Pedagogická fakulta
Faculty of Education
Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
University of South Bohemia in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Pedagogická fakulta
Katedra společenských věd

Bakalářská práce

Youtubeři a jejich místo v životě dětí a dospívajících

Vypracovala: Markéta Nahodilová
Vedoucí práce: Mgr. Marek Šebeš, Ph.D.

České Budějovice 2021

Prohlášení

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne 9. července 2021

.....
Markéta Nahodilová

Poděkování

Touto cestou bych chtěla poděkovat Mgr. Markovi Šebešovi, Ph.D. za odborné vedení a metodickou pomoc při zpracování této bakalářské práce.

Dále bych ráda poděkovala i respondentům, kteří mi pomohli s realizací praktické části.

Anotace

Tato bakalářská práce se zabývá vlivem a významem tzv. youtuberů v životě dětí a dospívajících. Teoretická část práce popisuje období adolescence, psychického vývoje a vývoje identity v tomto období. Zaměřuje se také na popis socializace dospívajících a vytváření jejich hodnot. Popsán je i vztah dospívajících k médiím a sociálním sítím, u nichž mladiství v současnosti tráví nejvíce času; v detailu se pak práce zaměřuje na platformu YouTube a na fenomén tzv. vloggerů (youtuberů), který je s ním spojený. Praktická část práce je postavena na výsledcích kvalitativního výzkumu, založeného na denících vyplňovaných respondenty (tzv. diary research). Výzkum se zaměřuje na to, kolik času tráví respondenti u videí na YouTube, jaký obsah zde sledují a z jakého důvodu, zda se nad sledovaným obsahem zamýšlejí a zda je youtubeři k něčemu motivují.

Klíčová slova

adolescent, YouTube, youtubeři, videa, sociální sítě, vliv, fanoušci, děti, socializace, internet

Abstract

This Bachelor Thesis deals with an influence and meaning so-called youtubers and their place in the lives of children and adolescent. The Theoretical part of this Thesis describes the period of the adolescent, mental development and identity development in this period. The Thesis also focuses on the description of the socialisation of adolescent and the creation of their values. It also contains description of the adolescent's relation to media and social networks, in which adolescents currently spend the most time; The Thesis focuses on YouTube as a platform and on phenomenon so-called vloggers (youtubers) in detail, which is associated with it. The practical part of the Thesis is based on the outcome of fine research, which is based on diaries filled in by respondents (so-called diary research). The research focuses on, how much time the responders spend on YouTube videos, what content they watch and for what reason, whether They are thinking over the content they watch and whether the youtubers motivate them to do something.

Key words

adolescent, YouTube, youtubers, videos, social networks, influence, fans, children, socialization, internet

Obsah

Úvod ... 8

Teoretická část ... 10

1 Dospívání ... 10

1. 1 Vývoj identity v období dospívání ... 10

1. 2 Socializace v dospívání ... 14

1.3 Hodnoty dospívajících ... 15

1. 4 Dospívající a sociální sítě ... 17

2 YouTube ... 21

2. 1 YouTube a jeho vznik ... 21

2. 2 Youtubeři a jejich tvorba ... 22

2. 3 Motivace k tvorbě videí ... 24

2. 4 Možnost výdělku na YouTube ... 25

2. 5 Rodiče a youtubeři ... 26

2. 6 Negativní vliv YouTube ... 26

2. 7 Pozitivní vliv YouTube ... 29

Praktická část ... 31

3 Cíl výzkumu ... 31

4 Výzkumné otázky ... 31

5 Metodika ... 31

6 Respondenti výzkumu ... 33

7 Analýza a interpretace výsledků výzkumu ... 33

Závěr ... 37

Použitá literatura a internetové zdroje ... 39

Seznam zkratek a symbolů ... 41

Seznam příloh ... 42

Příloha č. 1 ... 43

Příloha č. 2 54

Úvod

V dnešní době jsou média běžnou součástí života každého z nás. Nejčastěji využívaná média jsou sociální média, která slouží k informování a ke komunikaci. Sociální média se postupem času dostala do všech věkových sfér, a proto dnes patří neodmyslitelně i do životů dětí a dospívajících. Jedním z nejoblíbenějších sociálních médií je platforma YouTube. Pro zabavení nebo sebevzdělání je dnes populární sledovat videa, která může tvořit téměř kdokoliv. Ne každý tvůrce se však propracuje k nějaké větší známosti a popularitě. Tyto osoby vystupující ve videích se nazývají youtubeři. Tvorba youtuberů je nejčastěji sledována dětmi a dospívajícími.

