

Univerzita Hradec Králové

Pedagogická fakulta

Ústav sociálních studií

Sharenting pohledem rodičů na Havlíčkovsku

Bakalářská práce

Autor:	Eliška Novotná
Studijní program:	B7507 Specializace v pedagogice
Studijní obor:	Sociální patologie a prevence
Vedoucí práce:	Mgr. Martin Knytl, MCS
Oponent práce:	doc. PhDr. Václav Bělík, Ph.D.



Zadání bakalářské práce

Autor: Eliška Novotná

Studium: P19P0151

Studijní program: B7507 Specializace v pedagogice

Studijní obor: Sociální patologie a prevence

Název bakalářské práce: **Sharenting pohledem rodičů na Havlíčkově Brodě**

Název bakalářské práce AJ: Parents' View on Sharenting in Region of Havlíčkův Brod

Cíl, metody, literatura, předpoklady:

Bakalářská práce se zaměřuje na problematiku sharentingu. V teoretické části se práce zabývá rodičovstvím v době informační. Dále se věnuje hrozbám a negativním důsledkům sharentingu. Práce také představuje nejznámější sociální sítě jako jsou Facebook, Instagram či YouTube a rovněž kybernetickou bezpečnost vztahující se k problematice sharentingu. V praktické části se zaměřuje na rodiče z okolí Havlíčkova Brodu a jejich povědomí o rizicích spojených se sdílením fotografií dětí na sociálních sítích.

DOČEKAL, David a ECKERTOVÁ, Lenka. *Bezpečnost dětí na internetu: rádce zodpovědného rodiče*. Brno: Computer Press, 2013. 224 s. ISBN 978-80-2513-804-5.

CHRÁSKA, Miroslav. *Metody pedagogického výzkumu*. Praha: Grada, 2016. 256 s. ISBN 978-80-247-5326-3.

POSPÍŠILOVÁ, Marie. *Facebooková (ne)závislost: identita, interakce a uživatelská kariéra na Facebooku*. Praha: Karolinum, 2016. 138 s. ISBN 978-80-246-3306-0.

STAŠOVÁ, Leona, JUNOVÁ, Iva a SLANINOVÁ Gabriela. *Nová generace: vybrané aspekty socializace a výchovy současných dětí a mládeže v kontextu medializované společnosti*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. 212 s. ISBN 978-80-7435-567-7.

ŠEVČÍKOVÁ, Anna. *Děti a dospívající online: vybraná rizika používání internetu*. Praha: Grada, 2014. 184 s. ISBN 978-80-247-5010-1.

Garantující pracoviště: Ústav sociálních studií,
Pedagogická fakulta

Vedoucí práce: Mgr. Martin Knytl, MCS

Oponent: doc. PhDr. Václav Bělík, Ph.D.

Datum zadání závěrečné práce: 1.2.2021

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci *Sharenting pohledem rodičů na Havlíčkovrodsku* vypracovala pod vedením vedoucího práce Mgr. Martina Knytla, MCS, samostatně a uvedla jsem všechny použité prameny a literaturu.

V Hradci Králové dne 25. 4. 2022

Eliška Novotná

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucímu práce Mgr. Martinovi Knytlovi, MCS za odborné vedení, cenné rady, trpělivost a ochotu, kterou mi v průběhu zpracování bakalářské práce věnoval.

Anotace

NOVOTNÁ, Eliška. *Sharenting pohledem rodičů na Havlíčkovodsku*. Hradec Králové: Pedagogická fakulta Univerzity Hradec Králové, 2022. 81 s. Bakalářská práce.

Bakalářská práce se zaměřuje na problematiku sharentingu. V teoretické části se práce zabývá fenoménem sharentingu, charakteristickým pro rodičovství v době informační. Představuje nejznámější sociální sítě jako jsou Facebook, Instagram, YouTube a TikTok. Dále se práce věnuje motivům sharentingu, jeho hrozbami a negativním důsledkům. Pozornost je rovněž věnována kybernetické bezpečnosti a preventivním aktivitám vztahujícím se k problematice sharentingu. Druhou částí je část empirická, která je věnována samotnému výzkumnému šetření. Cílem výzkumného šetření je zmapovat sharenting u rodičů na Havlíčkovodsku a zjistit, jaké povědomí o tomto fenoménu rodiče mají.

Klíčová slova: sharenting, rodičovství, sociální sítě, kybernetická bezpečnost

Annotation

NOVOTNÁ, Eliška. *Parents' View on Sharenting in Region of Havlíčkův Brod*. Hradec Králové: Faculty of Education, University of Hradec Králové, 2022. 81 pp. Bachelor Thesis.

This bachelor thesis focuses on the problematic of sharenting. Theoretic part explains the sharenting phenomenon typical for parents having child in the virtual age. The thesis introduces the reader to the most known social networks such as Facebook, Instagram, YouTube and TikTok. It describes the possible motivations for this behaviour, its risks, and negative consequences as well as the prevention of this phenomenon and the subject of cyber safety. The empiric part contains author's own research on this topic which is trying to capture the reality of sharenting amongst parents living in the Havlíčkův Brod region. The goal is to determine their knowledge and experiences with this phenomenon.

Keywords: sharenting, parenting, social networks, cyber security

Prohlášení

Prohlašuji, že bakalářská práce je uložena v souladu s rektorským výnosem č. 13/2017 (Řád pro nakládání s bakalářskými, diplomovými, rigorózními disertačními a habilitačními pracemi na UHK).

Datum:

Podpis studenta:

Obsah

Úvod	9
1 Informační společnost a její vliv na rodičovství	10
1.1 Generace rodičů	11
1.2 Rodičovství ve 21. století	13
2 Sociální síť jako prostředek sharentingu	16
2.1 Facebook	19
2.2 YouTube.....	22
2.3 Instagram.....	25
2.4 TikTok.....	31
3 Motivy vedoucí rodiče k sharentingu	32
3.1 Uživatelská podpora na sociálních sítích	32
3.2 Komunikace s rodinou	33
3.3 Výdělek peněz.....	34
3.4 Potřeba sebe prezentace	34
4 Rizika spojená se sharentingem	36
5 Kyberbezpečnost jako prevence sharentingu	43
6 Výzkumné šetření zabývající se rodiči na Havlíčkobrodsku a jejich pohledem na sharenting	49
6.1 Výzkumný problém a hypotézy	49
6.2 Strategie výzkumného šetření	51
6.3 Analýza a interpretace výsledků	52
6.4 Shrnutí výzkumného šetření.....	68
Závěr	71
Seznam použitých zdrojů	73
Seznam grafů.....	82
Seznam obrázků	83
Přílohy.....	84

Úvod

Bakalářská práce se zabývá problematikou novodobého jevu zvaného sharenting. Sharenting vznikl spojením anglických slov „share“ (sdílet) a „parenting“ (rodičovství). Tento pojem představuje sdílení fotografií, videí nebo různých materiálů a informací o dětech jejich rodiči online. Fenomén sharentingu se v posledních letech stal diskutovaným tématem převážně v zahraničí. V České republice však lze stěží najít výzkumné studie či odbornou literaturu, zabývající se tímto fenoménem. Jediným výzkumem, který se sharentingem v České republice zabývá, je výzkum *Rodič a rodičovství v digitální éře*. Výzkum byl zrealizován Centrem prevence rizikového chování virtuální komunikace pedagogické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci a společností O2 Czech Republic. Sharenting je spojen s konkrétní cílovou skupinou, kterou jsou rodiče. Tato cílová skupina není v současné době dostatečně zmapována, přestože je rodič právě tím, kdo má zásadní vliv na chování dítěte. Nespočet výzkumů se věnuje rizikovému chování dětí v prostředí internetu. Kdo ale zkoumá, jakým způsobem se v online světě chová rodič a jakým způsobem nakládá s osobními informacemi svých dětí?

Na sociálních sítích je v současnosti velké množství lidí a výjimku netvoří ani rodiče. Na rozdíl od starší generace rodičů dnešní rodiče své děti vychovávají v digitálním světě. Současná generace rodičů využívá internetové komunikační platformy ke sdílení okamžiků ze života jejich dětí online. Rodinná alba tak byla nahrazena digitálními alby. V důsledku toho má spousta dětí na sociálních sítích množství fotografií, videí a příspěvků o svém životě, kde nad nimi rodič ztrácí veškerou kontrolu.

Jelikož se jedná o neprozkoumané ale zároveň velmi aktuální téma, byl sharenting zvolen jako téma této bakalářské práce. Práce je rozdělena na dvě části. V teoretické části je hlavním cílem vymezit novodobý fenomén sharenting, popsat motivy, které rodiče k tomuto chování vedou a vymezit možná rizika a důsledky tohoto chování. V návaznosti na tuto problematiku je zmíněna kybernetická bezpečnost v kontextu prevence.

V empirické části je hlavním cílem zmapovat sharenting u rodičů na Havlíčkobrodsku a zjistit, jaké povědomí o tomto fenoménu rodiče mají. Výzkumné šetření využívá kvantitativní strategii výzkumu v podobě dotazníkového šetření, který byl distribuován prostřednictvím metody sněhové koule. Výsledky šetření jsou přehledně prezentovány v grafickém provedení.

1 Informační společnost a její vliv na rodičovství

Termín *informační společnost* je obecně odvozen od ústředního významu, který informace pro společnost mají. Po společnostech, pro které mělo zásadní význam zemědělství, těžba surovin a průmysl, přichází společnost, jejíž hlavní podstatou jsou informace. Pod vlivem nových informačních technologií tak dochází k neutuchající proměně současné společnosti. Začátkem nového tisíciletí došlo k přelomu nejen mezi epochami, ale také mezi mladou a starou generací. Společnost se nachází na rozhraní mezi věkem gramotné kultury a věkem kyberkultury. Začleněním informačních technologií do společenského života dochází ke změnám životního stylu, které jsou viditelné v každé fázi života. Čím nižší je věk generační skupiny při styku s vlivem informačních technologií, tím je proměna životního stylu radikálnější (Kolesárová, 2016).

Odborně tedy lze informační společnost definovat jako: *„Společnost založenou na integraci informačních a komunikačních technologií do všech oblastí společenského života v takové míře, že zásadně mění společenské vztahy a procesy. Nárůst informačních a komunikačních zdrojů a komunikačních toků vzrůstá do té míry, že ho nelze zvládat dosavadními informačními a komunikačními technologiemi.“* (Jonák, 2003, online) Informační společnost, je tedy společností, pro níž jsou informace a práce s nimi stěžejní záležitostí (Fukárková, 2019, online).

Život ve 21. století je v podstatě řízen digitálními informačními technologiemi. Ráno nás budí místo budíku smartphone, prostřednictvím něhož děláme mnoho dalších věcí. Například posíláme písemné zprávy, vyhledáváme prostřednictvím vyhledávačů odpovědi na naše otázky, sledujeme dění ve světě na internetových zpravodajských webech, posloucháme hudbu nebo rozesíláme a přijímáme fotografie či videa (Spitzer, 2016). Prostřednictvím chytrého telefonu lze již ovládat i domácnost. Na dálku lze ovládat topení nebo kávovar. Pokud jsme zrovna líní uklízet, stačí si pořídit chytrý vysavač, který uklidí za nás.

Nové technologie ovlivňují i naši psychiku. Spitzer (2016) uvádí, že se lidé cítí bezmocně a zcela nemožně, pokud zrovna nemají tyto technologie po ruce. Odložený, ztracený nebo ukradený mobil u nich vyvolává bušení srdce, úzkost a stres. *„Od mladých lidí často slyšíme, že by si raději usekli ruku, než by se vzdali mobilu.“* (Spitzer, 2016, s. 19)

Spitzer (2016) také dodává, že starším lidem, narozených v nedigitálním světě, často nepřijde snadné naučit se správně zacházet s internetem, počítačem, smartphonem a jinými chytrými technologiemi. Proto tu panuje názor, že pokud se mladí lidé mají mít lépe, musí se s novými technologiemi seznámit co nejdříve. Děti se tak setkávají s tablety již v mateřské škole, se smartphony a herními konzolami či notebooky na prvním stupni. Je však přehlížen fakt, že obzvlášť v dětství může závislost na těchto digitálních technologiích vzniknout velmi snadno. Dospělí lidé s již plně vyvinutým mozkem dovedou návykové látce nebo rizikovému chování čelit, děti nikoli.

1.1 Generace rodičů

Současná společnost je tvořena čtyřmi generacemi rodičů, přičemž každá z těchto generací vyrůstala v jiné době. V důsledku toho má každá generace hodnoty a jiný vztah k současným technologiím. Jedná se o generaci Baby boomers, generaci X, generaci mileniálů a generaci Z. Generace Baby boomers je generace, která se narodila v období po konci druhé světové války, v letech 1946–1967. Je takto nazývána z důvodu velkého nárůstu porodnosti. Generace Baby boomers byla vychována v období ekonomické prosperity a v relativně bezpečné době. Jedinci této generace ještě nebyli ovlivněni digitálními technologiemi (The Investopedia Team, 2021, online). Jedinci, narozeni v letech 1968–1982, jsou zařazeni do generace X. Tato generace vyrůstala v prostředí socialismu, charakteristickým významnými politickými a hospodářskými změnami. V tomto období dochází k rozvoji nových technologií, a to zejména internetu (Hloušek, 2009). Třetí generací je generace Y neboli generace mileniálů, narozených mezi lety 1983–1997. Jedná se o generaci, jejíž růst již byl ovlivněn digitálními technologiemi. Poslední generací je generace Z. Členové této generace se narodili po roce 1998. Tato generace vyrůstala v obklopení online moderních technologií, jež už dnes vnímá jako samozřejmost. Generace mileniálů a generace Z je tvořena převážně studenty nebo mladými rodiči (Lapitah, Kistoro et al., 2020). Tyto dvě poslední generace rodičů mají odlišný charakter oproti předchozím generacím, a to právě díky vlivu digitálních technologií v průběhu jejich dospívání.

Generace, kterým kyberkultura a digitální vlna vstoupila do života v jeho průběhu, hodnotí informatizaci, její projevy a jevy buď kladným nebo záporným způsobem. Naopak příslušníci generace, kteří se narodili již do digitálního věku, si těžko dovedou

představit, jaké to bylo za dob, kdy lidé žili bez počítače, internetu nebo mobilního telefonu (Kolesárová, 2016).

Mediálně nasycené domácnosti

Digitální technologie a online prostředí se staly neodmyslitelnou součástí soudobého života. Z tohoto důvodu dnes mnoho rodin žije v mediálně bohatých domácnostech, ve kterých jsou obklopeni těmito různými digitálními zařízeními (Livingstone, 2002; In: Siibak, 2019, online).

Český statistický úřad každoročně shromažďuje data o medializaci společnosti v českém i evropském prostoru. Výsledky z šetření, zabývajícím se výskytem informačních a komunikačních technologií v domácnostech a jejich využíváním jednotlivci, jsou uvedeny v publikaci *Informační společnost v číslech*. Obdobné šetření provozuje i Evropský statistický úřad ve všech zemích Evropské unie. Prostřednictvím tohoto šetření lze srovnávat data v mezinárodním měřítku. Data evidovaná Českým statistickým úřadem zcela zřetelně definují české domácnosti jako mediálně nasycené. Během let 2001–2013 došlo ke zvýšení vybavenosti domácností počítačem z 15 % na 68 %. Podíl stolních počítačů se snížil a byl nahrazen mobilními zařízeními. V roce 2013 vlastnilo 39 % českých domácností dva a více počítačů (Stašová, Slaninová, Junová, 2015). Podle dat Českého statistického úřadu za rok 2020 disponuje 81,7 % domácností připojením k internetu. Stolní počítač vlastní 37,5 % domácností, 63,3 % vlastní notebook a 32 % tablet. 99,5 % domácností vlastní mobilní telefon, z toho 76,4 % chytrý mobilní telefon a 39,7 % tlačítkový. Ze zmíněných dat vyplývá, že vybavenost českých domácností elektronickými technologiemi je poměrně vysoká (Český statistický úřad, 2021, online).

Digitální technologie ovlivňují každodenní chod rodiny. Jejich výskyt se podílí také na dynamice rodinného života (Calvalho, Revas, 2015; In: Siibak, 2019, online). Dříve, když rodiny vlastnily pouze jeden televizor, sledovaly televizní vysílání společně. V současné době, v důsledku vlastnění více televizorů a jiných médií, spolu rodiny tráví čím dál méně času. Digitální technologie mají za následek změnu výchovy, socializace a sociální zrání jedince. Tyto procesy probíhají oproti předchozím generacím poněkud odlišným způsobem (Stašová, Slaninová, Junová, 2015). Vlivem digitálních technologií jsou rodiče více roztržiti a méně v souladu se svými dětmi. Důvodem je neustálé směřování pozornosti ke svým chytrým zařízením. Rodiče a děti již tolik nevedou

rozhovory v tváři tvář, ale spíše si posílají textové zprávy. K tomu dochází i v situacích, kdy od sebe nejsou daleko vzdáleni. Tento způsob komunikace volí dokonce i v situaci, kdy se nacházejí ve stejném domě. Nadměrné používání digitálních technologií proto může ovlivnit i silné pouto mezi rodičem a dítětem (Inc.Outlook, 2019, online).

1.2 Rodičovství ve 21. století

Narození dítěte je zásadním zvratem v životě člověka. Rodičovská role představuje důležitou součást identity dospělého člověka a stává se projevem generativity dospělého věku. S nástupem rodičovské role přichází nová životní etapa, která vyžaduje změnu životního stylu rodiny (Vágnerová, 2008). Již v těhotenství, si zejména nastávající rodiče prvorozených dětí, vytvářejí představy o rodičovství, které jsou leckdy příliš idealizovány. Podle výzkumů je důležité, aby představy o rodičovské roli byly již v době těhotenství realistické. Realistické představy přispívají k lepší adaptaci na tuto novou životní roli. Mnoho žen nemá před narozením vlastního dítěte žádné větší zkušenosti s péčí o děti. Představy o mateřství a rodičovství jsou tak získávány především z informací v médiích, na sociálních sítích nebo na předporodních kurzech.

Podle zjištění vyplývajících ze studie „*Internet Use in Pregnancy Informs Women's Decision Making: A Web-Based Survey*, které se zúčastnili respondenti z 24 různých zemí, se ukazuje, že 97 % těhotných žen používá jako zdroj informací o těhotenství internet a sociální sítě (Legan, Sinclair, Kernohan, 2010; In: Siibak, 2019, online). V převážné většině případů využívají těhotné ženy internet k doplnění chybějících informací, které jim nebyly poskytnuty jejich lékaři či porodními asistentkami. Muži využívají internet, zejména sociální sítě ke komunikaci s jinými otci, za účelem povzbuzení a získání užitečných rad k tomu, aby se stali dobrými otci (Ammari, Schoenebeck, 2015; In: Siibak, 2019, online).

Prostřednictvím chytrých aplikací lze monitorovat těhotenství ženy. Při sledování průběhu těhotenství jsou využívány údaje o intimním zdravotním stavu matky a také osobní identifikační údaje o matce i nenarozeném dítěti. Mezi tyto údaje patří například datum početí, osobní anamnéza nebo potencionální termín porodu. Dle kritiky Barassi (2017) vyžadují chytré aplikace nejen velmi osobní informace o jejich uživatelích, ale také ovlivňují představy o těhotném těle a o sobě samém.

Mileniální rodiče se čím dál více spoléhají na chytré aplikace a různé webové stránky. Opírají se sice i o tradiční zdroje poradenství, jako jsou členové rodiny, lékaři či přátelé, ale rostoucí vliv digitálních zdrojů je u této generace rodičů znatelný. Gibson (2019, online) uvádí, že v dnešní době lze vygooglit odpověď na jakoukoliv otázku. Pokud ale do Google vyhledávače napíšeme například: „*Jak zvládat záchvaty vzteku?*“, dostaneme miliardu odpovědí, přičemž některé z nich budou opravdu nevhodné. Dalším faktem je, že rodiče jsou zahlceni příliš velkým množstvím informací.

Rodičovství je obrovská zodpovědnost. Děti se neustále vyvíjí a jejich návyky se ustálí až po nějaké době. Rodiče proto rádi vyhledávají produkty, které při péči o jejich dítě pomohou. V dnešní době není problém sehnat senzor v plence, který při vykonání potřeby dítěte, odešle rodičům SMS. Dále existují produkty, sledující teplotu kojence. Mnozí rodiče často pořizují nad dětskou postýlku monitor dechu, který všechny v jeho okolí upozorní, že dítě přestalo dýchat. Psycholog Jan Kulhánek z Kliniky ambulantní psychoterapie Anděl dodává: „*U kojenců skutečně existuje malé riziko náhlého úmrtí dítěte, včasná pomoc toto riziko snižuje. To je také pro řadu matek důvod, proč monitor dechu používají.*“ (Havlíková, 2014, online)

Ovšem i některé technologické vychytávky jako například nejmodernější video monitor pohybu dítěte, často vedou ustarané rodiče k ještě větším obavám. Tyto obavy mohou způsobovat nespavost a další problémy, vedoucí k poškození schopnosti plnohodnotně pečovat o dítě. Dalším faktem je, že se rodiče často spoléhají na techniku, namísto toho, aby věřili vlastní intuici. Skrze technologie také řeší věci, které jsou ze své podstaty lidské (Gibson, 2019, online). „*Proč chodit do vedlejší místnosti kontrolovat dítě, když na monitoru jasně vidím, že spí? A proč za ním chodit, i když se vzbudí, když ho mohu utěšit pomocí mikrofonu na chůvičce?*“ Může se stát, že je tyto technologie paradoxně od dítěte spíše oddálí (Havlíková, 2014, online).

Chytré aplikace a média mohou, kromě poskytování informací o mateřství, být i zdrojem tlaku na plnění mateřské role, souvisejícím se sociálním srovnáváním svých schopností a dovedností s ostatními (Masopustová, Hanáčková a kol., 2018). V průzkumu z roku 2012, který byl zveřejněn *National Institutes of Health*, vědci zjistili, že novopečené matky, které trávily nejvíce času na Facebookových stránkách, vykazovaly vyšší míru rodičovského stresu. Rodiče bývají vystresováni zdroji na sociálních sítích, které jsou zaplněné znepokojivými příspěvky. Často bývají znepokojováni i uživateli

sociálních sítí, kteří sdílejí příliš často idylické fotografie jejich šťastné rodiny (Gibson, 2019, online).

Podle teorie sociálního srovnávání mají lidé tendenci srovnávat se pouze s takzvanými významnými blízkými, tedy s lidmi, které považují za sobě podobné (Hayes, 1993; In: Masopustová, Hanáčková a kol., 2018). Později se však ukázalo, že se lidé srovnávají, byť i méně často, s nepodobnými druhými (Gilbert, Giesler, Morris, 1995; In: Masopustová, Hanáčková a kol., 2018). Dle Festingera (1954, In: Masopustová, Hanáčková a kol., 2018) k sociálnímu srovnávání dochází i v případech, kdy lidé nemají dostupné objektivní informace o těch, s nimiž se srovnávají. Mediální obrazy celebrit nebo reprezentace mateřství v médiích či na sociálních sítích mohou vést k sociálnímu srovnávání.

2 Sociální sítě jako prostředek sharentingu

Objevení internetu s sebou přineslo změnu povahy sociálních vazeb a interakcí (Scott, 1988; In: Pospíšilová, 2016). Začaly existovat nové podoby utváření sociálního kontaktu. Objevují se nová místa pro udržování kontaktu a prostředky, prostřednictvím kterých spolu lidé komunikují. Ukázkou nové povahy sociálních vazeb jsou právě sociální sítě (Pospíšilová, 2016). K vývoji sociálních sítí došlo v prvním desetiletí 21. století. Sociální sítě se vyvinuly z diskusních serverů, online fotografií a weblogů. Tvůrci těchto služeb došli k závěru, že uživatelé kromě zveřejňování obsahu chtějí rovněž komunikovat (Bednář, 2011).

Boyd a Ellison definují sociální sítě jako prostředí, v němž lze:

- „vytvářet veřejné či poloveřejné profily v ohraničeném systému;
- zobrazit seznam ostatních uživatelů, se kterými je poji vazba;
- prohlížet a procházet přes seznamy vztahů svých a vztahů ostatních uživatelů v rámci systému.“ (Boyd, Ellison, 2007; In: Stašová, Slaninová, Junová, 2015, s. 71)

Autoři dále rozlišují termíny „networkingsites“ a „social network sites“. Termín „networkingsites“ znamená mj. navazování nových vztahů s cizími uživateli. „Social network sites“ pak označuje komunikaci jedinců s jejich vlastní rozšířenou sociální sítí (Boyd, Ellison, 2007; In: Stašová, Slaninová, Junová, 2015).

Dle Bednáře jsou pro sociální sítě charakteristické následující znaky:

- „většina obsahu sociálních sítí je vytvářena samotnými uživateli;
- základem jsou vztahy mezi uživateli, jejich vzájemné komentáře, odkazy a hodnocení;
- provozovatelé serverů jen minimálně vstupují do jejich provozu.“ (Bednář, 2011, s. 10)

Digitální a komunikační technologie se rychle vyvíjejí, což se projevuje také ve vývoji forem komunikace a interakce, které jsou zprostředkované internetem. Z historického hlediska byla první sociální síť SixDegrees.com. Tato sociální síť fungovala od roku 1997 do roku 2000. K rozšíření sociálních sítí došlo až v roce 2003 (Boyd, Ellison, 2007; In: Pospíšilová, 2016).

Sociální sítě se řadí mezi aplikace tzv. Webu 2.0. To znamená, že uživatelé na nich vytvářejí obsah sami. Charakteristickým znakem je zde absence redakce či profesionála, který by se zabýval schvalováním obsahu před jeho zveřejněním. Příspěvky zveřejňují výlučně samotní uživatelé, kteří mají na starost i jejich následnou distribuci (Bednář, 2011).

Sociální sítě se neustále vyvíjejí. Vincos Cohenza (2015; In: Pospíšilová, 2016) vyzdvihuje tyto dynamické změny a na svém blogu dokumentuje růst jednotlivých uživatelů sociálních sítí nejen v různých zemích, ale i po celém světě. Cohenza dokládá měnící se popularitu těchto sociálních sítí. Nejpopulárnější sociální sítí na světě je v současné době Facebook. Ten se v roce 2009 stal oblíbenější než sociální sít' *Lidé.cz*. Facebook ovšem není v čele oblíbenosti ve všech zemích. Cohenza uvádí, že v Číně je nejoblíbenější sociální sítí *QZone*, v Rusku poté *V Kontakte* (Cohenza, 2015; In: Pospíšilová, 2016). Užívání sociálních sítí v těchto zemích je podřízeno především politické situaci země, se kterou souvisí zákazy užívání Facebooku (Reuter, Szakonyi, 2013; In: Pospíšilová, 2016).

