S většinou predátorů z filmu bylo zahájeno trestní stíhání. Důležité je nezapomínat, že není

primárně zaručené, že každá konverzace dospívajícího žáka s dospělým člověkem, musí vyústit v sexuální obtěžování (Boydová, 2017).

### **Dezinformace**

Pokud je nějakou věkovou skupinu možné zastrašit, ovlivnit nebo snad také znervózňt, bude to skupina žáků na druhém stupni základní školy. Fake news neboli dezinformace využívají ke svému šíření části pravdivých zpráv, které následně přikládají věrohodnost danému sdělení (Slussareff, 2022). V dnešní době právě masová média pomáhají rychleji šířit tyto fake news. Gregor a Vejvodová (2018) připomínají, že narozdíl od hoaxů fake news mají přesně zaměřeno na zmatení a manipulaci obyvatel. Hoaxy jsou spíše nenucené poplašné zprávy. Početnost dezinformací se kvůli rozvoji a ohromné návštěvnosti sociálních sítí značně zvyšuje. Oddělit je od reality je mnohdy těžké. Ke schopnosti rozeznat dezinformace by měli žákům pomoci jak rodiče, tak škola. Ve škole by to měla být zmiňovaná mediální výchova, která je ve většině vzdělávacích institucí opomíjena. Slussareff (2022) prezentuje několik možných rad směřovaných rodičům. Jedná se primárně o otázky týkající se zamýšlení nad cílením reklamy na YouTube. Rodiče by se mohli ptát, co v dětech reklama vyvolává a zda jim na reklamě nepříjde cosi zvláštního. Pokud sledují dospívající nějaké osobnosti dominující na sociálních sítích, měli by rodiče děti upozornit na sledování názoru daného „influencera“. Děti by mohly zkusit odhadnout, zda daná osoba předává názory nezaujatě, nebo zda propaguje jeden směr, za který může být finančně odměněna. Na dominanci bulvárních plátků a zpráv upozorňují Gregor a Vejvodová (2018). Nejvyhledávanější informace jsou dle nich bulvární texty a zprávy, které se každý den šíří skrze novinové články i sociální sítě. U tohoto typu zdrojů by se měla mít většina čtenářů na pozoru z důvodu možné nepravdivosti uváděných informací. Tyto informace mají čtenáře ohromit a zaujmout. Pravda v tom ale nemusí vůbec být.

Dočekal et al. (2019) zmiňují projekt Zvol si info. Tento projekt vytváří workshopy jak pro základní, tak střední školy. Cílí na jednotlivé učitele i širokou veřejnost a zaměřuje se na média, dezinformace a aktuální témata – to vše s malými dětmi. Jedná se o tým složený ze skupiny studentů Masarykovy univerzity (zvolsi.info, 2023).

Autoři tohoto projektu uvedli pět možností, jak lze rozpoznat dezinformace (Dočekal et al., 2019):

- 1) *Zdroje*. Čtenáři by se měli zaměřit na citování zdrojů. Pokud nějaká poplašná zpráva nemá žádný zdroj, je velmi pravděpodobné, že se jedná o lživou a zavádějící informaci.
- 2) *Svalování viny*. V demokratických zemích máme vždy možnost volby. U zpráv, které nám ukazují jen jednu možnou správnou variantu je opět důležité zastavit se a zapochybovat o pravdivosti dané sdělení.
- 3) *Vymyšlení faktů*. Je velmi důležité, abychom si všechny informace ověřovali. Mnoho zpráv „spoléhá“ na lenost čtenářů.
- 4) *Manipulace s obrázky*. Photoshop nebo dnes velmi populární umělá inteligence dokáže vytvořit k šokující informaci šokující obrázek. Čtenáře může pravdivost informace zmást vlivem přiloženého obrázku.
- 5) *Hra s emocemi a dramata*. Vyvolávat v lidech negativní emoce je jedním z nebezpečných prvků vedoucích k ovlivňování.

### **Kyberšikana**

„Agrese, opakování a nepoměr sil,“ těmito několika slovy charakterizuje Boydová (2017, s. 161) formu kyberšikany. Není to ovšem zcela kompletní. Kyberšikana je přenesena do online prostoru. S tím souvisí i fakt, že je mnohem rychlejší než klasická šikana. Kvůli její rychlosti se i zintenzivňují její projevy. Šíří se mezi širokou škálou lidí a jejími účastníky jsou i žáci, které by v offline světě nenapadlo někomu provést (Slussareff, 2022). Často je těžké odhadnout, že leckteré jednání už je za určitou hranicí a že se jedná o kyberšikanu. Stowell (2017) zařazuje mezi formy kyberšikany vulgární či výhružné zprávy, úmyslné zakládání falešných identit za účelem zesměšnění daného jedince, stejně tak neustálé hrubé zmínky v komentářích nebo vynucování intimních fotografií, podobně pak následné rozesílání. Kardaras (2021) řeší ve spojitosti s kyberšikanou převážně dívky. Počátky kyberšikany, především u dívek, spojuje s negativními myšlenkami směřujícími od přátel ze sociálních sítí. Jako vyústění autor uvádí možné sebevražedné sklony.

## **Negativní emoce**

Pokud se dospívající pohybují v sociálních sítích více aktivně, zažívají leckteré pocity, které je ovlivňují celé dny. Sociální sítě si u dospívajících nenuceně vyžadují být dokonalý. Jak už ale bylo zmíněno výše, dokonalost na sociálních sítích má těsné hranice. Po delším sledování sociálních sítí často žáci odcházejí se špatným pocitem. Price (2018) trefně charakterizuje mobilní telefony jako „Pandořinu skříň emocí“. Negativní emoce uživatele ovlivňují více, než si sami uvědomují. Pozitivní nálada se na sociálních sítích projevuje ohodnocením– zde tedy formou ocenění tzv. like, komentářů, sdílení aj. Pokud se dospívajícímu, který se těchto hodnot snaží každý den dosáhnout, nedostávají velká čísla – v začátcích se jedná alespoň o tisíce nových sledujících či vysokého počtu sdílení, odchází od obrazovky se špatnou náladou, negativními pocity či někdy i s depresí (Slussareff, 2022). Faktem také zůstává, že pokud přicházíme na sociální sítě s negativními emocemi, přirozeně budeme sledovat negativní obsah. Výsledkem bude prohlubování špatné nálady. Ovšem platí to i opačně. Dospívající se v dnešní době často vymezují vůči dobrovolným aktivitám, a to jak ve školním, tak domácím prostředí. U dospívajících žáků na druhém stupni základní školy je to již pouze 9 % žáků, kteří se dobrovolně podílejí na školní činnosti (Spitzer, 2014). Slussareff (2022) upozorňuje, že v komunikaci s dospívajícími by neměla chybět reflexe jejich pocitů, aby se pokusili si samostatně uvědomit, jak se cítí před a po užívání sociálních sítí. Podobně by si žáci měli uvědomit, že sociální sítě jsou opravdu virtuální prostora že každý uživatel sdílí jen to, co uzná za vhodné. Proto na sociálních sítích nenalezneme tolik negativních příspěvků. Lidé se snaží sdílet převážně to dobré, v tom se cítí silnější.

## **Spánek**

Spánek je pro člověka forma regenerace, forma uvolnění a část odpočinku. Dnešním dospívajícím se kvalitní spánek vytrácí. Mnozí zaznamenávají menší množství samotného spacího času. U dětí to ovlivňuje jak jejich psychické, tak fyzické vlastnosti (Turgeonová & Wrightová, 2023). Nedostatek spánku může konkrétně ovlivnit sníženou imunitu, cukrovku II. typu, nemoci spojené se srdeční funkcí, dále rizika nakažení se infekcí, v neposlední řadě také rakovinotvorné nemoci (Spitzer, 2017). Dočekal et al. (2019) zdůrazňuje, že téměř polovina dospívajících je ještě



před spánkem aktivní na svých mobilních zařízeních, především jsou cílem návštěvy sociální sítě. Dospívající často o víkendu dospívají spánkový deficit z celého týdne. Nemění se ovšem nic na faktu, že jdou spát později z důvodů, kontroly sociálních sítích před spaním. Především u dospívajících, ale nejen u nich je důležité omezit před spánkem sledování sociálních sítí na mobilních zařízeních nebo také omezení umělého osvětlení (Turgeonová & Wrightová, 2023). Důvodem špatného spánku v souvislosti s používáním mobilních zařízení před spánkem je modré světlo vyzařující z mobilních i televizních obrazovek (Slussareff, 2023). Price (2018) popisuje dopad modrého světla na organismus před spánkem. V této fázi se produkuje melatonin, který lidskému tělu udává pocit spánku. Při větší koncentraci modrého světla produkce melatoninu ubývá a daný jedinec tak nemá pocit únavy. Je jasné, že většina rodičů nemá tušení, jak dlouho jsou jejich děti po jejich lenutí si do postele stále ještě aktivní v online prostoru. Dočekal et al. (2019) doporučuje rodičům předčítat dětem knihu, což se již u pubescentů zcela neuplatní. Další možností je uložení všech zařízení do jiné místnosti než do té, kde dospívající spí. Slussareff (2023) dodává, že pro lepší spánek je důležité odložit všechna zařízení vyzařující modré světlo 90 minut před spánkem.

### **Seznámení s neznámými lidmi v sociálním prostředí**

Existují rodiče, kteří chtějí maximálně chránit svoje děti před vším špatným, co se na sociálních sítích odehrává. Dospívající ovšem chtějí poznat to, co využívají jejich vrstevníci, a to i přes zákazy rodičů (Boydová, 2017). Mnoho dnešních dospělých nezatajuje informace, že se s mnohými svými kamarády či partnery seznámili prostřednictvím sociálních sítí. Jinak tomu není ani u dospívajících. Zde je ta touha taktéž ohromná. Ševčíková et al. (2014, s. 78) informuje, že se „ze zkoumané populace s někým neznámým na internetu během posledního roku bavilo 46 % respondentů“. Jako důvod této komunikace autorka udává i fakt, že se dospívajícím díky komunikaci s neznámými lidmi zlepšuje nálada. Dospívající zde mohou u jiných lidí naleznout větší porozumění. Více zde najdou pochopení, které si pak přejímají do svého osobního života. Přesto je opravdu důležité, aby si dospívající byli na 100 % jisti, s kým na dané sociální síti komunikují (The Beastess, 2016). Zda tuto oblast přímo přesunout do rizik, které nám sociální sítě přinášejí, je otázkou. Na pomyslné škále mezi riziky a pozitivy by tento bod mohl ležet uprostřed.

## **Fyzické dospívání**

I vnímání fyzického dospívání se díky sociálním sítím mění. V rámci období pubescence se tělesný vývoj dospívajících rapidně vyvíjí. Stejně tak se proměňuje i přemýšlení nad vlastním tělem. Často se zde vyskytují jisté problémy.

Téma změny zevnějšku – vylepšení svého vzhledu, je v posledních letech velmi diskutované, především mezi dívkami. Dospívající přidávají na sociální sítě svoje fotografie, které jak již víme, vzbuzují pocit dokonalosti. Tím ale sami sebe dostávají do situace, kdy mají o sobě jiné mínění – často takové, které se neslučuje s realitou (Slussareff, 2022). Tato změna zevnějšku se ale mění různými úhly a filtry fotografie. Mezi toto upravování se řadí např. aplikace FaceApp. Mnohdy se mladé dívky dostanou do situace, kdy nejsou spokojené se svým vzhledem natolik, že chtějí podstupovat jiné estetické zákroky v již mladém věku (Dočekal et al., 2019). U dívek se v souvislosti s tělem často diskutuje problematika anorexie a bulimie, u chlapců bigorexie– zde je problém s velmi častým cvičením (Slussareff, 2022).

## **2.7 Pozitiva sociálních sítí**

Slussareff (2022) uvádí, že je těžké naleznout hranici mezi negativními vlivy, které mohou být se sociálními sítěmi spojeny a jejich pozitivním přínosem. Často se jedná o dvě strany jedné mince. Alhothali a Aljefree (2023) ve svém výzkumu jmenují pozitiva, která dospívající uvádějí ve vztahu se sociálními sítěmi. Jedním z příkladů je posílení positivity. Při sledování jednotlivých tzv. influencerů, tedy osobností s velkým počtem sledovatelů, to uživatelům přináší kladné emoce. Influenceri tedy žijí šťastný život a tím jdou příkladem pro své sledující. Motivace je další z uvedených pozitiv. Motivace se může týkat zdravého životního stylu, cvičení nebo se může např. vztahovat k sebelásce. Často jsou mnohé účty pro uživatele sociálních sítí užitečné. Příspěvky nabízejí různé recepty, jsou zde dohledatelné rady a tipy o mateřství, výchově, péči o pleť a tělo. Je jen na daných uživateli, koho si vyberou ke sledování. Neméně důležité pozitivum je čistě jen zábava. Tu nám sociální sítě přináší ve velkém. Uživatelé sledují, co dělají jejich přátelé či influenceri. Sledují vtipné profily s humornými videi nebo také živá vysílání, zaměřující se na téma, která je zajímají. Turgeonová a Wrightová (2023) uvádějí z psychologického

hlediska také stav tzv. flow. Díky tomuto stavu se dospívající dostávají do úplného ponoření do sledování sociálních sítí, her či jiných online aktivit, kdy naprosto vytěsňují okolní vlivy. Tento stav jim přináší odproštění se od negativních pocitů negativních pocitů a později jsou příjemně naladěni.

Witek (2018) se zaměřuje na další klady, která nám sociální sítě přináší. Mezi ně patří informovanost. Dnes sociální sítě představují pravděpodobně nejrychlejší možný informační zdroj. Lze sdílet krátké, jednoduché a přímé zprávy velmi aktuálně. Je možné zde najít zajímavé příspěvky – tedy obsah i od různých odborníků. Mnoho odborníků si uvědomilo využívanost sociálních sítí, a proto se mnozí přesunuli i do online světa. Posledním pozitivem, a to převážně pro tvůrce, je reklama a reklamní sdělení. Snadno si díky reklamě a spolupracím s jednotlivými firmami mohou finančně vydělat.

## **2.8 Sociální sítě a reklama**

Již několikrát byla v této diplomové práci zmíněna finanční odměna za práci na sociálních sítích, která je připisována tzv. influencerům. Tato odměna připadá za propagování jednotlivých produktů. Firmy tedy formálně osloví jednotlivé online tvůrce, kteří mají velký dosah. Dosah je údaj, kolik konkrétní influencer může oslovit uživatelů. Čím více sledujících daný influencer má, tím má větší dosah. Vývoj reklamy na sociálních sítích byl také velmi zdlouhavý a náročný. Reklama na sociálních sítích nebyla zpočátku příznávána. Uživatelé tedy neměli zcela jasno, kdo a jak pomocí uživatelů vydělává. JSNS (2023) hovoří o skryté reklamě. Uživatelé tedy jednoduše nepoznají, že se jedná o reklamu. iRozhlas (2020) upozorňuje na zavedení kodexu influencerů. Tento kodex vytvořila Platforma profesionální komunikace. Pokud tedy je jakákoliv reklama na sociálních sítích, musí být zcela zřetelně uvedeno, že se jedná o placenou spolupráci. Aktuálně je velmi kritizováno uživateli, pokud daný zprostředkovatel reklamu neoznačí jako placenou. U dospívajících dětí existuje velké riziko nerozpoznání reklamy. V dobách, kdy reklama nebyla příznávána, děti nebyly schopné rozeznat, zda se jedná o reklamu a přímé zacílení na ně (Vavříčková, 2010).

Vavříčková (2010) upozorňuje, že děti tvoří největší skupinu, na které reklama cílí. Důvodem je také jejich aktivita v online prostředí, v němž se velmi významně pohybují. Reklamy se objevují na mnohých internetových stránkách. Mnohdy je ovlivňují algoritmy, které nám později nabízejí reklamy na věci, které sledujeme (JSNS, 2023). Mediaguru (2023) vytváří články

v sekci reklama, které mimo jiné také upozorňují na jednotlivé firmy a jejich spolupráci s konkrétními lidmi.

Je důležité, aby si děti uvědomily, že mnohé reklamy, které jsou prezentovány na sociálních sítích, nejsou tak výhodné, jak se zdají být. JSNS (2023) uvádí audiovizuální lekce (v sekci Marketing a reklama) s mnoha dokumenty, které se hodí jak pro rodiče, tak především pro výuku ve škole. Je zde k prostudování mnoho dokumentů, pracovní listy, plakáty i samotné možnosti, jak zařadit využití téma reklamy ve vyučovací hodině. Dospívající si tak mohou uvědomit, jak případně neutráct za nicneříkající produkty. Podobně také Stowell (2017) hovoří o nakupování dětí v aplikacích, především těch herních. Autor upozorňuje, že ne všechny bezplatné aplikace jsou skutečně bezplatné a děti si tak musejí dávat pozor na dodatečné možné platby za vyšší levely dané hry.