Toto téma jsem si vybrala z důvodu, že sama již několik let sleduji tvorbu mnoha youtuberů, ať už českých či zahraničních, kteří se ve svých videích věnují rozmanitým tématům. Ve svém okolí mám také několik stejně zaujatých lidí a k této práci mě konkrétně přivedl můj mladší bratr, který v mladším věku trávil obrovské množství času sledováním youtuberů. Z tohoto důvodu jsem chtěla zjistit, jaký vliv mají youtubeři na děti a dospívající, zda mohou své diváky k něčemu motivovat či zda ovlivňují jejich názor.

Youtubeři jsou v dnešní době vzorem pro mnoho lidí, zvláště pro děti a dospívající, a tím pádem jsou neustále sledovaní a vzbuzují u svých diváků důvěru, což je důvod, proč nesou určitou zodpovědnost. Vzhledem k obsahu některých videí na YouTube vznikají u rodičovské generace předsudky vůči youtuberům, což pozoruji ze strany svých rodičů i ze svého okolí. Proto jsem chtěla výzkumem této práce zjistit, zda mohou mít youtubeři na děti a dospívající i pozitivní vliv.

Bakalářská práce je rozdělena na dvě části, teoretickou a praktickou. Teoretická část popisuje období adolescence a změny s tímto obdobím spojené. Je zde popsán psychický vývoj, vývoj identity a socializace a vytváření hodnot v období dospívání. Nastíněn je zde i vztah dospívajících k médiím. Konkrétně se pak zde práce zaměřuje na popis platformy YouTube a roli youtuberů v životě žáků druhého stupně základních škol. Hlavním cílem této práce je zjistit, jakou roli mají youtubeři v životě dětí a dospívajících. Na tomto cíli stojí praktická část této práce, která má za úkol zjistit jaký má pro děti a dospívající smysl sledování videí, zda je youtubeři něčím inspirují a motivují a zda se zamýšlejí nad sledovaným obsahem.

Bakalářská práce vychází z knižních i internetových zdrojů. Teoretická část práce se skládá ze dvou kapitol. První kapitola je psychologického zaměření a druhá kapitola se týká médií, ve které nejvíce dominuje platforma YouTube, která je zde ústředním tématem. Při psaní kapitoly týkající se psychologické oblasti mi byly velmi přínosné publikace od významných psycholožek Marie Vágnerové a Kateřiny Thorové, které se specializují na oblast vývojové pedagogiky. V kapitole zaměřené na popis médií a internetu jsem čerpala z publikací jak od českých autorů, tak i od autorů zahraničních. Co se týká českých zdrojů, využila jsem publikaci **Úvod do studia médií** od autorů Greame Burtona a Jana Jiráka při popisu vztahu médií a dospívajících. Pro popis chování dětí a dospívajících na internetu a sociálních sítí jsem pracovala s publikací **Bezpečnost dětí na internetu: rádce zodpovědného rodiče** od Lenky Eckertové a Daniela Dočekala. Ze zahraničních zdrojů jsem využila např. publikaci **Plugged in How Media Attract and Affect Youth. USA: Yale University Press** od autorek Patti Valkenburg a Jessici Taylor Piotrowski.

Teoretická část

1 Dospívání

1. 1 Vývoj identity v období dospívání

Předmětem zkoumání této bakalářské práce jsou děti staršího školního věku a v dorostovém období.

Thorová ve své publikaci uvádí, že obecně je dospívání neboli adolescence období trvající několik let, během kterého se dítě mění v mladého dospělého. Adolescence začíná nástupem puberty, kdy začínají přicházet fyzické změny, které souvisí se zvýšenou produkcí pohlavních hormonů. Mimo fyzických změn však probíhá i vývoj po emoční, kognitivní i sociální stránce.[1] Vágnerová adolescenci označuje jako důležité období, kdy člověk prochází psychickými, biologickými a sociálními změnami a dochází pak k formování jeho osobní identity. Toto období však může být pro mnohé náročné, neboť člověk si v této fázi života uvědomuje odpovědnost za svůj život, podléhá různým rozhodnutím a přijímá mnoho rolí.[2]

Dle Vágnerové adolescenci dělíme na dvě fáze, ranou a pozdní. Raná adolescence neboli pubescence probíhá mezi 11.-15. rokem. S touto fází je spojeno hlavně tělesné dospívání. S biologickým zráním souvisí další změny, které však mohou proběhnout pouze v případě, že je na ně dospívající dostatečně připraven. Během celkového vývojového procesu dochází ke změně způsobu myšlení, objevuje se schopnost abstraktního uvažování. Při změnách emočního vývoje hrají roli hormonální proměny, kvůli kterým dochází k výkyvům tohoto prožívání. Tyto výkyvy pak mohou ovlivňovat aktuální hodnocení jedince. V dalších pěti letech života, tedy v rozmezí 15.-20. roku, probíhá druhá fáze, označená jako pozdní adolescence. Tato fáze je typická pro hledání a rozvoj vlastní identity, která by alespoň částečně splňovala představy adolescenta. Jedinec se v této fázi snaží o sebepoznání, ke kterému dochází v rámci určité vrstevnické skupiny. Dochází ke komplexnější psychosociální proměně, tzn. mění se osobnost jedince i jeho společenské pozice. Počátkem tohoto období vrcholí přijetí specifické adolescentní