Ukazatelem životaschopnosti sociálních sítí je rostoucí počet uživatelů a jejich aktivita v tomto virtuálním prostoru. V České republice na nich alespoň jedenkrát týdně stráví čas 94 % lidí. „*Dá se tedy říct, že kdo u nás užívá internet, je většinou i na sociálních sítích,*“ říká Vladan Crha, ředitel AMI Digital (MediaGuru, 2021, online).

Aktivnějšími uživateli sociálních sítí jsou mladší uživatelé. 95 % mladých lidí, kteří jsou ve věku 15 až 29 let používá sociální sítě k trávení svého času. Vladan Crha ale upozorňuje, že sociální sítě využívají i lidé starší, kterých je na sociálních sítích přítomno kolem 56 % (MediaGuru, 2021, online).

Nejpoužívanějšími sociálními sítěmi jsou v České republice *YouTube* (91 %) a *Facebook* (89 %). Tyto sociální sítě patří k těm nejstarším a průměrně oslovují starší uživatele. Mezi nejvyužívanější sociálně sítě patří také *Instagram*, který se dá zařadit mezi „mladší“ sociální sítě. Dále mezi hojně využívané sociální sítě patří *Twitter* (31 %) a *TikTok* (21 %). TikTok je hojně využíván především mladými uživateli a za uplynulý rok dosáhl nárůstu uživatelů o 50 % (MediaGuru, 2021, online).

V posledních letech si lidé stále častěji budují sociální vztahy skrze sociální sítě. Tyto specifické webové stránky umožňují uživatelům uchovat své vzpomínky v podobě záznamů, fotografií či videí. Tuto příležitost využívá spousta různých typů uživatelů.

Mezi ně lze zařadit i rodiče, kteří zde sdílí se svými přáteli životní události a materiály o svých dětech online (Stek, 2021, online).

Tento novodobý fenomén se nazývá sharenting. „*Termín sharenting vznikl spojením dvou anglických slov „share“ (sdílet) a „parenting“ (rodičovství). Označuje sdílení fotografií, videí, různých materiálů a informací o dětech jejich rodiči do prostředí internetu.*“ (Stek, 2021, s. 102, online)

Kopecký (2019a, online) z projektu E-bezpečí sharenting definuje následovně: „*Můžeme si ho představit jako nadměrné sdílení fotografií či videí vlastních dětí (zpravidla bez jejich souhlasu), zakládání profilů dětí v rámci různých druhů online služeb (bez jejich souhlasu) - v extrémních podobách zakládání prenatálních profilů, zakládání různých druhů online deníčků, ve kterých je život dítěte monitorován den po dni, měsíc po měsíci apod.*“

Brosch uvádí svou definici sharentingu jako: „*Zveřejňování mnoha podrobných informací o svých dětech rodiči ve formě fotografií, videí a příspěvků prostřednictvím sociálních sítí, které narušují soukromí dětí.*“ (Brosch, 2018, s. 78)

Brosch (2017, online) také zmiňuje, že sdílení fotografií z rodinného života není novým jevem. S vynálezem fotoaparátů rodiče shromažďovali fotografie svých dětí do rodinných alb, které následně ukazovali rodině a nejbližším. Zdůrazňuje ale fakt, že v současnosti převažují spíše digitální fotografie, které jsou vkládány do prostředí internetu, kde nad nimi rodič ztrácí kontrolu.

Jak již bylo zmíněno v první kapitole, dnešní rodiče své děti vychovávají v digitální kultuře. Tato generace rodičů využívá nové komunikační platformy pro řešení nových nebo obtížných situací spojených s jejich dětmi. Díky tomu se často uchylují ke sdílení života jejich dětí online. V důsledku toho má spousta dětí na sociálních sítích množství svých fotografií, videí a příspěvků o jejich životě (Brosch, 2016, online).

Brosch (2016, online) dále informuje, že fenomén sdílení a sdělování informací o dětech jejich rodiči na sociálních sítích rychlostí roste, a proto se také stává předmětem řady výzkumů. Jedním z prvních výzkumů proběhl v roce 2014 v dětské nemocnici *CS Mott Children's Hospital* na Univerzitě v Michiganu. Výzkumu se zúčastnilo 569 rodičů dětí ve věku 0 až 4 let (Davis, 2015, In: Brosch, 2016, online). Data z výzkumu ukazují, že informace, které souvisejí s rodičovstvím, sdílí na sociálních sítích 56 % matek a 34 %

otců. Přes 70 % respondentů uvedlo, že ví o jiném rodiči, který sdílel na sociální síti informace, které by mohly přivést do rozpaků (56 %), sdílel osobní informace dítěte, které by dokázaly identifikovat polohu dítěte (71 %) nebo fotografie dětí, které jsou vnímány jako nevhodné (27 %).

V České republice proběhl výzkum *Rodič a rodičovství v digitální éře* pod záštitou Centra prevence rizikového chování virtuální komunikace pedagogické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci a společnosti O2 Czech Republic. Z celkového počtu 1093 dotazovaných rodičů pouze 155 z nich uvedlo, že fotografii svého dítěte do prostředí internetu nikdy neumístilo. Rodiče nejčastěji sdílí fotografie, na nichž je možné dítě identifikovat podle obličeje, ale zároveň neobsahují sexuální obsah (81,7 %). 20,22 % z nich sdílí fotografie, na nichž jsou jejich děti částečně obnaženy a současně umožňují identifikaci dítěte. Někteří rodiče (3,5 %) uvedli, že na internetu sdíleli zcela obnažené fotografie dítěte v novorozeneckém nebo kojeneckém věku (Kopecký, Szotkowski, 2018).

Nejčastějšími sociálními sítěmi sloužícími jako prostředek ke sdílení dětí, jsou Facebook, YouTube nebo Instagram a v neposlední řadě je nutné zmínit TikTok, který představuje relativně novou sociální síť (Stek, 2021, online).

2.1 Facebook

V roce 2010 bylo na sociální síti Facebook zaznamenáno 574,5 milionu registrovaných uživatelů. V České republice počet uživatelů činil 2,87 milionů, tedy přibližně 27 % obyvatel České republiky (Trachtová, 2011; In: Stašová, Slaninová, Junová, 2015). Podle analýz z roku 2020 používá Facebook v České republice každý měsíc přes 5,5 milionu lidí, což je již více než polovina celkové populace (Holzman, 2020, online). Přestože obliba Facebooku upadá a mladší generace preferují spíše Instagram nebo TikTok, stále se jedná o nejvyužívanější sociální síť na světě.

Facebook se také stal nástrojem komunikace pro spousty tradičních médií, které jej využívají ke komunikaci s publikem. Zároveň jde o platformu využívanou pro propagaci a veřejnou komunikaci. V současné době je prezentace na Facebooku čím dál větší nezbytností.

Pro Facebook je typická jeho kombinace různorodých komunikačních nástrojů. Podstatou je sdílení textových zpráv, tzv. „statusy“ jiných uživatelů, sdílení

multimediálního obsahu nebo sdílení odkazů. Uživatelé Facebooku mohou komunikovat i prostřednictvím posílání soukromých zpráv. Tato univerzální komunikační aplikace, která funguje na bázi *instant messagingu* (nástroj pro komunikaci v reálném čase) umožňuje velmi rychlou komunikaci na jakoukoliv vzdálenost (IT slovník.cz, 2022, online).

Na Facebooku lze najít všechny typy uživatelů internetu. Důvodem je zaměření na celé spektrum uživatelů, což sociální sítě tohoto typu odlišuje od tradičních komunitních serverů, jež byly určeny pro relativně omezenou klientelu. Z hlediska demografického, tedy dělení podle věku, pohlaví a jiných kritérií, se Facebook postupně vyvíjel. Prvními uživateli byli univerzitní studenti, pro které byl prvotně Facebook určen a lidé, kteří byli ochotni testovat a využívat nové technologie. V současné době to již neplatí. Co se sociální a ekonomické struktury uživatelů Facebooku týče, dostupné informace jsou značně nepřesné ve srovnání s věkem a pohlavím, a to z toho důvodu, že ne všichni uživatelé mají vyplněné své profily a ne všichni na nich uvádějí pravdu. I tak je možné říct, že se na Facebooku nacházejí všechny vzdělanostní i příjmové kategorie uživatelů (Bednář, 2011).

Bednář (2011, s. 15) rozděluje uživatele Facebooku do několika typů v závislosti na specifických vlastnostech:

– *Aktivní uživatel – tvůrce a poskytovatel obsahu*

Jedná se o uživatele tvořící jádro obsahu na Facebooku. Jejich počet se odhaduje okolo 10 % z celkového počtu pravidelně připojených lidí. Jsou to uživatelé, sdílející obsah, který je hodnotný i pro jiné uživatele. Informace od těchto tvůrců jsou sdíleny dál i mezi uživateli, kteří nepatří mezi jejich přímé přátele.

– *Aktivní uživatel – hodnotič a distributor*

Tito uživatelé mohou být i tvůrci obsahu, ovšem jejich hlavní náplní na Facebooku je hodnocení, diskuse a sdílení příspěvků od jiných uživatelů. Prostřednictvím těchto lidí dochází k šíření obsahu na sociálních sítích.

– *Pasivní uživatel – hodnotič obsahu*

Jedním z velkých úspěchů Facebooku je tlačítko „Líbí se mi“ neboli „Like.“ Prostřednictvím tohoto tlačítka dochází k podstatnému šíření informací po sociální síti.

Právě tato skupina uživatelů je charakteristická svou aktivitou v podobě „lajkování“ příspěvků na sociálních sítích.

– *Pasivní uživatel – pozorující autorita*

Tento typ uživatele je charakteristický tím, že shromažďuje virtuální kontakty, ale zároveň je pasivní. Má mnoho přátel, se kterými ale příliš nekomunikuje, málo se účastní diskusí a málo hodnotí jiné uživatele.

– *Pasivní uživatel – pozorovatel.*

Pasivní uživatel komunikuje velmi málo. Pro zcela pasivní uživatele pohybující se na okraji komunity uživatelů Facebooku, představuje sociální síť povinnost, nikoliv zábavu. Mezi tyto uživatele zařazujeme jedince, jenž s Facebookem z nějakého důvodu musí pracovat. Výzvy k jejich aktivitě jsou bez reakce, nezapojují se do žádných soutěží, nesdílí, a pokud komentují, tak zásadně kriticky.

Facebook umožňuje vznik různě velkých skupin, které se vyznačují společnými znaky nebo zájmy. V těchto skupinách lidé nejčastěji vystupují pod svou vlastní identitou. Tím se skupiny na Facebooku liší od starších komunikačních prostředků, kde uživatelé vystupovali pod přezdívkami. Na Facebooku lze najít dva typy uživatelských skupin. Prvním typem jsou komunitní skupiny, jejichž součástí jsou lidé, které spojuje společný zájem. Druhým typem jsou virtuální skupiny. Součástí virtuální skupiny jsou uživatelé, kteří se v běžném životě znají. Uživatelé tohoto typu skupin mnohem více komunikují mezi sebou než s okolím. Jedná se právě o společné znaky, jež sjednocují jednotlivé členy skupiny. Konkrétně to může být bydliště, věk, vzdělání, profese, sport nebo činnost. I v těchto skupinách lze nalézt tvůrce obsahu, distributory a pasivní uživatele (Bednář, 2011).

Téma mateřství a rodičovství bylo a je velmi diskutovaným tématem. Na Facebooku lze najít mnoho skupin, ve kterých se sdružují rodiče, přičemž nejčastěji jde o matky. Tento fakt dokládá i výzkum, který byl nedávno proveden Facebookem ve Velké Británii. Výzkum ukázal, že matky tvoří jednu z neaktivnějších skupin na Facebooku. Ve Velké Británii používá Facebook přes čtyři miliony matek, přičemž 88 % z nich se každý den alespoň jednou přihlásí. Matky mají o 1,15krát více přátel, dvakrát více komentují, sledují o 1,9krát více stránek a o 1,8krát častěji sdílí statusy či fotografie. K obdobnému zjištění dospěla také společnost CommPro. Podle této studii se na sociální

síť Facebook přihlásí 89 % matek, což ale v dnešní informační společnosti není až tak překvapující (Šovčíková, 2014, online).

V době, kdy skoro každý vlastní telefon s fotoaparátem je bezpochyby denní praxí sdílení fotografií na sociálních sítích. Každou minutu přibude na Facebook 136 000 fotografií (Brosch, 2016, online). Matky dle Jomhari et al (2009; In: Brosch, 2016, online) ochotněji zveřejňují fotografie jejich dětí než textové příspěvky. Jako důvod uvádí rychlost a jednoduchost komunikace prostřednictvím fotografie ve srovnání s dlouhým vyprávěním příběhu.

Rodiče sdílejí na internetu fotografie zachycující téměř každý okamžik života jejich dětí. Jedná se o fotografie zachycující narození dítěte, první kroky, nástup do školy a léta dospívání. *Společnost AVG Technologies* v roce 2010 provedla výzkum, který zjistil, že děti získávají digitální identitu okolo šesti měsíců. Je nutné ale zmínit skutečnost, že dítě digitální identitu v mnoha případech získává ještě před jeho narozením, v podobě ultrazvukových snímků, které jsou sdíleny jejich rodiči na sociálních sítích. „*Time chováním se tak Facebook stal dětským albem moderní doby*“ (Kumar, Schoenebeck, 2015; In: Brosch, 2016, s. 227)

Pro mnoho matek se Facebook stal nezbytným moderním nástrojem, který jim nabízí okamžitý přístup k přátelům, rodině, zábavě a rozptýlení (Chalklen, Anderson, 2017, online). Umožňuje jim vyměnit si zkušenosti a podělit se o svou radost z rodičovství. Vedle toho zde mohou také vyhledat případnou pomoc od ostatních rodičů v případech, kdy si samy nebudou vědět rady (Brosch, 2016, online).

2.2 YouTube

Sociální síť YouTube je jednou z nejpoužívanějších online služeb. Současně se jedná také o nejoblíbenější platformu pro sdílení videí (Černovský, 2021, online). YouTube lze v podstatě nazvat internetovou televizí a digitální encyklopedií současné doby (Sítě v hrsti, 2020a, online).

YouTube byl založen v roce 2005. Jeho zakladateli jsou Chad Hurley, Steve Chen a Jawed Karim, kteří tuto platformu zakládali jako místo pro sdílení videosouborů. V roce 2006 YouTube koupila společnost Google, a tak jsou uživatelské účty na Google a YouTube propojeny. Na tuto platformu mohou uživatelé nahrávat videa, komentovat je, hodnotit nebo je sdílet. Na YouTube se nachází přes 2 miliardy aktivních uživatelů

měsíčně a každou minutu se na této platformě objeví přes 500 hodin nových videí (Sítě v hrsti, 2020a, online).

Právě oblíbenost této sociální sítě zapříčinila vznik fenoménu youtuberství. Stručnou definici youtubera nalezneme v knize „Já, JůTuber“ z roku 2015, která definuje youtubera následovně: „*Člověk, který tvoří videa a publikuje je na portálu YouTube.*“ (Chvála, 2015, str. 7)

Zeman (2017, online) definuje youtubera jako osobu, která „*nahrává a prezentuje se ve videích na YouTube, YouTube je jeho hlavní kanál sebe prezentace, video je jeho hlavní forma sebe prezentace a má z YouTube finanční příjem.*“

Díky velké oblibě YouTube a osobám tvořícím a přispívajícím na tuto platformu vznikl YouTube marketing. Jedná se o propagaci značky v rámci YouTube kanálu prostřednictvím youtuberů nebo reklamy. Cílem je zvýšit povědomí o značce a zvýšit tím tak její prodej. Dosah YouTube je obrovský, a proto se spousty značek spojuje se známými youtubery, kteří na YouTube mají již vybudovanou určitou základnu sledujících. Prostřednictvím svého videa značku představí a doporučí svým sledujícím a dalším uživatelům. Tento způsob marketingu je v dnešní době považován za velmi účinný (Sítě v hrsti, 2020b, online).

Tvůrce videí lze rozdělit do určitých kategorií dle zaměření jejich videí. Moravec (2016) dělí youtubery následovně:

- vlogeri – youtuberi točící jejich běžné dny (např. Co jsem dnes dělala);
- let's playeri – tvůrci, kteří natáčejí herní videa;
- beauty youtuberi – převážně se jedná o ženy, které natáčejí videa o kosmetice;
- pranksteři – youtuberi, kteří natáčejí vtipná videa.

Mezi výše zmíněnými vlogery lze najít spousty youtuberů a youtuberek, kteří jsou zároveň rodiči a jejich videa se zaměřují na tematiku mateřství a rodičovství. Jejich děti jsou součástí videí a dítě často slouží jako nástroj k přitáhnutí nejen pozornosti, ale také k získání nových sledujících. Převážná část youtuberů tak vydělává díky sdílení záznamů ze života jejich dětí online. Dítě je tedy využíváno jako komerční nástroj (Kopecký, 2019a, online).

Kopecký (2019a, online) udává jako příklad dnes devítiletého Ryana a jeho kanál *Ryan's World*. Tento kanál se zaměřuje na recenzování hraček a v současné době má přes

31 milionů odběratelů. Obrovský počet odběratelů, ve spojení s obsahem cíleným především na dětské sledovatele, vydělává Ryanovi, a především jeho rodičům zhruba čtvrt miliardy korun ročně. Kopecký zároveň dodává, že obsah videí je zajímavý a pravděpodobný dopad na Ryana nebude příliš negativní. Do kontrastu uvádí videokanal *DaddyOfive*, na kterém se objevovala videa, na kterých rodiče své děti šikanovali, týrali, obviňovali je ze lži či jim ničili věci. Všechny jejich reakce (křik, pláč, zoufalství) natáčeli a následně zveřejnili na zmíněný YouTube kanál. Dětem se smáli a poté jim vysvětlovali, že se jedná o vtip. Tento kanál měl přes 750 000 sledujících. V roce 2017 byli rodiče zažalováni za zanedbávání a týrání dětí. Video byla z YouTube následně odstraněna. Soud oběma rodičům nařídil pětiletý probační dohled. Video kanály tohoto typu nejsou příliš obvyklé. Značně obvyklejší jsou kanály, blogy a jiné webové stránky, zabývající se běžnými záležitostmi z dětského života. Tyto kanály přitahují pozornost, sledující a zisk.

I v České republice je možné najít na YouTube několik youtuberek a youtuberů, kteří natáčejí videa o mateřství a rodičovství nebo videa – tzv. vlogy, kterých jsou jejich děti součástí.

Markéta Frank je jedna z nejpopulárnějších českých youtuberek a influencerek. Na svém YouTube kanále, který má přes 113 tisíc sledujících, nedávno zveřejnila video s názvem „*Proč nedávám své dítě na sociální síť.*“ Zde vyjadřuje svůj nesouhlas se sdílením dětí na sociálních sítích. Je tak jednou z mála českých tvůrců videí, která své dítě nesdílí na sociální síť. Ve videu zmínila, že ji „*první nabídka spolupráce přišla asi dvě hodiny potom, co oznámila těhotenství.*“ Dále říká, že nesouhlasí s vydáváním peněz na dětech. Je si vědoma toho, že spousta blogerů/influencerů/youtuberů své dítě na focení produktů záměrně využívá, protože fotografie pak mají více lajků. Dodává, že ji nikdy nepřišlo více nabídek na spolupráci než na dětské produkty. „*Ono je to lákavé, protože tím maminky hodně ušetří a zároveň vydělají peníze. Já se s tímto ale neztotožňuji.*“ (Markéta Frank, 2021, online)

Do kontrastu lze uvést další českou youtuberku Petru Broulíkovou, která natáčí videa na svůj kanál *Mimi&já*. Petra je máma tří dětí a její kanál je zaměřený především na tematiku mateřství. Na jejím kanálu se nachází nejčastěji vlogy, ve kterých se sledujícím snaží ukázat její každodenní činnosti s dětmi, různé aktivity pro děti apod. Nedávno ji byly na YouTube vypnuty komentáře u videí, protože YouTube má nastavené zásady ohledně bezpečnosti dětí.

„Z důvodu ochrany nezletilých na YouTube může mít obsah, který neporušuje naše zásady, ale zobrazuje nezletilé, zakázané některé funkce na úrovni kanálu i videa. Tyto funkce mohou zahrnovat:

- komentáře,*
- chat u živého streamování,*
- živé streamování,*
- doporučení videa (jak a kdy je video doporučeno),*
- příspěvky komunity. “ (YouTube.com, 2022, online)*

YouTube uvádí, že uživatelé nemají nezveřejňovat *„obsah, který zobrazuje a splňuje jedno nebo více z následujících kritérií:*

- „je natočen doma v soukromých prostorách, například v ložnici či koupelně,*
- zobrazuje nezletilé osoby, které žádají kontakt s cizími lidmi, jsou vyzývané nebo diskutují o tématech pro dospělé,*
- zobrazuje činnosti, které mohou nezletilému přinést nežádoucí pozornost, jako jsou výstupy hadích žen nebo metoda ASMR,*
- odhaluje osobní údaje nezletilého. “ (YouTube.com, 2022, online)*

Z výše uvedeného je vidno, že kanál *Mimi&Já* porušil první a poslední bod těchto zásad, proto byly komentáře vypnuty. Petra tuto skutečnost okomentovala slovy: *„Tak tady bude chyba z mé strany, to je pak těžké no. Komentáře bych zapnula hned, kdyby to šlo. “ (Broulíková, 2021, online)*

2.3 Instagram

Instagram se řadí mezi nejvíce oblíbené sociální sítě jak ve světě, tak i v České republice. Instagram je aplikací zaměřující se na sdílení fotografií a videí. Uživatelé této sociální sítě na svůj profil umísťují fotografie nebo videa a vytváří si tak svůj vlastní „feed“ (osobní nástěnka příspěvků), kterým se prezentují. Podobně jako na Facebooku i na Instagramu se nachází zeď, na které se objevují příspěvky uživatelů, které se daní jedinci rozhodli sledovat. Příspěvky lze lajkovat, komentovat, sdílet, případně si je ukládat do sekce „uloženo.“ Instagram také umožňuje komunikovat s ostatními uživateli prostřednictvím soukromých zpráv. Uživatelé mohou na této sociální síti sdílet fotografie či videa buď do feedu nebo na Insta Stories. Insta Stories jsou krátké příběhy, které jsou na profilu dostupné 24 hodin od jejich zveřejnění. Prostřednictvím Insta Stories je

uživatelům umožněno zveřejňovat aktuální momenty z jejich života a tvořit tak důvěrnější vztah se svými sledujícími. Další funkcí, relativně novou, je funkce Reels. Instagram se při vytváření této funkce inspiroval TikTokem. Reels jsou krátká videa, vytvořená jednoduše přímo v aplikaci Instagram. Při tvorbě těchto videí lze využít množství filtrů a šablon, které Instagram nabízí. Poslední funkcí je IG Live neboli živé vysílání. Uživatelé mohou na svém profilu vysílat živě a sledující s ním mohou okamžitě integrovat (Sítě v hrsti, 2021a, online).

Instagram je jednou z dalších hojně využívaných sociálních sítí, na které rodiče sdílejí okamžiky ze života svých dětí (Jackson, Luchner, 2017; In: Davidson-Wall, 2018, online). Instagram mimo jiné umožňuje používání hashtagů. Hashtagy uživatelům umožňují vyhledávat a zkoumat témata, která je zajímají. Tato funkce umožňuje rodičům jednoduše vyhledávat témata spojená s rodičovstvím. Fotografie zveřejněné na Instagramu jsou hodnoceny lajkem, komentáři od ostatních uživatelů, případně sdílením. Na rozdíl od tradičních dětských fotoalb jsou fotografie vystaveny instagramovému publiku daného uživatele (Davidson-Wall, 2018, online).

I na této sociální síti se rodinné fotografie staly poměrně běžnou záležitostí, ať už se jedná o zdokumentované rodinné příležitosti, důležité milníky dítěte, selfie matky či otce s dítětem nebo jiné každodenní události (Morris, 2014; In: Davidson-Wall, 2018, online).

Davidson-Wall (2018, online) tvrdí, že ačkoliv se sdílení fotografií a videí dětí může zdát nevinné a umožňuje způsob poskytování a získávání podpory online komunity, má vliv na utváření identity dětí.

Instagram se v poslední době stal místem influencerů. I zde, stejně jako na výše zmíněné sociální síti YouTube, najdeme spousty rodičů z řad influencerů, kteří své dítě denně vystavují veřejně mezi velký počet sledujících. Výraz blogger je dnes vnímán spíše archaicky a z velké části byl nahrazen zmiňovaným výrazem influencer (Wley, 2018; In: Archer, 2019, online). Influencer je „*osoba, která díky svému postavení působí na své publikum. Může se jednat o celebrity, zpěvačku, blogerku, youtuberku, novináře nebo odborníka ve své profesi. Influencer vydělává peníze na internetu tím, jak a co prezentuje online. Přesto v praxi chápeme pojem influencer jako označení osoby, která je vlivná na sociální síti či několika různých platformách.*“ (Sítě v hrsti, 2020c, online) Influencer marketing se nejčastěji spojuje s Instagramem, ale spousta influencerů vystupuje i na

jiných sociálních sítích. Influencer marketing lze nazvat „*strategií, která do svého marketingu zahrnuje právě influnecery.*“ (Sítě v hrsti, 2020c, online)

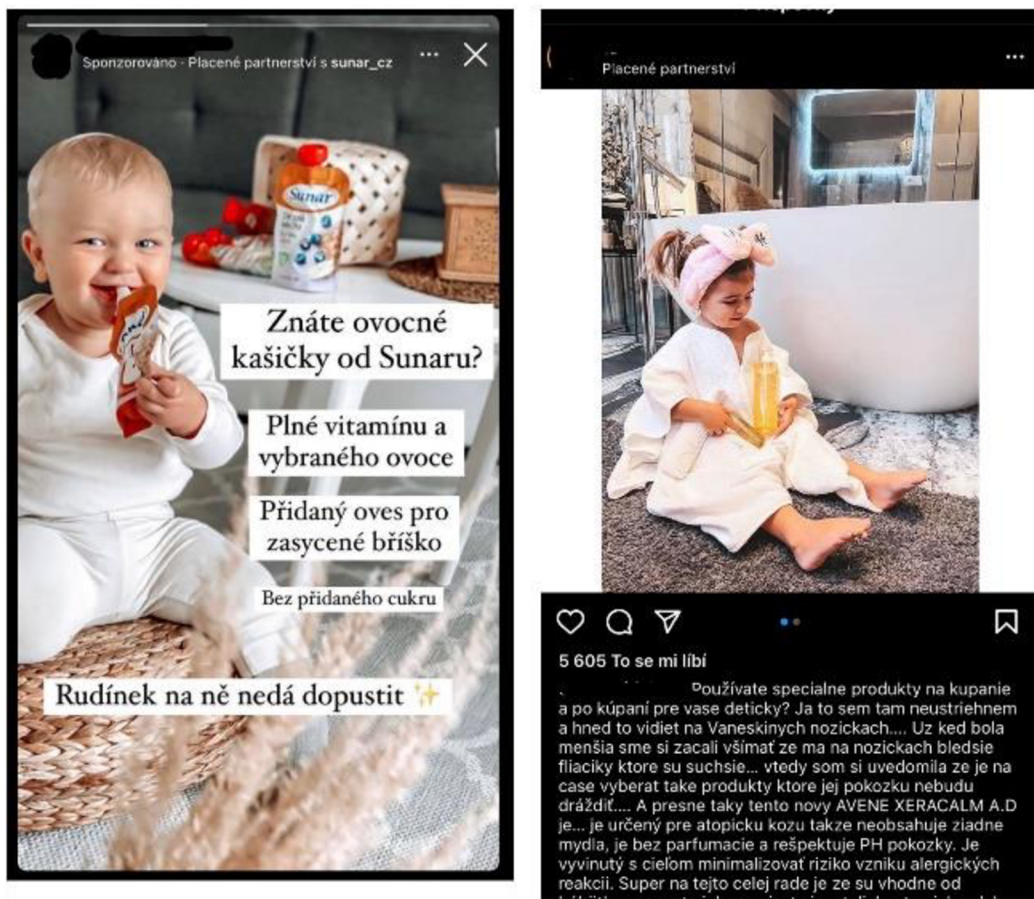
Tento způsob marketingu se stal využívaným i z důvodu toho, že sledující k influencerovi pociťují jakousi náklonnost a důvěřují mu. Ztotožňuje se často s jeho názory a podporuje ho v jeho činnosti. Výzkum provedený v roce 2016 O'Neil–Hartem a Blumensteinem uvádí, že 40 % lidí důvěřuje více influencerům než svým přátelům (Sítě v hrsti, 2020c, online).