Price (2018) nabízí pohlížení na reklamu na sociálních sítích i z jiného úhlu. Autorka si klade otázku, proč při stahování a zakládání sociálních sítích nic neplatíme? Proč jsou ty nejvyužívanější sociální sítě v jejich základní podobě zadarmo? Odpovědí autorky je fakt, že uživatelé sociálních sítí jsou pomyslní zákazníci. Výsledným produktem je jejich pozornost. Jedná se tedy i o již zmíněné algoritmy, které uživatelům předhazují jiné příspěvky podobné těm, které si v předešlé době sami vyhledávali. Čím více jsou uživatelé aktivní, tím přitahují více pozornosti pro personalizování reklamních sdělení.

## **2.9 Rodiče a online děti**

Děti mají první kontakt s médii doma v rodinném prostředí. Rodina je velkým příjemcem všech mediálních sdělení. V dnešní době je velmi obvyklé, že v mnohých místnostech domovů nalezneme určitá média. Televize, často v dnešní době využívaná pro možnosti sledování videí z aplikací na internetu. Leckde lze naleznout i rádia, dále také tablety, počítače aj. Počítače či tablety využívají dospívající pro školní vzdělávání, dospělí pro svoje zaměstnání (Ševčíková et al., 2014). Rodiče jsou často také prvními, kdo své děti seznámí se sociálními sítěmi. Později, právě v období dospívání, může mezi rodiči a žáky dojít k rozdílnému chápání online prostoru. Mezigenerační rozdíly vytvářejí propast mezi rodiči, kteří sociální sítě, vyskytující se všude kolem, vnímají negativně a dětmi, které online věci bezmezně obdivují. Mnoho rodičů také zmiňuje, že v dnešní online době je výchova dětí těžší než dříve (Nadeem, 2020). Děti generace

alfa se narodily do doby, která je předurčila k využívání sociálních sítí na každodenní bázi. Je to generace, která je naprosto obklopena všudypřítomnými médii (Uhls, 2018).

Slussareff (2022) rozděluje tři možné kategorie rodičů dle jejich postoje k ochraně svých dětí v online světě. Prvním typem jsou rodiče, které nazýváme **kontrolaři**. Rodiče v této skupině se svoje dítě snaží velmi chránit před negativními jevy spojenými s mediálním prostorem. Zároveň se pokouší zaměřit se na čas, který jejich děti tráví online. Druhou skupinou jsou **občasní prudiči**. Tito rodiče se o online životy svých dětí tolik nezajímají. Fungují zde občasné zakazy návštěv např. sociálních sítí. Ambrožová et al. (2021) ve svém výzkumu zkoumala trestání dětí rodiči skrze zakazování používání jednotlivých médií. Z výsledku vyplývá, že rodiče zakazují především hraní počítačových her a samotný čas strávený u počítače. Tyto obě formy trestu byly aplikovány u 50 % respondentů a často byly využívány jen krátkodobě. Slussareff (2022) dále ale uvádí poslední skupinu, kterou jsou **rodiče partneři**. Kategorie těchto rodičů je typická pro utváření hranic. Typické je vysvětlování věcí a důsledků, které by mohly po nebezpečném používání technologií a internetu nastat. Pokud bychom jednotlivé kategorie rodičů ve výzkumu Ambrožové et al. (2021) převedli na rozdělení Slussareff (2022), největší zastoupení z výzkumu mají právě rodiče partneři. Je také důležité, že i rodiče mají možnost vzdělávat se (Dočekal et al., 2019). Na internetu je mnoho kurzů/webinářů, jak online, tak offline, které mohou rodiče navštívit a dozvědět se, jak efektivně pracovat s dětmi, co se týká využívání moderních technologií. Taktéž je důležité si uvědomit, že začít pracovat s touto problematikou je nutné včas. Zároveň, jak dále zmiňuje Slussareff (2022), je nutné přizpůsobit styl kontrolování dětí v online prostředí jejich věku. Někteří rodiče se pokouší sledovat stejně rychle jako jejich děti nové aplikace, sociální sítě nebo vzorce chování, které sociální sítě přináší. Rodiče, jejichž děti jsou ve vývojové fázi puberty, často ve svém sledování již polevují. Jejich děti jsou mnohdy o několik kroků napřed (Uhls, 2018). Ševčíková et al. (2014) tvrdí, že rodiče zaměřují největší kontrolní pozornost na menší děti. Z hlediska genderu jsou více kontrolovány dívky. Kontakt rodičů s dětmi je v oblasti online světa a sociálních sítí často složitý. Uhls (2018) uvádí několik doporučení pro rodiče, které by ve vztahu k dětem a online prostředí mohli ve výchově využít:

- 1) To, jak děti od útlého mládí vnímají technologie, pramení především z pozorování. Pokud rodič tráví mnoho času na mobilním zařízení, měl by si dávat pozor na to, že děti poměrně rychle přejímají jednotlivé návyky.
- 2) Dnes si mnoho rodin nenajde společný čas, který by trávily pospolu bez využívání online prostředí. Rodinný online detox je potřebný.

- 3) Golem efekt. Pokud rodiče budou vnímat a předjímat věci a myšlenky negativně, bude se to v negativním dále projevovat. Negace nepřinese nic pozitivního. Při komunikaci by rodiče měli dbát i na pozitiva, která dětem sociální sítě přináší.
- 4) Zkuste sledovat to stejné, co vaše děti, a buďte jejich průvodcem. Cílem je učení se kritickému myšlení u dětí.
- 5) Propojte online a offline svět.

Rodiče by měli sledovat volný čas svých dětí. Nadeem (2020) uvádí, že 89 % rodičů potvrzuje, že jejich děti sledují již ve věku 5–11 let sociální síť YouTube. Dnešní volný čas se nejvíce vyplňuje trávením na sociálních sítích. Zkuste využít potenciál online světa. Správným využíváním mediálního prostoru mohou rodiče ve svých dětech zakotvit zdravé sebevědomí, kritické myšlení, důvěru i hodnoty, které budou dále rozvíjet. Největší hrozbou jsou na sociálních sítích jistá nebezpečí, která jsou zmíněna v kapitole 2.6. Na tyto hrozby by rodiče neměli zapomenout. Obdobně tak na diskutování o pozitivních věcech, které sociální sítě a mediální prostor přináší (Slussareff, 2022).

## 2.10 Digitální detox

Přesně 6. února slavíme světový den bez mobilních telefonů; 21. září se lze zapojit do mezinárodního dne offline. Jedná se tedy o den, kdy se již večer předtím zcela kompletně odpojeme od mobilních zařízení, sociálních sítí a celkově od online prostoru. Tento den vyhlásil Magazín Flowee ve spolupráci s Národním centrem bezpečnějšího internetu. Jednotlivé uživatele nabádá ještě před vypnutím všech mobilních zařízení k šíření hesla #denoffline, aby se koncept daného dne dostal k většímu počtu lidí. Akci podpořilo mnoho známých osobností např. Tomáš a Tamara Klusovi, Jonáš Čumrik, Karel Kovář, Nikola Čechová nebo také Karel Janeček (Flowee, 2019). Důvodem založení tohoto dne je možné uvědomění si, že skutečně využíváme mediální prostor, sociální sítě, online mapy či vyhledávání jízdních spojů na denní bázi. Mnohdy si nelze představit, jak se dá fungovat bez virtuálního světa. Tento den může mnohé velmi obohatit, minimálně o novou zkušenost prožít den offline. Taková zkušenost je v této době velmi vzácná především pro generaci dospívajících, která, jak již bylo zmíněno, byla předurčena k aktivnímu využívání mediálního prostoru. Dočekal et al. (2019) popisují dvojí zapojení uživatelů do výzvy dne offline. První skupina si zakládá na odpojení se od online světa v úplném měřítku. Druhá skupina si nechává otevřený prostor pro případné důležité telefonní hovory.

Často děti a dospívající skrze mobilní telefonu zaplňují nudu. Pokud sami neví, co dělat a jak se zabavit, sahají po mobilních telefonech a navštěvují sociální sítě nebo hrají hry. Slussareff (2022) ale doplňuje, že pozitiva ve hraní těchto online her jsou v oblasti rozvoje cizího jazyka, kreativity, gramotnosti aj. Přesto je velmi důležité vytyčit si v rámci rodiny den, kdy se celá rodina odpojí od online světa, což může představovat rodinnou výzvu. Samozřejmě to platí pro všechny členy. Pokud by rodiče tento offline den vyžadovali jen po svých dětech, taková akce nebude mít valný účinek. Stowell (2017) se zaměřuje na přínosy digitálního detoxu, které spatřuje v lepší a uvolněnější náladě i celkovém lepším pocitu. Dočekal et al. (2019) poukazuje na online budoucnost. Obává se, že pokud se uživatelé nezaměří na digitální detox a občasné uvolnění se od online prostoru, kde se nachází veškeré informace, které zde proudí velkou rychlostí, může to uživatele dostat do nepříjemných osobních situací. Price (2018) tvrdí, že vztah ke svým mobilním telefonům, potažmo právě sociálním sítím, si uživatelé nastavují sami. Je jen na nich, jaký postoj k nim zaujmou nebo jaké hranice si vyměří při jejich využívání.

### 3 SOCIÁLNÍ SÍŤE<sup>2</sup>

Tato kapitola se zaměří na online rozhovory, podcasty a instagramové profily, které se zaměřují na tematiku dospívajících a sociálních sítí. Ukazuje se tedy, že se tato problematika zároveň řeší přímo v centru sociálních médií. Sociální sítě jsou plné různých příspěvků. Pro mnohé se staly hlavním zdrojem informací, inspirace v oblastech vaření, cvičení, líčení, vzdělávání, cestování nebo také investování. Nalezneme na nich ale i témata, která řeší tematiku sociálních sítí a hlavní aktéry této diplomové práce – dospívající. Míra sdílení na sociálních sítích je ohromující. Sítě v hrsti (2022) uvádí, že uživatelé Instagramu, kteří dosáhnou více než 1 000 sledujících, mají šanci se více profesionálně věnovat influencerství. V online prostředí existuje mnoho článků i knih, které uvádí rady a návody, jak lépe se sociálními sítěmi pracovat. Knižním případem je Jak na sítě (2019). Popisuje, motivuje a nabádá, jak správně pracovat s reklamou a jednotlivými účty. Jiné články popisují, v jaké míře je dobré sdílet instagramové příspěvky, jak často nebo také v jaké konkrétní dny a hodiny. Sítě v hrsti (2022) rozděluje ideální počty sdílených příspěvků dle toho, kolik má daný influencer počet sledujících. Pokud má např. více jak 250 000 sledujících, je vhodné sdílet minimálně jeden příspěvek za týden a nadále nahrát denně minimálně 10 mluvených Instagramových Stories – krátkých videí, která se během 24 hodin smažou.

Je pochopitelné, že většina online rozhovorů či podcastů je primárně určena pro rodiče dětí a dospívajících. V České republice je mnoho lidí, kteří se chtějí na toto velmi aktuální téma zaměřit a pomoci tak rodičům nastínit problematiku sociálních sítí. Mezi nejzajímavější rozhovory se řadí podcast Vinohradská 12, jejíž autoři sociální sítě rozebírají v několika příspěvcích, a to s několika odborníky z různých odvětví. Doporučené podcasty přímo z učitelského prostředí jsou např. Hovory z kabinetu nebo Škola volá. Sociální síť YouTube nabízí mnohá videa, česká i zahraniční, ve kterých mohou rodiče najít jak pochopení, tak i možné rady, jak se zachovat v situacích, kdy se sledování nebo využívání sociálních sítí stávají nezvladatelnými.

#### **Světové hranice**

Sociální sítě jsou celosvětovým tématem a obdobně, jako se řeší na základních školách, řeší se i ve velkých nadnárodních organizacích. Filipová v podcastu u Skalický (2023a) popisuje stanoviska Evropské unie k sociálním sítím ve vztahu k dospívajícím. Konkrétně se odvolává na Akt o digitálních službách. Zde by se dospívajícím měla dostat ochrana před reklamními



příspěvky. Dále by se měl postupně omezovat obsah, který se ke screenagerům dostává a podobně by se měl změnit i systém ochrany osobních údajů. Evropská rada (2023) uvádí že identifikovala 17 sociálních sítí i internetových vyhledávačů a internetových portálů, které budou zavázány dodržovat pravidla nastolená Aktem o digitálních službách. Jiným příkladem je situace ze Spojených států amerických, státu Utah. Tento stát, jak uvádí Filipová v podcastu u Skalický (2023a) se pyšní svým zakazujícím přístupem, již skrze zákony, k využívání sociálních sítí. Tyto zákony se vymezují proti používání sociálních sítí u dětí v nočních hodinách. Interval, kdy děti a dospívající nesmějí využívat sociální sítě, je od 22:30 do 6:30 ráno. K vytvoření profilu na online platformách musí mít dospívající v Utahu povolení od zákonných zástupců, kteří mají zároveň volný přístup do všech těchto profilů svých dětí. Je patrné, že se zde vytrácí soukromí dospívajících. V porovnání těchto dvou přístupů je více vyzdvihován princip, který v únoru roku 2024 zavede Evropská unie. Je daleko vhodnější nezakazovat používání sociálních sítí. Mnohem výhodnější je komunikovat s dětmi o jejich možnostech a otázky typu „Co je nového na Instagramu?“ připojovat k základním otázkám, které rodiče pokládají při návratu dětí ze základní školy.

## **Vliv**

Slussareff (2023) tvrdí, že by děti vstupující na sociální sítě měly mít něco jako svůj „digitální řidičák“. Měly by poznat, pokud s nimi někdo v online prostředí jedná špatným způsobem. Měly by vědět, kdy jsou jisté konverzace s neznámými lidmi za hranou, měly by vědět, že rodiče jsou pro ně oporou a že se na ně mohou obrátit, pokud mají pocit, že se v online prostředí necítí komfortně. Sociální sítě mají ohromný vliv na psychiku dospívajících. Horáček v podcastu u Skalický (2023b) popisuje, jak dospívající stresují příspěvky s událostmi, které se jich přímo netýkají. Dále také popisuje, jak je v dnešní době jednoduché ve společnosti vytvořit pocit nedůvěry k online informacím. Svou vinu na tom mají i konspirační teorie, které se skrze sociální sítě objevují stále častěji. Je důležité udržet si svůj vlastní pohled na danou věc a popřípadě se přeorientovat na důvěryhodné zdroje. To je ale stále pro většinu dospívajících těžké. Filipová v podcastu u Skalický (2023a) řeší vliv na dospívající i z hlediska pohlaví, kdy právě dívky jsou více ovlivněny. Důvodem je dle Filipové u Skalický (2023a) dívčí tendence více věci komentovat. Chlapci mají spíše touhu soutěžit, což praktikují díky online počítačovým hrám.

Slussareff v podcastu Skalický (2022) popisuje výsledky z evropské studie závislosti z roku 2019. Zde se zjistilo, že se u dospívajících snižuje závislost na alkoholu či cigaretách.

Závislost na sociálních sítích či internetu není prozatím zcela jasně definována. Jako behaviorální závislost v souvislosti se sociálními sítěmi se uvádí závislost na počítačových hrách. Ovlivněna je především psychika dospívajících. A jak nadále Slussareff (2023) v jiném rozhovoru uvádí, závislostí na hraní počítačových her trpí 3–5 % dospívajících.

## **Rodiče**

Mnoho rodičů seznámí své děti se sociálními sítěmi samo. Nejčastěji při svém vlastním prohlížení sociálních sítí. Vokrouhliková (2021) upozorňuje na nebezpečí sdílení fotografií dětí rodiči. Je zde velký problém, kdy v budoucnu lze snadno dohledat tyto fotografie s texty a mohou snadno posloužit k šíření osobních informací. Na toto neadekvátní sdílení reaguje Vokrouhliková (2021) projektem „Stop online“, kterého je sama součástí. Další možnost brzkého kontaktu se sociálními sítěmi zaznamenáváme u aplikace YouTube Kids, což je sociální síť určená pro děti do 12 let. V procesu tvorby již byla i sociální síť Instagram Kids, jejíž vývoj byl v roce 2021 zastaven (Irozhlas, 2021). Pokud rodiče v brzkém věku děti vystavují sociálním sítím, je vhodné, aby na to i oni sami byli připraveni. Rodiče mají několik možností, jak s dospívajícími pracovat. Slussareff v podcastu u Skalický (2022) nahlíží na sociální síť jako na digitální džungli. Tato metafora se jednoduše zrcadlí. I ve skutečné džungli najdeme predátory, kteří uvádějí ostatní obyvatele džungle do nebezpečí. Na sociálních sítích vnímáme tyto obyvatele jako uživatele. Je užitečné vést dospívající k určité seberegulaci. Výchova rodičů je důležitá i v nastavení hranic a vřelosti. Slussareff (2023) dodává, že mnoho rodičů má s dospívajícími jasně nastavené hranice pro využívání sociálních sítích. Vřelost v rodičovské výchově mnohdy chybí.