[1] THOROVÁ, Kateřina. *Vývojová psychologie: proměny lidské psychiky od početí po smrt*. Praha: Portál, 2015, s. 414. ISBN 978-80-262-0714-6.
[2] VÁGNEROVÁ, Marie. *Vývojová psychologie: dětství a dospívání*. Vyd. 2., dopl. a přeprac. Praha: Karolinum, 2012, s. 369-371. ISBN 978-80-246-2153-1

kultury a stylu života. Dospívající jedinci sdílejí stejné zážitky a hodnoty, čímž potvrzují příslušnost k určité věkově vymezené skupině – tedy potvrzují určitou sociální identitu.[3]

Podle Macka je období adolescence dospívání i mládí současně a lze jej rozdělit na tři fáze. První fází je časná adolescence, která začíná v 10 letech (či až v 11 letech) a trvá do 13 let. V tuto dobu se projevují první biologické a fyzické změny. Některé změny však souvisejí se společenskými podmínkami. Po první fázi následuje střední adolescence, která trvá od 14 do 16 let. V tuto dobu se většinou jedinci snaží odlišovat od okolí (např. stylem oblékání, výběrem hudby). Poslední fází je pozdní adolescence, jejíž trvání je od 17 do 20 let, v některých případech může trvat i déle. Pro toto období je typické, že dospívající již ukončují vzdělávání a uvažují o budoucích plánech a cílech jak v oblasti profesní, tak v partnerské.[4]

Macek dále uvádí, že cílem těchto vývojových fází je dosažení vlastní identity. Popisuje, že se jedná o tzv. vývojový úkol, který je formulován jako „vytvoření identity vlastního já". Dochází k rozvíjení znalostí a dovedností, což vede k získávání nových kompetencí. Na toto mají vliv jak schopnosti, motivace či výkonnost jedince, tak role rodičů a vrstevníků, jako podporujících činitelů. Tento proces ovlivňují předchozí fáze vývoje, tedy útlé dětství, rané dětství, předškolní věk a školní věk. V tomto procesu je podstatné, aby došlo k úspěšnému sebevymezení.[5]

Jak uvádí Tyrlík, že identitou lze označit specifickou kvalitu sebereflexe, podle které se vymezují pocity, představy a myšlenky. Ty jsou pro člověka významné v určité fázi jeho života. Identita je tedy hodnotnost vlastní existence a smysluplnost nabývá vlivem kultury, intrapersonálních a sociálních vazeb a také samozřejmě závisí na určité vývojové fázi, kterou jedinec prochází.[6] Identitou se také dále rozumí i přijetí příslušnosti k nějaké skupině nebo určité role ve společnosti.[7] Formování identity v dnešní době souvisí s možností svobodného rozhodování stále více, než tomu bylo v minulých letech. Životní styl dnešních adolescentů je atraktivnější a dospívání se považuje jako šťastná a zajímavá fáze života.[8]

---

[3] VÁGNEROVÁ, Marie. *Vývojová psychologie: dětství a dospívání*. Vyd. 2., dopl. a přeprac. Praha: Karolinum, 2012, s. 369-371. ISBN 978-80-246-2153-1.
[4] MACEK, Petr. *Adolescence*. Vyd. 2., upr. Praha: Portál, 2003, s. 35-36. ISBN 80-7178-747-7.
[5] Tamtéž, s. 20-21.
[6] TYRLÍK, Mojmír, Petr MACEK a Jan ŠIRŮČEK, ed. *Sebepojetí a identita v adolescenci: sociální a kulturní kontext*. Brno: Masarykova univerzita, 2010, s. 6. ISBN 978-80-210-5107-2.
[7] Tamtéž, s. 25.
[8] TYRLÍK, Mojmír, Petr MACEK a Jan ŠIRŮČEK, ed. *Sebepojetí a identita v adolescenci: sociální a kulturní kontext*. Brno: Masarykova univerzita, 2010, s. 37. ISBN 978-80-210-5107-2.

Podle americké klinické psycholožky Ruthleen Josselsonové lze rozdělit vývoj identity na čtyři stádia. Tento proces označila pojmem individualizace.