Na instagramových účtech matek influencerek se v poslední době objevují fotografie jejich dětí spojených právě s reklamou nějakého produktu. Archer (2019, online) prohlašuje, že i když spousta blogerek/influencerek tvrdí, že je psaní a vytváření online komunity naplňuje, spousta z nich na sociální sítě přispívá za účelem finančního zisku. Influenceři patřili k „prvním uživatelům“ sociálních sítích a pomohli tak vytvořit vzor pro používání těchto médií. Archer dále dodává, že ne všechny matky influencerky blogují pro peněžní zisk. Mezi další důvody patří zlepšení svých dovedností a pomoc ostatním matkám.

Na problém s „maminkovskými blogy“ upozorňuje i Linda Morganová. Maminkovské blogy jsou rozšířeny celosvětově. Matky na svých blozích nebo právě na instagramovém účtu sdílí velké množství informací spojených s jejich dětmi, aniž by respektovaly jejich soukromí. Děti nemají možnost volby. Kopecký (2019a, online) dodává, že současná generace mladých uživatelů internetu sdílí množství osobních údajů samo a mají odlišně nastavenou hranici soukromí. Volbu konají ovšem oni sami, nikoliv jejich rodiče.

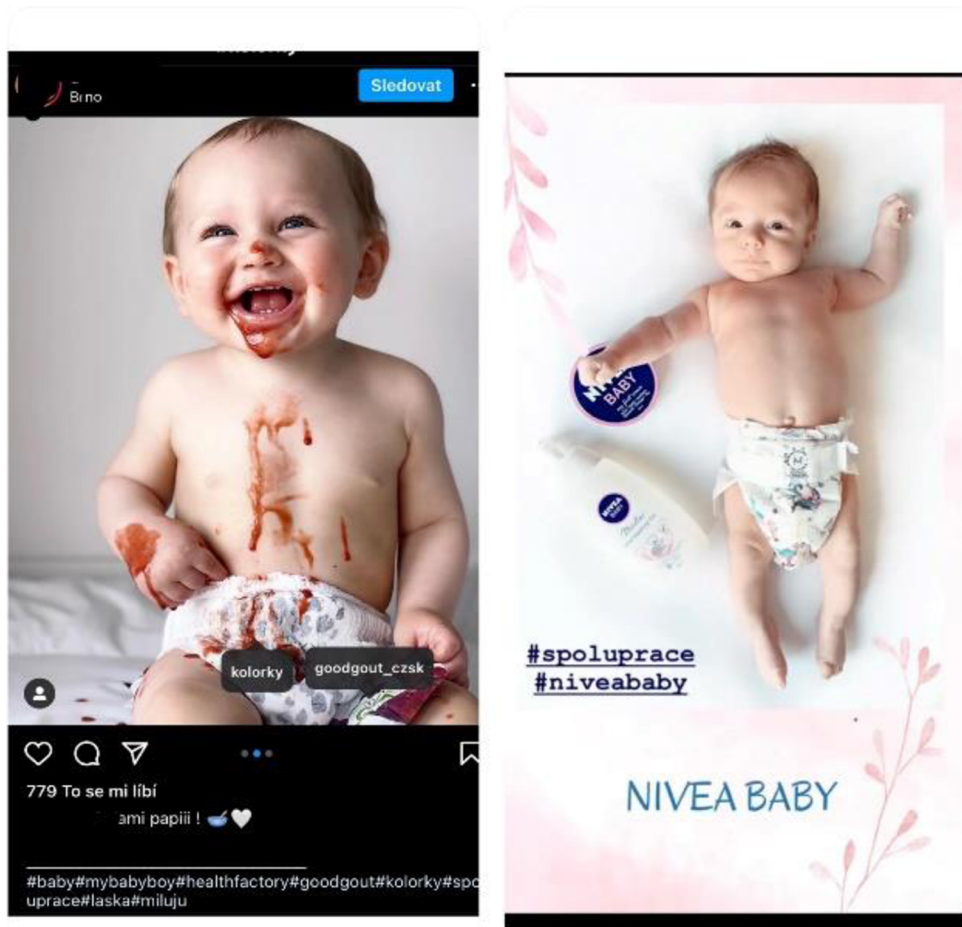
Z průzkumu, který byl proveden mezi australskými influencery, vyšlo najevo, že 70 % influencerů, mělo pocit, že neexistují žádné etické problémy související se sdílením dětí na internetu. Některým blogerům jejich děti pomohly s rozšířením jejich stránky, přičemž jejich jména byla součástí dané stránky. Jiní se rozhodli, že ve svých příspěvcích budou své dítě označovat pod pseudonymem právě z důvodu ochrany jeho soukromí. Jedna respondentka z tohoto průzkumu uvedla, že vědomě zveřejnila příspěvek s fotografiemi své dcery, na kterých používá produkt od firmy, která ji ho zaslala. Důvodem ale nebylo zveřejnění fotografie výměnou za peníze od dané společnosti, ale protože cítila, že by její dcera ráda obdržela dárek od firmy, který bude následně používat (Archer, 2019, online).

Zmíněnému směnnému obchodu se říká „barterová spolupráce“ a na Instagramu ji lze najít u většiny influencerů. Barterová spolupráce funguje tak, že firma pošle influencerovi své výrobky zdarma a ten je poté odprezentuje na svém profilu. Dalším typem spolupráce je „placené partnerství“, kdy má influencer s firmou uzavřený obchodní vztah a daný příspěvek s tímto označením je influencerovi zaplacen (Sítě v hrsti, 2021d, online).



Obr. 1 – Ukázka placené spolupráce (Printscreen Instagramu, 2022)

Na obrázku č. 1 lze vidět ukázku placené spolupráce, kde jsou hlavními aktéry děti. Oba příspěvky byly influencerovi zaplacený.



Obr. 2 – Ukázka barterové spolupráce (Printscreen Instagramu, 2022)

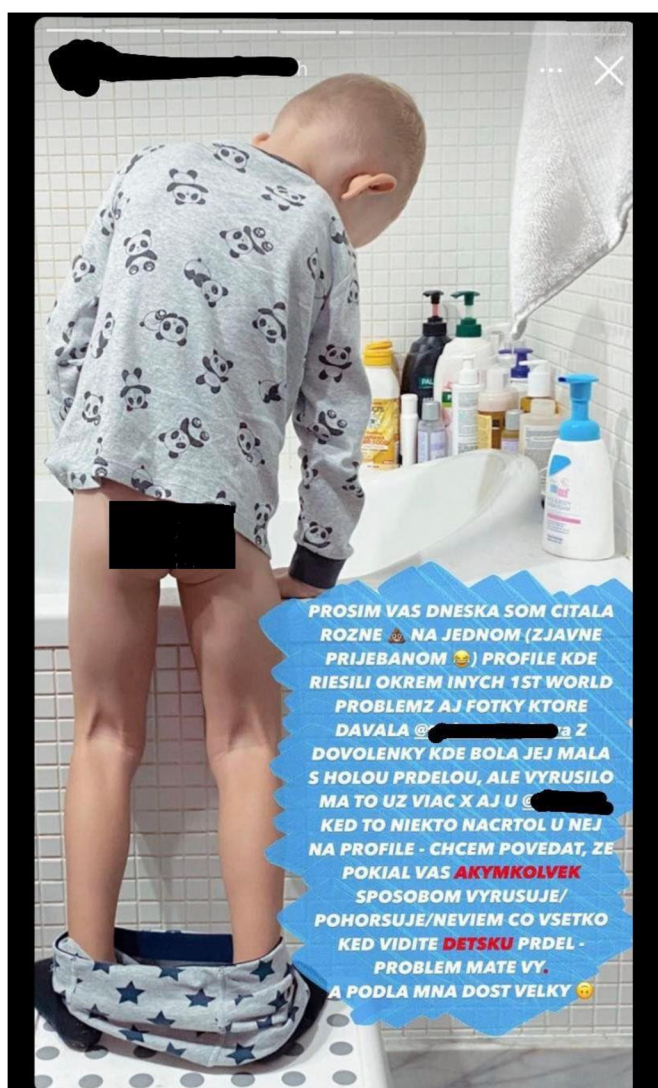
Obrázek č. 2 znázorňuje příklad barterové spolupráce. Influencer prostřednictvím fotografie dítěte prezentuje produkty od firmy, se kterou má uzavřenou barterovou spolupráci.

Archer (2019, online) dodává, že matky influencerky jsou často vzorem pro ostatní matky na sociálních sítích. Jejich online chování spojené se zveřejňováním fotografií, videí a informací o jejich dětech, může ovlivňovat i rozhodnutí ostatních matek, zda sdílet či nesdílet materiály o svých dětech online.

Jako příklad lze uvést situaci, kdy nejmenovaná slovenská influencerka zveřejňovala polonahé fotografie své roční dcery na dovolené a jedna z jejích sledujících ji do soukromé zprávy napsala dotaz: „*To jej prečo nedas aspoň gatušky?*“ Na to se daná influencerka ohradila slovy: „*Snažím sa, aby na fotkách nič extra nebolo vidno (zadok beriem uplne za normalnu vec, takže ten nezakryvam.*“ Dále dodala: „*A k tomuto komentu... Ja neviem ja som behala na dovolenkách holata asi do mojich 8 rokov a pride*

mi to úplne normalne. Ved' su to detičky, neviem prečo sa pohoršujete este aj nad tým, že je malé bábo bez pleny.“ Jako doplnění je vhodné uvést, že zmíněné influencerce je 27 let, tudíž v jejich dětských letech žádné sociální sítě neexistovaly a rodiče její polonahé fotografie měli s největší pravděpodobností v papírovém fotoalbu doma, které ukazovali nejbližším a nikoli 217 tisícům sledujících na veřejném profilu.

Na tento příspěvek zareagovala další slovenská influencerka touto fotkou nezletilého dítěte na Instagram Stories (pozn. zakrytí intimních partií nezletilého dítěte bylo provedeno autorkou).



Obr. 3 – Příklad sdílení odhalených fotografií dítěte (Printscreen Instagramu, 2022)

Komentuje ho slovy: „Chcem povedat, ze pokiaľ vas akymkolvek sposobom vyrusuje/pohorsuje/neviem co vsetko ked vidite detsku prdel – problém mate vy a podľa

ma dost velky.“ Tuto influencku sleduje 17,9 tisíc sledujících a má zcela veřejný profil, tudíž se k jejím fotografiím může dostat opravdu kdokoliv.

2.4 TikTok

Sociální síť TikTok umožňuje uživatelům vytvářet, zveřejňovat a sledovat videa, jejichž délka je maximálně 60 vteřin. Tato sociální síť byla vyvinuta čínskou společností ByteDance a její původní název byl Musica.ly. TikTok představuje největší konkurenci Facebooku a Instagramu, jelikož jde o jednu z nejrychleji rostoucích sociálních sítí na světě. Na TikToku lze sledovat videa s tanečními křecemi, hudební videa, parodie, návody nebo také vzdělávací videa. Tuto síť převážně využívá Generace Z nebo Generace mileniálů (Sítě v hrsti, 2021b, online).

Mnoho úspěšných influencerů je aktivních na TikToku. Tito influenceři často využívají svůj profil na Instagramu nebo YouTube ke sdílení videí z TikToku (Sítě v hrsti, 2021b, online). Tudíž i na této platformě je přítomen influencer marketing, který byl zmíněn výše.

Kopecký (2019b, online) upozorňuje na celou řadu problémů, které se vyskytují na této sociální síti. Objevují se zde problémy od kybernetické agrese, kyberšikany, přes cílené nahrávání sexuálního obsahu až po vydírání či zesměšňování. Platforma je určena pro osoby starší 13 let, ovšem podle výzkumů E-Bezpečí „České děti v kybersvětě“ používá TikTok 28 % dětí, včetně těch, kterým je 10–12 let. Největší počet uživatelů představuje věková skupina 13–24 let.

I na této platformě je nahráno nespočet videí, vytvořených rodiči, ve kterých jsou hlavními aktéry děti. Stejně jako na Instagramu lze na TikToku vyhledávat různá témata podle hashtagů. Stačí zadat například #baby #babiesoftiktok #parentsoftiktok a objeví se neskutečné množství videí, ve kterých figurují děti. Najít lze i videa s #sharenting. Například uživatelka *dianarantamaki*, kterou zde sleduje přes 6 milionů uživatelů, sdílela video, ke kterému napsala: „*Přestalo mě sledovat více jak 3 tisíce lidí na Instagramu poté, co jsem se rozhodla nezveřejňovat pravidelně své děti online a nevyužívat jejich přítomnost na fotografiích či videích pro obsah mé tvorby.*“ (Dianarantamaki, 2021, online)

3 Motivy vedoucí rodiče k sharentingu

Sociální sítě se staly místem pro lidskou interakci a sebe prezentaci. Rodiče využívají sociální sítě ke sdílení informací o jejich životě, ale také k diskusi o životech jejich dětí. Sdílení a zveřejňování intimních informací o dětech jejich rodiči prostřednictvím sociálních sítí se stává čím dál častěji běžnou záležitostí. Na Facebook, Instagram, TikTok a další sociální sítě je denně nahráno velké množství fotografií a informací o dětech. Fotografie či videa zachycují nejen každodenní činnosti, ale často i velice intimní chvíle, např. dítě sedící na nočníku apod. (Brosch, 2018, online) Vymezení termínu sharenting se nachází v předchozí kapitole. Motivů vedoucí rodiče k sharentingu může být hned několik.

3.1 Uživatelská podpora na sociálních sítích

Z výzkumu *Mothering on Facebook: Exploring the Privacy/Openness Paradox*, který provedly Chalklen a Anderson (2017, online), vyplynulo, že mnoho respondentů využívá Facebook jako způsob spojení s ostatními rodiči a zároveň získání užitečných informací o rodičovství. 72 % respondentů vypovědělo, že jim Facebook pomohl vyřešit problémy týkající se rodičovství. Rodiče získávají rady buď prohlížením různých příspěvků jiných rodičů ohledně témat, která je zajímají, aniž by je sami nějakým způsobem komentovali, nebo pokládají své otázky týkající se rodičovství přímo do skupin, ve kterých se témata spojená s rodičovstvím probírají. Jeden respondent zmínil, že díky jedné skupině rodičů na Facebooku se mu podařilo sehnat kopii velmi oblíbené hračky jeho dítěte až z druhého konce světa. Jiná respondentka uvedla, že poté, co si přečetla příspěvek na Facebooku o tom, jak nejlépe podpořit nezávislost a sebedůvěru, změnila způsob komunikace se svým dítětem. Další respondent zase našel cenné informace o záživacích potížích, které vedly ke změně stravy a vyřešily trápení jeho dítěte. Ačkoliv respondenti z průzkumu ocenili rodičovskou podporu na sociálních sítích, několik z nich, zejména ti, kteří si chránili své soukromí, zmínilo jako častý problém nevyžádané a nevídané rady. „*Vždy se najdou lidé, kteří píšou o tom, jaká by podle nich měla být ideální matka. Myslím, že to může být docela náročné pro někoho, kdo se čerstvě stal matkou,*“ uvádí jedna z respondentek (Chalklen, Anderson, 2017, online).

Téměř třetina respondentů mluvila o nedostatečné podpoře ze strany rodiny. Spousty z nich se zmínilo, že se jim na Facebooku dostalo podpory od jiných rodičů. Několik z dotazovaných ocenilo facebookové skupiny matek, dokonce byly tyto skupiny

preferovány více než mateřské skupiny v reálném životě. Jedna respondentka uvedla: „*Jednou jsem navštívila akci s ostatními matkami a bylo to nepříjemné, takže už jsem se nikdy nevrátila. Na Facebooku, pokud mě někdo našte, tak nemusím nijak reagovat, můžu to prostě ignorovat.*“ (Chalklen, Anderson, 2017, online) Sociální sítě také dávají možnost vyhledávat rodiče s podobnými zájmy. Aktivní uživatelé vypověděli, že soukromé skupiny na Facebooku vnímají jako bezpečné místo, kde mohou mluvit o kontroverzních věcech týkající se rodičovství, např. o očkování dítěte.

Respondenti dále uvedli, že se na Facebooku spojují s rodiči, které znají v osobním životě. Někteří zmínili, že si zároveň vytvořili nová přátelství s lidmi, které poznali právě prostřednictvím Facebooku. Jedna respondentka popsala, že po smrti blízkého člena její rodiny ji jiné matky, které znala ze skupiny na Facebooku, pomohly s nákupy a poskytly ji větší podporu než rodina či blízcí přátelé. Další respondentka uvedla, že potom, co se přestěhovala do jiného města, poznala díky Facebooku místní matky, které se staly jejími přítelkyněmi (Chalklen, Anderson, 2017, online).

Někteří dotazovaní rodiče se ale netajili svou kritičností vůči těm, kteří používají Facebook pro získávání informací o zdraví dětí. Aktivní uživatelé ale argumentovali tím, že specializované skupiny poskytují mnohdy užitečnější rady než další jiné zdroje. „*V těch skupinách, ve kterých jsem, jsou samozřejmě velmi zkušené maminky, ale jsou tu také zdravotní sestry a porodní asistentky – lidé, kteří mají lékařské vzdělání a jsou skvělými zdroji informací.*“ Tvrdí jedna z respondentek (Chalklen, Anderson, 2017, online).

Výsledky tohoto výzkumného šetření ukazují, že sdílení informací o dětech prostřednictvím Facebooku a jiných sociálních sítí může být užitečné z hlediska podpory od ostatních rodičů. I přes to, že mnozí respondenti namítali, že Facebook nemůže nahradit osobní kontakt, přinejmenším umožňuje přístup k různorodým názorům a interakcím (Chalklen, Anderson, 2017, online).

3.2 Komunikace s rodinou

Výsledky průzkumu *EU Kids Online* z Estonska dokládají, že dalším motivem, který vede rodiče ke sdílení dětí online, je komunikace s rodinou a přáteli (Sukk, Soo, 2018; In: Siibak, 2019, online). Toto tvrzení dokládá i Damkjaer (2018, online), která uvádí, že rodiče využívají Facebook pro komunikaci a spojení s rodinou. Rodiče využívají

Facebook k vytváření rodinného příběhu nebo sdílení rodinných tradic. Rodiče zde sdílejí velké i malé události, jako např. novinky o těhotenství, první fotografie dítěte nebo první milníky v životě dětí (první smích, první jízda v kočárku apod.). Dva respondenti z tohoto výzkumu, kteří zároveň tvořili pár, odpověděli, že využívají Facebook převážně ke sdílení svého rodinného života. Převážně sdílejí fotografie jejich dcery. Sdílení je podle nich také propojuje, např. když si vzájemně lajkují a komentují příspěvky.

Někteří rodiče z výzkumné studie zabývající se sharentingem ve formě „mumpreneur“ (matka, která začala podnikat) a „everyday mums“ (každodenní matky) sdělili, že zveřejňují fotografie svých dětí, aby potěšili svou rodinu a přátele. Nejčastějším zmiňovaným důvodem byl fakt, že respondenti žili daleko od rodiny či přátel a ti pak žádali o častější zveřejňování fotografií dětí (Archer, 2019, online).

Přestože některé výzkumy prezentují, že matky i otcové sdílejí obsah o dětech online, je vidno, že matky sdílejí informace a zejména rodinné fotografie častěji než otcové. Organizace rodinných alb byla vždy spíše kompetencí žen (Ammari, Kumar et al., 2015; In: Lazard, Capdevila, et al., 2019, online). Jedním z důvodů, který vede rodiče ke sdílení fotografií online, je možnost uchovávání vzpomínek. (Blum-Ross, Livingstone, 2017, online).

3.3 Výdělek peněz

Mezi další důvody, které mohou vést rodiče k sharentingu, je vidina zisku. Děti jsou využívány jako komerční nástroj (Kopecký, 2019a, online). Stek (2021, online) uvádí, že tvorba profilů na sociálních sítích založených na obsahu souvisejícím s rodičovstvím se stala populárním způsobem, jak vydělat peníze online (viz podkapitoly „YouTube“ a „Instagram“). Uživatelé na sociálních sítích sdílejí kromě svých vlastních zkušeností s rodičovstvím i situace související s každodenním životem jejich dítěte. Výzkum rodičů – blogerů potvrzuje, že se o zpeněžování blogu pokusilo dvě třetiny blogerů, se kterými byl proveden rozhovor. Blogeréři často uváděli, že blogují pro radost, ale blog se stal postupem času způsobem, jakým lze vydělat peníze, a proto v tom chtějí pokračovat (Blumm-Ross, Livingstone, 2017, online).

3.4 Potřeba sebe prezentace

Sebe prezentace na sociálních sítích se zdá být nezbytnou podmínkou pro interakce ve virtuálním prostředí. Uživatelé se na sociálních sítích musí prezentovat, aby byli viditelní

pro ostatní (Tufekci, 2007, Young, 2013; In: Pospíšilová, 2016). Podle Blum-Ross a Livingstone (2017, online) je sharenting jedním ze způsobů, jakým se rodiče sebezobrazují na sociálních sítích. Každé sdílení fotografií a videí dětí vede často k hodnocení a příležitosti získat podporu od rodiny a přátel. Rodiče často touží být viděni jako dobří rodiče, což umocňuje touhu sdílet informace o sobě a svém dítěti. Prostřednictvím sharentingu se mnohdy snaží ostatním dokázat, že se o své dítě dokážou správně postarat (Lapitah, Kistoro et al. 2020, online). Toto potvrzují také Kumar a Schoenebeck (2015, online), jejichž výzkum dokládá, že rodinné fotografie na sociálních sítích zobrazují to, jak lidé chtějí, aby jejich životy vypadaly. Lidé se velmi často snaží na sociálních sítích vytvářet a prezentovat idealizované fotografie jejich rodiny. Stek (2021, online) uvádí, že rodiče mnohdy sdílí fotografie úmyslem pochlubit se a ukázat úspěchy svých dětí. Zveřejnění fotografie vysvědčení s výborným hodnocením může poukazovat na výborné vzdělávací výsledky dítěte. Na profilech rodičů je obtížné najít informace o neúspěších, a to z prostého důvodu – každý chce být v očích ostatních vnímán dobře. Potvrzuje to i zmíněný příklad s vysvědčením. Možná nevědomě, ale rodiče do značné míry sdílejí to, co považují za výchovný úspěch a nechtějí, aby veřejnost viděla jejich neúspěchy.

Dle autorek Kumar a Schoenebeck (2015, online) rodiče chápou sdílení fotografií a videí svých dětí jako určitou formu reprezentace. Jedna z respondentek uvedla, že si nastavila fotografii svého syna jako profilovou fotografii na svém facebookovém účtu právě z důvodu reprezentace. Blum-Ross a Livingstone (2017, online) se ve své studii také zabývaly hranicí mezi prezentací rodiče a dítěte. Rodiče totiž vyjma reprezentace své identity reprezentují i identitu svých dětí. Musí se tak potýkat s těmito digitálními dilematy, kdy reprezentace vlastní identity zároveň znamená zveřejňování aspektů života potenciálně zranitelného dítěte. Jakožto zákonní zástupci jsou právě oni těmi, kteří jsou primárně odpovědní za ochranu soukromí svého dítěte (Blum-Ross, Livingstone, 2017, online).

4 Rizika spojená se sharentingem

Sharenting je tématem, ve kterém dochází ke střetu práva dítěte na soukromí a právo rodiče sdílet informace ze života dítěte. Rodiče vystupují v pozici ochránce osobních údajů jejich dětí. Rodič má právo poskytnout souhlas s použitím informace. Toto právo je uznáno i v předpisech Evropské unie a v judikaturách Evropského soudu pro lidská práva (Bessant, 2018; In: Kopecký, 2019c, online). Jak ale dodává Kopecký (2019c, online), nastávají situace, kdy se zmíněné právo střetává s právem dítěte na jeho soukromí a ochranu. Sharenting s sebou přináší několik pozitiv, jak již bylo zmíněno v předchozí kapitole. Na druhé straně existuje řada rizik, která je se sharentingem spojená.

Zásadní riziko představuje digitální stopa dítěte, ze které plynou další rizika. Digitální stopu představují „*veškeré záznamy o činnosti uživatele ve virtuálním prostředí.*“ (Internetem bezpečně, 2018, online) Rodiče sdílí o dětech na sociálních sítích množství informací, které může kdokoli zneužít (Kopecký, 2019c, online). Julia Szymańska, odbornice na online bezpečnost, sděluje, že rodiče jsou těmi, „*kdo nese zodpovědnost za vytváření digitální stopy dítěte, která jim zůstane do konce života, aniž by k tomu mohly cokoliv říct.*“ (Bud' safe online, 2020, online)

Rodičům se kolikrát fotografie pořízené například při koupání či přebalování nebo fotografie zachycující školáka s vysvědčením jeví jako nevinné. Jedná se ale o značně citlivá a lehce zneužitelná data. Jen 43 % českých rodičů si je vědomo toho, že příspěvky, které přidávají na sociální sítě, mohou jejich děti negativně poznamenat. Dítě se v pozdějším věku může kvůli příspěvkům jeho rodičů cítit trapně nebo se dostat do nepříjemné situace (Bud' safe online, 2020, online).