## **Dospívající**

Mnohokrát dospívající vědí o online prostoru více než rodiče. Nerozlišují mezi životem v online prostoru a životem v reálném čase (Slussareff, 2023). Je důležité, aby se děti naučily žít více „ted“ a tady“. Pokud dospívající řekne jakoukoliv nepříjemnou až urážlivou zprávu vrstevníkovi, se kterým ani například úplně kamarád není, vidí ihned zpětnou reakci; bolest, zpětná vazba, mrzutost. V přítomný okamžik si dospívající může uvědomit, že druhého uvedl do nepříjemné situace. Pokud se tatáž situace stane v online prostředí, je to bez okamžité reflexe „napadené“ osoby. V tomto okamžiku ještě více stoupne sebevědomí toho, kdo uráží (Szekely 2013). Ve společnosti dospívajících se také šíří tzv. TikTok trendy, jako je např. zvětšování rtů

za pomoci lahve, výzva v polykání skořice nebo velmi mediálně známá výzva škrcení (Vokrouhliková, 2021). Zaměření na prevenci pro využívání sociálních sítí je bezmála neméně důležité jako komunikování o tomto tématu s generací, kterou nazýváme screenagers.

## **Škola**

Školský zákon § 30 odstavec 3 popisuje: „Školní řád nebo vnitřní řád může omezit nebo zakázat používání mobilních telefonů nebo jiných elektronických zařízení dětmi, žáky nebo studenty, s výjimkou jejich používání v nezbytném rozsahu ze zdravotních důvodů“ (MŠMT, 2024). Velkým aktérem na sociálních sítích je pedagožka Štěpánka Cimlová, kterou sledují jak dospívající, ostatní pedagogové tak široká veřejnost. Cimlová (2021) ve svém Instagramovém videu tvrdí: „Je třeba si uvědomit, že učíme dnešní děti, kde tyto technologie jsou a jejich role narůstá, a proto chci mít možnost mluvit s dětmi o tom, jak je například těžké se od sociálních sítí odtrhnout.“ Zároveň dodává, že je možné využít v sociálních sítích potenciál k vyhledávání různých informací a převedení jich do stavu, kdy to není jen prosté sledování, ale i učení.

Dospívající často používají sociální sítě jako platformu pro zjišťování informací. Zároveň je kladen důraz na kritické myšlení zaměřující se na mediální prostor, správné vyhledávání informací a rozeznávání fake news. Přesto jsou v dnešních školách mobilní zařízení zakázána.

Taktéž učitelé využívají sociální sítě, a to především ti, kteří jsou z mladší generace. Matějček u Maněna (2022) uvádí, že problematika využívání sociálních sítí u učitelů se nejvíce objevuje právě u těch začínajících. Mnohdy totiž nemyslí na určité následky, které jim otevřené veřejné sociální profily mohou přinést. Hlavním následkem mohou být například nevhodné fotky, které se tak jednoduše mohou dostat do telefonů dospívajících žáků. Pokud chce učitel více sdílet věci ze školního prostředí, je dle autorů vhodné oddělit profil pracovní a profil soukromý.

## PRAKTICKÁ ČÁST

### 4 CÍL PRAKTICKÉ ČÁSTI

Sociální sítě nabývají na popularitě. Stále více lidí si zde vytváří nové profilové účty. Pozadu nezůstávají ani společnosti, které se snaží stále aktualizovat již stávající sociální sítě či naopak vyvíjet nové. Příkladem nově vzniklé sociální sítě je Threads, kterou vyvinula společnost Meta (Zoulová & Fišer, 2023). Pro dospívající jsou to další možné příležitosti, jak se vzdálit od offline života. Z tohoto důvodu se tato práce zaměří na sociální sítě a jejich využívání dospívajícími.

Hlavním cílem praktické části bylo zjistit, jak se skupina dospívajících z druhého stupně základní školy, staví k problematice sociálních sítí. Tento cíl řeší problematiku pozadí využívání sociálních sítí žáky v jejich běžném osobním životě. Cílem také bylo prozkoumat, jak jsou sociální sítě vnímány a zároveň využívány ve vyučovacích hodinách v prostředí základních škol. Dle stanovených cílů byly formulovány metody výzkumu. Interview byly provedeny pomocí polostrukturovaných rozhovorů. Tyto rozhovory jsou charakteristické pro počáteční připravenost dílčích otázek, které se v průběhu rozhovoru mohou změnit. Záleží vždy na daném rozhovoru s participantem. Praktická část této diplomové práce cílí na zodpovězení dvou hlavních výzkumných otázek, které směřují k využívání sociálních sítí ve dvou odlišných prostředích. Znění výzkumných otázek je následující:

- 1) Jakým způsobem ovlivňují sociální sítě život žáka v období dospívání?
- 2) Jak dospívající žáci reflektují využívání sociálních sítí ve školním prostředí na druhém stupni základní školy?

Výzkumné šetření cílí na dospívající, kteří stále navštěvují ročníky druhého stupně základních škol. Výzkum se zaměřuje na jejich přístup, dosavadní zkušenosti, názory a informace, které se skrze edukaci dozvěděli ve školním prostředí.

## 5 METODA

Výzkumná část této diplomové práce byla vyhotovena pomocí kvalitativního šetření. Hendl (2005) sděluje, že při tvoření kvalitativního výzkumu je nutné na začátku šetření stanovit si hlavní témata, kterými je důležité se zabývat a nadále dle těchto témat vytvořit výzkumné otázky. Jako pozitivní vlastnost kvalitativního výzkumu Hendl (2005) uvádí jeho pružnost. Myšlena je tím možnost přetvořit či adaptovat otázky již v průběhu samotného zkoumání. Důležitý je ale také prostor před zahájením výzkumného šetření. Nepostradatelná jsou etická pravidla, viz kapitola 5.3. Jak uvádí Švaříček a Šed'ová (2007, s. 13): „Cílem hloubkového a polostrukturovaného rozhovoru je získat detailní a komplexní informace o studovaném jevu.“ Rozhovor je nejčastěji využívanou metodou pro sběr dat v rámci kvalitativních výzkumných šetření. Samotné zpracovávání výzkumné části je zhotoveno metodou obsahové analýzy. Lidmila (2019) popisuje, že se právě tato metoda věnuje věcné charakteristice. Dále také Lidmila (2019, s. 9) popisuje, že „cílem obsahové analýzy je původnímu textu porozumět, co nejrychleji a nejpřesněji proniknout k jeho podstatě, zkrátit ho (redukovat) a vybrat z něj informace.“

### 5.1 Výběr participantů

Prvotní fází bylo přímé osobní oslovení jednotlivých participantů. Pro tento výzkumný soubor bylo důležité, aby participant – chlapci i dívky, byli ve věku mezi 12–15 lety, tedy aktivně navštěvovali druhý stupeň základní školy.

Oslovených participantů bylo šestnáct, převážná část z nich, konkrétně čtrnáct, sídlí ve Středočeském kraji, zbylí dva v Praze, tedy samostatném kraji České republiky. Mnoho z těchto oslovených adolescentů se rozhodlo nezúčastnit se tohoto výzkumného šetření. Nejdříve byl navázán kontakt s prvním participantem, který se aktivně rozhodl do výzkumu přispět svými zkušenostmi. Díky němu byl osloven druhý participant, který byl blízko navázaný k participantovi prvním. Od druhého účastníka nebyl předán žádný další kontakt. V průběhu dalších měsíců bylo osloveno mnoho potenciálních participantů, kteří se buď ihned rozhodli výzkumu nezúčastnit, nebo se rozhodli nezúčastnit po době, kterou si vzali na rozmyšlenou. Z celkového počtu šestnácti oslovených bylo provedeno sedm rozhovorů. V této diplomové práci je použito pět z těchto rozhovorů. Důvodem k nevyužití šestého a sedmého rozhovoru byla neúplnost odpovědí a velmi zkratkovité odpovědi, které se nedaly do výzkumného šetření zasadit.

Všech sedm provedených rozhovorů bylo realizováno pomocí online videohovorů na jednotlivých sociálních sítích. Platformy pro zhotovení videohovorů vybírali jednotliví účastníci samostatně dle svých preferencí. Převážně šlo o Instagram, WhatsApp a Messenger. Online forma rozhovorů byla vybrána z důvodu velké vzdálenosti mezi autorkou a jednotlivými účastníky. Taktéž to pro dospívající účastníky byla nejpřijatelnější volba pro setkání se.

V tabulce 3 jsou zaznamenány základní informace o jednotlivých účastnících. Z důvodu anonymizace jsou jména nahrazena označením „participant 1“ a dále v práci zkratkou P1 apod. V tabulce 3 je dále uveden jejich věk, třída, do které chodí, typ školy, kterou účastníci navštěvují.

### Tabulka 3

*Přehled údajů o účastnících*

Označení účastníka	Věk	Pohlaví	Třída	Typ školy
Participant č. 1	12 let	dívka	8. třída	Soukromá škola
Participant č. 2	14 let	dívka	10. třída	Soukromá škola
Participant č. 3	14 let	chlapec	8. třída	Státní škola
Participant č. 4	15 let	dívka	9. třída	Státní škola
Participant č. 5	15 let	chlapec	9. třída	Státní škola

*Zdroj: Vlastní zpracování*

## 5.2. Sběr dat

Pro tuto diplomovou práci a její praktickou část byl ve výzkumném šetření pro získání dat využit kvalitativní výzkum, který se tvořil v časovém rozmezí od listopadu roku 2023 do ledna 2024. Jako zvolená metoda kvalitativního výzkumu byly zhotoveny hloubkové polostrukturované rozhovory. Samotný proces využití této metody kvalitativního šetření není nikterak jednoduchý, naopak se jedná o časově náročnější metodu. „Celý proces získávání dat prostřednictvím této

metody sestává z výběru metody, přípravy rozhovoru, průběhu vlastního dotazování, přepisu rozhovoru, reflexe rozhovoru analýzy dat a z psaní a prezentace výzkumné zprávy“ (Švaříček & Šed'ová, 2007, s. 160). Jak nadále uvádí tito autoři, charakteristikou polostrukturovaného rozhovoru jsou výzkumníkem připravené otázky a oblasti, na které se v průběhu rozhovoru bude chtít zaměřit. Předem připravené otázky vznikaly dle témat, na která byl kladen také důraz v knize Hry, sítě a porno (Slussareff, 2022). Druhá část otázek vycházela z vlastního uvážení autorky, kdy cílem bylo zjištění, jak sociální sítě pracují v prostředí základních škol. Mnohé další dotazy se odvíjely dle daného rozhovoru a doplňovaly tak již předpřipravené otázky. Participanti byli oslovováni během osobní komunikace nebo skrze jednotlivé sociální sítě např. Instagram nebo Messenger. Každý rozhovor probíhal individuálně.

Proces sběru dat a samotného rozhovoru započal úvodní částí. Zde byl participant seznámen s etickým kodexem (viz kapitola 5.3.) skrz představení principu zachování anonymity. Obdobně tak byl participant dotázán na souhlas s nahráváním rozhovoru pro účel následného přepisu polostrukturovaného rozhovoru. Mezi první otázky autorka zařadila primárně dotazy na věk participantů nebo např. *Jakou navštěvujete třídu?* Tyto prvotní dotazy jsou uvedeny v tabulce 3. Hlavní část se zaměřila na otázky týkající se využívání sociálních sítí participanty. Mezi tyto otázky náleží např. *Popiš mi, jak probíhá tvůj den.* nebo také *Jaké sociální sítě jsou pro tebe důležité?* Příkladem jsou také otázky zaměřující se na sociální sítě a jejich využití ve vyučovacích hodinách např. *Co tě sociální sítě dokáží naučit?* či *Jak dokážeš využít Instagram ve škole?* Důležité byly i otázky, které rozvíjely myšlenky *Jak jsi předtím říkal, že jsi rád na počítači a TikTok ti vyhazuje videa jako tipy pro rychlejší práci na počítači, dovedeš si představit, že bys to ukázal třeba v informatice ostatním ve třídě a udělal třeba taky takové nějaké video?* Závěrečná fáze rozhovoru probíhala formou malé reflexe a vybidnutím, zda participanta nenapadá ještě něco k otázkám či zda jeho samotného nenapadá nějaké zajímavé téma, které by se v souvislosti se sociálními sítěmi dalo řešit.

### 5.3 Etika výzkumu

Etický výzkum se řídí různými pravidly a normami. Skutil et al. (2011) zdůrazňuje že v rámci pedagogického výzkumu je důležité, aby byla zachována anonymita. Hendl (2005) na toto navazuje a hovoří o důležitosti použití informovaného souhlasu. Vzhledem k věkovému rozmezí participantů – žáci druhého stupně nedosahují dospělosti, byl vytvořen informovaný souhlas, který podepsali jejich zákonní zástupci. Informované souhlasy od jednotlivých participantů má autorka

podepsané a uchované. Kopie těchto souhlasů nejsou součástí této diplomové práce, a to mimo jiné i z důvodu osobních údajů.

Samotný informovaný souhlas byl formulován na základě dostupné šablony vytvořené Etickou komisí Pedagogické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Obsahuje základní údaje typu název této diplomové práce, jméno autorky a jejího vedoucího diplomové práce. Nedílnou součástí je také popsání cílů, tedy kam diplomová práce směřuje. Je důležité, aby participanti věděli, že není jejich povinností se výzkumného šetření zúčastnit. Autorka měla povinnost obeznámit participanty s možností, odstoupení z výzkumu bez udání důvodů. Dále byl zdůrazněn již zmíněný princip o zachování anonymity. Jak nabádá Skutil et al. (2011), osobní údaje jednotlivých participantů nebudou v diplomové práci uvedeny. V rámci této práce jsou zúčastnění jmenováni, např. jako „Participant č. 1“. Účastníci výzkumu a jejich zákonní zástupci byli taktéž informováni o nahrávání zvukového záznamu, který byl důležitý pro potřebu přepsání rozhovorů. I zde platí, že z důvodu osobních údajů nejsou záznamy hovorů zveřejňovány. Pokud by participant s autorkou v průběhu rozhovoru narazili na otázku, která není pro participanta příjemná nebo je příliš osobní, byli participanti upozorněni, že v tomto případě lze takovou otázku přeskočit. V průběhu všech rozhovorů se tato skutečnost nestala.

#### **5.4 Analýza dat**

Při tvorbě kvalitativního výzkumu je zapotřebí dodržovat jisté postupy. Jednou ze součástí získávání dat může být nahrávání jednotlivých rozhovorů. Toto nahrávání je v souladu s etickým kodexem, viz kapitola 5.3. Pro tento kvalitativní výzkum byly využity audionahrávky. Hendl (2006) upozorňuje na důležitost důsledného doslovného přepisování rozhovorů, a to jak strukturovaných, tak nestruturovaných. Proces obsahové analýzy probíhal zpočátku skrze opakované čtení získaných rozhovorů; k lepšímu prozkoumání jednotlivých obsahů byly rozhovory autorkou vytištěny. Díky tomu bylo dosaženo lepší přehlednosti rozhovorů. Rozhovory byly zpracovány pomocí obsahové analýzy, která sleduje výskyt jednotlivých témat v uskutečněných rozhovorech. Na základě otázek z vyhotovených rozhovorů byly dle témat vytvořeny smysluplné výzkumné celky. Jak uvádí Gavora (2015), každý výzkum je postavený na určitých datech, která nám kompletně vytváří nějaký hodnotný celek. Tento celek se však musí rozebrat na jednotlivé části. Úkolem autora je zhotovit kvalitní obraz o sledovaném jevu.



## 6 INTERPRETACE A PREZENTACE ZÍSKANÝCH VÝSLEDKŮ

Z procesu obsahové analýzy vznikly pro tento kvalitativní výzkum dvě hlavní témata. Tím prvním jsou sociální sítě v prostředí domova. Druhé téma bylo pojmenováno jako sociální sítě v prostředí školy. Z dílčích otázek rozhovorů vyplynuly jednotlivé obsahy, které se zobrazují jako podkapitoly daného tématu.

### 6.1 Sociální sítě v prostředí domova

První kontakt se sociálními sítěmi mají děti v útlém věku již v domácím prostředí. Zde se se sociálními sítěmi setkají u svých rodičů, kteří je také v dnešní době hojně navštěvují.