Zásadním problémem je fakt, že je dítěti budována online identita bez jeho souhlasu. Jak již bylo uvedeno, děti získávají digitální identitu v průměru do šesti měsíců věku. Rodiče ale často vytváří digitální identitu svému dítěti ještě před jeho narozením prostřednictvím snímků z ultrazvuku (AVG Technologies, 2010; In: Brosch, 2016, online). David Kudrna z oddělení vzdělávání Národního úřadu pro kybernetickou a informační bezpečnost podotýká, že někteří by mohli namítat, že na těhotenském ultrazvuku nic intimního spatřit nelze. Podstatou věci je ale to, že digitální stopa tvoří součást naší skutečné identity, a proto by každý měl mít právo vybudovat si svou digitální stopu sám. Dále dodává, že dnešní generace dětí je stavěna do situace, kdy neumí číst,

psát nebo dokonce ani mluvit, ale zároveň je jejich digitální stopa obrovská a nesmazatelná (Kudrna, 2020, online).

Podle statistik Univerzity Palackého v Olomouci má 7 % dětí zkušenost se sdílením jejich fotografií nebo videí rodiči, aniž by s tím souhlasily nebo si to výslovně nepřály (Kudrna, 2020, online). Kopecký (2019d, online) zmiňuje, že se v poradně projektu E-bezpečí objevují případy, kdy děti nahlašují, že rodiče nahrávají jejich fotografie do online prostředí a to bez jejich souhlasu a vědomí a současně odmítají materiály smazat. *„Poradna E-Bezpečí: 03/06/2019 19:43:01 Dobrý den, mám problém. Mamka mi na sociální síť dává moje fotky v různých situacích (co se mi nelíbí, třeba směšné fotky, když jsem byla malá, třeba u bazénu) ... a sdílí je s lidmi, který ani neznám. Mamce jsem mockrát řikala, ať to nedělá, že to nechci. Ale ona to pořád dělá. Nevím, jak to řešit. Pomůžete? Hedvika (15 let).“*

Kudrna zdůrazňuje, že by rodiče měli respektovat skutečnost, že děti jsou také osobnosti, které mají svou důstojnost, o kterou by neměly být připraveny (Kudrna, 2020, online).

Jak již bylo zmíněno, rizik týkajících se sharentingu je několik. Digitální stopa dítěte může být zneužita například kybernetickými útočníky. Nadměrné sdílení fotografií, videí a jiných informací o dítěti může směřovat ke krádeži identity nebo digitálnímu únosu. Jedná se o fenomén, kdy kybernetičtí zločinci použijí fotografie nezletilých dětí, za které se následně na internetu vydávají. I ze zdánlivě neškodných příspěvků na sociálních sítích mohou kybernetičtí zločinci získat informace, které následně zneužijí (příjmení, datum narození, rodné číslo, bydliště apod.) (Singh, 2021, online). Dochází tím tedy ke krádeži osobních údajů. Časté jsou také krádeže profilů na sociálních sítích, kdy je identita zneužita k páchání protiprávního jednání (podvody, vydírání, phishingové útoky) (Internetem bezpečně, 2018, online).

Digitální stopa je také často zneužívána ke kyberšikaně, která dětem může opravdu ublížit. Kudrna uvádí příklad situace, kdy se rodina přestěhuje do nového města, kde dítě nastoupí do nové školy. Děti ve škole jsou zvědavé, co za nového spolužáka přijde a vyhledávají si o něm informace na internetu. Na základě nalezených informací, které mohou být třeba i špatně interpretovány, může dítě například dostat přezdívku ještě před tím, než dojde k seznámení se třídou. Vznikne tak prostor pro kyberšikanu nebo jinou formu agrese (Kudrna, 2020, online). Mnoho rodičů vyhledává na sociálních sítích

podporu či pomoc s problémy svých dětí. Zveřejňují jejich zdravotní stav nebo chování. Snadno dohledatelné informace o dítěti mohou následně vést k šikaně a z dlouhodobého hlediska podnítit důsledky, které budou mít vliv na budoucí osobní či pracovní život jedince (Guerrero, 2020, online).

Jedním z dalších možných rizik je zneužití pedofily. Pedofilové se sexuálně zaměřují nejčastěji na věkovou kategorii 5–12 let. Jejich preference je zaměřena na absenci sekundárních pohlavních znaků jako je chybějící ochlupení, nevyvinutá ňadra a typické dětské chování jako nevinnost či závislost na dospělém (Eckertová, Dočekal, 2013). Mnozí rodiče si dělají starost s tím, jak se jejich děti chovají v prostředí internetu. Ovšem málo kdo si dělá starosti s tím, co na internet nahrávají samotní rodiče. Někteří rodiče totiž sdílí i nahé nebo polonahé fotografie svých nezletilých dětí, což je obrovský problém. Fotografie totiž mohou být použity jako pornografický materiál a děti se tak stávají oběťmi dětské pornografie (Guerrero, 2020, online).

Zmíněnému problému nasvědčují i případy, varující rodiče, aby si dávali pozor na to, jaké fotografie svých dětí na internetu sdílí. V roce 2020 česká média informovala o případu, kdy se na ruském severu, na kterém se sdružují pedofilové, objevily desítky tisíc fotografií dětí z České republiky. Fotografie byly staženy z neuzamčených profilů na sociálních sítích. Muž, který fotografie na danou stránku nahrál, pak dokonce ostatním pedofilům v diskuzi poskytoval informace o dětech na fotografiích, které z profilů vyčetl. Mimo jiné jim doporučoval stránky, na kterých naleznou fotografie z dětských táborů nebo akcí skautu. Tato ruská stránka, na kterou dotyčný ukradené fotografie nahrál, byla již v roce 2014 označena kansaským soudem jako stránka, na které dochází k poskytování a výměně dětské pornografie. I přes to, že se jedná o ruskou webovou stránku, je patrné, že se na nich vyskytuje i česká pedofilní komunita (Juna, Burýšek, 2020, online).

Na danou síť, ze které hacker stáhnul zmíněné fotografie, které následně publikoval na ruském webu, nahrála fotografie i paní Anna z Česka. Přes dvě stě fotografií jejího syna Matěje se objevily na onom pedofilním serveru. Ze zveřejněných fotografií nebylo vůbec obtížné zjistit, kde Matěj bydlí a kam chodí do školy, dokonce se z fotografií dalo vyčíst, do jakého skautského oddílu patří. Poté, co se Anna dozvěděla, že fotografie jejího syna skončily v rukou pedofilů, smazala ze svého profilu veškeré fotografie a snažila se varovat i další rodiče, kteří často sdíleli fotografie svých nahých dětí (Juna, Burýšek, 2020, online).

S problémem nahých fotografií nezletilých dětí se potýká i česká webová stránka Rajče.net. Jak podotýká Čížek (2016, online) rodiče, kteří veřejně na tuto webovou stránku nahrávají nahé či polonahé fotografie dětí, si neuvědomují, že alba jsou dostupná úplně všem. Počty zobrazení u alb, ve kterých se nacházejí fotografie nahých dětí, zdaleka přesahují průměr. Přitom nahé fotografie dětí jsou v rozporu s pravidly tohoto webu, které zní následovně: „*Obsah zobrazující nahé osoby, zejména mladší 18 let, je na Rajče povoleno umisťovat pouze do soukromých alb chráněných kódem; ostatní ustanovení těchto pravidel, zejména zákaz umisťovat na Rajče pornografický obsah nebo obsah neoprávněně zasahující do práva na ochranu osobnosti třetích osob, zůstávají i v takovém případě nedotčena.*“ (Čížek, 2016, online)



Obr. 4 – *Volně dostupná fotografie nahých dětí (Printscreen obrazovky, 2022)*

Album, ve kterém se tato fotografie zcela nahých dětí nachází (pozn. zakrytí intimních partií a rozmazání obličeje bylo provedenou autorkou) má 14 597 zobrazení a je jedním z nejnavštěvovanějších alb.



👍 11



Obr. 5 – Volně dostupná fotografie nahého dítěte (Printscreen obrazovky, 2022)

Doložená fotografie se stejně jako ta předchozí nachází ve volně přístupném albu, které mimo jiné poskytuje i další fotografie nahých dětí a řadí se 17 302 zobrazeními mezi nejnavštěvovanější.

Nejen že rodiče porušují podmínky Rajče.net, ale také své povinnosti plynoucí ze zákona. Povinností rodičů je zajistit morální a hmotný prospěch dítěte, mají ho chránit, pečovat o jeho zdraví, citový, rozumový a mravní vývoj (Vokrouhliková, 2016, online).

§ 84 občanského zákoníku vymezuje, že „zachytit jakýmkoliv způsobem podobu člověka tak, aby podle zobrazení bylo možné určit jeho totožnost, je možné jen s jeho svolením.“ (Kolouch, Bašta a kol., 2019, s. 121) Pokud je fotografie zveřejněna bez jeho souhlasu, má právo se proti tomu ohradit a požádat o smazání, kterému je každý povinen vyhovět (Q – COM, online, 2018). Ovšem, co se dětí týče, svolení poskytují rodiče nebo jiný zákonný zástupce dítěte. Svolení by pak mělo být v souladu se zájmy dítěte (Vokrouhliková, 2016, online).

Někteří rodiče sdílí informace a materiály o dítěti na sociálních sítích, i přestože dítě nechce být součástí obsahu nebo chce obsah usměrňovat. Příkladem je situace, která se odehrála na Instagramu herečky Gwyneth Paltrow (Cheung, 2019; In: Kopecký, 2019c, online), jenž na svém profilu zveřejnila fotografii z lyžování, na které byla zachycena se svou 14letou dcerou Apple. I přes to, že fotografii dalo „lajk“ 170 tisíc lidí, byla ale zveřejněna bez dceřina souhlasu. Ačkoliv Apple dala matce jasně najevo, že nemůže bez jejího souhlasu fotografie zveřejňovat, i tak fotografie na instagramovém profilu zůstala (Kopecký, 2019c, online).

Podobná situace se také stala Sarah, jejíž matka o ní sdílela informace a fotografie již od kojeneckého věku do jejích tehdy současných 21 let. Fotografie zveřejněné na sociálních sítích byly navíc veřejné, tudíž se k nim mohl dostat kdokoli. Její fotografie a informace o ní byly dobře dohledatelné i prostřednictvím Google. Její matka nakonec svolila alespoň k přenastavení soukromí na Facebooku na režim, kdy příspěvky uvidí pouze její přátelé. Přesto však měla matka v přátelích na Facebooku přes 1000 lidí, z nichž většinu neznala, tudíž byly fotografie stále dostupné relativně velkému počtu cizích osob (Kopecký, 2019c, online).

Kopecký (2019c, online) dodává, že jsou případy, kdy děti chápou sharenting, který provozují jejich rodiče, jako zásah do soukromí. Sdílený materiál berou jako intimní věc a chtějí mít právo rozhodovat o tom, jakým způsobem bude s obsahem, jehož jsou součástí zacházeno. Problémem jsou i situace, kdy se fotografie dítěte dostane z okruhu určených osob (např. rodiny, přátel) a je jimi použita pro jiné účely.

Vedoucí oddělení informační kriminality Krajského ředitelství Policie hlavního města Prahy mjr. Mgr. Václav Písecký zmiňuje trend poslední doby, kdy se lidé se zájmem o obsah týkající se dětí stále více pokouší o vykrádání fotogalerií na internetu. Často se jedná o obrazové materiály, které se jeví jako nevinné a nepůsobí extra zajímavě ani eroticky. Při kontrolách počítačů lidí, jenž jsou obviněni z držení dětské pornografie jsou nacházeny stovky takovýchto nevinných běžných rodinných fotografií. Někdy se jedná o fotografie zachycující koupající se děti, jindy o zcela normální snímky z dovolených, výletů nebo rodinných oslav. Podle slov pedofilů je na těchto materiálech nejpoutavějším prvkem realita a autentičnost. Většinu objektů vyobrazených na fotografiích včetně dětí je lehce identifikovatelná a situace, kdy na dítě na snímku mohou kdykoliv narazit, se pro ně stává velice vzrušující. Písecký dále uvádí, že by tohle mělo

být varování pro všechny rodiče, především matky, které často bez rozmyslů veřejně sdílí materiály o svých dětech (Eckertová, Dočekal, 2013).

5 Kyberbezpečnost jako prevence sharentingu

Lidé publikují na veřejných internetových úložištích nebo na sociálních sítích velké množství nezabezpečených informací, včetně fotografií a videí. Často na sociálních sítích nemají správně nastavené soukromí nebo jim připadá nedůležité. Sociální sítě a internetová úložiště jsou tak zahlcena fotografiemi a videozáznamy, které se kdysi nacházely pouze v soukromých fotoalbech nebo na harddiscích v počítači. V současné době se rodiče, a především tedy ženy, nezdrahají poskytovat veřejnosti na internetu osobní údaje o svých dětech, aniž by tušily, kdo všechno se k nim dostane a jak s nimi posléze naloží (Eckertová, Dočekal, 2013).

V této souvislosti je důležité vymezit kybernetickou bezpečnost, která v posledním desetiletí nabyla na významu především prostřednictvím incidentů odehraných v kybernetickém prostředí. Široká veřejnost tak byla přiměna přemýšlet o potřebě zabezpečení v kyberprostoru (Kolouch, Bašta a kol., 2019).

Vymezení termínu kybernetická bezpečnost se může jevit do určité míry jako problematické. Pro mnoho lidí je kybernetická bezpečnost oblastí, kterou se prakticky výhradně zabývají oddělení informačních a komunikačních technologií. Tato premisa je v první řadě mylná, protože kybernetická bezpečnost se týká všech, kteří prvky ICT v každodenním životě používají. Pokud si jedinci neuvědomí, že jsou klíčovou a v mnoha případech i důležitou součástí kybernetické bezpečnosti (ať už v soukromém životě, nebo v práci), skutečně zvyšují pravděpodobnost úspěchu kybernetických útoků. V dnešní době nelze kybernetickou bezpečnost podceňovat. Stala se důležitou oblastí pro mnoho organizací, ale i pro samotné jednotlivce, a proto je potřeba ji systematicky a dlouhodobě řešit (Kolouch, Bašta a kol., 2019).

Národní úřad pro kybernetickou a informační bezpečnost (dále jen NÚKIB) se aktivně zapojuje do osvěty v oblasti kybernetické bezpečnosti. NÚKIB vytváří bezpečnostní doporučení, rozcestníky osvětových a vzdělávacích materiálů pro jednotlivé cílové skupiny, E-learningové kurzy kybernetické bezpečnosti či různé konference, semináře nebo workshopy. Programy jsou přizpůsobeny cílovým skupinám tak, aby obsahovaly informace pro ně relevantní a pomáhaly jim chovat se na internetu bezpečněji. Cílové skupině, kterou tvoří rodiče, vysvětlují, kterým úskalím mohou jejich děti čelit a ukazují jim způsoby, jak s nimi pracovat (Kudrna, 2020, online).

NÚKIB vytvořil Rozcestník pro rodiče, ve kterém jim je doporučeno, jak nakládat s fotografiemi svých dětí. Zde jsou rodiče upozorňováni na to, že internet je veřejným prostorem, tudíž se všechny vložené informace stávají veřejnými. Také je zde zdůrazňováno, že jako rodiče mají zodpovědnost za veškeré zveřejněné informace o dítěti. Dále je podotýkáno, že ačkoliv si to příliš mnoho lidí neuvědomuje, i fotografie je osobním údajem a jako osobní údaj vyžaduje zvláštní zacházení (NÚKIB, 2022, online).

V předešlé kapitole bylo zmíněno riziko zneužití pedofily a bylo poukázáno na několik případů, kdy se fotografie dostaly do rukou neoprávněných osob. Jedním z dalších případů, který ještě nebyl zmíněn, je případ, na který poukázal Jan Tuna ve svém pořadu „A DOST!“, dostupném na Seznamu. Jednalo se o případ, kdy se objevilo velké množství fotografií na Československé pedofilní komunitě (dále jen ČEPEK). Jednalo se převážně o fotografie z vystoupení dětí na besídce nebo jiných pěveckých, hereckých, tanečních či gymnastických vystoupeních. Audiovizuální materiály byly veřejně dostupné v sekci „fórum“ prostřednictvím hypertextových odkazů na fotografie a videa dětí v nejrůznějších věkových kategoriích. Originální materiály zůstaly na originálním webu, kam byly původně vloženy a prostřednictvím odkazu vloženého do fóra na pedofilním serveru, bylo tak pedofilům umožněno se k těmto materiálům dostat a následně je ve fóru nemístnými komentáři hodnotit. Poškozené matky kontaktovaly administrátora tohoto serveru s žádostí, aby byly materiály ihned smazány. Administrátor se jim však vysmál a sdělil jim, že jejich požadavek nepovažuje za legitimní, a to zcela prostého důvodu (Tuna, 2020, online). Prohlížet si jakýkoliv obsah, ve kterém figurují ať už děti nebo kdokoliv jiný, který je zveřejněný a zcela dostupný na jiném webu, např. veřejný příspěvek na Facebooku, veřejný příspěvek základní umělecké školy nebo jakékoliv veřejné album na Rajče.net, není trestným činem.

Samozřejmě pokud je k hypertextovému odkazu připsáno jméno a příjmení osoby, jenž se obsah týká, potom už je podle GDPR porušována ochrana osobních údajů (Hrebenar, 2020, online). Oblast systematického zpracování osobních údajů je upravena zákonem č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů. Pokud škola nebo zájmový klub zveřejní na své webové stránce fotografie dětí, které lze z fotografie podle obličejů zřetelně identifikovat, mělo by dojít k předem vyžádanému souhlasu zákonných zástupců dítěte (Eckertová, Dočekal, 2013). V Úmluvě o právech dítěte je rovněž definováno, že

žádné dítě nesmí být vystaveno svévolnému narušení soukromí nebo útokům na svou pověst a čest a jsou to právě rodiče, kteří by měli na dodržování těchto práv dohlédnout.

Administrátoři ČEPEKu se zveřejněnými jmény a příjmeními, později zkrácenými na pouhé iniciály, udělali dle Hrebenara (2020, online) chybu. I s ohledem na to, že publikování obsahu s dětmi na stránce, kde se sdružují pedofilové, je hrozbou pro děti samotné. Spolužákům totiž stačí k šikaně velmi málo a situace, kdy se fotografie dítěte objeví na webu pedofilní komunity, o které veřejnost nesmýšlí příliš pozitivně, není pro dítě ideální okolností.

Ovšem Hrebenar (2020, online) dále dodává, že je tato problematika vykreslována pouze jednostranně. Kdyby totiž rodiče, vzdělávací či zájmové instituce nezveřejňovali na sociálních sítích a internetových úložištích veřejně dostupné fotografie a videa dětí, Československá pedofilní komunita by k těmto materiálům neměla volný přístup a tím pádem by se tyto materiály obsahující nezletilé, neobjevovaly na jejich webu.

Experti jsou toho názoru, že sdílení dětských fotografií může být nebezpečné a neuvážené. Luděk Sefzig z Centra kybernetické bezpečnosti upozorňuje na cílené vyhledávání predátorů na různých webových stránkách, které se zaměřují na např. fotografie z letních dovolených. Leckdy jsou takové snímky prodávány na Dark webu (Temný web) (Sefzig, 2019, online).

Jan Mikulecký – odborník v oblasti kybernetické bezpečnosti sám řešil případ, kdy odmítl mateřské škole, kam chodí jeho syn, podepsat souhlas se zveřejňováním fotografií jeho syna na webové stránce, sociální síti i v obecním časopisu. Učitelky mu nepodepsaný papír vrátily s nepochopením, že kromě něho, souhlas všichni rodiče poskytlí. Svůj postoj musel následně vysvětlovat i paní ředitelce dané mateřské školy. Eva Škorníčková – právní specialista na problematiku GDPR k případu dodává, že vyjádření nesouhlasu se zveřejněním fotografie svého dítěte je zcela v pořádku a školská zařízení jsou povinni tuto skutečnost respektovat (Mikulecký, 2019, online).

Mnoho rodičů má ale pocit, že své děti musí na internetu sdílet a někteří se v prostředí internetu chovají velmi nezodpovědně. Češi jsou dle Sefziga (2019, online) velmi málo informováni o potenciálním nebezpečí v kyberprostoru. Je proto velmi důležité zaměřit se na preventivní aktivity. Mnoha problémům lze předejít hlavně tím, že rodiče nebudou zveřejňovat příliš mnoho osobních údajů o dětech. V žádném případě by nemělo docházet ke zveřejnění adresy bydliště, adresy školy nebo rodného čísla, a to ani

na profilovém účtu, na kterém řádně nastavena úroveň zabezpečení. Takovéto soukromé informace na internet nepatří. Na internet nepatří ani informace o pravidelném pohybu dětí. Odborníci nedoporučují publikovat příspěvky, ve kterých rodiče, i když třeba nevědomky, odhalují pravidelné aktivity dětí nebo jejich aktuální polohu. Facebook totiž umožňuje prostřednictvím geolokační služby sdělit ostatním přátelům, kde se aktuálně daný uživatel nachází (Eckertová, Dočekal, 2013).

S preventivními aktivitami přichází i metodický portál Rámcově vzdělávacích programů (RVP), který poskytuje výukovou aktivitu s názvem „Sharenting aneb Rodiče a digitální identita dětí“. Program se věnuje odpovědnému chování v digitálních světech a konkrétně se specializuje na vytváření digitální identity žáků. Hlavním cílem je vést žáky k posílení vědomí, že při budování vlastní digitální identity by mělo být zároveň respektováno soukromí druhých. Žáci se zamýšlí nad tím, jak může rodičovské sdílení informací o dětech v mediálním prostoru vyznít z pohledu dítěte. Tato výuková aktivita přímo rozvíjí digitální kompetenci dle RVP G 2021 (Vaničková, 2021, online).

Kopecký (2019a, online) rodičům doporučuje:

1. Přemýšlet o tom, zda to, co o svém dítěti sdílí, nemůže mít v budoucnu negativní vliv. Dítě se může stát terčem posměchů jeho spolužáků, kteří odhalí jeho fotografie, což může ovlivnit jeho sebevědomí či budoucí kariéru.
2. Získat souhlas dítěte – i malé děti ve věku cca 6 let, by měly dát souhlas k tomu, že jejich fotografie či video budou prezentovány jiným lidem. Souhlas starších dětí by měl být samozřejmostí.
3. Pokud rodiče sdílí hromadné fotografie, například z narozeninových oslav, na kterých se nachází více dětí, měli by získat souhlas i od ostatních rodičů, zda se zveřejněním fotografií souhlasí. Ne každý rodič chce sdílet fotografie svých dětí na internetu. Podle výzkumu společnosti Avast pouze 20 % rodičů žádá o svolení ke zveřejnění fotografií, na kterých jsou vyobrazeny děti někoho jiného. I v případě, že si rodiče sami dávají pozor na to, co o svých dětech sdílí online, může fotografie či videa o jejich dětech zveřejnit jiný rodič či příbuzný (Bud'safe online, 2020, online).
4. Nesdílet žádné příliš osobní fotografie. Je žádoucí odolat nutkání zveřejnit například fotografie dítěte na nočníku, dítěte ušpiněného od jídla, počuraného či

pokakaného. I když se fotografie jeví jako roztomilá nemusí připadat roztomilá všem. Dítě se může kvůli nelichotivé fotografii stát terčem posměchu či urážek.

Guerrero (2020, online) rodičům radí co dělat, pokud již sdíleli informace o svém dítěti online:

1. Zkontrolovat nastavení ochrany osobních údajů na všech sociálních sítích a jiných stránkách, kde byly materiály o dítěti zveřejněny. Všechny fotografie a alba nastavit jako soukromé.
2. Pokud jsou rodiči starších dětí, sednout si s nimi a prohlédnout všechny sdílené fotografie či videa společně. Zeptat se dětí na jejich názor a vyhovět jim, pokud by chtěly nějaké materiály smazat.
3. Odstranit všechny příspěvky, které by mohly být znevažující, jako např. nahé fotografie či jakékoliv fotografie, které působily vtipně, ale dítě by je mohlo vnímat trapně.
4. Odstranit veškeré příspěvky obsahující jméno nebo polohu dítěte.

Projekt E-bezpečí, který se zaměřuje na prevenci, vzdělávání, výzkum, intervenci či osvětu spojenou s rizikovým chováním na internetu, vytvořil pro rodiče krátké preventivní video, ve kterém je o sharentingu velmi detailně informuje. Jsou v něm obsažena doporučení, kterými by se rodiče měli při sdílení jejich dětí na internetu řídit.



Obr. 6 – Informativní video (Printscreen obrazovky, 2022)

Guerrero (2020, online) dále také na svém webu dává rady, jak přestat sdílet. Zmiňuje fakt, že sociální sítě byly navrženy tak, aby se pro uživatele staly návykovými. Každý lajk nebo komentář, který člověk na sociální síti dostane, vyvolá touhu sdílet další příspěvky. Každého návyku je těžké se zbavit bez úplného odpojení. Rodičům radí, aby zkusili přesunout aplikace sociálních sítích z domovské obrazovky a pokud to nebude efektivní, radí je zcela smazat.

Rodiče by hlavně měli pamatovat na to, že cokoliv na internet nahrají, zůstává na internetu. Fotografie se z internetu vymazat nedají. Vždy po nich zůstane digitální stopa, kterou je v dnešní době prakticky nemožné smazat (Eckertová, Dočekal, 2013). Rodiče by si měli důkladně prostudovat zásady ochrany osobních údajů na sociálních sítích, které pravidelně používají. Změnit nastavení soukromí na režim „přátelé“, nikoli „přátelé přátel“ nebo „veřejné“. Dále je doporučováno projít si seznam přátel na Facebooku nebo sledujících na sociálních sítích a zvážit, kolik lidí z příslušného seznamu se řadí mezi opravdové přátele. Existuje totiž riziko toho, že někdo, kdo ve skutečnosti přítel není, může velmi snadno pořídit snímek obrazovky, který následně může odeslat či jej zveřejnit na jiné stránce nebo jej zneužít pro své vlastní účely (Guerrero, 2020, online).

U dat, která jsou zjevně citlivá nebo intimní, je však třeba věnovat pozornost vhodnému nastavení soukromí. S návodem, jak správně nastavit soukromí na sociálních sítích, přichází například webová stránka www.sdilejbezpecne.cz. Lidé zde najdou praktický návod, jakým způsobem zabezpečit vkládaná data na jednotlivých službách, jako např. na Facebooku, YouTube, Instagramu nebo Rajče.net.

Současná generace dětí vyrůstá v digitalizovaném světě s online důsledky. Digitálními znalostmi by měli tedy disponovat i samotní rodiče, kteří by měli jít dětem příkladem. Pokud se rodiče nestarají o online bezpečnost jejich dětí, jak pak sami děti mají vědět, co na internet patří a co nikoli. Je nutné s dětmi mluvit o kybernetické bezpečnosti, aby se pořádně zamyslely, než na internet něco zveřejní, a především je žádoucí ujistit se, že sami rodiče to udělají také, aby se předcházelo rizikům a nástrahám online prostředí. Rodičovství je totiž důležitější než sdílení (Guerrero, 2020, online).

6 Výzkumné šetření zabývající se rodiči na Havlíčkovobrodsku a jejich pohledem na sharenting

Empirická část práce se věnuje kvantitativně orientovanému výzkumnému šetření, který se zaměřuje na sharenting z pohledu rodičů žijících na Havlíčkovobrodsku. Empirická část se zabývá výzkumným problémem a hypotézami, metodami výzkumného šetření, výsledky výzkumného šetření a jejich následnou interpretací a závěrečným shrnutím. Cílovou skupinu představují rodiče žijící na Havlíčkovobrodsku.

6.1 Výzkumný problém a hypotézy

Výzkumné šetření se zabývá fenoménem sharentingu, který je spojený s užíváním internetu, konkrétně sociálních sítích. Termín sharenting označuje sdílení fotografií, videí a informací o dětech jejich rodiči. Sharenting se pro mnoho rodičů stal běžnou součástí jejich života. Nicméně je nutné podotknout, že rodiče, kteří sharenting provozují, vystavují své děti určitému ohrožení, které může mít krátkodobý i dlouhodobý negativní dopad. V současné době neexistuje příliš mnoho výzkumů, které by se touto problematikou zabývaly. V České republice se touto problematikou zabýval pouze jediný výzkum, konkrétně výzkum Rodič a rodičovství v digitální éře zrealizovaný Centrem prevence rizikové virtuální komunikace v rámci projektu E-Bezpečí, který byl již několikrát zmíněn.

Výzkumné šetření této bakalářské práce vychází z odpovědí cílové skupiny, kterou tvoří rodiče žijící na Havlíčkovobrodsku. Výběr této specifické cílové skupiny spočíval v tom, že v České republice se mnoho výzkumů zaměřuje především na rizikové chování dětí a mládeže v prostředí internetu. Velmi málo výzkumů se ale zaměřuje na rizikové chování rodičů v prostředí internetu.

Pro empirickou část práce je stanoven výzkumný problém, který zní: *Jaké je povědomí rodičů z Havlíčkovobrodsku o sharentingu?* Pro zodpovězení výzkumného problému je nutné stanovit samotný cíl následujícího výzkumného šetření.

Cílem výzkumného šetření je zmapovat sharenting a celkové povědomí o tomto jevu na Havlíčkovobrodsku. Výzkumné šetření také zjišťuje, zda jsou si rodiče vědomi rizikovitosti tohoto jevu. Veškeré zkoumané náležitosti ověřují poznatky výzkumných studií, které se sharentingem zabývaly.

Na základě uvedených materiálů byly pro výzkumné šetření stanoveny 4 hypotézy, vycházející z teoreticky zpracované problematiky (Gavora, 2008), které zní:

- **Hypotéza č. 1:** Alespoň 80 % rodičů umísťuje fotografie svých dětí do prostředí internetu.
- **Hypotéza č. 2:** Rodiče vytváří digitální identitu dítěte častěji zveřejněním snímku z ultrazvuku než po porodu nebo děle.
- **Hypotéza č. 3:** Rodiče zveřejňují fotografie a videa svých dětí častěji bez jejich svolení než se svolením.
- **Hypotéza č. 4:** Více než polovina rodičů si uvědomuje rizika spojená se sdílením fotografií, videí a/nebo informací o svých dětech na internetu.

Každá stanovená hypotéza vychází z již provedených výzkumných šetření. Hypotézy je z hlediska porozumění nutné rozebrat.

- **H1: Alespoň 80 % rodičů umísťuje fotografie svých dětí do prostředí internetu.**

První hypotéza vychází z výzkumu K. Kopeckého a R. Szotkowského (2018, online) s názvem Rodič a rodičovství v digitální éře, který byl zrealizován Centrem prevence rizikového chování virtuální komunikace pedagogické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci a společností O2 Czech Republic. Autoři se ve výzkumu mimo jiné zabývali tím, jak rodiče nakládají s osobními údaji svých dětí. Výsledkem bylo zjištění, že pouze 155 rodičů z 1093 dotazovaných nikdy neumístilo fotografii dítěte na internetu.

- **H2: Rodiče vytváří digitální identitu dítěte častěji zveřejněním snímku z ultrazvuku než po porodu nebo děle.**

Druhá hypotéza se opírá o výzkum AVG Technologies. Podle tohoto výzkumu téměř čtvrtina dětí (23 %) má vytvořenou digitální stopu ještě před narozením, a to v podobě zveřejněných prenatálních fotografií z ultrazvuku (Brosch, 2016, online).

- **H3: Rodiče zveřejňují fotografie a videa svých dětí častěji bez jejich svolení než se svolením.**

Třetí hypotéza vychází z průzkumu Bud' safe online, podle kterého čtvrtina Čechů zveřejňuje fotografie svých dětí bez jejich svolení. Ženy fotografie sdílejí častěji než muži. Na svolení svých dětí se ptá pouze 10 % rodičů (Bud' safe online, 2020, online).

- **H4: Více než polovina rodičů si uvědomuje rizika spojená se sdílením fotografií, videí a/nebo informací o svých dětech na internetu.**

Čtvrtá hypotéza se opírá o výzkum uskutečněný *CS Mott Children's Hospital National Poll on Children's Health*, který se zaměřil na rodiče dětí ve věku 0–4 let a jejich obavy související se sdílením informací o dětech na sociálních sítích. Ze vzorku 569 rodičů se dvě třetiny (68 %) obávají, že někdo zjistí soukromé informace o jejich dítěti nebo zneužije fotografie jejich dítěte pro jiné účely (67 %). 52 % rodičů se obává, že až bude jejich dítě starší, bude se stydět za obsah, který sdíleli na sociálních sítích (Clark, Kauffman et al., 2015, online).

6.2 Strategie výzkumného šetření

Kvantitativně zaměřené výzkumné šetření bylo uskutečněno prostřednictvím dotazníku, který byl vybrán dle charakteru stanoveného výzkumného problému. Anonymní dotazník byl vytvořen prostřednictvím služby Formuláře Google a byl tedy respondentům distribuován elektronickou formou. Prostřednictvím elektronické formy se podařilo oslovit respondenty z Havlíčkovobrodsko, kteří disponovali účtem na sociální síti Facebook a vyplnit tak dotazník za relativně krátký čas. Dotazníkové šetření probíhalo od prosince 2021 do ledna 2022 metodou sněhové koule – tzv. Snowball Sampling Method. Jedná se o techniku získávání výběrového souboru. Respondenti jsou získáváni na základě postupného nominování dalších osob již známými případy. V Příručce k provádění výběru metodou sněhové koule – Snowball Sampling je uvedeno, že: „*Výběr metodou sněhové koule je založen na využívání sociálních vazeb mezi členy populace.*“ (Rada Evropy, 2003, s. 56)

Proces začíná u jednoho či více respondentů splňující stanovená kritéria. V případě dotazníkového šetření realizovaného v rámci této práce byla kritériem pro vhodného respondenta skutečnost, že je rodičem nezletilého dítěte nebo dětí a rovněž disponuje

účtem na sociální síti Facebook. První respondenti byli poté požádáni, aby kontaktovali další osoby, které znají a kteří rovněž splňují příslušné kritérium.

Dotazníkové šetření se skládá ze 2 částí. V první části je obsaženo pozdravení, představení řešitele, prosbu o vyplnění dotazníku, informační sdělení, co má dotazníkové šetření za cíl, k čemu budou data využita a poděkování o vyplnění. Druhá část dotazníkového šetření se zaměřuje na samotné otázky. Dotazník byl koncipován takovým způsobem, aby bylo možné rozčlenit respondenty na respondenty, kteří sdílí a respondenty, kteří nesdílí.

Respondenti, kteří sdílí své děti do prostředí internetu, měli za úkol odpovědět celkově na 14 uzavřených otázek a 1 otevřenou otázku. Oproti tomu respondenti, kteří své děti na internetu nesdílí, měli za úkol odpovědět na 6 otázek, z toho 4 uzavřené a 2 otevřené. Obě skupiny respondentů měly možnost ještě odpovědět na poslední 17. dodatečnou otevřenou otázku, která jim dávala prostor k vyjádření svých zkušeností nebo poznatků týkajících se sharentingu. Celý dotazník je přiložen na konci práce (viz příloha A).

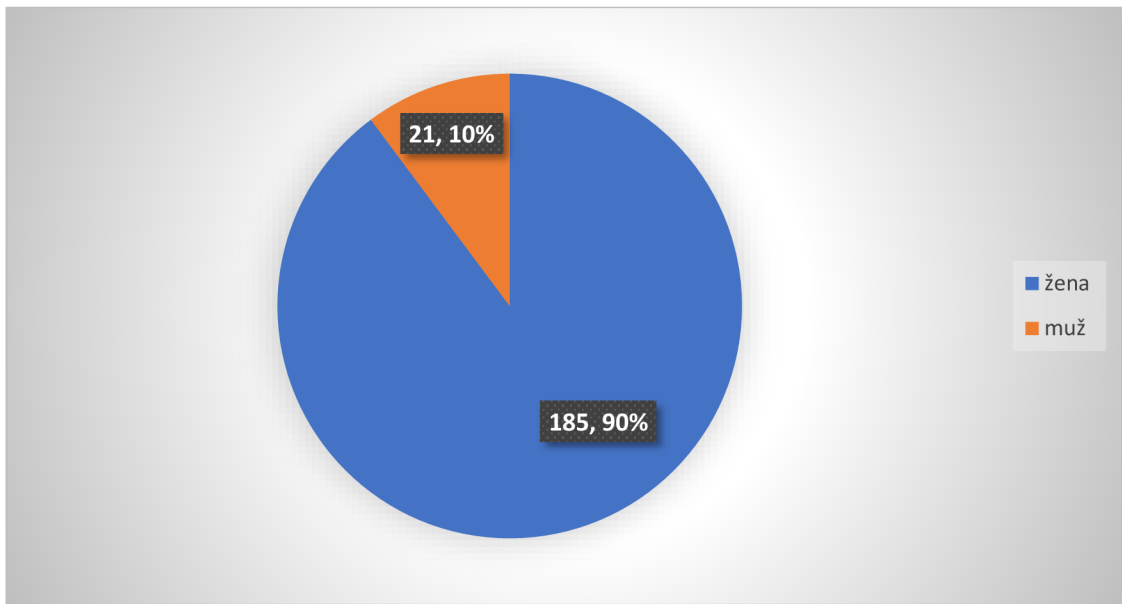
Jelikož se jedná o téma zabývající se sdílením fotografií, videí a informací o dětech rodiči na sociálních sítích a jiných internetových stránkách byli jako cílová skupina zvoleni rodiče z Havlíčkobrodska, kteří disponují účtem na sociální síti Facebook, kde primárně probíhal sběr dat.

Jak již bylo zmíněno, důvodem výběru této cílové skupiny spočívá v tom, že právě rodiče jsou těmi, kdo provozují sharenting a velmi málo výzkumů se zaměřuje na rodiče a jejich rizikové chování na internetu. Dalším důvodem je fakt, že rizikovost tohoto jevu doposud není příliš prozkoumána. Dále mě zajímalo, zda rodiče v okolí mého bydliště jsou těmi, kdo sharenting provozují a jaké celkové povědomí o tomto fenoménu mají.

6.3 Analýza a interpretace výsledků

Výsledky dotazníkového šetření jsou zpracovány v grafech, interpretovány a okomentovány společně s hypotézami. Otázky jsou interpretovány postupně a v původním pořadí, tak jako v dotazníku. První tři otázky výzkumného šetření slouží pro bližší charakteristiku výzkumného souboru.

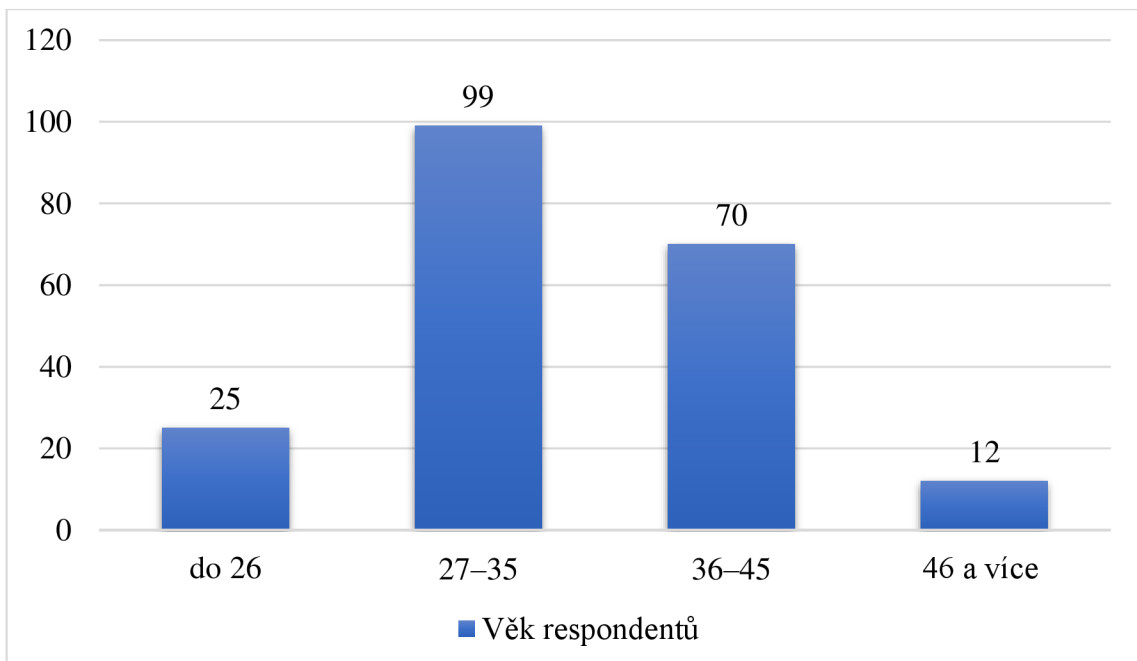
Otázka č. 1: Jsem



Graf 1 – Pohlaví respondentů

První otázka slouží pro charakteristiku výzkumného vzorku. Anonymní dotazník vyplnilo celkem 206 respondentů. Dotazník byl vyplněn 185 ženami (90 %) a 21 muži (10 %).

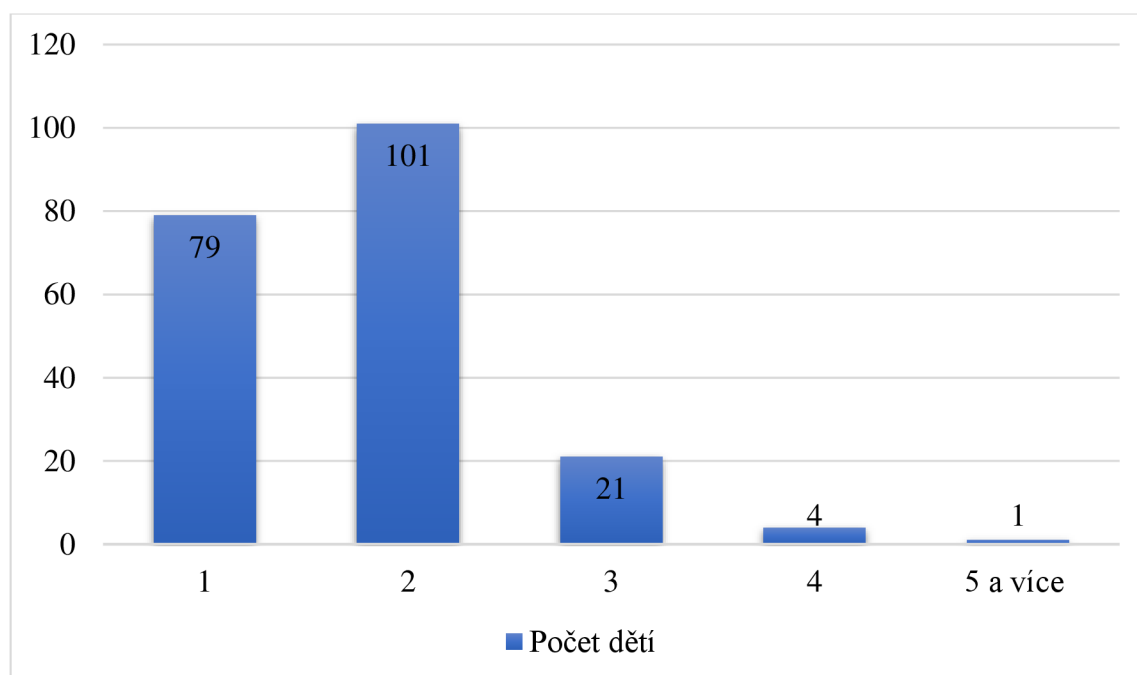
Otázka č. 2: Uveďte Váš věk



Graf 2 – Věk respondentů

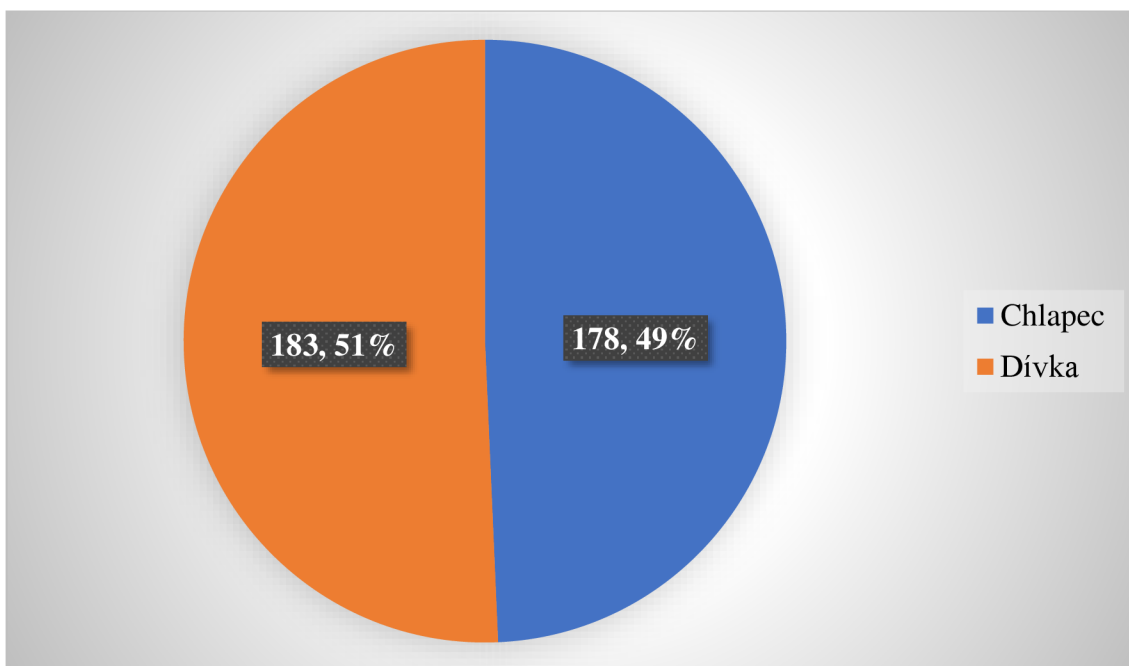
Druhá otázka se zaměřovala na věk respondentů. Věkové skupiny byly rozděleny do čtyř kategorií. Z výsledků lze vyčíst, že nejvíce respondentů (48 %) v době výzkumného šetření spadalo do věkové kategorie 27–35 let. Druhou nejzastoupenější věkovou skupinou jsou respondenti ve věku 36–45 let (34 %). 12 % respondentů se řadí do věkové skupiny do 26 let a nejmenší četnost respondentů byla ve věku 46 a více, která tvořila 6 % z celkového počtu dotazovaných.

Otázka č. 3: Uveďte počet, pohlaví a věk Vašeho dítěte/děti.



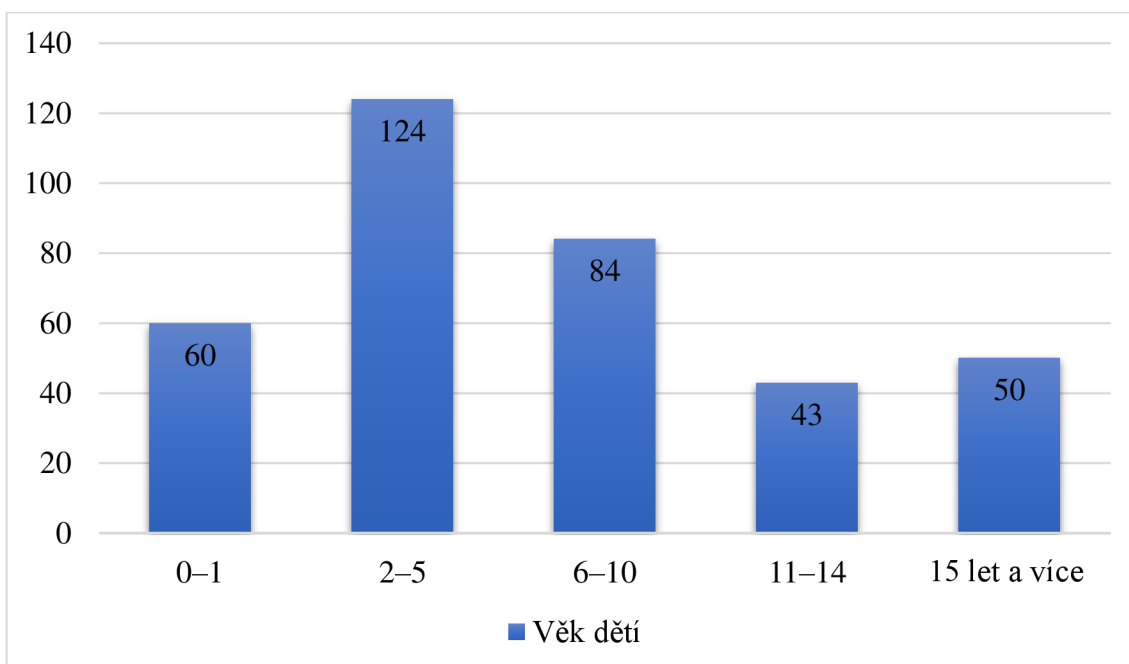
Graf 3 – Počet dětí

Otázka č. 3 byla otevřenou otázkou, která se respondentů dotazovala na počet, pohlaví a věk jejich dítěte nebo dětí. Graf č. 3 ukazuje, že nejvíce respondentů (101) vypovědělo, že má dvě děti. 79 respondentů má jedno dítě. 21 respondentů má 3 děti. 4 respondenti odpověděli že mají 4 děti a pouze jeden respondent uvedl, že má děti 5 a více. Celkový počet dětí činí 361.



Graf 4 – Pohlaví dětí

Graf č. 4 znázorňuje pohlaví dětí. Z celkových 361 dětí je 51 % (183) dívek a 49 % (178) chlapců. Ovšem pohlaví dětí pro toto výzkumné šetření není podstatným prvkem.

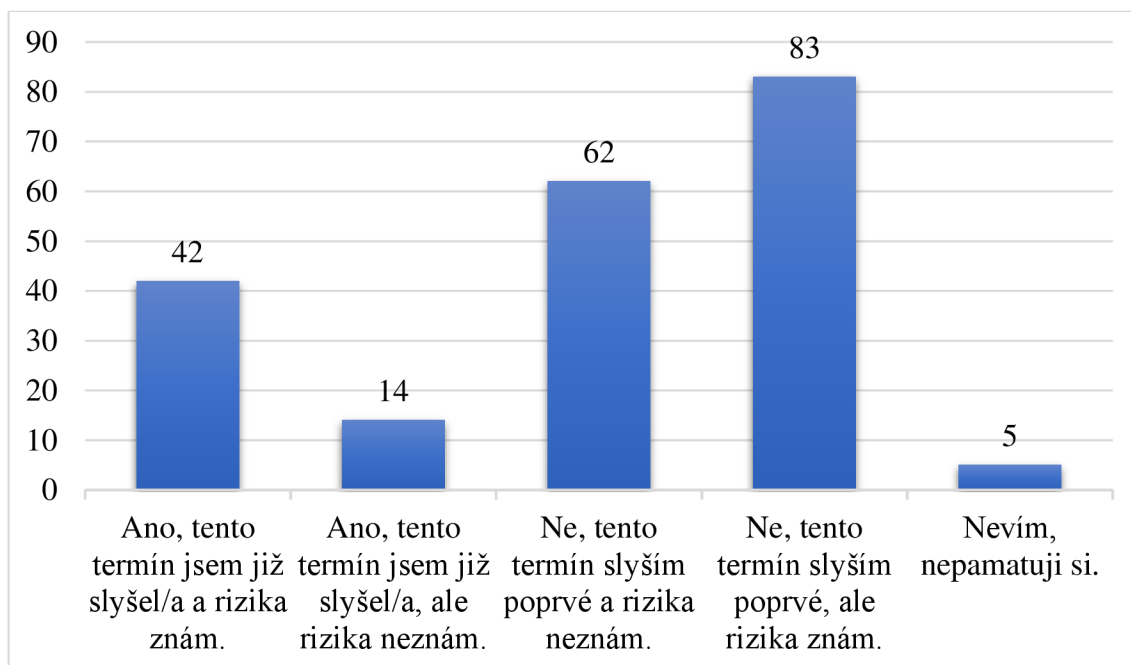


Graf 5 – Věk dětí

Graf č. 5, který se týká třetí otázky, znázorňuje věk dítěte nebo dětí respondentů. Z 361 dětí, kterých se výzkumné šetření týkalo, se 124 řadí do věkové skupiny 2-5 let. Druhou nejpočetnější skupinu tvoří děti ve věku 6-10 let. 60 dětí je ve věku 0-1 rok.

50 z nich dovršilo 15. rok a 43 z nich je ve věku 11–14 let. Z výsledků lze vyčíst, že 268 dětí z 361 (74 %) je tedy ve věku do 10 let.

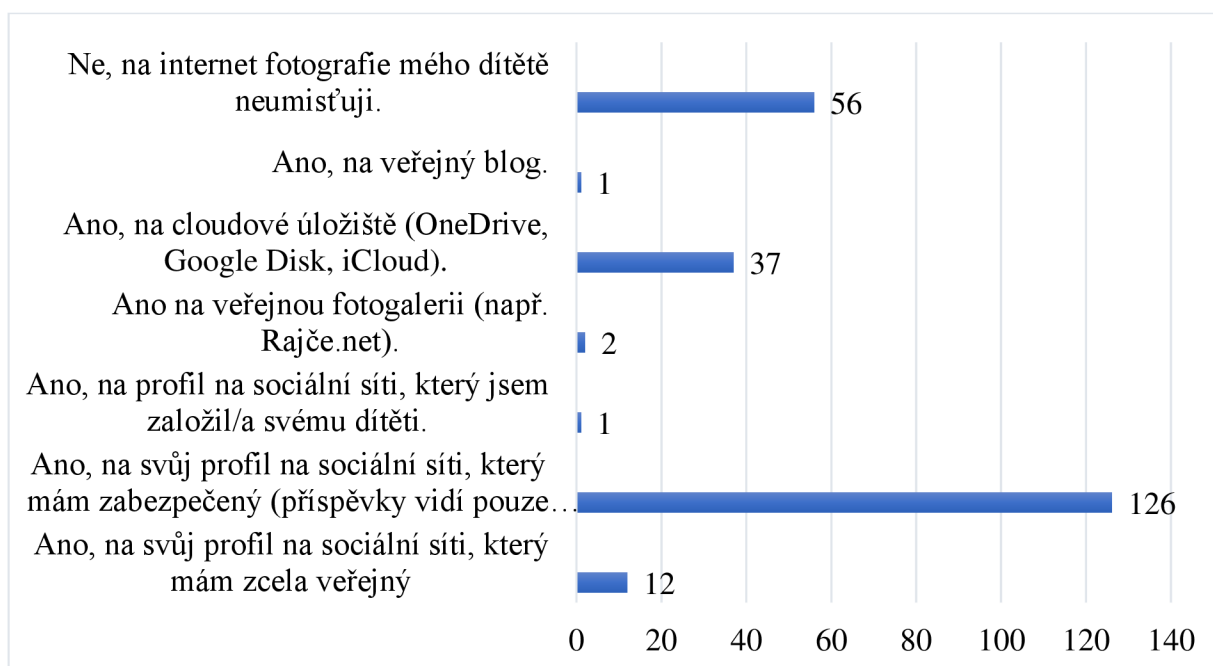
Otázka č. 4: Zaznamenali jste někde v médiích/v prostředí internetu/v publikacích nebo kdekoli jinde termín „sharenting“ a rizika s ním spojená?