#### 6.1 První seznámení

Jak již vyplývá z teoretické části této diplomové práce, především viz kapitola 3.6, první samostatný kontakt by dospívající v České republice měl mít při dovršení 13 let. Tato věková hranice byla nastavena především kvůli bezpečnosti dětí a dospívajících. Přihlásit se ovšem k dané sociální síti i před dovršením 13 let věku je stále velmi jednoduché. Např. při zakládání facebookového profilu stačí pozměnit rok narození. Zpětná kontrola se tudíž nekoná. Přesto již zmíněný Facebook není často u dnešních dospívajících tolik v oblibě. P1 popisuje, že: *„Ze všeho nejvíc používám nejvíc asi Instagram a TikTok. Instagram jsem si založila asi před dvouma nebo třema rokama, takže mi bylo asi 9 let. A například Facebook ani nemám, ten je už jen pro starší, není tam nic, co by mě lákalo sledovat.“*

P2 uvádí: *„Já si myslím že mojí první sociální síť, kterou jsem si založila, byl asi Snapchat nebo Instagram, bylo mi nějak 9 nebo 10 let.“*

Ani P3 nedovrší hranici věku 13 let pro založení sociálních sítí. Uvádí jak své první, tak i aktuálně nejoblíbenější sociální síť: *„Ty jo, používám hlavně Instagram, Facebook, Snapchat, Whats App, YouTube, Pineterst. První sociální síť jsem měl od někdy asi když mi bylo 10/11. Dřív jsem jel jako i TikTok, ale ten už teďka nemám. Smazal jsem si ho asi rok zpátky, protože to samý, co je na TikToku, je na Instagramu. Takže mi přišel zbytečný, akorát mi zabíral místo v telefonu. Všichni okolo stejně používají Instagram a je tam toho prostě víc.“*

Při následném dotazování u P4 na fakt, proč si sociální síť založila ještě před dovršením 13. roku života, odpověděl: „*A proč ne? Stejně to nikdo nekontroluje.*“

Naopak P5 sám uvedl: „*No... já a sociální sítě... to je asi hlavně Instagram, TikTok, Facebook, Snapchat a BeReal. K psaní s ostatními používám nejvíc asi Messenger, jestli se počítá WhatsApp, tak ten taky mám, ale zas tak moc ho nepoužívám. No a první, tak to mám asi od, jakože od 11 mám Instagram... a vim, že sem ho měl mít až od 13.*“

Při rozhovorech bylo patrné že dospívající si své sociální profily zakládají ještě před dovršením 13 let. U všech zúčastněných participantů byla první stažená sociální síť, na které si vytvořili svůj první profilový účet, Instagram. I Instagram se na toto pokusil reagovat při snaze vytvořit novou sociální síť Instagram určenou speciálně pro děti, které ještě nedovršily věku 13 let.

### **6.1.2 Každodennost**

Dalším zaměřením rozhovoru bylo zjistit denní časovou stránku užívání sociálních sítí u dotazovaných participantů.

P1 se zamýšlí nad důvodem, proč si založila vlastní profil na sociálních sítích, přičemž dále popisuje: „*Asi... třeba Instagram používali všichni moji kamarádi a kamarádky a tak, a když se prostě někdo zeptal, jestli jsem viděla něco důležitýho na Instagramu, tak já to nevěděla a ani neviděla, takže proto jsem si udělala účet.*“ Časová dotace se v průběhu týdne u P1 liší. Říká: „*Přes školní dny jsem na nich třeba hodinu, spíš asi někdy dvě. O víkendu, když mám víc času a nudím se, tak jsem tam klidně i tři hodiny.*“

Důvod pro založení sociálních sítí u P2 je obdobný jako u P1. Tvrdí: „*Často se mě někdo ptal, jestli jsem viděla ty novinky. Já chtěla všechno vidět a chtěla jsem být taky v tomhle centru a chtěla jsem vědět všechno, co se u nich děje. Všichni kamarádi už Instagram měli a já ne. Ptala jsem se rodičů, jestli si ho můžu založit. Založila jsem si i Facebook. Dneska už ho mám ale jen proto, když chci někoho najít.*“ A jak dlouho tráví P2 v průměru na sociálních sítích? „*Já bych řekla že když je škola, tak určitě míň, protože ve škole moc mobil nepoužívám. Třeba když čekám na kamarádku při obědě, tak se kouknu na Instagram, jestli tam něco není, ale řekla bych průměrně minimálně tak 2 hodiny.*“ Pro doplnění jsem se P2 doptala na odůvodnění – jaké jsou přesné důvody proč ve školní den tráví na sociálních sítích méně času? P2 dodává: „*No, tak já*

*mám ještě v našem školním bloku telefony ve škole zakázány a taky se tak nenudím. Mám hodně koníčku ještě mimo. Každý den po škole chodím na nějaký kroužek, takže na to prostě nemám tolik času.“*

I P3 si stáhnul sociální síť TikTok kvůli svému okolí. *„Sám jsem si chtěl tu sociální síť založit, ale ve třídě už ten TikTok měli, tak jsem to chtěl taky, abychom se měli o čem bavit. Pak jsme si tam ukazovali ty videa.“* P3 uvedl, že na sociálních sítích tráví *„tak dohromady asi tak 4 hodiny denně. Když čekám na bus tak jsem tam často. Někdy i pět hodin denně. Někdy to ale mám tak, že prostě mám co dělat a vůbec mi to scrolování nechybí... záleží na tom, co se doma nebo venku děje.“*

Jak moc zasahují sociální sítě do života dospívajících, popisuje P4. Říká, že: *„když třeba vstanu, tak abych se ještě tak nějak trochu probrala, tak třeba půl hodiny si dám ráno na sítích, potom mám školu, trénink a třeba večer takový ty dvě hodiny, ale jako přes den na ně ani nekoukám. Taky máme ve škole zakázány telefony, takže to ani nejde na to koukat.“* Zároveň P4 sama zdůrazňuje uvědomění, že při sledování sociálních sítí běží čas mnohem rychleji. Popisuje že: *„přes pracovní dny tak vím že jsem tam cca 3 hodiny a přes víkend takových pět hodin. Poslední dobou se to sama snažím regulovat, protože když jsem na TikToku tak ten čas mi přijde, že utíká hrozně rychle, protože jak to projíždím, tak to prostě uběhne hrozně rychle. Snažím se na to tolik nekoukat, ale třeba v týdnu je to daleko jednodušší, protože je furt co dělat.“*

P5 po nahlédnutí do jeho telefonní statistiky jednoduše odpovídá, že jeho průměrný čas na sociálních sítích je *„Ehm, 2,5 hodiny denně.“* Zajímalo mě, jestli taktéž pozoruje nějaké rozdíly mezi časovou dobou v průběhu týdne a v průběhu víkendu. *„Tak o víkendu se děje víc věcí, tak na to ani moc nemám čas koukat. Mám nějaký zápasy a jsem s klukama někde, takže to mám třeba míň než ty 2 hodiny.“* Oproti ostatním participantům má P5 časovou dotaci menší o víkendu.

V průměru tráví dotazovaní dospívající na sociálních sítích 2,9 hodiny denně. Je taky ale důležité si uvědomit, že se tato data liší od času stráveného přímo u obrazovky, proto bylo důležité u každého prováděného rozhovoru zaměřit dotaz přímo na čas u sociálních sítí a oddělit to od času stráveného přímo u obrazovky telefonu, zde jsou údaje v průměru vyšší. Liší se tedy i doba aktivity na sociálních sítích přes běžný školní týden a víkend, vyjma P5, kdy přes víkend, tedy sobotu a neděli, jsou dospívající na sociálních sítích aktivnější než skrze školní týden. Tento fakt dospívající odůvodňují nadbytkem kroužků a zájmů v průběhu týdne, a to především po skončení školního dne. Důvodem nižších hodnot u trávení na sociálních sítích vysvětlují i zákazy využívání mobilních zařízení na některých základních školách.

### 6.1.3 Odpočinek od sociálních sítí

Jak je již výše zmíněno, dospívající tráví na sociálních sítích několik hodin denně. V rámci jednotlivých rozhovorů mě zajímalo, zda si dospívající dávají někdy od svých sociálních profilů odpočinek. Hovoříme zde tedy o digitálním detoxu, který ve společnosti stále není tak častý.

P1 ví, že sama nikdy dlouhodobý digitální detox nepodstoupila. Dle jejích slov nebyl vlastně důvod. Necítí se být na sociálních sítích závislá. A jak dlouho je zhruba bez sociálních sítí? Popisuje: *„Delší dobu ne e, ale kratší dobu sama asi někdy jo, ale jen abych nešla zase na telefon, tak si zavoláme s kamarádkama, aby třeba přišly k nám domů anebo spolu někam jdeme ven. Tím telefonem zaháním nudu, takže když si vymyslím program, tak jsem i mimo ty sítě.“*

P2 přichází se zajímavým rodinným pokusem. Říká, že: *„přes léto dva roky dozadu si pamatuju, že jsme si celá rodina řekli, že si uděláme jeden den bez technologií. Úplně bez všeho. Bez televize, telefonů, tabletů. Vím, že pro všechny z nás to bylo těžký, že ani tu televizi jsme si nezapli. Ted'ka bych si to ale představit nemohla už ten detox. Úplně všichni jsme to dodrželi, ale byl to fakt nezvyk.“*

Participant č. 3 tvrdí, že se cíleně sám od sebe k digitálnímu detoxu nikdy nepřiblížil, přesto *„někdy se mi stalo že jsem byl jako bez telefonu, třeba na našem soustředění, ale jako že bych si řek, že budu bez telefonu nějakou dobu, to ne. To mě nikdy nenapadlo.“* K návaznosti na toto vyvstala otázka na zmíněné soustředění, zda byla doba bez telefonů součástí, *„Jojo, jezdí nás tam třeba 50 dětí z hasičů a všichni se známe několik let, všichni máme telefony na celou dobu zakázaný. Musíme je nechat doma.“* Toto soustředění bez mobilních zařízení trvá 10 dní. A jaké má P3 pocity při opuštění svého telefonu na 10 dnů? *„Jezdíme takhle každé rok. Já jel poprvé když mi bylo asi 7 let, takže mně už to asi divný nepřijde. Furt se tam něco děje a ani by na to nebyl čas, a když máme volnej čas, tak jdeme stejně hrát nějaký výzvy s našima vedoucíma z hasičů.“*

Zkušenost s digitálním detoxem má P4. Uvádí, že: *„chtěla jsem si dát cíleně každý týden fakt ty dvě hodiny bez hlavně Instagramu a TikToku denně. Přes týden mám co na práci, takže to bylo jednoduchý a dodržovala jsem to vždycky, když jsem chtěla, ale o víkendu, jak se moc věci neděje, tak mám prostě klid a asi se vlastně nějak nudim, takže to jsem nikdy nedodržela.“*

P5 má obdobnou zkušenost jako P3. Oba tyto participanti navštěvují hasičský kroužek v jedné vesnici. P5 také tvrdí, že mimo již zmíněné soustředění nemá žádnou touhu si od mobilu odpočinout. Říká: *„Dobrovolně bych mobil jako nezahlodil, maximálně tak asi jenom na 10 dní v létě na hasičském soustředění, co máme. Tam to máme ale jako vyloženě zakázaný je mít*

s sebou.“ *Jinak to sám nedělám a ani o to nemám zájem.*“ Stejně jako u P3 mě zajímaly pocity, které P5 prožívá bez telefonu po dobu jejich 10denního soustředění. *„Už to asi nevnímám. Někdy si na telefon vzpomenu, ale my furt někam běháme, trénujeme a tak. Jednou jeden kluk ten zákaz porušil a měl pak problém. Jinej kluk mu ten telefon pak hodil do potoka za chatkama. Nechápu, proč ho měl, je to jenom 10 dní bez telefonu. A stejně tam neměl signál.“*

Odpočinek bez sociálních sítí a obecně telefonu je téma, které participanty v tomto kvalitativním výzkumu rozdělilo do dvou částí. Zároveň ale většina nemá problém fungovat bez sociálních sítí, potažmo celého mobilního telefonu.

#### 6.1.4 Hranice

V oblasti sociálních sítí zaznamenáváme mnoho úseků, které přinášejí určitá úskalí. Jednou z oblastí je i sdílení fotografií či videozáznamů, které zobrazují dospívající. V návaznosti na sdílení hovoříme i o dvou typech možností nastavení profilů, a to především na sociální síti Instagram. Hovoříme o profilu soukromém a profilu veřejném. Určitá úskalí při sdílení fotografií a videozáznamů se liší u vybraného typu profilu.

Při rozhovorech jsme se s jednotlivými participanty bavili jak o nebezpečí, tedy jaké mají sociální sítě temné kouty, tak o tom, jak moc se na sociálních sítích prezentují a jaké k tomu mají důvody. P1 hovoří o rozdělení sdílení na sociálních sítích. Tvrdí, že: *„Mám hodně rodiny na Instagramu a nepotřebuju, aby viděli jakože, jak jsme venku s holkama. To mi přijde takový trochu zvláštní, ale zase když se mi něco povede něco dobrýho, když zahraju něco na bubny nebo piano a líbí se mi to, tak si udělám fotku nebo video, a to mi nevadí, že to někdo uvidí, to pak dám normálně sdílený pro všechny. To, co nechci, aby viděli rodiče na Instgramu si odděluju tou funkcí close friends.“* Při otázce, zda rodiče vědí, že toto P1 odděluje, odpověděla: *„Ne, neví.“*

P2 nerada sdílí primárně svůj obličej na sociálních sítích. Poukazuje: *„Když už něco dávám na Instagram, tak bych řekla že hodně mých sledujících, jako ty lidi, co sledují mě, tak ne všichni jsou mi hodně blízky, tak nerada postuju nějaký obrázky, kde je můj obličej. Spíš postuju něco, když jsme jako na výletě, nebo na dovolený a prostě spíš jako takový fotky.“* Zajímalo mě, jestli si P2 psala na sociálních sítích s někým, koho vůbec naznala. P2 říká: *„,,Já vím, že je Instagram a všechny sítě nebezpečný. Když jsme ještě bydleli ve Vietnamu, já a moje kamarádky jsme hrály takovou online hru, kde se připojí ostatní lidi a pak hraje spolu hru. Normálně se u toho vidíte.*

*Vím, že s takovou jednou holčkou jsme se spojily a celkem jsme se bavily. Pak jsme se spojily i přes Instagram a dodnes ji jako sleduju a koukám na ni, co dělá a jak.*“ Pro úplnost odpovědi, tedy proč nechce sdílet svůj obličej, P2 opověděla, že je to nebezpečné.

P3 se k nebezpečí na sociálních sítích vyjádřil následovně: *„Mám ten soukromej profil a jsou tam jen lidi, který znám. Nikoho jinýho tam nechci. Ale jinak tam moc věcí nedávám.“* Zajímalo mě, kolik lidí on sám sleduje a kolika lidmi je on sledován. P3 dodává: *„No, ty jo, já sleduju asi 400 lidí a mě sleduje asi nějak míň než 100.“* P3 vidí nebezpečí sociálních sítí v samotném sdílení fotografií. Sám na sociální sítě nepřispívá profilovými příspěvky. Občas přidává fotky, které po 24 hodinách zmizí a již se neukazují.

P4 zaznamenala film V Síti, o kterém v průběhu rozhovoru mluvila. Pravděpodobně i díky tomuto filmu hovořila o nebezpečí sociálních sítí v kontextu přidávání nových lidí, psaní a volání s nimi. Následně ale sama potvrzuje, že: *„Sama jsem dřív začala sledovat lidi, který jsem neznala, ale ne že by to byl vyloženě někdo cizí, ale spíš třeba jakože přes někoho jsem toho člověka znala. Někdo mně blížej ho znal a já viděla, že ty kamarádi ho mají v přátelích, tak takhle třeba jo.“*

R5 se k problematice sdílení fotografií na sociálních sítích vyjadřuje následovně: *„Já toho asi moc nesdílím na tom Instagramu. Maximálně třeba něco ze zápasů z hokeje nebo hasičů. No a na tom BeReal se sdílí každé den, když ti to pípne. Takže tam mám minimálně jednu fotku denně no. Takže tam je vidět, co přesně v tu chvíli dělám.“*

Při otázce o sdílení věcí na sociálních sítích většina participantů brala jako automatický příklad sdílení fotografií či videí na sociální síti Instagram. Je to v dnešní době největší platforma pro sdílení jakýchkoliv fotografií a videí. Zároveň jsou si participanté vědomi nebezpečí, kterému jsou vystaveni, někteří více, jiní méně. Přesto nemají problém navazovat kontakty i s lidmi, které bezpečně sami neznají.

### **6.1.5 Rodiče na sítích**

Téma výchovy rodičů ve vztahu k dětem a jejich využívání sociálních sítí je v poslední době velmi diskutované. Existuje mnoho výzkumů, které zachycují různé obavy rodičů týkající se používání sociálních sítí jejich dětmi. U rodičů se tyto obavy navyšují. U dospívajících žáků, se kterými si jejich rodiče o problematice sociálních sítí povídají, je vidět rozdíl v následném používání, a to v pozitivním slova smyslu.

Komunikace s rodiči je u P1 brána jako velmi důležitá. Postupně si i skrze používání sociálních sítí tvořili vzájemnou důvěru. P1 zmiňuje: „*Na začátku třeba, když jsem si stáhla TikTok a Instagram, tak jsem si, než jsem mohla něco postnout, jsem to musela ukázat mamce nebo tatškovi, jestli je to v pohodě, ale teďka to už jako nemusím ukazovat, protože jsem větší a mám víc svobody, co chci na ty sítě dávat. Kdyby ale mamka nebo tatka viděli, že jsem třeba publikovala něco, co by se jim nelíbilo, tak by mi to řekli a normálně bych to dala dolů.*“

P2 má podobné zkušenosti jako P1 nahlíží na problematiku rodičů takto: „*Když jsem si udělala první účet na sociálních sítích, třeba na tom Instagramu nebo Snapchatu, tak mi řekli, že ještě jako v takovém mladým malým věku ať ještě nepostuju fotky sama sebe a že tam na těch sociálních sítích a na internetu nemůžeš věřit těm lidem. To si pamatuju, že mi říkali. Teďka jak jako nepostuju moc a dávám fotky z výletů a dovolených, tak mi o tom moc nic neříkají.*“ Následovala otázka, zda P2 vadil při stažení zákaz od rodičů ke sdílení fotografií. „*Jako asi na začátku mě to jako štvalo, ale věděla jsem, že by to pak jako mohl být problém u rodičů, tak jsem to dělala tak, jak mi řekli. Teďka je to už pohoda.*“

Opačnou zkušenost s absolutní absencí komunikace ve vztahu rodič a dítě o tématu sociálních sítí zaznamenal P3. „*Asi nikdy jsme se o tom spolu nebavili. Na začátku, když jsem si zakládal ten TikTok, tak jim to bylo asi jedno.*“ Na otázku, jestli by byl radši, kdyby se s ním o této problematice rodiče bavili, odpověděl: „*Ono by to asi nic nezměnilo a stejně jsme se o tom později bavili ve škole. Dělali jsme i nějaký projekt loni.*“ Zároveň ale P3 uvádí, že nemá na sociálních sítích co skrývat a nevádí mu sdílet nějaké příspěvky s rodiči. Říká: „*Dneska když vidím nějaký funny video, tak to i mamce jdu ukázat.*“

P4 hovoří o komunikaci s rodiči následovně: „*Teďka už se o nich vlastně asi nebavíme, nebo... ne přímo o sociálních sítích, jakože, když jsem si je zakládala, tak mi určitě řekli, ať si dávám pozor, s kým si píšu a ať neříkám nikomu jako osobní informace, ale teďkon ani moc ne, spíš jenom mi říkají ať na tom netrávím tolik času.*“ Na otázku, zda si myslí, že je lepší, pokud rodiče s dětmi o sociálních sítích mluví P4 odpověděla: „*Nevím, ale vím, že se spoustou kamarádek o tom rodiče nemluvili, ale taky ví, že jsou tam fake profily, který sledovat nemaj.*“

P5 na tuto otázku odpověděl velmi stručně: „*Spíš nebavili, nebo asi ne nějak úplně. Věděli, že je mám, ale nějak to neřešili. A třeba dneska to už neřešíme vůbec.*“

Ze zkoumaného měřítka vyplývá, že mužská část participantů nehovořila s rodiči o problematice sociálních sítí. Ani jeden z participantů tomuto tématu ale nepřikládá velký význam.

### 6.1.6 Finanční gramotnost

Okolo sociálních sítí se řeší i problematika peněz. Díky sociálním sítím je možné vydělat i větší peněžní obnos (těm úspěšným lidem, kterým se to daří, se často říká influenceři). Funguje to ale i opačně a lze i větší obnos utratit. V posledních několika letech se ze sociálních sítí stala i jedna velká prodejní platforma, kde se uskutečňují velké prodejní akce, které jsou doprovázeny slevovými kódy, akcemi na dopravu zdarma apod. Dospívající pravděpodobně spíše nedisponují velkými obnosy peněz, které by mohli na sociálních sítích utratit tak, jak jsou k tomu často nabádáni. Důležitá je právě finanční gramotnost, která by měla mimo jiné zajistit správné utrácení peněz a jistou zodpovědnost za své peníze.

Reklamu na sociálních sítích vnímají všichni zapojení participant, a to opět především na sociální síti Instagram, která je pro reklamu nejvíce používaná. P1 popisuje svůj názor na reklamu na sociálních sítích takto: *„Všímám si hlavně reklamy na nějaký produkty, třeba masku na obličej nebo tak. Když to uvidím jednou, řeknu si, že za to dostal asi dost peněz, ale když to uvidím hodně, že se to používá, tak si to kdyžtak koupím a vyzkouším to. Hlavně mě lákají produkty na obličej, ale musím to vidět vícerokrát. Nebo taky oblečení, že vím, co se nějak nosí.“* Následovala otázka, zda rodiče vědí, do jaké míry nakupuje P1 online? P1 odpověděla: *„Jak kdy. Někdy se mamka upřímně diví, co jsem si to zase koupila a ptá se kolik to stálo. Když je to něco dražšího, moc velkou radost z toho nemá, ale zase jako tak často nenakupuju, šetřím si pak na jiný věci.“*

P2 na reklamy nahlíží celkem negativně, a to především na ty, které se týkají kosmetiky. Uvažuje: *„S hodně reklamama, make-upem a celkově kosmetikou, tak tomu úplně nevěřím. Ví, že ta firma musela tomu influencerovi zaplatit hodně peněz, aby jim udělali super reklamu, tak se snaží tu reklamu vytvořit co nejlépe a já nevím, co všechno si tam mohli upravit za tou kamerou, aby to vypadalo co nejlíp, takže si nejsem takhle úplně jistá, jestli je to pravdivý, to, co tam všechno říkají.“* Jsou reklamy, které ale P2 vyhledává? Tvrdí že: *„baví mě sledovat všechno o restauracích a zábavných věcích, co jako dělat ve městě a kam jako jít. Některý reklamy mě ale přesvědčily, abych si něco se slevovými kuponama koupila.“* Zajímalo mě, kolik je P2 ochotná měsíčně utratit za nákupy spojené se sociálními sítěmi. *„Tak to asi jakoby přesně nevím. Ted'ka jsem se třeba inspirovala jedním bistroem, takže jsem si kupovala jídlo. Asi třeba něco jako 500 korun.“*



P3 pokračuje: „*Mě tohle asi nějak nezajímá. Nekoukám na to. Jednou když jsem chtěl něco koupit mamce na Vánoce, asi loni, tak se mi tam něco líbilo. Jinak asi ne. Na to spíš koukají holky.*“

Názor na finance týkající se sociálních sítí sdílí i P4. Zde je názor vcelku negativní. Z rozhovoru vyplývá, že P4 nevěří natolik slevovým kódům a reklamám. I samotné utrácení je dle P4 zbytečné. Upozorňuje, že: „*Je to takový otravný trošku, jako upřímně nevím, jestli to tam někoho zajímá a myslím, že to spíš všechny štve, ale mě to jako moc netrápí asi ani. A lidi, co mají každý druhý stories reklamu, tak to mě nabaví už vůbec.*“ I kvůli negativnímu postoji jsem se dále doptávala, co si P4 myslí o dospívajících, kteří kvůli sociálním sítím více utrácí? Její názor zní: „*Podle mě o tom moc jako nepřemýšlí. Jestli takhle zbytečně utrácet peníze, je to jejich chyba. Jakože není špatně utrácet, ale na Instagramu je hodně vidět, že je to fakt jen reklama, a ne nějaký super dobrý doporučení. Ty influenceři prostě na tom chtějí jenom jakože vydělat.*“ Nechá se přesto i P4 reklamou někdy ovlivnit? „*Někdy jo. Ne tak často.*“ Dále P4 uvedla že si nejčastěji nakupuje oblečení.

P5 reaguje na propagaci produktů následovně: „*No třeba ten Erik z Viralbrothers docela propaguje dost věcí, ale jsou to věci, který si vytvořil sám. Jakože jsou to jeho firmy. To mi asi nevadí. Když toho má někdo jako fakt hodně, tak to mě fakt nebaví a dávám unfollow.*“

Z rozhovorů plyne podobně jako konstatoval i P3, že finance ohledně sociálních sítí se týkají především oslovených dospívajících dívek, které více sledují i utrácí.

## **6.2 Sociální sítě v prostředí školy**

Tato část kvalitativního výzkumu si klade za cíl prozkoumat využívanost sociálních sítí na základních školách. Dnes je mnoho základních škol, kde jsou mobilní zařízení zakázaná. Zároveň se liší názory jednotlivých pedagogů na využívání sociálních sítí.

### **6.2.1 Sociální sítě ve vyučování**

Díky studiu na pedagogické fakultě jsem se naučila při přípravě na vyučovací hodiny inspirovat na různých místech. Inspirací mohou být odlišná videa, projekty, ostatní kolegové, kteří online sdílejí své zkušenosti a poznatky. I sociální sítě nabízejí mnohé inspirace pro výuku. Mně samotné již Instagram nabízí mnohá videa, která souvisí s inspirací do výuky zeměpisu. Tak

přesně funguje algoritmus sociálních sítí. Pokud se často díváme na nějaká videa, daná sociální síť nám později nabízí videa podobného rázu. Tato videa, fotografie, hry či schémata se dají použít do vyučovací hodiny i jako příjemný doplněk.

P1 na otázku týkající se sociálních sítí ve výuce odpověděla jednoznačně: „*Zatím jsme je nikdy nepoužili. V mém kampusu telefony mít ani vůbec nemůžeme.*“ Na této soukromé škole mají telefony dovolené pro využívání alespoň o přestávce až v dalším kampusu.

P2 přichází se zajímavým projektem, který ve své škole podstoupila. Říká: „*Loni i letos jsme se ve škole o sociálních sítích bavili a celkem dost jsme to řešili. Měli jsme takovej projekt. Jak ty sociální sítě působí na naše tělo a celkově tu fyzickou stránku i jako psychicky. Když jsme měli ten projekt, měli jsme víc dovoleno být na sítích.*“ Zajímalo mě, jaké měla P2 pocity při tomto projektu: „*Bavilo mě to dost, protože jsou prostě sociální sítě celkově trendy.*“ A jak P2 ovlivňují sociální sítě psychicky? Tvrdí: „*Vím, že když jsem aktivní moc dlouho jsem pak spíš jako smutná. A pak mi i Instagram vyhazuje ty sad videa.*“ A jak je to s klasickým používáním telefonů ve škole? „*Pokud chceme použít telefon na něco, musíme se zeptat. Telefon zakázaný není, ale musí se používat na věci k tomu tématu, co se učíme. Kdybych se chtěla podívat na Instagram, tak to nesmím.*“

P3 má s využíváním sociálních sítí ve vyučovacích hodinách, především s jejich používáním v třídnických hodinách a také v kreativních předmětech, pozitivnější zkušenosti. Popisuje: „*Některý učitelé chtějí, abychom tam hledali nějaký nápady třeba. Teďka se připravujeme na vánoční jarmark. Tak tam máme hledat nějaký věci, co by se nám líbili dělat. Přímo na ten jarmark, nebo potom nějaký videa a písničky na vánoční besídku. Tak tam taky máme hledat věci, který nás třeba zaujmou.*“ Zároveň P3 uvádí i konkrétní příklady využívání moderních technologií ve výuce, tvrdí: „*Hodně třeba děláme na tabletech s nějakýma aplikacema a pomáháme i v 1. třídě. Takový omalovánky, na který pak namíříš tabletem a ono se to pohybuje a můžeš se z toho i učit. Nebo nějaký dýně jsme dělali online.*“

Konkrétní příklad pro využívání sociálních sítí ve výuce uvádí P4 tvrdí, že: „*Používáme je třeba při výtvarce, tam pro inspiraci Pinterest používáme, ale třeba na občance by se to dalo použít. Jakože, furt se ve světě něco děje a ten svět je i na Instagramu.*“ Jak konkrétně by sis dokázala představit využití občanské výchovy? „*Tak nějaký události, nebo sleduju na Instagramu Heyfomo.*“

P5 vidí využívanost sociálních sítí ve školním prostředí hlavně v možnosti komunikace kvůli školním záležitostem. Poukazuje: „*Díky sítím můžeme komunikovat a psát si přes to třeba*

*ten Messenger, tam si, jakože posíláme třeba ty úkoly, který máme, ale ve škole asi jakože spíš je nepoužíváme.“*

Celkově se sociální sítě ve výuce příliš nepoužívají. Jejich nevyužívanost pravděpodobně pramení ze zákazu využívání mobilních telefonů.

### **6.2.2 Moderní učitel**

Mnoho učitelů má sociální sítě, i pro mladé začínající pedagogy je toto téma velmi důležité. Řeší, zda mít své sociální profily veřejné, či soukromé.

Pohled P1 na sociální profily jejich učitelů je následující: *„My s kamarádkama si to jako hledáme. Jako často tam není nic zajímavýho, ale je to docela někdy vtipný vidět ty učitele, jak jsou jiný mimo tu školu. Stejně většina těch učitelů má soukromý profily třeba na Instagramu, takže je ani vidět moc nejde.“* Jak myslíš, že jsou jiní? *„Takový jiný. Jakože je sranda sledovat je, jakože ten jejich život mimo školu.“*

P2 pokračuje tvrdí, že: *„Párkrát jsme hledali nějaký učitele a pak jsme našli jeden účet učitele, kterej byl veřejnej. Jeden učitel tam měl fotku v plavkách, tak to bylo takový jako divný. Ne že divný, spíš srandovní vidět tu neučitelskou stranu toho učitele.“*

P3 a P5 mají na sledování učitelů podobné názory. P3 tvrdí: *„Žádnýho učitele v přátelích nemám. Ani mě to nikdy nenapadlo si je tam přidávat.“* P5 podobně uvažuje: *„Vim, že učitelé nějaký sítě mají, ale mě to asi nezajímá. Občas mi třeba na Facebooku to nahodí, jakože návrh na přátelství nějakýho toho učitele, ale to bych si ho tam určitě nikdy nepřidal.“*

P4 spíše navazuje na P1 a P2. P4 uvádí, že se pokusila několikrát sledovat učitele na sociálních sítích. Říká, že: *„Několikrát jsme začali, nebo teda jakože požádali, učitele o sledování na Instagramu, ale oni i tím, že mají soukromé účty, tak nám to nikdo ještě nikdy nepřijal.“*

Tato problematika mě jako budoucího pedagoga velmi zajímala. Dospívající přirozeně chtějí zjistit více informací o svém pedagogickém sboru. Do jaké míry je to ovšem vhodné, je otázkou. Odpověď si vytváří každý pedagog sám za sebe.

### 6.2.3 Samostudium

Důležitým sektorem je i oblast která se věnuje samostudiu. Sociální sítě každého dospívajícího učí dennodenně mnoho nových dovedností. Tyto dovednosti mají jak krátkodobý, tak dlouhodobý charakter.

P1 zmiňuje velmi zajímavou myšlenku týkající se reality. *„Chápu, že to není úplně reálný svět, ale stejně mě to baví. Baví mě to tam vytvářet a sdílet to s kamarádkama. Pak tam třeba taky vidím nějaký posun.“*

P2 zmiňuje i konkrétní příklad toho, co ji sociální sítě naučily. Popisuje: *„Baví mě sledovat i BBC a tam mají na příběhu nějakých pět věcí, co se stalo v posledním týdnu, a když mě něco zaujme, tak si můžu rozkliknout celý ten článek.“* Jak se P1 dostala k Instagramu BBC? *„Ukazovali jsme si to ve škole.“* A co ji ještě na sociálních sítích baví? Říká: *„Baví mě se pořád udržovat v tý angličtině, takže mám všechny sociální sítě v angličtině. Baví mě to propojování těch informací na sociálních sítích. A každá si může sledovat, co chce.“*

P3 uvádí: *„Mám třeba nápady, jak můžu doma něco vyrábět. A celkově mi přijdou fajn, že si můžu kdykoliv pokecat s kýmkoliv.“*

*„No tak třeba na TikToku, když mi vyskočí nějaký falešný stránky, tak si víc kontroluju ty weby, odkud si objednávám oblečení, aby to bylo z ověřených stránek a aby to nebylo falešný. Umím celkově líp pracovat na internetu, myslím, že si dokážu rychle najít to, co potřebuju,“* tvrdí P4.