Graf 6 – Termín sharenting a rizika s ním spojená

Otázka č. 4 zjišťovala, zda respondenti v médiích/na internetu/v publikacích či kdekoli jinde zaznamenali termín sharenting a rizika s ním spojená. Jak se z grafu vidno největší množství (40 %) rodičů odpovědělo, že termín sharenting zaregistrovali z dotazníkového šetření poprvé, ale rizika, které ze sdílení plynou, znají. 30 % respondentů odpovědělo, že tento termín rovněž registrují poprvé, ale rizika, která jsou se sharentingem spojená neznají. 20 % respondentů již termín sharenting slyšelo a rizika jsou jim rovněž známa. 7 % respondentů termín slyšelo, ale rizika jim známa nejsou. Zbylá 3 % na tu to otázku odpovědělo, že neví, nepamatuji si to.

Otázka č. 5: Umistíte fotografie/video svého dítěte do prostředí internetu?



Graf 7 – Umístování fotografií dětí na internet

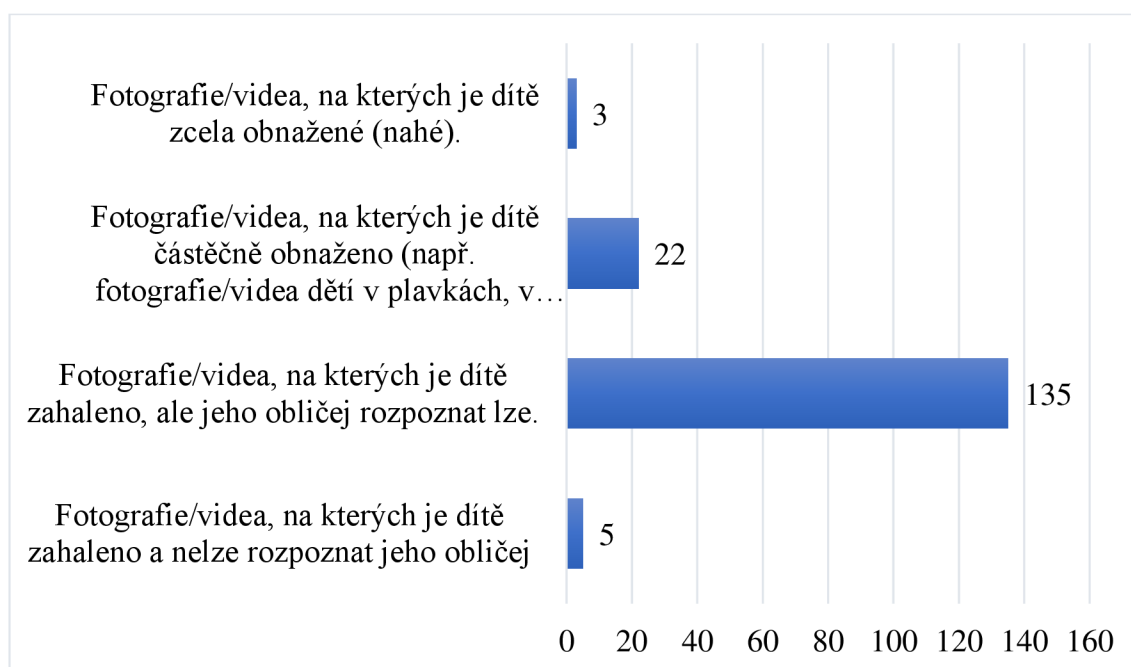
Otázka č. 5 měla za úkol zjistit, zda rodiče umisťují fotografie či videa svého dítěte do prostředí internetu. Jak je z grafu patrné, nejvíce četnou odpovědí (126) byla odpověď, že fotografie či videa umisťují na svůj profil na sociální síti, který je zabezpečený, to znamená, že příspěvky vidí pouze přátelé respondentů. Malé množství respondentů (12) zveřejňuje fotografie a videa na profil na sociální síti, který má zcela veřejný, to znamená, že příspěvky vidí kdokoliv. 37 rodičů pak fotografie a videa ukládá na cloudové úložiště. Z 206 respondentů jich 56 (27 %) neumisťuje fotografie ani videa do prostředí internetu. 73 % rodičů tedy sdílí na internetu fotografie či videa svých dětí. **Hypotéza č. 1: Alespoň 80 % rodičů umisťuje fotografie svých dětí do prostředí internetu se tudíž nepotvrdila.** I přes to, že hypotéza nebyla potvrzena, je vidno, že více jak polovina respondentů fotografie či videa svých dětí do prostředí internetu umisťuje.

Otázka č. 6: Pokud jste u otázky č. 5 odpověděl/a: „Ne, na internet fotografie mého dítěte neumisťuji.“ Napište prosím, z jakého důvodu. Tímto pro Vás dotazník končí, nezapomeňte prosím své odpovědi uložit a dotazník odeslat.

Šestá otázka byla otázkou otevřenou, která se týkala těch respondentů, kteří v předešlé 5. otázce odpověděli, že fotografie či videa svého dítěte nebo dětí na internet neumisťují a měla za cíl zjistit, z jakého důvodu tomu tak je. Pouze necelá třetina rodičů (27 %) nesdílí své dítě/děti na internetu. Většina respondentů vyjadřovala svou obavu ze

zneužití fotografií cizí osobou. Uvědomují si rizika spojená se sdílením materiálů o jejich dětech online. Někteří zmiňovali jako hlavní důvod budoucnost jejich dítěte. Např. jedna respondentka uvedla: „Hlavním důvodem je ale to, že nevím, jaký mohou mít mnou sdílené informace, fotky atp. vliv na život dítěte v budoucnu. Někdo najde nevhodné fotky a bude jej šikanovat, nebo bude v budoucnu názor, že se informace sdílet nemají a dítě by mi to mohlo mít za zlé.“ Mnozí z respondentů podotýkali, že sice fotografie nezveřejňují veřejně, ale pokud chtějí fotografii sdílet s nejbližšími, využívají soukromé konverzace.

Otázka č. 7: Pokud jste u otázky č. 5 odpověděl/a: „Ano“, uveďte, jaké druhy fotografií/videí Vašeho dítěte zveřejňujete. (N = 150)

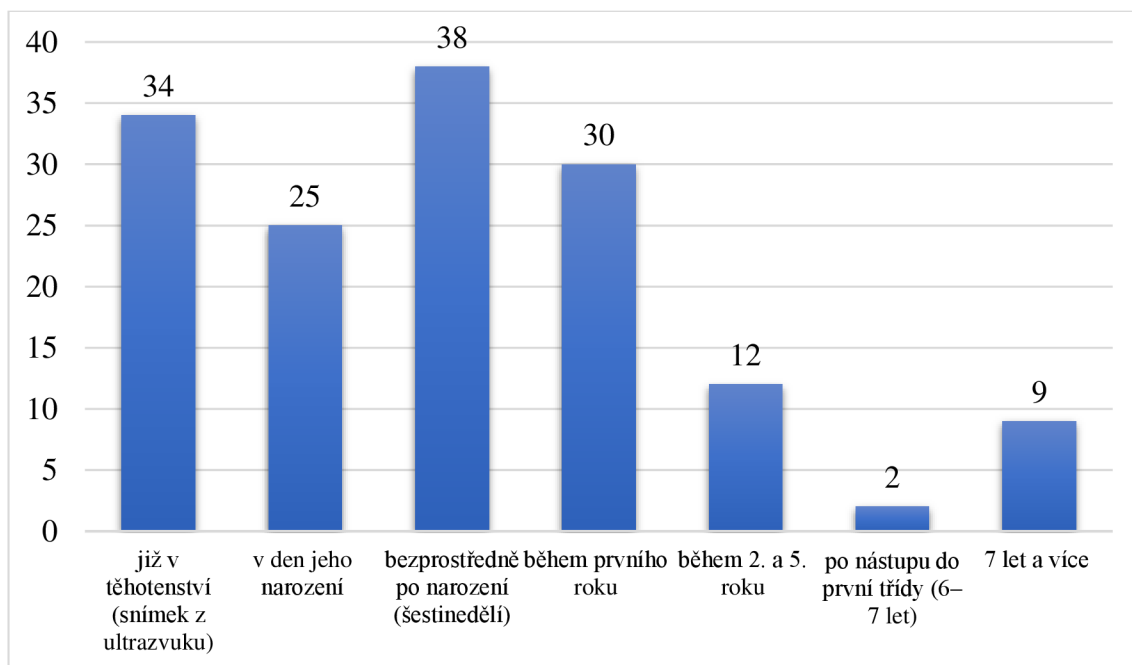


Graf 8 – Druhy fotografií/videí

Sedmá otázka už se zaměřila na respondenty, kteří fotografie či videa svého dítěte/děti do prostředí internetu sdílí a zjišťovala, o jaké druhy fotografií či videí se jedná. Celkový vzorek rodičů, kteří zveřejňují fotografie či videa svých dětí na internetu činí 150. Z grafu je patrné, že rodiče nejčastěji sdílejí fotografie, na kterých není dítě obnaženo, ale jeho obličej rozpoznat lze (90 %). Dítě je tak snadno identifikovatelné podle obličeje a rodiče tak dobrovolně prozrazují jeho identitu. 15 % rodičů sdílí fotografie, na kterých je dítě částečně obnaženo, tzn. v plavkách, v plenkách apod. Velmi málo respondentů (3) vypovědělo, že na internetu sdíleli fotografii nebo video

obnaženého (zcela nahého) dítěte. Pouze 5 z nich zveřejňuje fotografie nebo videa, na kterých není jejich dítě obnažené a nelze identifikovat jeho obličej.

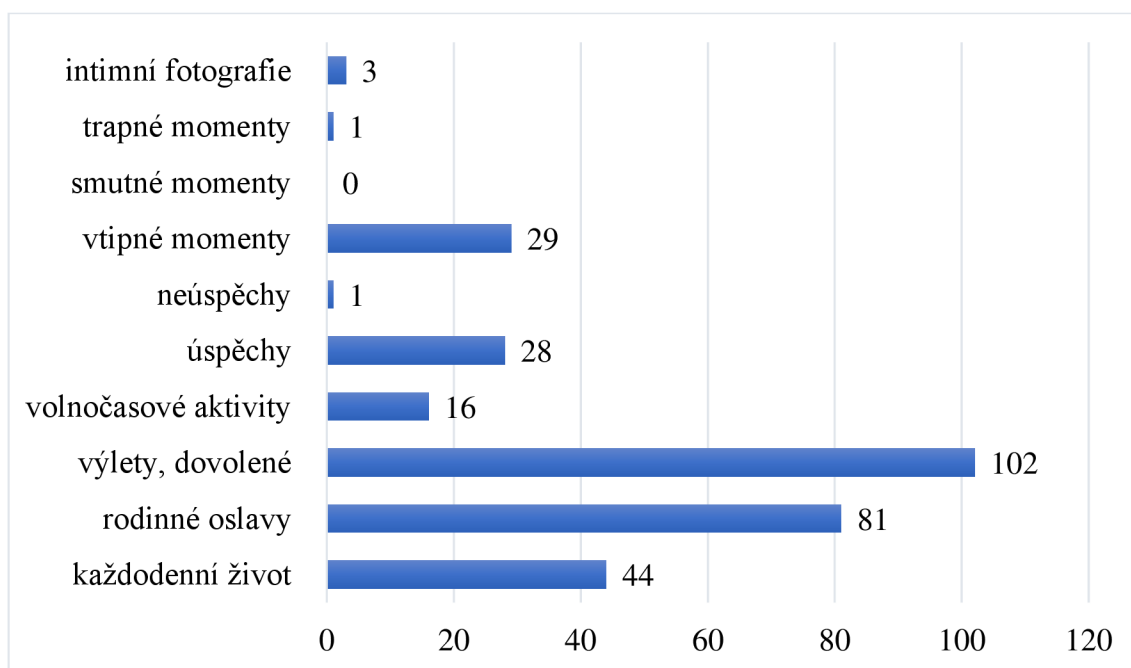
Otázka č. 8: Kolik bylo Vašemu dítěti, když jste jeho fotografii poprvé sdílel/a na internetu? (N = 150)



Graf 9 – Věk dítěte při prvním sdílení jeho fotografie

Osmá otázka se zabývala věkem dítěte při prvním sdílení jeho fotografie na internetu. Jak je z grafu patrné, něco málo přes pětinu respondentů první fotografie svého dítěte zveřejnilo již v těhotenství v podobě ultrazvukového snímku (34), v den jeho narození tak učinilo 25 respondentů. V období šestinedělí, tedy v období bezprostředně po porodu, sdílelo první fotografie dítěte 38 respondentů. 20 z nich zveřejnilo snímky v prvním roce života dítěte a 12 během věku 2–5 let. Velmi málo respondentů zveřejnilo první snímky svého dítěte až po nástupu do první třídy (2) a po dosažení věku 7 let a více (9). Z výsledků osmé otázky lze konstatovat, že **nedošlo k potvrzení H2: Rodiče vytváří digitální identitu dítěte častěji zveřejněním snímku z ultrazvuku než po porodu nebo dále**. Výsledky i přes to ukazují, že 85 % rodičů vytvořilo dítěti digitální stopu do jednoho roku života.

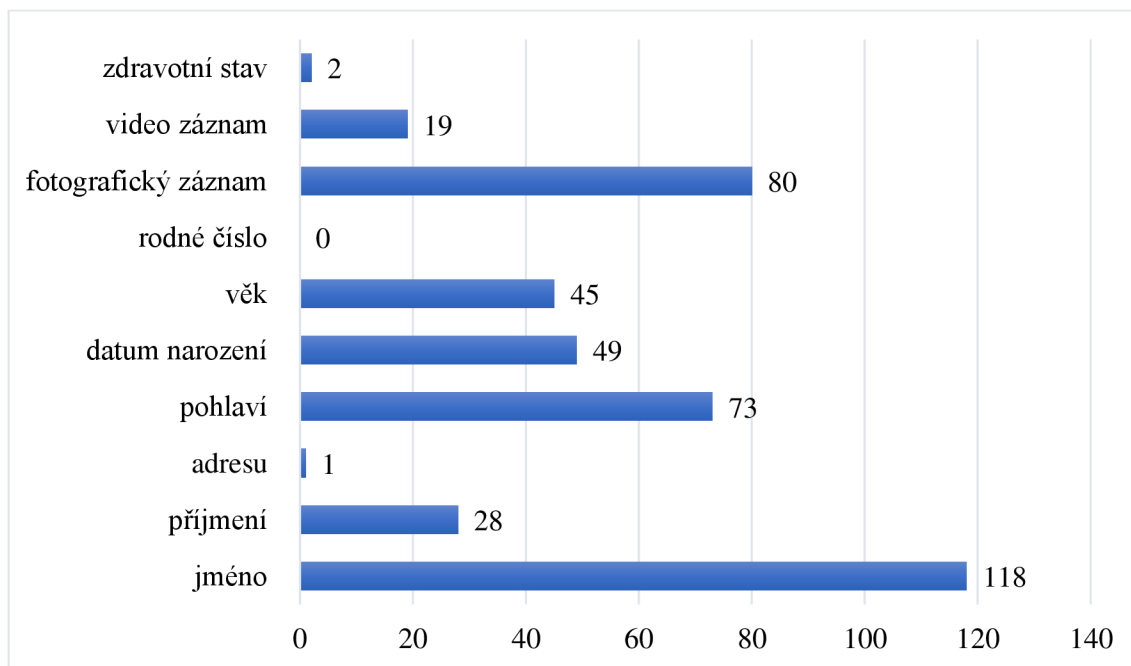
Otázka č. 9: Jaké chvíle ze života Vašeho dítěte nejčastěji sdílíte? (N = 150)



Graf 10 – Okamžiky ze života dítěte

Devátá otázka zjišťovala, jaké okamžiky ze života dítěte rodiče na internetu sdílejí. Mezi nejčastější odpovědi patřily výlety a dovolené (102), rodinné oslavy (81) a každodenní život (44). Rodiče ale také sdílí vtipné momenty (29), úspěchy (28) a volnočasové aktivity (16) jejich dítěte/děti. Naopak velmi málo rodičů sdílí intimní fotografie (3), neúspěchy (1) nebo trapné momenty (1). Žádný respondent nesdílel fotografii zachycující smutné momenty, tzn. pláč či vztek dítěte.

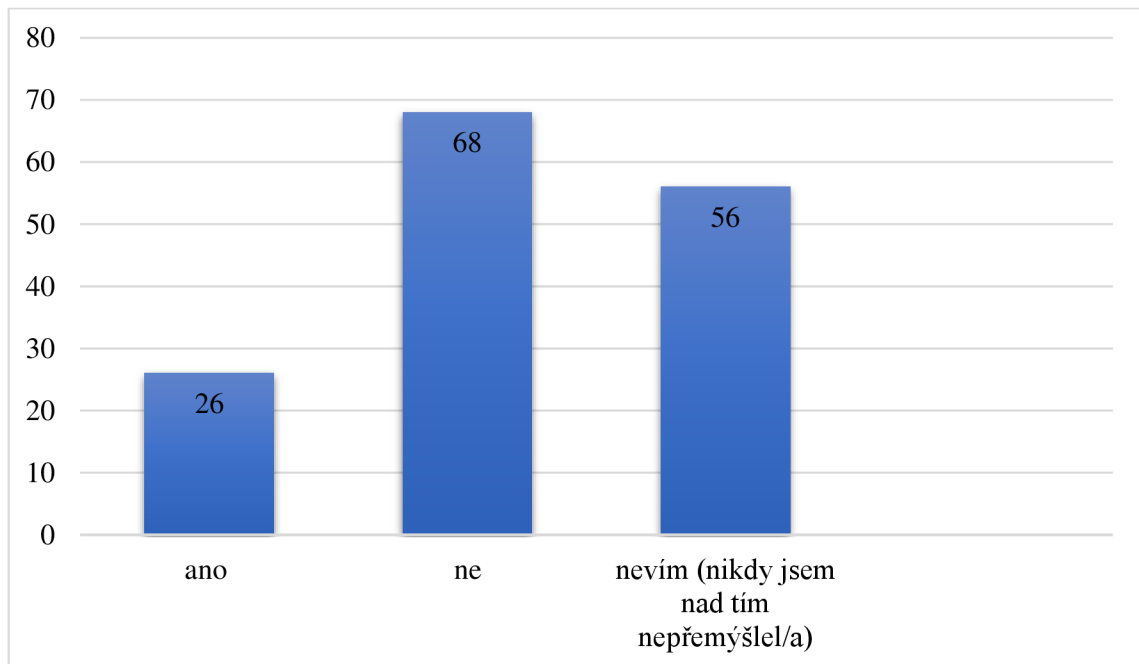
**Otázka č. 10: Které informace jste o svém dítěti zveřejnil/a v prostředí internetu?
(N = 150)**



Graf 11– Sdílené informace o dítěti

Desátá otázka zjišťovala, jako informace o dítěti respondenti v prostředí internetu sdíleli. Jak graf znázorňuje, mezi nejčastější sdílené informace o dítěti patří jméno (118), fotografický záznam (80) a pohlaví (73). Dalšími čtenými sdílenými informacemi jsou datum narození dítěte (49), věk dítěte (45) a příjmení (28). Jak správně podotkl jeden z respondentů, příjmení lze snadno z profilu vydedukovat, proto se neřadí mezi nejčastěji sdílené informace. Naopak zdravotní stav dítěte sdíleli dva respondenti, adresu pouze jeden a rodné číslo žádný z respondentů. Z těchto málo čtených odpovědí lze vyvodit, že se tyto tři položky řadí mezi citlivá data o dítěti, ohrožující jeho bezpečnost, proto je rodiče nesdílí.

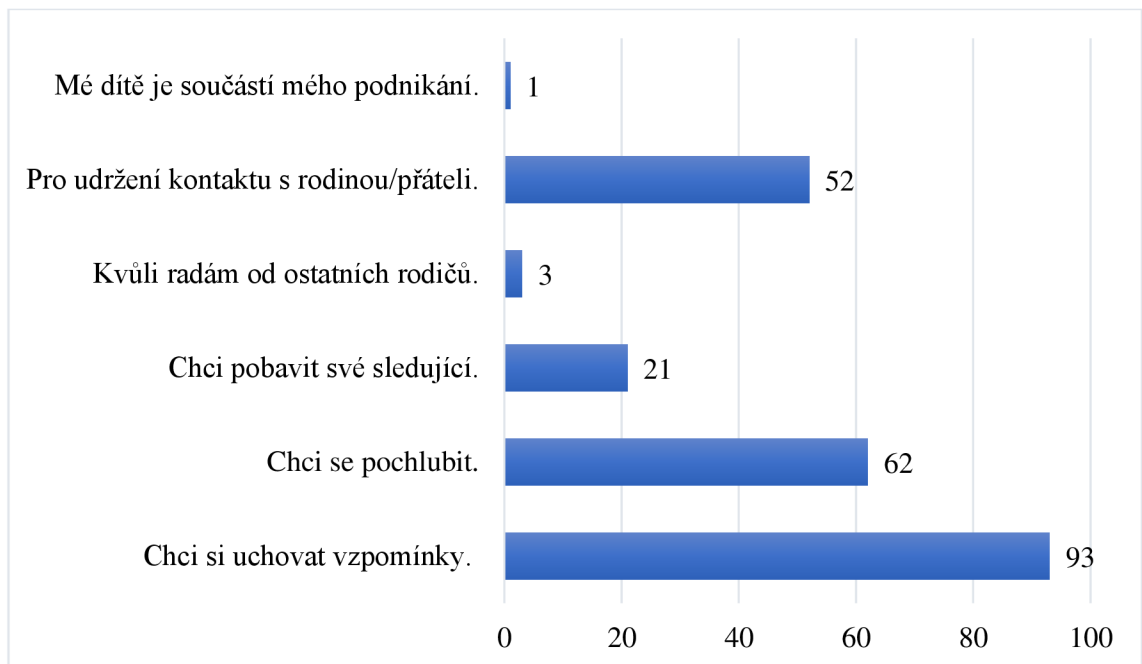
**Otázka č. 11: Vnímáte sdílení svého dítěte jako běžnou součást Vašeho života?
(N = 150)**



Graf 12 – Sdílení jako běžná součást života

Jedenáctá otázka zjišťovala, zda respondenti sdílení svého dítěte/děti vnímají jako běžnou součást jejich života. Větší část respondentů (68) odpovědělo, že sdílení dětí nevnímají jako běžnou součást jejich života. 56 respondentů odpovědělo, že neví, jak na tuto otázku odpovědět, protože nad tím nikdy nepřemýšleli. Pouze 26 respondentů vnímá sdílení jejich dětí jako běžnou součást jejich života. Tuto otázku by bylo spíše žádoucí položit rodičům, kteří se žijí jako influenceři či youtubeři a jejich děti jsou součástí jejich každodenní tvorby.

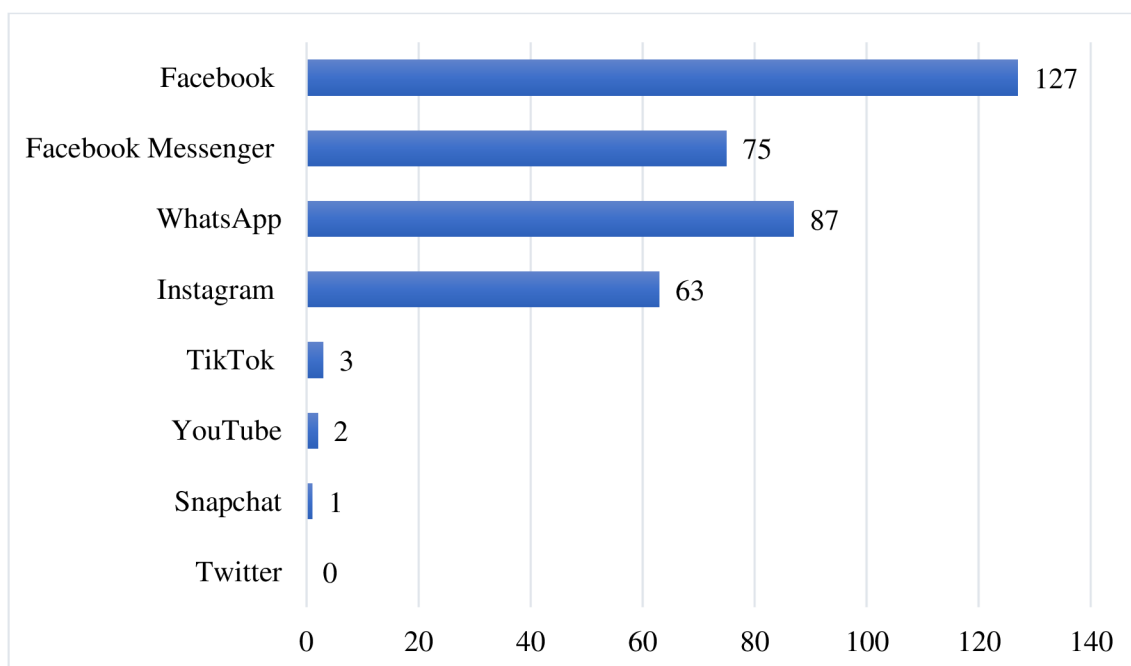
Otázka č. 12: Z jakého důvodu sdílíte fotografie/video Vašeho dítěte? (N = 150)



Graf 13 – Důvody sdílení

Otázka č. 12 se zabývala důvody, které vedou rodiče ke sdílení jejich dětí online. Jako nejčastější důvod bylo uvedeno uchování vzpomínek (93), pochlobení se (62) a udržení kontaktu s rodinou a přáteli. Pobavit své sledující, jako důvod sdílení, označilo 21 respondentů. 3 respondenti uvedli, že důvodem ke sdílení jsou rady od ostatních rodičů na sociálních sítích a pouze jeden uvedl jako důvod skutečnost, že dítě je součástí jeho podnikání.

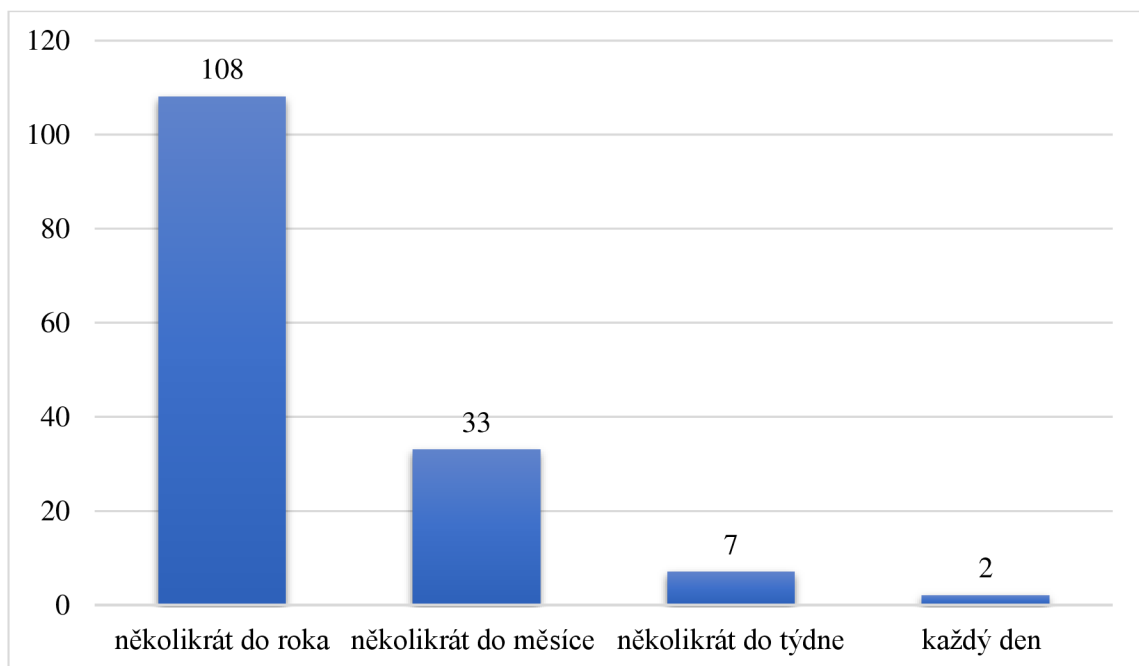
Otázka č. 13: Jaké sociální sítě ke sdílení Vašeho dítěte používáte? (N = 150)



Graf 14 – Sociální sítě

Otázka č. 13 se zabývala sociálními sítěmi, jako prostředkem ke sdílení materiálů o dětech respondentů. Nejvyužívanější sociální sítí ke sdílení je Facebook, který využívá 127 respondentů. Respondenti dále hojně ke sdílení využívají Facebook Messenger (75) a WhatsApp (87), na kterých probíhá komunikace prostřednictvím soukromého chatu. Instagram využívá 63 respondentů. Jen velmi malý počet respondentů uvedlo TikTok (3), YouTube (2) a Snapchat (1) jako platformy využívající ke sdílení dětí. Twitter nebyl uveden nikým.

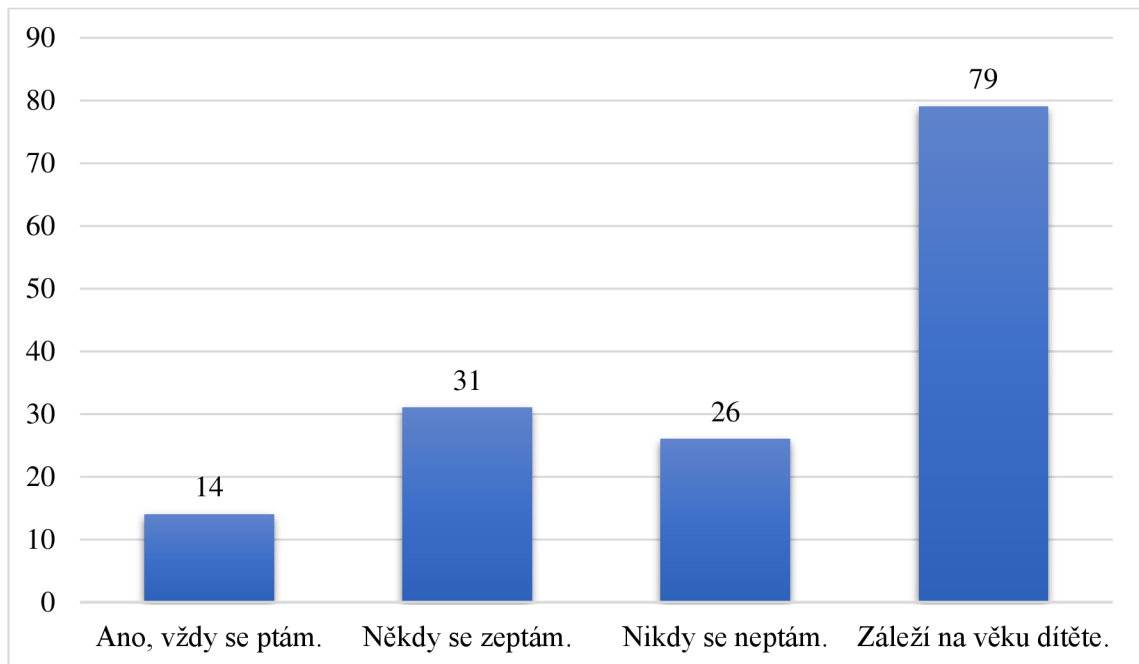
Otázka č. 14: Jak často sdílíte fotografie/video Vašeho dítěte? (N = 150)



Graf 15 – Frekvence sdílení

Čtrnáctá otázka zjišťovala, jak často respondenti sdílí fotografie či videa svých dětí na internetu. 108 respondentů sdílí několikrát do roka, 33 respondentů několikrát do měsíce, 7 respondentů několikrát do týdne a pouze 2 respondenti každý den.

Otázka č. 15: Ptáte se Vašeho dítěte, zda souhlasí se zveřejněním jeho fotografie/videoa? (N = 150)

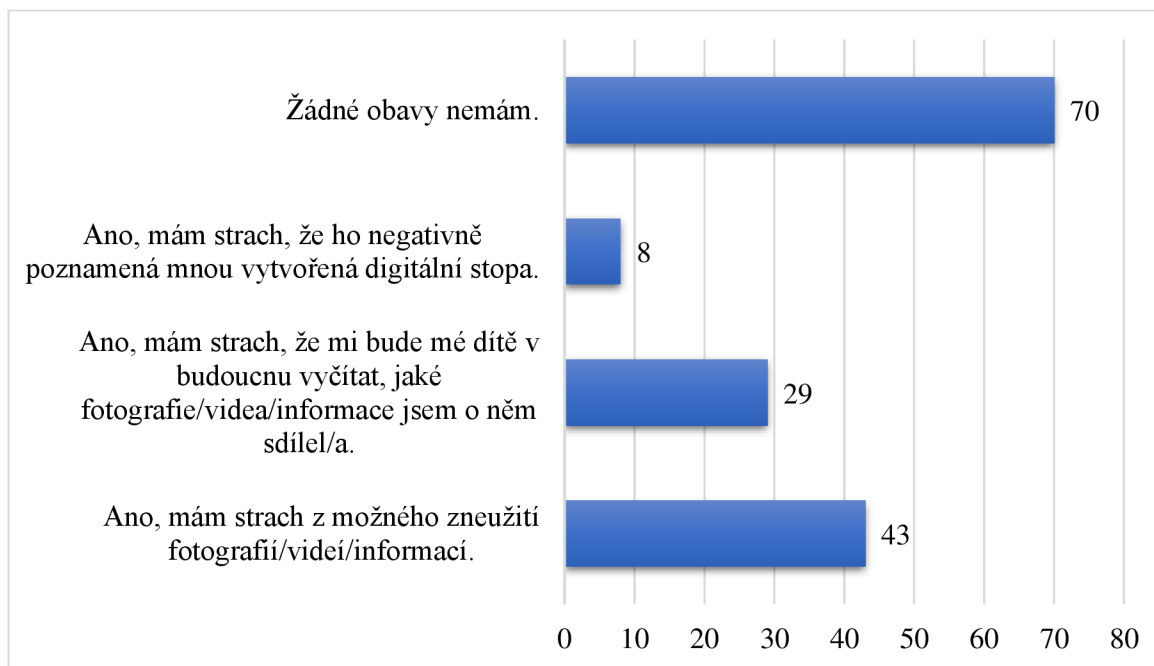


Graf 16 – Souhlas se sdílením

Patnáctá otázka zjišťovala, zda se rodiče ptají děti, zda souhlasí se zveřejněním jeho fotografie či videa. Nejvíce respondentů (79) odpovědělo, že záleží na věku dítěte. Někdy se svého dítěte zeptá 31 rodičů, ovšem 26 se neptá nikdy. Pouhých 14 rodičů se vždy svého dítěte zeptá, zda se zveřejněním jeho fotografie či videa souhlasí.

K patnácté otázce byla stanovena hypotéza **H3: Rodiče zveřejňují fotografie a videa svých dětí častěji bez jejich svolení než se svolením.** Tato hypotéza byla **potvrzena.** Ze zkoumaného vzorku rodičů se pouhých 9 % ptá na souhlas, oproti 17 % rodičů, kteří se na souhlas nikdy neptají.

Otázka č. 16: Máte nějaké obavy při sdílení fotografií/videí/informací o Vašem dítěti na internetu? (N = 150)



Graf 17 – Rizika spojená se sdílením

Šestnáctá otázka zkoumala, zda rodiče, jenž své děti sdílejí online, mají nějaké obavy z možných rizik souvisejících se sdílením. 43 (29 %) respondentů má strach z možného zneužití např. pedofily. 29 (19 %) rodičů se obává toho, že jim bude jejich dítě v budoucnu vyčítat to, jaké fotografie, videa či informace o něm sdíleli. 8 (5 %) rodičů je znepokojeno obavami, že dítě bude v budoucnu poznamenáno digitální stopou, kterou mu vytvořili. Ovšem 47 % (70) respondentů žádné obavy, které plynou ze sdílení, nemá.

Došlo k **potvrzení H4: Více než polovina rodičů si uvědomuje rizika spojená se sdílením fotografií, videí a/nebo informací o svých dětech na internetu.** 80 rodičů ze 150 si je vědomo možných rizik, které plynou ze sdílení, zbylých 70 žádné obavy nemá.

Otázka č. 17: Pokud Vás ještě něco napadá nebo máte s tímto tématem nějaké zkušenosti, zde máte prostor.

Poslední sedmnáctá otázka byla otázkou otevřenou a sloužila jako doplňující otázka. Respondenti zde mohli vyjádřit jakékoliv poznatky či zkušenosti ohledně sharentingu. I přes to, že se jednalo o doplňující otázku, tuto možnost využilo 13 respondentů. Objevila se zde i připomínka, že úložiště iCloud, OneDrive nebo Google

Disk respondent nepovažuje za sdílení. Je ale nutné podotknout, že i tato internetová úložiště lze hacknout a k nahraným materiálům se tak dostat. Ohledně internetových úložištích jedna respondentka napsala: *„Určitě o tomto přemýšlím. Fotky dětí na Facebook zveřejňuji minimálně, ovšem na OneDrive a Google Disk fotky a videa ukládám. Zatím si nejsem vědoma zneužití na těchto platformách, možné je však vše. Určitě je to důležité téma, které by rodiče mělo zajímat.“*

Dále zde byl zmíněn dokument V síti. Jedna respondentka v souvislosti s tím napsala: *„Domnívám se, že dokument V síti nám jasně ukázal, jaké osoby se na internetu pohybují a nedělejme si iluze, že našemu dítěti se toto stát nemůže. Matky, které dobrovolně a denně vystavují své děti na internetu, jsou dle mého názoru zaslepené a nezodpovědné. Pokud tímto způsobem ještě na dětech vydělávají, je to dle mého názoru sprosté a nedůstojné vůči jejich vlastnímu dítěti.“*

Další respondentka uvedla, že pokud se ke sdílení přistupuje obezřetně, není na tom nic špatného. *„Podle mě je to ‚odsud posud‘.“ Chci se pochlubit, jak mám krásný miminko samozřejmě, ale zase nesdílím doslova každou bobek. 2 fotky za měsíc, někdy stories je za mě ok. Většinou dávám fotku s věkem a potom případně, když se mu povede něco nového, např. se přetočil na břicho, papá první příkrm atd. Nikde nemám svou adresu, takže dítě je podle mě v bezpečí. Co se týče pedofilů, nesdílím nic intimního, pouze miminko oblečené, takže si nemyslím, že by někdo fotky zneužil.“*

Dále se zde objevil názor, že lidé, kteří nesdílí fotografie ze svého soukromí, jsou těmi rozumnějšími. *„Myslím, že většina lidí se na internetu pouze chlubí a předvádí, tyto lidé mají také daleko více ‚přátel‘, protože lidi rádi sledují druhé. Lidé, kteří nesdílí fotografie ze svého soukromí, se mohou druhým jevit jako nudní. Ve skutečnosti jsou daleko vyrovnanější a mnohdy spokojenější. Každopádně dle mě rozumnější.“*

6.4 Shrnutí výzkumného šetření

Online dotazníkové šetření, které bylo distribuováno od prosince 2021 do ledna 2022, se zúčastnilo 206 rodičů z Havlíčkovobrodsko. Respondenti, kteří sdílí své děti do prostředí internetu, měli za úkol odpovědět celkově na 14 uzavřených otázek a 1 otevřenou otázku. Oproti tomu respondenti, kteří své děti na internetu nesdílí, měli za úkol odpovědět na 6 otázek, z toho 4 uzavřené a 2 otevřené.

Pro výzkumné šetření byl stanoven výzkumný problém, který zní: *Jaké je povědomí rodičů z Havlíčkobrodsku o sharentingu?* Cílem šetření bylo zmapovat sharenting a celkové povědomí o tomto jevu na Havlíčkobrodsku. Výzkumné šetření také zjišťovalo, zda jsou si rodiče vědomi rizikovosti tohoto jevu. Dle subjektivního názoru autorky práce byl výzkumný problém i cíl výzkumného šetření splněn. Výsledky výzkumného šetření poskytují obraz o sharentingu u zvolené cílové skupiny, tedy u rodičů z Havlíčkobrodsku.

Z výsledků šetření se podařilo potvrdit dvě hypotézy, konkrétně H3 a H4. Zbylé dvě hypotézy H1 a H2 se sice potvrdit nepodařilo, ale výsledky jsou přesto pozoruhodné.

Z výsledků šetření došlo ke zjištění, že z celkových 206 respondentů jich 56 (27 %) fotografie/video/informace týkajících se jejich dětí na internet nesdílí. 73 % tedy na internetu materiály o svých dětech sdílí. Šetření se zúčastnilo větší množství žen než mužů, což může být způsobeno tím, že ženy jako matky sdílí více než muži, jak dokládá i průzkum společnosti Bud' safe online. Šetření se týkalo celkově 361 dětí respondentů, z nichž se 74 % řadí do věkové skupiny 0–10 let.

Výsledky ukazují, že 40 % se o termínu sharenting dozvídá poprvé až z tohoto šetření, ale rizika, která se sdílením souvisí, znají. 30 % o tomto termínu také nikdy neslyšelo a zároveň jim ani rizika nejsou známa. 20 % respondentů zná termín a taktéž rizika.

Většina rodičů materiály o svých dětech umísťuje na zabezpečený profil na sociální síti nebo na internetová úložiště. Rodiče nejvíce sdílejí zahalené fotografie svých dětí, na kterých ale lze identifikovat jejich obličej.

Pozoruhodné je, že 62 % rodičů svému dítěti vytvořilo digitální stopu do prvního roku jeho života. 23 % rodičů vytvořilo digitální stopu dítěti ještě před jeho narozením v podobě ultrazvukového snímku. Tento výsledek je totožný s výsledkem výzkumu AVG Technologies, podle kterého též 23 % dětí získává digitální identitu ještě před narozením.

Mezi nejčastější sdílené okamžiky ze života dítěte patří výlety, dovolené a každodenní aktivity. Naopak neúspěchy, trapné nebo smutné okamžiky jsou sdíleny velmi sporadicky nebo vůbec, což potvrzuje teorii Stek (2021), že na profilech rodičů je obtížné najít informace o neúspěších, protože každý chce být v očích ostatních vnímán dobře. Mezi nejčastější důvody sdílení patří uchování vzpomínek, kontakt s rodinou nebo

úmysl pochlubit se veřejně. Nejvyužívanějšími sociálními sítěmi ke sdílení patří jednoznačně Facebook, následovaný Facebook Messengerem a WhatsAppem, které jsou charakteristické soukromými chaty a Instagram.

Co se týče souhlasu se zveřejněním, výsledky ukazují, že se pouze 9 % rodičů vždy zeptá svého dítěte na souhlas. 13 % se nikdy neptá. 53 % se přiklonilo k odpovědi, že záleží na věku dítěte, což je logické z hlediska rozumovosti dítěte. Tento výsledek opět koresponduje s výsledkem průzkumu Bud' safe online, podle kterého se na svolení ptá pouze 10 % rodičů.

Pozoruhodné je i zjištění, že 47 % ohledně sdílení materiálů o dítěti online žádné obavy nemá. Je možné, že s tím souvisí skutečnost, že více jak polovina respondentů umisťuje tyto materiály na zabezpečený profil, tzn. příspěvky vidí pouze jejich přátelé. 29 % rodičů má strach ze zneužití, 19 % se obává toho, že jim bude jejich dítě vyčítat, co o něm sdíleli a 5 % má strach, že jejich dítě v budoucnu ovlivní jimi vytvořená digitální stopa. K těmto výsledkům lze zmínit i odpovědi u otázky, která od nesdílejících respondentů zjišťovala jejich důvody. Většina nesdílejících respondentů také vyjadřovala svou obavu ze zneužití fotografií cizí osobou. Uvědomují si rizika spojená se sdílením materiálů o jejich dětech online. Jako hlavní důvod byla taktéž zmiňována digitální stopa, která může dítě do budoucna ovlivnit.

I přes to, že jsou některé výsledky výzkumného šetření alarmujícími (viz vytvoření digitální stopy v 62 % případu do jednoho roku věku a ve 23 % ještě před narozením dítěte), lze souhrnně respondenty výzkumného šetření řadit mezi zodpovědnější rodiče z Havlíčkobrodska, kteří mají o sharentingu povědomí a zároveň si jsou vědomi rizik, které se sharentingem souvisejí.

Ve výzkumném šetření jsou brány na vědomí limity. Limitou tohoto výzkumného šetření může být menší vzorek respondentů. Účast více respondentů by mohla vést ke zcela jiným výsledkům.

Závěr

Bakalářská práce se věnovala problematice sharentingu, jakožto novodobému jevu. Cílem práce bylo teoreticky vymezit sharenting, motivy a možné hrozby související s tímto fenoménem. Po praktické stránce bylo cílem zmapovat sharenting na Havlíčkobrodsku a zjistit, jaké povědomí o tomto fenoménu rodiče z tohoto regionu mají. Za cílovou skupinu tohoto výzkumného šetření byli zvoleni rodiče z Havlíčkobrodka. Pohledem autorky práce byl cíl práce a stanovený výzkumný problém splněn.

První kapitola se zabývala rodičovstvím v době informační. Tato kapitola byla zvolena, aby představila, jak mají informační a komunikační technologie vliv na změnu společnosti a dynamiku rodinného života. Druhá kapitola charakterizovala sociální sítě jako prostředek sharentingu. V této kapitole byl vymezen termín sharenting pomocí několika definic od různých autorů. V kontextu sharentingu pak byly představeny nejznámější sociální sítě Facebook, YouTube, Instagram a TikTok. V souvislosti se sociálními sítěmi byla rozebrána problematika maminkovských blogů, influencerství a youtuberství. Třetí kapitola se zaměřila na motivy, které vedou rodiče ke sdílení svých dětí na internetu. Byly rozebrány čtyři nejčastější motivy, které rodiče vedou ke sdílení dětí online. Čtvrtá kapitola se zaměřila na rizika, která jsou se sharentingem spojená. Zmíněna byla digitální stopa a hrozby s ní spojené nebo konkrétní případy zneužití materiálů týkajících se dětí. Pátá, poslední teoreticky orientovaná kapitola, definovala kybernetickou bezpečnost jako prevenci sharentingu. Dále bylo zmíněno několik doporučení pro rodiče, jakým způsobem nakládat s osobními údaji o dětech a jakým způsobem ke sdílení přistupovat.

Poslední kapitola byla věnována výzkumnému šetření, jehož cílem bylo zmapovat sharenting a zjistit celkové povědomí o tomto fenoménu u cílové skupiny rodičů z Havlíčkobrodka. Kvantitativním šetřením prostřednictvím dotazníku bylo osloveno 206 respondentů. Pokud se vrátíme ke shrnutí výsledků výzkumného šetření, došlo k potvrzení dvou ze čtyř hypotéz. Z výsledku šetření došlo ke zjištění, že 27 % rodičů fotografie/video nebo informace týkajících se jejich dětí na internet nesdílí. Zbýlých 73 % materiály týkající se jejich dětí na internetu sdílí. I přes to, že hypotéza č. 1 nebyla potvrzena, výsledky ukazují, že více jak polovina respondentů fotografie či videa svých dětí do prostředí internetu umísťuje. Hypotéza č. 2 také potvrzena nebyla. Výsledky přesto ukazují, že 23 % rodičů vytvořilo digitální stopu dítěti před jeho narozením

prostřednictvím ultrazvukového snímku a 85 % rodičů vytvořilo dítěti digitální stopu do jednoho roku života.

S ohledem na výsledky šetření, lze konstatovat, že značná většina rodičů z Havlíčkobrodská má o sharentingu povědomí a zároveň si je vědoma rizik, které se sharentingem souvisejí. Lze také konstatovat, že se výsledky šetření podobají výsledkům výzkumů, které sloužily jako podklad pro teoretickou i empirickou část práce.

Bakalářská práce ze subjektivního pohledu autorky má potenciál k dalšímu využití. Přestože se dvě hypotézy nepotvrdily, byly zjištěny zajímavé výsledky, které mohou posloužit jako podklad pro další výzkumná šetření zabývající se sharentingem. V souvislosti s tím je nutno uvést skutečnost, že aktuálně probíhá sběr dat na nový výzkum E-bezpečí s názvem: „Sharenting u českých rodičů.“ Žádoucí je osvěta rodičů. Je nutné, aby se sharenting dostal do většího povědomí široké veřejnosti. Budoucí výzkumy by se také mohly zaměřit na samotné děti a jejich vnímání sharentingu.

Práce by mohla být přínosem, jak v oboru sociální patologie a prevence, tak v sociální pedagogice. Je potřeba se sharentingem dále zabývat a zkoumat jeho souvislost se sociálně patologickými jevy (např. šikanou či kyberšikanou). Sharenting je jevem vyskytujícím se ve specifickém prostředí – kyberprostoru. Sociální pedagogika by tak měla reagovat a přizpůsobovat se aktuálním trendům v kyberprostoru.

Seznam použitých zdrojů

Tištěné zdroje

- BEDNÁŘ, Vojtěch. *Marketing na sociálních sítích*. Brno: Computer Press, a.s., 2011. 200 s. ISBN 978-80-251-3320-0.
- ECKERTO VÁ, Lenka, DOČEKAL, Daniel. *Bezpečnost dětí na Internetu: Rádce zodpovědného rodiče*. Brno: Computer Press, a.s., 2013. 224 s. 978-80-2513-804-5.
- GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výzkumu*. 2. rozšířené vydání. Brno: Paido, 2010. 261 s. ISBN 978-80-7315-185-0.
- CHVÁLA, Tomáš. *Já, JiTuber*. Praha: Coobook, 2015. 144 s. ISBN 978-80-7544-008-2.
- KOLESÁROVÁ, Karolína. *Životní styl v informační společnosti*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2016. 76 s. ISBN 978-80-7452-119-5.
- KOLOUCH, Jan, BAŠTA, Pavel a kol. *CyberSecurity*. Praha: CZ.NIC, z. s. p. o., 2019. 560 s. ISBN 978-80-88168-31-7.
- MORAVEC, Václav. *Média v tekutých časech: konvergence audiovizuálních médií v ČR*. Praha: Academia, 2016. 188 s. ISBN 978-80-200-2572-2.
- POSPÍŠILOVÁ, Marie. *Facebooková (ne)závislost: identita, interakce a uživatelská kariéra na Facebooku*. Praha: Karolinum, 2016. 138 s. ISBN 978-80-246-3306-0.
- RADA EVROPY. *Příručka k provádění výběru metodou sněžové koule*. Praha: Úřad vlády České republiky, 2003. 108 s. ISBN 80-86734-08-0.
- SPITZER, Manfred. *Kybernemoc!* Brno: Host – vydavatelství, s.r.o., 2016. 391 s. ISBN 978-80-7491-792-9.
- STAŠOVÁ, Leona, Gabriela SLANINOVÁ a JUNOVÁ, Iva. *Nová generace: vybrané aspekty socializace a výchovy současných dětí a mládeže v kontextu medializované společnosti*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. 213 s. ISBN 978-80-7435-567-7.
- VÁGNEROVÁ, Marie. *Vývojová psychologie II. – Dospělost a stáří*. Praha: Karolinum, 2008. 461 s. ISBN 978-80-246-1318-5.

Elektronické zdroje

ARCHER, Catherine. How influencer ‘mumpreneur’ bloggers and ‘everyday’ mums frame presenting their children online. *Media International Australia* [online]. 2019, vol. 170, no. 1, pp. 47–56 [cit. 2022-02-20]. Available from: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1329878X19828365>.

BARASSI, Veronica. BabyVeillance? Expecting parents, online surveillance and the cultural specificity of pregnancy apps. *SAGE journals* [online]. 2017, vol. 3, no. 2, [cit. 2021-11-22]. Available from: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2056305117707188>.

BLUM-ROSS, Alicia, LIVINGSTONE Sonia. Sharenting,” parent blogging and the boundaries of the digital self. In: *Self-(re)presentation now* [online]. 2017, pp. 70–85 [cit. 2022-02-20]. Available from: https://www.researchgate.net/publication/306282338_Sharenting_parent_blogging_and_the_boundaries_of_the_digital_self.

BROSCH, Anna. When the child is born into the Internet: Sharenting as a growing trend among parents on Facebook. In: *The New Educational Review* [online]. 2016, vol. 43, no. 1, pp. 225–235 [cit. 2022-02-20]. Available from: https://www.researchgate.net/publication/299601525_When_the_Child_is_Born_into_the_Internet_Sharenting_as_a_Growing_Trend_among_Parents_on_Facebook.