P5 prakticky uvádí příklad: *„No, mě i jako ve škole baví informatika, takže i nějaké věci, jakože jak můžeš ovládat telefon. Takže na mě vyskakují vlastně věci, i co můžeš dělat na počítači nějak. Nebo třeba na TikToku mi to ukazuje různé zkratky, který se dají použít na počítači. Jako takový pomůcky, aby se daly věci dělat rychlejc.“*

Sociální sítě nemůžeme hodnotit vyloženě negativně, ač i někteří pedagogové k nim tak přistupují. Mohou žáky naučit nové věci a zároveň je posouvat v oblastech, které je zajímají, a nemusí se výlučně jednat o touhu po tzv. influencerství. Dnes je velmi moderní IT, ve které se i díky sociálním sítím mohou děti posouvat. Tento fakt vyplývá i z jednoho z uvedených rozhovorů.

#### 6.2.4 Vnímání pedagogů

I přes zákaz využívání mobilních telefonů na základních školách je u některých pedagogů možnost využívat mobilní telefony na povolení daného pedagoga v jeho konkrétní vyučovací hodině. Celkově se názory na tuto možnost a celkově na sociální sítě odlišují.

P1 konstatuje: *„Moje učitelka na angličtinu nám často říká, že nemáme sociální sítě používat a že je to špatný pro nás a pro všechny.“* Co si o tomto tvrzení myslí P1? *„Sama by si měla stáhnout aspoň nějakou sociální síť, aby viděla že je to normální. Kvůli ní bych to fakt nepřestala používat.“* A co ostatní pedagogové? *„Ostatní se snaží, aby byli hustý. Používají slangový výrazy, což je dost zvláštní často, a tak se snaží být s náma v tý naší době.“*

P2 se k tomuto tématu vyjádřila velmi stručně: *„Moji učitelé to moc nevnímají, jakože krom toho projektu sociální sítě už nijak neřešíme.“*

P3 uvádí: *„Občas při občance na to učitel narazí, jakože něco se tam na sociálních sítích děje, a tak se o tom bavíme. Jako jakej na to máme názor a tak. Jednou za pololetí přijde psycholog a ten se s námi baví o takovýchle věcech, jako o sociálních sítích a podobně.“* Zajímalo mě, zda P3 vnímá na svých spolužácích, že by někomu vadilo se bavit o sociálních sítích. *„Asi ne. Všichni je jakoby používají. Jednou se tady kvůli tomu řešila kyberšikana, tak možná tenkrát asi jo.“*

P4 vnímá rozdíly mezi staršími a mladšími pedagogy na jejich základní škole. Tvrdí: *„U nás je hodně starších učitelů a ty absolutně nevnímaj moderní svět a ty nám fakt nějak nerozumí a jsou vlastně jinde. Je tam pár mladších, ty jsou některý lepší, ví, co se děje ve světě a co se aktuálně online řeší.“*

P5 říká: *„Párkrát nám učitel ukázal příspěvek na Instagramu, kterej byl nějak důležitěj pro tu hodinu, to byl asi děják nebo něco takovýho. Jakože zajímavý to bylo.“* O co konkrétně se jednalo, si P5 nevzpomněl.

Z jednotlivých rozhovorů vyplývá, že se jednotliví participanti setkali v přístupu k sociálním sítím s generačními rozdíly.

## 7 DISKUSE

Cílem této diplomové práce je deskripce využívanosti sociálních sítí dospívajícími, a to se zaměřením na domácí a školní prostředí. Rozhovory s jednotlivými participanty odpovídají na výzkumné otázky kvalitativního výzkumu této diplomové práce.

### 1) První výzkumná otázka zní: *Jakým způsobem ovlivňují sociální sítě život žáka v období dospívání?*

Z výsledků, které jsou zjištěny pomocí polostrukturovaných rozhovorů, vyplývá, že **první kontakt** zúčastněných participantů **byl ve všech zaznamenaných případech před dovršením 13. roku života**, tudíž všichni participanti působili na sociálních sítích mnohem dříve, než je oficiálně povoleno. Tyto údaje jsou v souladu s daty, která uvádí Husák (2018). Autor dále uvádí i průměrný věk pro vstup na sociální síť Instagram. Ten je ale oproti výsledkům této diplomové práce výrazně vyšší. Obdobně z výsledků vyplývá, že dospívajícím nevadí, že porušují nařízení při působení na sociálních sítích ještě před 13. rokem života, a to především proto, že věkovou hranici nikdo oficiálně nekontroluje.

Průměrná doba strávená na sociálních sítích u participantů podílející se na této diplomové práci činí 2.9 hodin denně. V rámci časové dotace tedy dospívající stráví **téměř 3 hodiny denně na sociálních platformách**. Tento průměr je ovšem pro čas skrze školní dny. Všichni participanti se shodli, že přes víkendové dny jsou na sociálních sítích aktivnější. Důvodem větší aktivity je absence aktivit – nuda. Hlavním důvodem trávení času na sociálních sítích je především okolí dospívajících – kamarádi, spolužáci, rodina. Zde s nimi **snadněji komunikují, sdílejí zprávy či vzpomínky a tvoří společný online obsah**. Z tohoto závěru lze vyvodit, že sociální sítě usnadňují a urychlují kontakt s ostatními uživateli. Dalším z faktorů je fakt, že sociální sítě jsou centrem dění. Dospívající jsou rádi v otevřeném prostoru, kde se neustále něco děje. Nedílnou součástí je také rychlost inovace. Sociální sítě zaznamenávají neustále nové možnosti, stále se aktualizují a snaží se vylepšovat své aplikace i kvůli svým konkurentům. Adolescenti rádi zkoušejí nové věci a nechtějí zůstat pozadu. Nebojí se ani riskovat. Samotný dospívající také utváří svůj profilový účet, který každodenně aktualizuje svou přítomností. Všechny tyto faktory korespondují s charakteristikou definice sociálních sítí, kterou uvádí Boyd a Ellison (2007). Obdobně do charakteristik sociálních sítí také autorky uvádějí možnost navazovat vztahy s neznámými uživateli. Z výsledků vyplývá, že se zúčastnění participanti pokouší **chránit své soukromí**. Mnohdy ani nesdílejí fotografie svého obličeje a sledují své blízké přátele, kamarády a rodinu. Všichni ze zúčastněných mají i na sociální síti Instagram nastavený soukromý

profil, který lidé, kteří nemají od participanta povolené sledování, nemohou navštěvovat. Soukromí si tedy chrání více, než je předpokládáno. Je ale důležité konstatovat, že zúčastnění participantů považují za sledování svých známých i osoby, které napřímo oni osobně neznají. I zde dochází k časté interakci. Zúčastněným participantům stačí, pokud je důvěrně zná některý z jejich blízkých přátel. Přesto tyto osoby považujeme za neznámé. Vyšší míru komunikace neznámých lidí s dospívajícími potvrzuje i Ševčíková et al. (2014).

Z výsledků vyplývá že všichni zúčastnění participantů jsou **každodenně aktivní** především na sociálních sítích **Instagram a TikTok**. Ostatní sociální sítě se pak liší u preferencí jednotlivých participantů. V porovnání s daty wearesocial (2022) jsou tedy Instagram a TikTok ve využitosti mnohem výše. Tento fakt lze vysvětlit tím, že například sociální síť Facebook využívají starší uživatelé. Sociální síť Messenger pro svou funkci psaní zpráv u zúčastněných dospívajících nahradil Instagram.

Jednání rodičů ve spojitosti se sociálními sítěmi jejich dospívajících dětí je velké téma. S aktivitou rodičů si dospívající vytváří hranice, se kterými by na sociální sítě měli vstoupit. Z výsledků plyne, že aktivita rodičů a jejich následná práce s dětmi na sociálních sítích je různorodá. Z výsledků lze rozdělit dvě skupiny rodičů. První, kteří se **velmi aktivně angažovali** u zakládání sociálních sítí svých dětí a hovořili především o negativních věcech, které nám sociální sítě přináší. Konkrétně také více dohlíželi na sdílení osobních obsahů na jednotlivých platformách a upozorňovali dospívající, jaké fotografie není dobré veřejně sdílet. Z výsledků je taktéž patrné, že se rodiče moc nezaměřovali na pozitivní stránky, které sociální sítě přináší. Při konverzaci s dětmi spíše upozorňovali na negativní prvky. Tato skupina je v souladu se skupinou, kterou Slussareff (2022) pojmenovává jako „rodič partner“. Druhou částí rodičů, která plyne z výsledků, jsou ti, kteří **návštěvnost** sociálních sítí **u svých dětí, neřeší**. Spíše tedy svým dětem nechávají volné nekontrolované působení na sociálních platformách. Tato skupina lidí navazuje na pojmenování od Slussareff (2022) „občasní prudiči“. Z výsledků ovšem také vyplývá, že s dlouhodobějším působením dospívajících v online prostoru slábne také zájem rodičů o kontrolu a debatu o sociálních sítích, což je v souladu s tvrzením Ševčíkové et al. (2014), která hovoří o největším nasazení rodičů u menších dětí.

Součástí výzkumu bylo také sledování aktivit dospívajících, které jsou spojené se sociálními sítěmi. Výsledkem je pozorování dospívajících zaměřené na jejich finanční gramotnost. Reklamy, slevové kódy jsou pro dospívající, kteří často ještě nemají **povědomí o finanční gramotnosti**, začarovaným kruhem. O reklamě na sociálních sítích se v dnešní době

mluví stále více. Všichni zúčastnění dospívající vnímají existenci reklamy na sociálních platformách. Některým participantům nevádí utrácet peníze na sociálních sítích skrze doporučení influencerů. Jedna z participantek dokonce uvedla, že jí nevádí utrácet za tyto produkty i větší množství peněz. Obecně vzato, každý má hodnotu většího obnosu někde jinde. Zde je to v řádu několika set korun českých. Všeobecně z výsledků plyne, že i participanti, kteří na reklamu na sociálních sítích mají negativní názor, alespoň jednou využili slevové akce a nakoupili díky sociálním sítím některé produkty. Celkově participanti nemají negativní zkušenost s nakupováním online. Ani jeden z participantů nezmiňoval nákupy v herních aplikacích, což naopak aktivně zmiňuje Stowell (2017).

Sociální sítě jsou životem dospívajících. Jsou **jejich druhým životem v online prostoru**. Vytváří si tam svou identitu, která může být stejná jako ta reálná, zároveň ale i lehce či více poupravená. Komunikují, diskutují, nakupují, sledují, vytvářejí si představy o různých tématech, inspirují se a zároveň se neustále nevědomě učí novým věcem. Často je to první věc, kterou ráno ihned po probuzení vidí a stejně tak poslední věc, kterou vidí, než jdou spát. Je velmi důležité o tom mluvit, a to především proto, že sociální sítě vytváří velkou část domácího života dospívajících.

## **2) Druhá výzkumná otázka zní: *Jak dospívající žáci reflektují využívání sociálních sítí ve školním prostředí na druhém stupni základní školy?***

Součástí vzdělávání na základních školách je i mediální výchova. Žáci, a především dospívající, by měli kriticky přemýšlet nad informacemi, které se k nim z různých mediálních prostorů dostávají. Sociální sítě **ve školním prostředí nežijí natolik** jako v prostředí domova dospívajících, kteří se účastnili výzkumného šetření. V dnešní době se to odvíjí i od zákazu využívání mobilních zařízení na jednotlivých základních školách. Tento zákaz je v souladu se školským zákonem, který uvádí MŠMT (2024). Míru zákazu mobilních zařízení si každá základní škola určuje samostatně.

Žádný z participantů neuvedl, že by se v průběhu základního vzdělávání v dlouhodobém časovém úseku věnoval mediální výchově. Z výsledků vyplývá, že se často jedná o **projektovou výuku**, která je zaměřena především na negativní dopady sociálních sítí, s čímž souzní myšlenka Kaderky (2018). Dva participanti navštěvují soukromé školy, které jsou zaměřené na britské školství. Systém je v těchto školách odlišný od klasického českého základního vzdělávání, přesto se ani zde nevyskytuje žádná forma dlouhodobého vyučování mediální výchovy. Tím se tedy vyvrací myšlenka Jiráka et al. (2017), který hovoří o studii mediální výchovy u mladších dětí



na zahraničních školách. Z výsledků plyne, že participanti nemají zkušenost s využíváním sociálních sítí ve výuce. Hlavním důvodem zůstává **zákaz mobilních telefonů** ve třídách. Díky tomu participanti skrze školní dny tráví na sociálních platformách méně času. Zároveň v tyto dny mají více zájmových kroužků, tudíž dospívající nezaznamenávají nudu jako např. o víkendu. Během školního týdne je jejich doba strávená u sociálních platform nižší. Se zákazem mobilních telefonů se neztotožňuje Cimlová (2021). Výjimku využívání sociálních sítí tvoří především výtvarná a hudební výchova. Zde participanti uvádí využívanost sociální sítě Pinterest pro výtvarnou výchovu a sociální síť YouTube pro hudební výchovu. Zákazy mobilních telefonů se na různých školách liší, z výsledků diplomové práce vyplývá, že většina participantů tohoto výzkumu má ve škole zákaz využívání mobilního zařízení.

Sociální sítě jsou také vhodně využívány pro **občanskou výchovu**. Zde jednotliví pedagogové využívají příspěvky zobrazující aktuální dění. Např. sledování různých instagramových profilů, které nabízejí **nejaktuálnější události**, které zároveň i popisují. Mimo jiné i toto je vhodný námět na přípravu vyučovací hodiny. Rovněž by mohlo být vhodné i pro dějepis či zeměpis.

I učitelé dnes hojně využívají sociální sítě. Jako začínající učitelku mě zajímalo, jak dospívající pracují se sociálními profily svých vyučujících. Z výsledků je patrné, že všichni participanti se alespoň jednou pokusili hledat své vyučující na sociálních sítích. Jejich cílem bylo hledání soukromých informací, které jsou zde snadno dohledatelné. Tyto údaje jsou v souladu s myšlenkou zprostředkovanou autorem Maněna (2022). Ti nadále uvádějí, že v dnešní době je toto problém především u mladších pedagogů. Participanti se ale také shodují, že většina jejich vyučujících má nastavené soukromé profily, tudíž cizí návštěvníci nemohou daného vyučujícího příspěvky vidět. I přes soukromé profily se pár participantů z výzkumu pokusilo začít své vyučující sledovat.

V rámci pedagogického sboru je dle výsledků značně viditelný **rozdíl mezi využíváním sociálních sítí u mladších a starších pedagogů**. Starší pedagogové dospívajících, kteří se účastnili tohoto výzkumného šetření, mají na sociální sítě často spíše negativní názory, které sdílejí i svým žákům. Mladší učitelé dospívajících zúčastněných v tomto kvalitativním šetření se snaží být naopak více „trendy“ a více se tímto stylem snaží žákům přiblížit. Možná je to ale i jejich přirozenost, což žáci druhého stupně nemusejí vnímat. Tento fakt je v souladu s textem od autora Maněna (2022), kteří toto tvrzení přisuzují menší využívanosti sociálních sítí staršími pedagogy.

Jednoduše se sociální sítě dají využít pro učení se novým věcem, stačí jen hledat ty správné profily. Z výsledků vyplývá, že jsou sociální sítě skvělým prostorem pro samostudium. Je možné učit se o záležitostech z IT oboru. Trénovat se dá např. i **angličtina** (či jiný zvolený jazyk), kdy stačí nastavit si sociální síť z jazyka českého do jazyka anglického. Vzhledem k větší aktivitě na sociálních sítích žáci více vnímají angličtinu příjemnější formou. Toto lze využít i ve školním prostředí, při používání aplikací je převést do jiného jazyka. Taktéž z výsledků výzkumu vyplývá, že se s pomocí určitých sociálních profilů dá učit; je to například instagramový profil BBC či TikTikové profily pro zjednodušení práce na počítači či telefonu.

### **Přínos výzkumu**

Téma sociálních sítí u pubescentů je velmi diskutované, přesto se moc prací nezabývá konkrétními názory přímo u dospívajících. Jistě má tato práce potenciál budovat další možná témata, která by se dala dále konkrétně sledovat. Např. finanční gramotnost u dospívajících ve spojitosti s využíváním sociálních sítí. Zároveň je tato diplomová práce vhodná pro pedagogy v oblasti druhého stupně základních škol, kteří se mohou zaměřit na větší využívanost sociálních sítí ve výuce.

## 8 ZÁVĚR

Sociální sítě zabavují mnoho lidí různých věkových kategorií. Využívání sociálních sítí se poměrně rychle dostává jak k lidem vyšší věkové kategorie, tak k stále mladším dětem. Právě proto je tato tematika velmi aktuální a důležitá. Tato diplomová práce nastínila, jaký život se sociálními sítěmi mají dospívající žáci navštěvující druhý stupeň základních škol. V období pubescence přichází větší míra osamostatnění dospívajících, kteří si často utváří vlastní (mnohdy i nové) online životy. Časovou hranici strávenou u sociálních sítí si děti v období dospívání tvoří samy. Díky zjištění, že sociální sítě časově tvoří minimálně v průměru 3 hodiny denně u dospívajících žáků, považují za důležité věnovat sociálním sítím velkou míru pozornosti. Je v zájmu rodičů, pedagogů i samotných uživatelů věnovat pozornost aktivitě, která tvoří velkou část dne jejich dětí či žáků.

Cílem diplomové práce bylo zjistit, jak dospívající využívají sociální sítě ve svém běžném životě, protože sociální sítě žijí 24 hodin denně, tedy nepřetržitě. Dle mého názoru se cíl této výzkumné otázky podařilo zodpovědět, a to z několika následujících důvodů. Sociální sítě tvoří den dospívajících žáků od probuzení po dobu, než jdou spát. Dalo by se konstatovat, že důležitým prvkem je postel. Ta je místem, kde se sociální sítě taktéž probouzí a večer s dospívajícím usínají. S tímto souvisí i fakt, že se kvalita spánku u dospívajících stále zhoršuje. Příčinou je mimo jiné i modré světlo, které mobilní zařízení vyzařují. Často také dospívající nemají kontrolu nad časem, který před spánkem u sociálních sítí stráví. Tím se pak zkracuje doba spánku a zhoršuje se jeho kvalita.

Sociální sítě jsou pro dospívající hlavním zdrojem kontaktu a rychlejší volbou pro komunikaci jako takovou. Samostatně si velmi obstojně tvoří i hranice a jak z výsledků vyplývá, dospívající žáci nemají k sociálním sítím plnou důvěru. Obecně vzato nemají rádi reklamu na sociálních sítích, přesto že je často ovlivňuje. Často si právě dospívající neuvědomují že jsou hlavní cílovou skupinou pro reklamní kampaně na sociálních sítích. Dále si také vytváří soukromé profily – tudíž mají kontrolu nad tím, jaké uživatele si na své sociální profily použít. Velká část participantů nesdílí ani své osobní fotografie, na kterých se objevuje jejich obličej. Raději sdílejí své zážitky. Vědí i o nástrahách, které se na sociálních sítích pohybují a dokážou o nich i hovořit. Dospívající nedůvěřují sociálním sítím, přesto je to jejich oblíbená každodenní aktivita. A jaký je důvod jejich působení na sociálních sítích? Kamarádi, přátelé a vliv obecně. Rádi sdílejí se svými blízkými kamarády stejné příspěvky a aktuality. Chtějí být v centru dění. Nechtějí si nechat uniknout nové aktuality či trendy. Pokud blízký kamarád nějakého participanta

bude zkoušet novou sociální síť, je velmi pravděpodobné, že daný participant ji rychle bude sdílet s ním. Role rodičů se liší dle jejich přístupu. Někteří rodiče pubescentů chtějí mít aktivitu svých dětí pod kontrolou a díky těmto rodičům se mění i působení dospívajících v průběhu dne. Druhá skupina rodičů se působením svých dětí na sociálních platformách nezabývájí. Z výsledků je ovšem patrné, že obě skupiny se snaží budovat v online prostoru svoje hranice a chránit si své soukromí. Pravděpodobně je to však i díky školním projektům, kde se nastavování hranic na sociálních sítích řeší. Důležitost debaty mezi rodiči a žákem o tématu sociálních sítích je velká.

Se školním prostředím se pojí i druhý cíl této diplomové práce. Dalším cílem bylo zjistit, jakou roli mají sociální sítě v prostředí školy. Život sociálních sítí ve škole velmi ovlivnil školský zákon, který základním školám umožňuje zakázat využívání mobilních telefonů v prostředí školy. Výsledky mohou být proto lehce zkreslené. Tento fakt ovšem nebyl předem jasný. Přesto ale vyplývá, že v některých předmětech jsou sociální sítě aktivní – především v hudební a výtvarné výchově, občas také ve výchově občanské. Ve školním prostředí se hojně řeší postoj k sociálním sítím. Z výsledků je zřejmé, že se participanté setkávají s rozdílnými přístupy. Hlavním důvodem rozdílných přístupů jsou mezigenerační rozdíly. Starší pedagogové se staví k sociálním sítím skepticky, proto je u této skupiny pedagogů zřejmé, že sociální sítě ve výuce spíše nepoužijí. Začínající a mladší pedagogové, kteří mají k sociálním sítím blíže, mají více příležitostí k využití sociálních sítí ve vyučovacích hodinách. Zde je ovšem může limitovat školský zákon a později tedy školní řád o využívání mobilních zařízení. Zjištění a naplnění tohoto cíle je zkreslené kvůli jednotlivým zákazům mobilních zařízení.

Tato diplomová práce může přispět jak rodičům mladších dětí, tak i rodičům dospívajících dětí, protože zde mohou nahlédnout do reálného uvažování dospívajících. Zároveň může pomoci začínajícím učitelům, protože jim tato práce může připomenout důležitost práce se svými osobními profily před nástupem na základní školu. Může jim ukázat možnosti, dle kterých se mohou svobodně rozhodnout, jak se svými sociálními profily naloží. Obdobně může otevřít téma využití sociálních sítí ve výuce. Toto téma by si taktéž zasloužilo další možné samostatné zpracování v jiné závěrečné práci.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A ZDROJŮ

Aiken, M. (2021). *Nebezpečný efekt*. Zed' s.r.o.

Alhothali, G. T., & Aljefree, N. M. (2023). Young adults' sought gratifications from, and perceptions of food advertising by, social media influencers: a qualitative approach. *Journal of Health, Population and Nutrition*, 42(1). <https://doi.org/10.1186/s41043-023-00449-4>

Ambrožová, P., Junová, I. & Stašová, L. (2021). *Nové výzvy rodičovství – mediální výchova v digitální době*. Paido.

Boydová, D. (2017). *Je to složitější. Sociální život teenagerů na sociálních sítích*. Akropolis.

Boyd, D., & Ellison, N. B. (2007). Social network Sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

Burn, J. (2020). *Introduction to Mass Communitacion: media, literacy and culture*. McGraw Hill.

Dočekal, D., Harris, A., Müller, J. & Hegere, L. (2019). *Dítě v síti. Manuál pro rodiče a učitele, kteří chtějí rozumět digitálnímu světu mladé generace*. Mladá fronta.

Galea, S. (2007). *Macrosocial Determinants of Population health*. Springer.

Gavora, P. (2015). Obsahová analýza v pedagogickom výskume: pohľad na jej súčasné podoby. *Pedagogická orientace*, 25(3), 345–371. [https://publikace.k.utb.cz/bitstream/handle/10563/1008189/Fulltext\\_1008189.pdf?s](https://publikace.k.utb.cz/bitstream/handle/10563/1008189/Fulltext_1008189.pdf?s)

Greenfieldová, S. (2016). *Změna myšlení. Jak se naše mozky mění pod vlivem digitálních technologií*. Albatros media.

Gregor, M., & Vejvodová, P. (2018). *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!* Cpress.

Hendl, J. (2005). *Kvalitativní výzkum. Základní metody a aplikace*. Portál.

Husák, J. (2018). *Děti a sociální síť. Výsledky rychlého reprezentativního šetření ke zvyšování věkové hranice nutné pro registraci GDPR*. Analytické centrum ČRDM.

Ježek, J., & Jiráček, J. (2014). *Média a my*. Akademie múzických umění.

Jiráček, J., & Köpplová, B. (2015). *Masová média*. Portál.

- Kardaras, N. (2021). *Svítilící děti. Závislost na moderních technologiích a jak se jí zbavit*. Zoner Press.
- Sajithra, K., & Patil, R. (2013). Social media – History and Components. *IOSR Journal of Business and Management*, 7(1), 69–74. <https://doi.org/10.9790/487x-0716974>
- Langmeier, J. & Krejčíková, D. (2006). *Vývojová psychologie*. Grada.
- Losekoot, M., & Vyhnánková, E. (2019). *#Jak na síť. Ovládněte 4 principy úspěchu na sociálních sítích*. Jan Melvil publishing.
- Mcquail, D. (1999). *Úvod do teorie masové komunikace*. Portál.
- Pecháčková, M. (2020). *Kdo chytá v síti. Dokumentární kniha o zneužívání dětí na internetu*. BizBooks.
- Price, C. (2018). *How to break up with your phone*. Crown Publishing.
- Skutil M., Bartošová, I., Faberová, M., Haviger, J., Havigerová, J., Chráska, M., Juklová, K., Křováčková, J., Maněnová, M., Průcha, J., Zíkl, P., & Žumárová, M. (2011). *Základy pedagogicko-psychologického výzkumu pro studenty učitelství*. Portál.
- Slussareff, M. (2022). *Hry, síť, porno. Rodičovský průvodce džunglí digitálního dětství a puberty*. Jan Melvil publishing.
- Spitzer, M. (2014). *Digitální demence*. Host.
- Stowell, L. (2017). *Bezpečně online*. Svojtka.
- Šed'ová, K. (2005). Možnosti uplatnění zakotvené teorie v pedagogickém výzkumu: Rodinná socializace dětského televizního diváctví. *Sborník prací Filozofické fakulty brněnské univerzity. U, Řada pedagogická*, 53(U10), 123-132. <https://hdl.handle.net/11222.digilib/104568>
- Ševčíková, A., Blinka, L., Dědková, L., Černá, A., Macháčková, H. & Šmahel, D. (2017). *Děti a dospívající online. Vybraná rizika používání internetu*. Grada.
- Švaříček, R., & Šed'ová K. (2007). *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Portál.
- Tesaříková, M. (2015). *Využití sociálních sítí (social somputing)*. [Diplomová práce, Univerzita Hradec Králové]. Archiv závěrečných prací Theses. <https://theses.cz/id/42t6fm/>
- TheBeastess. (2016). *Osamělost, aneb Kolik máte přátel na Facebooku*. Grada.

Turgeonová, H. & Wrightová, J. (2023). *Nevyspalá generace. Proč dnešní teenageři spí méně, než potřebují a jak jim můžeme pomoci*. Mladá fronta.

Uhls, T. Y. (2018). *Mediální mámy a digitální tátové. Rady, které na internetu nenajdete*. Portál.

Vavříčková, A. (2010). *Děti a reklama*. Nakladatelství Bor.

Vágnerová, M. (2012). *Vývojová psychologie, dětství a dospívání*. Karolinum.

Žantovský, P. (2013). *Česká politika a média po roce 1989*. Institut Václava Klause

## INTERNETOVÉ ZDROJE

- Cimlová, Š. [@stekaanka]. (2021). *Můj názor na zákaz telefonů ve školách*. [Fotografie/Reels]. Instagram. <https://www.instagram.com/stekaanka/?hl=cs>
- ČSÚ. (2021). *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi osobami – 2021*. <https://www.czso.cz/csu/czso/7-socialnisite>
- ČTK. (2019, 14. listopadu). *Facebook letos smazal už přes pět miliard falešných účtů, většinu hned po jejich založení*. iRozhlas. [https://www.irozhlas.cz/veda-technologie/technologie/facebook-smazal-falesne-ucty\\_1911140819\\_elev](https://www.irozhlas.cz/veda-technologie/technologie/facebook-smazal-falesne-ucty_1911140819_elev)
- ČTK. (2020, 16. září). *Influenceri mají nový kodex pro férovou reklamu. Propagační příspěvky musí jasně označit*. iRozhlas. [https://www.irozhlas.cz/zivotni-styl/spolecnost/influenceri-socialni-site-kodex-reklama-propagace\\_2009161245\\_tzr](https://www.irozhlas.cz/zivotni-styl/spolecnost/influenceri-socialni-site-kodex-reklama-propagace_2009161245_tzr)
- ČTK. (2021, 27. září). *Vývoj Instagram Kids prozatím končí. Verze pro děti do 13 let vyvolala kritiku, firma si bere čas na úpravu*. iRozhlas. [https://www.irozhlas.cz/veda-technologie/technologie/instagram-kids-deti-bezpecnost-kritika\\_2109272206\\_btk](https://www.irozhlas.cz/veda-technologie/technologie/instagram-kids-deti-bezpecnost-kritika_2109272206_btk)
- Evropská rada. (2023). *Akt o digitálních službách*. <https://www.consilium.europa.eu/cs/policies/digital-services-act/>
- Flowee. (2019). *#denoffline sobota 21. září 2019*. <https://flowee.cz/denoffline/2019/>
- Hendl, J. (2006). *Kvalitativní výzkum v pedagogice*. <https://capv.cz/wp-content/uploads/2020/05/Hendl.pdf>
- Instagram. (2023). *About Us*. <https://about.instagram.com/about-us>
- Lidmila, J. (2019). *Formální a obsahová analýza text. Rychlé čtení*. MZK. [https://www.mzk.cz/sites/mzk.cz/files/souboryMZK/formalni\\_a\\_obsahova\\_analyza\\_textu.pdf](https://www.mzk.cz/sites/mzk.cz/files/souboryMZK/formalni_a_obsahova_analyza_textu.pdf)
- Jirák, J., Šťastná, L., & Zezulková, M (2017, 30. listopadu). *Mediální výchova jako průřezové téma*. NÚV. [https://www.npi.cz/images/podkladov%C3%A1\\_studie/medialni\\_vychova.pdf](https://www.npi.cz/images/podkladov%C3%A1_studie/medialni_vychova.pdf)
- JSNS. (2018). *Stav výuky mediální výchovy na středních školách*. [https://www.jsns.cz/nove/projekty/medialni-vzdelavani/vyzkumy/6517086\\_ucitele\\_medialni\\_vychovy\\_celkova\\_zprava\\_v24jp.pdf](https://www.jsns.cz/nove/projekty/medialni-vzdelavani/vyzkumy/6517086_ucitele_medialni_vychovy_celkova_zprava_v24jp.pdf)
- JSNS. (2023). *Obchod s naší pozorností*. <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani/materialy/vyukove-plakaty/opravdu/opravdu8>



- Kaderka, M. (2018, 12. března). *Analýza stavu mediálního vzdělávání na základních a středních školách v ČR*. Evropské hodnoty. <https://europeanvalues.cz/cs/analyza-stavu-medialniho-vzdelavani-na-zakladnich-a-strednich-skolach-v-cr/>
- Maněna, V. (moderátor). (2021, 4. listopadu). *Učitel ve světě sociálních sítí*. [Audio podcast]. ProjektSYPO. <https://www.youtube.com/watch?v=ZZw19a9MI64>
- Mareš, M. (2022). *Miliony za koncert, statisíce za Instagram. Jak funguje byznys českého moderátora Leoše Mareše?* Hospodářské noviny. <https://archiv.hn.cz/c1-67068950-miliony-za-koncert-statisice-za-instagram-jak-funguje-byznys-nejpopularnejsiho-ceskeho-moderatora-leose-marese>
- Mediaguru. (n.d.). *Reklama*. <https://www.mediaguru.cz/clanky/kategorie/reklama/>
- MŠMT. (2024). *Školský zákon ve znění účinném ode dne 1.1. 2024*. <https://www.msmt.cz/dokumenty/skolsky-zakon-ve-zneni-ucinnem-ode-dne-1-1-2024>
- MUNI. (n.d.). *Periodizace lidského věku*. <https://www.fsps.muni.cz/emuni/data/reader/book-18/04.html>
- Nadeem, R.; Auxier, B.; Anderson, M.; Perrin, A., & Turner, E. (2020, 28. června). *Parenting Children in the Age of Screens*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/internet/2020/07/28/parenting-children-in-the-age-of-screens/>
- NPI. (n.d.). *Průřezové téma mediální výchovy*. <https://digifolio.rvp.cz/view/view.php?id=10913>
- NÚKIB. (2023, 8. března). *Národní úřad pro kybernetickou a informační bezpečnost – Aplikace TikTok představuje bezpečnostní hrozbu*. <https://www.nukib.cz/cs/infoservis/hrozby/1941-aplikace-tiktok-predstavuje-bezpecnostni-hrozbu/>
- Prets, C. (2008, 24. listopadu). *ZPRÁVA o mediální gramotnosti v digitálním prostředí – A6-0461/2008*. Evropský Parlament. [https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-6-2008-0461\\_CS.html?redirect](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-6-2008-0461_CS.html?redirect)
- Ptáček, M. (2015, 14. července). *Jak vznikl a následně uspěl Instagram, jehož hodnota se dnes odhaduje na 35 miliard dolarů?* CzechCrunch. <https://cc.cz/jak-vznikl-a-nasledne-uspel-instagram-jehoz-hodnota-se-dnes-odhaduje-na-35-miliard-dolaru/>
- Sítě v hrsti. (2021a, 10. února). *Kdo je generace X, Y (mileniálové), tichá generace Z a Baby boomers?* <https://sitevhrsti.cz/generace-x-y-z-baby-boomers/>