BROSCH, Anna. Sharenting – nowy wymiar rodzicielstwa? In: *Świat małego dziecka. Przestrzeń instytucji, cyberprzestrzeń i inne przestrzenie dzieciństwa*. [online]. Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań, 2017 [cit. 2022-02-02]. Available from: https://www.academia.edu/32301801/%C5%9Awiat_ma%C5%82ego_dziecka_Przestrze%C5%84_instytucji_cyberprzestrze%C5%84_i_inne_przestrzenie_dzieci%C5%84stwa.

BROSCH, Anna. Shareting – Why Do Parents Violate Their Children ‘s Privacy? In: *The New Educational Review* [online]. University of Silesia in Katowice, 2018, vol. 54, pp. 75–85. [cit. 2022-02-20]. Available from: <https://czasopisma.marszalek.com.pl/images/pliki/tner/201804/tner5406.pdf>.

BROULÍKOVÁ, Petra. mimi_a_ja. In: Instagram [online]. 2021 [cit. 2022-03-06]. Dostupné: https://instagram.com/mimi_a_ja?utm_medium=copy_link.

BUĎ SAFE ONLINE. Čtvrtina Čechů zveřejňuje fotky svých dětí bez jejich svolení. In: *Avast.com* [online]. 2020 [cit. 2022-03-02]. Dostupné z: <https://www.avast.com/cz/besafeonline/blog/ctvrtina-cechu-zverejnuje-fotky-svych-deti-bez-jejich-svoleni>.

CLARK, SJ, KAUFFMAN, AD, SINGER, DC et al. Parents on Social Media: Likes and Dislikes of Sharenting. *C.S. Mott Children's Hospital National Poll on Children's Health, University of Michigan*. [online]. 2015, vol. 23, no. 2 [cit. 2022-03-23]. Available from: <http://mottpoll.org/reports-surveys/parents-social-media-likes-and-dislikes-sharenting>.

ČERNOVSKÝ, Tomáš. Top 10 sociální sítě: Kdo je používá a proč na nich propagovat svůj byznys? In: *Cernovsky.cz* [online]. 2021 [cit. 2022-02-02]. Dostupné z: <https://cernovsky.cz/marketing/top-10-socialni-site/>.

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Informační společnost v číslech – 2020*. Český statistický úřad [online]. 2021 [cit. 2022-02-22]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/informacni-spolecnost-v-cislech-2020>.

ČÍŽEK, Jakub. Naháči a prdeláči: Češi vystavují na Rajčeti hambaté fotky, aniž by si uvědomili důsledky. In: *Živě.cz* [online]. 2016 [cit. 2022-03-02]. Dostupné z: <https://www.zive.cz/clanky/nahaci-a-prdelaci-cesi-vystavuji-na-rajceti-hambate-fotky-aniz-by-si-uvedomili-dusledky/sc-3-a-183802/default.aspx>.

DAMKJAER, Maja Sonne. Sharenting = Good Parenting? Four Parental Approaches to Sharenting on Facebook. In: *Digital Parenting: The Challenges for Families in the Digital Age* [online]. 2018 [cit. 2022-02-02]. Available from: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1535913/FULLTEXT01.pdf>.

DAVIDSON-WALL, Nadine. Mum, Seriously!: Sharenting the New Social Trend With No Opt-out. In: *Debating Communities and Social Networks OUA Conference*. [online]. 2018 [cit. 2022-02-02]. Available from: <http://networkconference.netstudies.org/2018OUA/wpcontent/uploads/2018/04/Sharenting-the-new-social-trend-with-no-opt-out.pdf>.

FUKÁRKOVÁ, Barbora. Rizika a úskalí informační společnosti. In: *EdTech KISK* [online]. Brno: Filosofická fakulta Masarykovy univerzity, 2019 [cit. 2021-11-19]. Dostupné z: <https://medium.com/edtech-kisk/rizika-a-%C3%BAskal%C3%AD-informa%C4%8Dn%C3%AD-spole%C4%8Dnosti-85b916f50cf0>.

GIBSON, Caitlin. Millennials are the most tech-saturated generation of parents yet. It isn't always a good thing. In: *The Washington Post*. [online]. 2019 [cit. 2021-11-22]. Available from: https://www.washingtonpost.com/lifestyle/on-parenting/millennials-are-the-most-tech-saturated-generation-of-parents-yet-it-isnt-always-a-good-thing/2019/08/22/e2c2e264-afd2-11e9-8e77-03b30bc29f64_story.html.

GUERRERO, Maria. What is sharenting? And how dangerous is it to post about your kids online? In: *Qustodio.com* [online]. 2020 [cit. 2022-03-06]. Available from: <https://www.qustodio.com/en/2020/11/05/sharenting-posting-kids-online-dangerous/>.

HAVLÍKOVÁ, Magdalena. Úzkostné matky spoléhají víc na techniku než na vlastní instinkt. In: *iDNES.cz* [online]. 2014 [cit. 2022-02-22]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/onadnes/vztahy/extremni-monitorovani-tabulkove-rodicovstvi.A140401_004600_deti_haa.

HLOUŠEK, Kristián. Generace X: vystresovaná, idealistická pragmatická. In: *Hospodářské noviny* [online]. Praha: Economia, a.s., 2009 [cit. 2021-11-22]. Dostupné z: <https://hn.cz/c1-34643240-generace-x-vystresovana-idealisticcka-pragmaticka>.

HREBENAR, Jiří. Tunova tak trošku kriminalizace zákon neporušujícího jednání Československé pedofilní komunity ničemu neprospěje. In: *Blog.respekt.cz* [online]. 2020 [cit. 2022-03-06]. Dostupné z: <https://gisat.blog.respekt.cz/tunova-tak-trosku-kriminalizace-zakon-neporusujiciho-jednani-ceskoslovenske-pedofilni-komunity-nicemu-neprospeje/>.

CHALKLEN, Charlotte, ANDERSON, Heather. Mothering on Facebook: Exploring the Privacy/Openness Paradox. In: *SAGE journals* [online]. 2017, vol. 3, no. 2 [cit. 2022-02-02]. Available from: <https://doi.org/10.1177/2056305117707187>.

Impact of social media on parent-child relationship. In: *Inc.Outlook.com* [online]. 2020 [cit. 2021-11-22]. Available from: <https://medium.com/@incoutlook1/impact-of-social-media-on-parent-child-relationship-905b500d2cda>.

INTERNETEM BEZPEČNĚ. Digitální stopa. In: *Internetem bezpečně* [online]. 2018 [cit. 2022-02-28]. Dostupné z: <https://www.internetembezpecne.cz/internetem-bezpecne/dobre-vedet/digitalni-stopa/>.

IT SLOVNÍK. Instant messaging – nástroj pro komunikaci v reálném čase. In: *IT SLOVNÍK.cz* [online]. 2022 [cit. 2021-02-22]. Dostupné z: <https://it-slovník.cz/pojem/instant-messaging>.

JONÁK, Zdeněk. Informační společnost. In: *KTD: Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV)* [online]. Praha: Národní knihovna ČR, 2003- [cit. 2021-11-19]. Dostupné z: https://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000000468&local_base=KTD.

JUNA, Petr, BURÝŠEK, Jiří. Ruský web pro pedofily vystavuje kradené fotky českých dětí. In: *Seznam Zprávy* [online]. 2020 [cit. 2022-02-02]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/rusky-web-pro-pedofily-vystavuje-kradene-fotky-ceskych-deti-89197>.

HOLZMAN, Ondřej. Facebook po světě používá každý měsíc 2,5 miliardy lidí. V Česku už je to více než polovina populace. In: *CzechCrunch.cz* [online]. 2020 [cit. 2022-02-02]. Dostupné z: <https://cc.cz/facebook-po-svete-pouziva-kazdy-mesic-25-miliardy-lidi-v-cesku-uz-je-to-vice-nez-polovina-populace/>.

KOPECKÝ, Kamil, SZOTKOWSKI René. *Rodič a rodičovství v digitální éře* (výzkumná zpráva) [online]. O2 Czech Republic & Univerzita Palackého v Olomouci, ©2018. 26 s. [cit. 2022-02-02]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/vyzkumne-zpravy/107-rodic-a-rodicovstvi-v-digitalni-ere-2018/file>.

KOPECKÝ, Kamil. *Jste rodiče? A jste aktivní v prostředí internetu? Možná i vy provozujete sharenting*. E-Bezpečí, roč. 4, č. 1, s. 12-19 [online]. Olomouc: Univerzita Palackého, 2019 [cit. 2022-02-02]. ISSN 2571-1679. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php?view=article&id=1405>.

KOPECKÝ, Kamil. *Problém zvaný Tik Tok*. E-Bezpečí, roč. 4, č. 1, s. 5–11. Olomouc: Univerzita Palackého, 2019. ISSN 2571-1679. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php?view=article&id=1403>.

KOPECKÝ, Kamil. *Ještě jednou o sharentingu*. E-Bezpečí, roč. 4, č. 2, s. 17–22. Olomouc: Univerzita Palackého, 2019. ISSN 2571-1679. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php?view=article&id=1611>

KOPECKÝ, Kamil. *Každý druhý případ řešený poradnou projektu E-Bezpečí je spojen se zneužitím intimních materiálů v online prostředí*. E-Bezpečí, roč. 4, č. 2, s. 78-80. Olomouc: Univerzita Palackého, 2019. ISSN 2571-1679. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php?view=article&id=1691>.

KUDRNA, David. Fotky dětí ze sítí mohou vést ke kyberšikaně nebo skončit na pornoserverech, říká odborník. In: *iRozhlas.cz* [online]. Brno, 2020 [cit. 2022-03-02]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/veda-technologie/technologie/digitalni-stopanukib-david-kudrna-sharenting-socialni-site_2003041900_tkr.

KUMAR, Priya, SCHOENEBECK, Sarita. The Modern Day Baby Book: Enacting Good Mothering and Stewarding Privacy on Facebook. In: *Proceedings of the 18th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing* [online]. 2015 [cit. 2022-02-22]. Available from: <https://doi.org/10.1145/2675133.2675149>.

LATIPAH, Eva, KISTORO, Hanif Cahyo Adi, HUSANAH, Fitria Fauziah et al. Elaborating Motive and Psychological Impact of Sharenting in Millennial Parents. In: *Universal Journal of Educational Research* [online]. 2020, vol. 8, no. 10, pp. 4807–4817. [cit. 2022-02-20]. Available from: [10.13189/ujer.2020.081052](https://doi.org/10.13189/ujer.2020.081052).

LAZARD, Lisa, CAPDEVILA, Rose, DANN, Charlotte, LOCKE, Abigail and ROPER Sandra. Sharenting: Pride, affect and the day to day politics of digital mothering. In: *Social and Personality Psychology Compass* [online]. 2019, vol 13, no. 3 [cit. 2022 02-20]. Available from: https://www.researchgate.net/publication/331566795_Sharenting_Pride_affect_and_the_day-to-day_politics_of_digital_mothering.

MARKÉTA FRANK. PROČ NEDÁVÁM SVÉ DÍTĚ NA SOCIÁLNÍ SÍŤ. In: *YouTube.com* [online]. 25. 7. 2021 [cit. 2022-02-02]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=neyQcXDrVec&t=160s>.

MASOPUSTOVÁ, Zuzana, DAŇSOVÁ, Petra, LACINOVÁ Lenka a kol. *Jak to mají mámy. Psychologický výzkum mateřství* [online]. Brno: Masarykova univerzita, 2018. 127 s. [cit. 2021-11-22]. ISBN 978-80-210-9170-2. Dostupné z: <https://munispace.muni.cz/library/catalog/view/1158/3349/864-2/0#preview>.

MEDIAGURU. V Česku nejdynamičtěji roste TikTok, vrací se i Snapchat. In: *MediaGuru.cz* [online]. 2021 [cit. 2022-02-02]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2021/06/v-cesku-nejdynamictěji-roste-tiktok-vraci-se-i-snapchat/>.

MIKULECKÝ, Jan. Když ve školce nedáte souhlas s focením dětí. Aneb kybersikana začíná u rodičů. In: *Svetchytre.cz* [online]. 2019 [cit. 2022-03-06]. Dostupné z: <https://www.svetchytre.cz/a/pJQch/kdyz-ve-skolce-nedate-souhlas-s-focenim-deti-aneb-kybersikana-zacina-u-rodicu>.

NÁRODNÍ ÚŘAD PRO KYBERNETICKOU A INFORMAČNÍ BEZPEČNOST. *Rozcestník pro rodiče* [online]. Brno: NÚKIB, 2022. 19 s. [cit. 2022-04-07]. Dostupné z: <https://www.nukib.cz/cs/kyberneticka-bezpecnost/vzdelavani/verejnost/>.

Q – COM. Kdy můžeme fotky použít a kdy je máme raději vymazat? In: *Q – COM.cz* [online]. 2018 [cit. 2022-03-06]. Dostupné z: <https://www.qcom.cz/2018/06/14/kdy-muzeme-fotky-pouzit-kdy-je-mame-radeji-vymazat/>.

RANTAMÄKI, Diana. Sharenting. In: *TikTok.com* [online]. 2021 [cit. 2022-03-06]. Available from: <https://vm.tiktok.com/ZMLUGnMoS/>.

SEFZIG, Luděk. Článek v Blesku: Rodiče sdílí fotky nahých dětí i jejich genitálií. In: *Centrum kybernetické bezpečnosti* [online]. 2019 [cit. 2022-04-07]. Dostupné z: <https://centrumkyberbezpecnosti.cz/clanek-v-blesku-rodice-sdili-fotky-nahych-deti-i-jejich-genitalii/>.

SIIBAK, Andra. Digital parenting and the datafied child. In: Burns, T. and F. Gottschalk (eds.), *Educating 21st Century Children: Emotional Well-being in the Digital Age* [online]. OECD Publishing, Paris, 2019 [cit. 2021-11-22]. Available from: <https://doi.org/10.1787/313a9b21-en>.

SINGH, Harmeet. Perils of 'Sharenting'. In: *The New Indian Express* [online]. 2021 [cit. 2022-03-06]. Available from:

<https://www.newindianexpress.com/magazine/voices/2021/oct/31/perils-of-sharenting-2376999.html>.

SÍTĚ V HRSTI. YouTube. In: *Sitevhrsti.cz* [online]. 2020 [cit. 2022-02-02]. Dostupné z: <https://sitevhrsti.cz/socialni-site/youtube/>.

SÍTĚ V HRSTI. YouTube marketing. In: *Sitevhrsti.cz* [online]. 2020 [cit. 2022-02-02]. Dostupné z: <https://sitevhrsti.cz/youtube-marketing/>.

SÍTĚ V HRSTI. Co je influencer marketing a jak s ním začít? In: *Sitevhrsti.cz* [online]. 2020 [cit. 2022-09-02]. Dostupné z: <https://sitevhrsti.cz/co-je-influencer-marketing/>.

SÍTĚ V HRSTI. Jak vydělávat na Instagramu – kolik peněz si můžete vydělat? In: *Sitevhrsti.cz* [online]. 2021 [cit. 2022-09-02]. Dostupné z: <https://sitevhrsti.cz/jak-vydelaivat-na-instagramu/>.

SÍTĚ V HRSTI. 5 způsobů, jak vydělat peníze na TikToku. In: *Sitevhrsti.cz* [online]. 2021 [cit. 2022-09-02]. Dostupné z: <https://sitevhrsti.cz/jak-vydelat-penize-na-tiktoku>.

STEK, Natalia. Sharenting jako aktywność rodziców w sieci na przykładzie portalu społecznościowego Instagram. In: *Internet jako przestrzeń relacji społecznych - szanse, ograniczenia, perspektywy*. Wydawnictwo KUL [online]. 2021 [cit. 2022-02-20]. ISBN: 978-83-8061-976-0. Available from:

https://www.researchgate.net/publication/343240089_Sharenting-_kreowanie_i_ochrona_wizerunku_dzieci_w_social_mediach.

ŠOVČÍKOVÁ, Irena. Studie: Matky jsou na Facebooku aktivnější než ostatní ženy. In: *Focus-age.cz* [online]. 2014 [cit. 2022-02-02]. Dostupné z: https://www.focus-age.cz/m-journal/aktuality/studie--matky-jsou-na-facebooku-aktivnejsi-nez-ostatni-zeny__s288x10467.html.

THE INVESTOPEDIA TEAM. Baby boomer. In: *Investopedia.com* [online]. 2021 [cit. 2021-11-22]. Dostupné z: https://www.investopedia.com/terms/b/baby_boomer.asp.

TUNA, Jan. Možná je tam i vaše dítě. Pedofilní stránky zveřejňují ve velkém fotky a videa českých dětí. In: *Stream.cz* [online]. 13. 7. 2020 [cit. 2022-03-06]. Dostupné z: <https://www.stream.cz/adost/mozna-je-tam-i-vase-dite-pedofilni-stranky-zverejnuji-ve-velkem-fotky-a-videa-ceskych-deti-64077677>.

VANÍČKOVÁ, Vanda. Sharenting aneb Rodiče a digitální identita dětí. In: *RVP.cz* [online]. 2021 [cit. 2022-03-06]. Dostupné z: <https://clanky.rvp.cz/clanek/c/G/23100/sharenting-aneb-rodice-a-digitalni-identita-deti.html>.

VOKROUHLÍKOVÁ, Kateřina. Naháči a prdeláči – fotky jen pro rodinu! In: *CZ.NIC* [online]. 2016 [cit. 2022-03-02]. Dostupné z: <https://blog.nic.cz/2016/08/16/nahaci-a-prdelaci-fotky-jen-pro-rodinu/>.

YOUTUBE. Zásady ohledně bezpečnosti dětí. In: *YouTube.com* [online]. 2022 [cit. 2022-03-06]. Dostupné z: <https://support.google.com/youtube/answer/2801999?hl=cs>.

ZEMAN, Milan. Fenomén doby nezničí tvůj hejt! ANEB Proč je hejt na YouTubery pokrytecký nesmysl? In: *Mujsvetmarketingu.cz: Vlastní pohled na marketing* [online]. *Mujsvetmarketingu.cz*, 2017. [cit. 2022-02-01]. Dostupné z: <https://mujsvetmarketingu.cz/obsah/proc-je-hejt-na-youtubery-pokrytecky-nesmysl>

Ostatní

[Informativní video]. In: *YouTube.com* [online]. 6. 4. 2022 [cit. 2022-04-06].

[Příklad sdílení odhalených fotografií dítěte]. In: *Instagram.com* [online]. 10. 1. 2022 [cit. 2022-03-06].

[Ukázka barterové spolupráce]. In: *Instagram.com* [online]. 4. 2. 2022 [cit. 2022-03-06].

[Ukázka placené spolupráce]. In: *Instagram.com* [online]. 4. 2. 2022 [cit. 2022-03-06].

[Volně dostupná fotografie nahého dítěte]. In: *Rajče.net* [online]. 3. 3. 2022 [cit. 2022-03-06].

[Volně dostupná fotografie nahých dětí]. In: *Rajče.net* [online]. 3. 3. 2022 [cit. 2022-03-06].

Seznam grafů

Graf 1 – Pohlaví respondentů	53
Graf 2 – Věk respondentů	53
Graf 3 – Počet dětí	54
Graf 4 – Pohlaví dětí	55
Graf 5 – Věk dětí.....	55
Graf 6 – Termín sharenting a rizika s ním spojená.....	56
Graf 7 – Umisťování fotografií dětí na internet.....	57
Graf 8 – Druhy fotografií/videí	58
Graf 9 – Věk dítěte při prvním sdílení jeho fotografie	59
Graf 10 – Okamžiky ze života dítěte	60
Graf 11 – Sdílené informace o dítěti	61
Graf 12 – Sdílení jako běžná součást života	62
Graf 13 – Důvody sdílení.....	63
Graf 14 – Sociální sítě.....	64
Graf 15 – Frekvence sdílení	65
Graf 16 – Souhlas se sdílením	66
Graf 17 – Rizika spojená se sdílením	67

Seznam obrázků

Obr. 1 – Ukázka placené spolupráce (Printscreen Instagramu, 2022)	28
Obr. 2 – Ukázka barterové spolupráce (Printscreen Instagramu, 2022)	29
Obr. 3 – Příklad sdílení odhalených fotografií dítěte (Printscreen Instagramu, 2022) ..	30
Obr. 4 – Volně dostupná fotografie nahých dětí (Printscreen obrazovky, 2022)	39
Obr. 5 – Volně dostupná fotografie nahého dítěte (Printscreen obrazovky, 2022)	40
Obr. 6 – Informativní video (Printscreen obrazovky, 2022).....	47

Přílohy

Příloha A: Dotazník

Sharenting pohledem rodičů na Havlíčkovobrodsku

Dobrý den,

jmenuji se Eliška Novotná a jsem studentkou 3. ročníku Sociální patologie a prevence na Univerzitě v Hradci Králové. Tímto bych Vás chtěla poprosit o vyplnění krátkého dotazníku, ke své bakalářské práci, ve které se zabývám sharentingem (= sdílení fotografií/videí a informací o dětech rodiči na sociálních sítích a jiných internetových stránkách) z pohledu rodičů žijících na Havlíčkovobrodsku. Dotazník je zcela anonymní a jeho výsledky budou použity pouze k účelům mé bakalářské práce.

Mockrát Vám děkuji.

Eliška Novotná

1. Jsem
 - a) žena
 - b) muž
 - c) Jiné

2. Uveďte Váš věk
 - a) do 26
 - b) 27–35
 - c) 36–45
 - d) 46 a více

3. Uveďte počet, pohlaví a věk Vašeho dítěte/děti.

4. Zaznamenali jste někde v médiích/v prostředí internetu/v publikacích nebo kdekoliv jinde termín „sharenting“ a rizika s ním spojená?
 - a) Ne, tento termín slyším poprvé a rizika neznám.
 - b) Ne, tento termín slyším poprvé, ale rizika znám.
 - c) Ano, tento termín jsem již slyšel/a, ale rizika neznám.
 - d) Ano, tento termín jsem již slyšel/a a rizika znám.
 - e) Nevím, nepamatuji si.

5. Umistíte fotografie/video svého dítěte do prostředí internetu?
- a) Ano, na svůj profil na sociální síti, který mám zcela veřejný.
 - b) Ano, na svůj profil na sociální síti, který mám zabezpečený (příspěvky vidí pouze moji přátelé).
 - c) Ano, na profil na sociální síti, který jsem založil/a svému dítěti.
 - d) Ano, na veřejnou fotogalerii (např. Rajče.net).
 - e) Ano, na cloudové úložiště (OneDrive, Google Disk, iCloud).
 - f) Ano, na veřejný blog.
 - g) Ne, na internet fotografie mého dítěte neumístuji.
 - h) Jiné
6. Pokud jste u otázky č. 5 odpověděl/a: „Ne, na internet fotografie mého dítěte neumístuji.“ Napište prosím, z jakého důvodu. Tímto pro Vás dotazník končí, nezapomeňte prosím své odpovědi uložit a dotazník odeslat.
7. Pokud jste u otázky č. 5 odpověděl/a: „Ano“, uveďte, jaké druhy fotografií/videoi Vašeho dítěte zveřejňujete.
- a) Fotografie/video, na kterých je dítě zahaleno a nelze rozpoznat jeho obličej.
 - b) Fotografie/video, na kterých je dítě zahaleno, ale jeho obličej rozpoznat lze.
 - c) Fotografie/video, na kterých je dítě částečně obnaženo (např. fotografie/video dětí v plavkách, v plenkách apod.)
 - d) Fotografie/video, na kterých je dítě zcela obnažené (nahé).
 - e) Jiné
8. Kolik bylo Vašemu dítěti, když jste jeho fotografii poprvé sdílel/a na internetu?
- a) již v těhotenství (snímek z ultrazvuku)
 - b) v den jeho narození
 - c) bezprostředně po narození (šestinedělí)
 - d) během prvního roku
 - e) během 2. a 5. roku
 - f) po nástupu do první třídy (6–7 let)
 - g) 7 let a více

9. Jaké chvíle ze života Vašeho dítěte nejčastěji sdílíte?
- a) každodenní život (hraní s hračkami, běžné denní aktivity)
 - b) rodinné oslavy (narozeniny, svátky, Vánoce)
 - c) výlety, dovolené
 - d) volnočasové aktivity (zájmové kroužky)
 - e) úspěchy (ve škole, ve sportu apod.)
 - f) neúspěchy (ve škole, ve sportu apod.)
 - g) vtipné momenty (dětské hlášky, smích dítěte apod.)
 - h) trapné momenty (pády, hysterický výlev na veřejnosti, ušpiněné dítě)
 - i) smutné chvíle (pláč, vztek apod.)
 - j) intimní chvíle (ve vaně, na nočníku, při kojení apod.)
 - k) Jiné
10. Které informace jste o svém dítěti zveřejnil/a v prostředí internetu?
- a) jméno
 - b) příjmení
 - c) adresu
 - d) pohlaví
 - e) datum narození
 - f) věk
 - g) rodné číslo
 - h) fotografický záznam
 - i) video záznam
 - j) Jiné
11. Vnímáte sdílení svého dítěte jako běžnou součást Vašeho života?
- a) ano
 - b) ne
 - c) nevím (nikdy jsem nad tím nepřemýšlel/a)
12. Z jakého důvodu sdílíte fotografie/video Vašeho dítěte?
- a) Chci si uchovat vzpomínky.
 - b) Chci se pochlubit.
 - c) Chci pobavit své sledující/přátele.

- d) Kvůli radám od ostatních rodičů.
- e) Pro udržení kontaktu s rodinou/přáteli.
- f) Mé dítě je součástí mého podnikání (propagace vlastního e-shopu, influencerství, youtuberství aj.
- g) Jiné

13. Jaké sociální sítě ke sdílení Vašeho dítěte používáte?

- a) Facebook
- b) Facebook Messenger
- c) Instagram
- d) Twitter
- e) TikTok
- f) YouTube
- g) Snapchat
- h) WhatsApp
- i) žádné
- j) Jiné

14. Jak často sdílíte fotografie/video Vašeho dítěte?

- a) několikrát do roka
- b) několikrát do měsíce
- c) několikrát do týdne
- d) každý den

15. Ptáte se Vašeho dítěte, zda souhlasí se zveřejněním jeho fotografie/video?

- a) Ano, vždy se ptám.
- b) Někdy se zeptám.
- c) Nikdy se neptám.
- d) Záleží na věku dítěte.

16. Máte nějaké obavy při sdílení fotografií/video/informací o Vašem dítěti na internetu?

- a) Ano, mám strach z možného zneužití fotografií/video/informací (pedofilní weby, kyberšikana).

- b) Ano, mám strach, že mi bude mé dítě v budoucnu vyčítat, jaké fotografie/video/informace jsem o něm sdílel/a.
- c) Ano, mám strach, že ho negativně poznamená mnou vytvořená digitální stopa (posměšky ve škole, od kamarádů).
- d) Žádné obavy nemám
- e) Jiné

17. Pokud Vás ještě něco napadá nebo máte s tímto tématem nějaké zkušenosti, zde máte prostor.