Sítě v hrsti. (2021b, 10. května). *5 způsobů, jak vydělat peníze na TikToku*. <https://sitevhrsti.cz/jak-vydelat-penize-na-tiktoku/>

Sítě v hrsti. (2022, 4. dubna). *Jak často publikovat na Instagramu? Výsledky studie 81.000.000 IG účtů*. <https://sitevhrsti.cz/jak-casto-publikovat-na-instagramu/>

Skalický, M. (moderátor). (2023a, 3. dubna). *Jak sociální sítě ovlivňují naše děti* [Audio podcast]. Český rozhlas. <https://podcasty.seznam.cz/podcast/podcast-vinohradska-12/jak-socialni-site-ovlivnuji-nase-deti-200537>

Skalický, M. (moderátor). (2023b, 7. srpna). *Psychiatr Horáček: Sociální sítě jsou návykové a stresují nás*. [Audio podcast]. Český rozhlas. [https://www.irozhlas.cz/zivotni-styl/spolecnost/podcast-vinohradska-12-socialni-site-psychiatr-horacek\\_2308070600\\_cen](https://www.irozhlas.cz/zivotni-styl/spolecnost/podcast-vinohradska-12-socialni-site-psychiatr-horacek_2308070600_cen)

Skalický, M. (moderátor). (2022). *Děti, internet a rodičovská trápení*. [Podcast]. Vinohradská 12. <https://ceskepodcasty.cz/epizoda/41573>

Slussareff, M. (2023). *Michaela Slussareff: Hry, sítě, děti*. [YouTube video]. Jak na sítě. <https://www.youtube.com/watch?v=MKw28ZxYtXg>

Socialpark. (2023). *Z na 100 milionů uživatelů*. <https://www.instagram.com/p/CuyvbzwtI7m/>

Spolecnebezpecne. (202, 26. března). *Proč existují věková hranice pro vstup na sociální sítě?* <https://www.spolecnebezpecne.cz/aktuality/proc-existuji-vekove-hranice-pro-vstup-na-socialni-site/>

Szekely, C. (2013). *Louis C.K. Hates Cell Phones*. [YouTube video]. <https://www.youtube.com/watch?v=5HbYScltflc&t=185s>

Vokrouhlíková, K. (2021). *Rizika sociálních sítí (tykajících se dětí)*. [Podcast]. Linka bezpečí. <https://podcasty.seznam.cz/podcast/na-tenke-lince/rizika-socialnich-siti-tykajici-se-deti-180625>

Wearesocial. (2023). *Digital in 2023*. <https://wearesocial.com/us/blog/2023/01/digital-2023/>

Witek, J. (2018, 2. března). *Výhody a nevýhody dnešních sociálních sítí. V čem nám Facebook, Instagram či YouTube pomáhají a v čem naopak škodí?* <https://www.lui.cz/co-se-deje/item/12812-vyhody-a-nevyhody-dnesnich-socialnich-siti-v-cem-nam-facebook-instagram-ci-youtube-pomahaji-a-v-cem-naopak-skodi>

Zoulová, L., & Fišer, M. (2023, 11. prosince). *Spuštění sítě Threads je v Česku na spadnutí. Takto získáte pozvánku.* <https://www.novinky.cz/clanek/internet-a-pc-spusteni-site-threads-je-v-cesku-na-spadnuti-takto-ziskate-pozvanku-40453870>

Zvolši.info. (n. d.). *Kdo jsme.* <https://zvolsi.info/o-nas/>

Žáková, D. (2020, 11. srpna). *Vše o fenoménu TikTok. Nejrozsáhlejší článek o TikToku na jednom místě.* <https://beneficio.cz/clanky/vse-o-fenomenu-tik-tok-nejrozsahlejsi-clanek-o-tik-toku-na-jednom-miste>

## **PŘÍLOHY**

Příloha č. 1: Přepis vybraného rozhovoru

Příloha č. 2: Tabulka 1 - Počet uživatelů sociálních sítí v České republice v roce 2023

Příloha č. 3: Tabulka 2 - Průměrný věk dospívajících při zakládání sociálních sítí

Příloha č. 4: Tabulka 3 - Přehled údajů o participantech

Příloha č. 5: Obrázek 1 - Počet uživatelů sociálních sítí mezi lety 2013–2023

Příloha č. 6: Obrázek 2 - Počet nových uživatelů sociálních sítí v čase

## **Příloha č. 1**

T: Jaké sociální sítě jsou pro tebe důležité a kdy jsi si založila první sociální síť?

P4: *„Nejvíc asi používám Instagram, TikTok a potom ještě Snapchat. Instagram jsem si založila tak v 10 letech přibližně a TikTok tak ve 12 asi.“*

T: Proč si sociální síť založila ještě před tím, než ti bylo 13 let?

P4: *„A proč ne? Stejně to nikdo nekontroluje.“*

T: Co tě vedlo založit si nějakou sociální síť? Např. ten Instagram?

P4: *„Vždycky jsem si stáhla tu aplikaci v době, kdy byla fakt in. Takže se okolo toho dělo hodně věcí a mě to zajímalo a bavilo mě to. Stejně nejdůležitější věc je komunikace s ostatními na těch sítích.“*

T: K čemu konkrétně dané sociální sítě používáš?

P4: *„No tak spoustu lidí kolem mě používá Messenger jako něco, kde můžou komunikovat, ale já na to mám Instagram. Především na to psaní a domlouvání se s lidma. A TikTok fakt asi na tu zábavu a sledování těch věcí no.“*

T: Koho na sociálních sítích nejradši sleduješ?

P4: *„Na Instagramu sleduju hlavně známější osobnosti jako třeba zpěváky...přímo třeba Central Cee anebo Eminema asi nejvíc. TikTok přímo nikoho nesleduju, to je strašně různý. Jednoduše, co mi tam skočí, tak na to koukám. Hrozně mě nebaví takový ty falešný účty ale třeba. Když si to někdo založí a píše si s někým, pak ti píše a ty ho prostě neznáš.“*

T: Kolik času denně trávíš na sociálních sítích?

P4: *„No tak přesně, přes pracovní dny tak, za den cca 3 hodiny a přes víkend takových pět hodin. Poslední dobou se to sama snažím regulovat, protože když jsem na TikToku tak ten čas mi přijde že utíká hrozně rychle, protože jak to projíždím, tak to prostě uběhne hrozně rychle. Snažím se na to tolik nekoukat, ale třeba v týdnu je to daleko jednodušší, protože je furt co dělat.“*

T: Popiš mi, jak probíhá tvůj den?

P4: *„No, když třeba vstanu, tak abych se ještě tak nějak trochu probrala, tak třeba půl hodiny si dám ráno na sítích, potom mám školu, trénink a třeba večer takový ty dvě hodiny, ale jako přes den to ne.“*

T: Máš potřebu si od sociálních sítích někdy odpočinout?

P4: „*Ehm, jo. Chtěla jsem, jakože... chtěla jsem si dát cíleně každý týden fakt ty dvě hodiny bez Instagramu a TikToku denně. Přes týden mám co na práci, takže to bylo jednoduchý a dodržovala jsem to vždycky když jsem chtěla, ale o víkendu, jak se moc věcí neděje, tak mám prostě klid a asi se vlastně nějak nudím, takže to jsem nikdy nedodržela.*“

T: Je těžký si o víkendu vytvořit samostatně program? Nebo proč je těžký být o víkendu bez telefonu?

P4: „*Když se nic neděje, tak jsem aspoň v tom online světě, kde se děje furt něco. A program se mi prostě samotný vymýšlet nechce.*“

T: Máš nějaký hranice pro sdílení osobních věcí na sociálních sítích?

P4: „*Sama jsem dřív začala sledovat lidi, který jsem neznala, ale ne že by to byl vyloženě někdo cizí, ale spíš třeba jakože přes někoho jsem toho člověka znala. Někdo mě blízkej ho znal a já viděla že ty kamarádi ho mají v přátelích, tak takhle třeba jo.*“

T: Baví se s tebou rodiče o sociálních sítích?

P4: „*Ted'ka už se o nich vlastně asi nebavíme, nebo... ne přímo o sociálních sítích, jakože, když jsem si je zakládala, tak mi určitě řekli, ať si dávám pozor, s kým si píšu a ať neřikám nikomu jako osobní informace a ted'kon ani moc ne, spíš jenom mi říkají ať na tom netrávím tolik času.*“

T: Myslíš si, že je lepší, když rodiče s dětma o sociálních sítích mluví?

P4: „*Nevím, ale vím že se spoustou kamarádek o tom rodiče nemluvili, ale taky ví, že jsou tam fake profil, který sledovat nemaj.*“

T: Co si myslíš o reklamě na sociálních sítích?

P4: „*Je to takový otravný trošku, jako upřímně nevím, jestli to tam někoho zajímá a myslím, že to spíš všechny štve, ale mě to jako moc netrápí asi ani. A lidi co mají každý druhý stories reklamu, tak to mě nabaví už vůbec.*“

T: Co si myslíš o dospívajících, kteří na sociálních sítích utrací hodně peněz?

P4: „*Podle mě o tom moc nepřemýšlí. Jestli takhle zbytečně utrácej peníze je to jejich chyba. Jakože není špatně utrácet, ale na Instagramu je hodně vidět, že je to fakt jen reklama, a ne nějaký super dobrý doporučení. Ty influenceři prostě na tom chtějí jenom jakože vydělat.*“

T: Utrácíš ty sama peníze na sociálních sítích?

P4: „*Někdy jo. Ne tak často. Taký si objednávám občas oblečení.*“

T: Jaké jsou trendy na sociálních sítích momentálně?

P4: „*No tak teďka hlavně jakože... asi hlavně Vánoce no. Sleduju hodně věci o Vánocích. Trendy jsou místa, kam se podívat. A třeba dneska snad všichni sdíleli a dali na stories ty jejich nejpřehrávanější písničky na Spotify, co jim ukázal ten roční souhrn.*“

T: Co tě sociální sítě dokázali/dokáží naučit?

P4: „*No tak třeba na TikToku když mi vyskočí nějaký falešný stránky, tak si víc kontroluju ty weby, odkud si objednávám oblečení, aby to bylo z ověřený stránky a aby to nebylo falešný. Umím celkově líp pracovat na internetu, myslím, že si dokážu rychle najít to co potřebuju.*“

T: Používáte sociální sítě ve vyučovací hodině?

P4: „*No vesměs máme ve škole telefony zakázaný, takže vlastně ne. Nějak se ve škole řešilo předtím natáčení při hodinách, tak proto. No. Používáme je třeba při výtvarce, tam pro inspiraci Pinterest používáme, ale třeba na občance by se to dalo použít. Jakože, furt se ve světě něco děje a ten svět je i na Instagramu.*“

T: Jak konkrétně by sis to představila využít v občance?

P4: „*Tak nějaký události, nebo sleduju na Instagramu Heyfomo.*“

T: Co je Heyfomo?

P4: „*Profil, kterej dává každej den příspěvky s tím, co se prostě aktuálně děje. Politika, sport, trendy oblečení, favourite songy, zahraničí atd. Zároveň to tam všechno jednoduše a krátce vysvětlujou.*“

T: Sleduješ, nebo jsi si někdy hledala nějakého svého učitele na sociální síti?

P4: „*No, už jsme je několikrát začali, nebo teda jakože požádali o sledování na Instagramu, ale oni i tím, že mají soukromé účty, tak nám to nikdo ještě nikdy nepřijal.*“

T: Vnímají učitelé ty trendy na těch sociálních sítích?

P4: „*Určitě ne. U nás je víc starší učitelé a ty to absolutně nevnímají a ty nám fakt nějak nerozumí a jsou vlastně jinde. Je tam pár mladších, ty jsou některý lepší, ví, co se děje ve světě a co se aktuálně online řeší. Některý ale co jsme měli z vysokých školy na praxi, tak ty se snažili u nás*“

*vybudovat respekt křičením, což jakože nám pak byli ještě víc k smíchu, když se teda o něco snažili.“*

T: Proč myslíš že zrovna křičením?

P4: *„Jakože asi jsme nebyli nejhodnější, ale tak... ostatní učitelé na nás kvůli tomu nekřičí.“*

T: Co tě sociální sítě dokázali/dokážou naučit?

P4: *„No tak třeba na TikToku když mi vyskočí nějaký falešný stránky, tak si víc kontroluju ty weby, odkud si objednávám oblečení, aby to bylo z ověřený stránky a aby to nebylo falešný. Umím celkově líp pracovat na internet, myslím, že si dokážu rychle najít to co potřebuju.“*



## Příloha č. 2

### Tabulka 1

*Počet uživatelů sociálních sítí v České republice v roce 2023*

Pořadí	Sociální síť	Počet uživatelů (v milionech)
1	YouTube	8,07
2	Facebook	4,8
3	Facebook Messenger	4,1
4	Instagram	3,35
5	LinkedIn	2,2
6	TikTok	1,95
7	Pinterest	1,65
8	Twitter	1,4
9	Snapchat	1,25

*Zdroj: Wearesocial.com*

## Příloha č. 3

### Tabulka 2

*Průměrný věk dospívajících při zakládání sociálních sítí*

Sociální síť	Počet návštěvníků	Průměrný věk
Facebook	770	11,63
Twitter	215	12,86
Snapchat	315	13
Instagram	640	13,01
Pinterest	156	13,85
Google+	536	11,49
Chatovací aplikace (messenger, WhatsApp)	887	11,8

*Zdroj: HUSÁK, J. (2018)*

## Příloha č. 4

Tab. č. 3: Přehled údajů o participantech

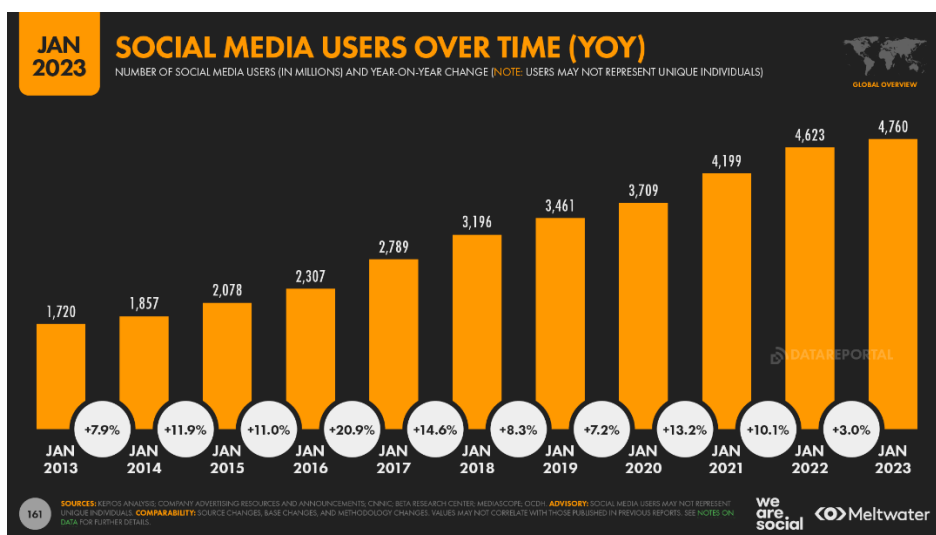
Označení participanta	Věk	Pohlaví	Třída	Typ školy
Participant č. 1	12 let	dívka	8. třída	Soukromá škola
Participant č. 2	14 let	dívka	10. třída	Soukromá škola
Participant č. 3	14 let	chlapec	8. třída	Státní škola
Participant č. 4	15 let	dívka	9. třída	Státní škola
Participant č. 5	15 let	chlapec	9. třída	Státní škola

Zdroj: Vlastní zpracování

## Příloha č. 5

### Obrázek 1

Počet uživatelů sociálních sítí mezi lety 2013–2023



Zdroj: Wearesocial (2023)

## Příloha č. 6

### Obrázek 2

Počet nových uživatelů sociálních sítí v čase



Zdroj: Socialpark (2023)