1) **Fáze diferenciace** (12-13 let) – v této fázi dochází u adolescentů k uvědomění si, že se jeho názory a postoje mohou lišit od názorů rodičů či vrstevníků; zvyšuje se kritika, převážně vůči dospělým.
2) **Fáze zkušeností a experimentování** (14-15 let) – adolescenti hledají, co je pro ně nejlepší; připadá jim, že všechno ví nejlépe a staví se proti autoritě.
3) **Fáze sblížení s přáteli** (16-17 let) – dochází ke zlepšení vztahů s rodiči a snižuje se kritický postoj vůči nim; zvyšuje se zodpovědnost vůči rodičům i přátelům. V této fázi získávají důležitost i přátelské a erotické vztahy.
4) **Konsolidace vztahu k sobě** (18 let – konec dospívání) – dochází k ustálení názorů, které má jedinec vůči sobě, okolnímu světu i budoucnosti.[9]

Macek uvádí, že vývojový úkol můžeme chápat jako určitý proces, který má mnoho podob. Z tohoto hlediska pak Erikson rozvinul přístup J. Marcia. V této teorii se setkáváme s pojmy „krize" a „závazek". Krize zde představuje období aktivního hledání a objevování. Dospívající musí rozhodovat o svém současném i budoucím životě (v oblastech vztahů, volba povolání, apod.). Závazkem je označena investice a zodpovědnost v podstatných oblastech života. Podle této teorie pak lze identitu rozdělit na čtyři případné stavy.

Difúzní neboli rozptýlená identita je stavem, kdy člověk se člověk nechává snadno ovlivnit svými vrstevníky. Je přelétavý a nevyhraněný, často mění své názory, přesvědčení i chování, aby se neodlišoval od ostatních členů skupiny. V této fázi jedinec neprožívá krizi ani závazek.

Náhradní identita či předčasné uzavření se charakterizuje závazky a konzistentním obrazem sebe a světa bez toho, aby jedinec prožíval krizi identity. Vliv na jeho postoje, normy, přesvědčení či budoucí cíle mají autority (rodiče, učitelé či důležití přátelé).

Moratorium je stavem, který je charakteristický pro zažívání krize identity, ke které se vztahují stavy úzkosti a pochybnosti. Jedinec experimentuje, zkoušení si různé role či rozvíjí různé zájmy.

---

[9] THOROVÁ, Kateřina. *Vývojová psychologie: proměny lidské psychiky od početí po smrt*. Praha: Portál, 2015, s. 420. ISBN 978-80-262-0714-6.

Status získání či dosažení identity souvisí s krizí hledání a pochybností jedince, který se snaží řešit své závazky. Dochází ke spojování minulosti, přítomnosti a budoucnosti do smysluplného celku.[10]

Vagnerová popisuje, že při procesu hledání vlastní identity potřeba sebevymezení už nezávisí pouze na poznání okolního světa, ale i na proměně vlastní osobnosti. V této fázi adolescence je běžné, že dospívající si jsou sebou samým nejistí, jsou se sebou nespokojení a dochází i k problémům s přijetím sebe sama. To pak v důsledku ovlivňuje sebehodnocení adolescenta, které v této fázi bývá nižší.[11]

Chápání vlastní identity ovlivňuje rozvoj poznávacích procesů. Dospívající získávají schopnost abstraktního uvažování, díky čemu se snaží o budoucí hypotetické sebevymezení. Svým myšlením překračují omezení aktuální skutečnosti, uvědomují si, čím vším by v budoucnu mohli být. Do představy budoucnosti se promítají rozhodnutí pro to, čemu se bude dospívající dále věnovat, a tyto závazky jsou součástí přijímání zodpovědnosti. Výsledkem pak je vytvoření ideální podoby a zároveň zvýšená kritičnost k současné podobě. V některých případech může být proces vytváření nové identity obtížný. Vytvořená ideální představa může být těžko uskutečnitelná. Tento rozpor mezi skutečností a ideálem vede k frustracím, ale zároveň se jedinec může snažit ke svému ideálu alespoň přiblížit.[12] Osobní a sociální identita se vzájemně prolínají a na obě tyto identity má vliv kulturní prostředí a určitá vývojová fáze. Z tohoto důvodu dospívající vnímají jako důležité to, do jaké skupiny se zařazují, zda mají přátelské či partnerské vztahy, nebo jak je vnímán ve své rodině.[13] Thorová uvádí, že během formování osobní identity dospívající hledají nové autority, vzory a hodnoty. Mají pocit, že žijí ve špatné společnosti a snaží se tak unikat z reality. Jedním z řešení může být využití nových technologií a internetu. [14] Jako formu úniku mohou dospívající volit sociální sítě a internetové servery, jako je YouTube. Zde dospívající mohou nacházet tzv. youtubery, ve kterých se mohou vzhlížet a považovat je za své vzory.

---

[10] MACEK, Petr. *Adolescence*. Vyd. 2., upr. Praha: Portál, 2003, s. 20-21. ISBN 80-7178-747-7.
[11] VÁGNEROVÁ, Marie. *Vývojová psychologie: dětství a dospívání*. Vyd. 2., dopl. a přeprac. Praha: Karolinum, 2012, s. 425-247. ISBN 978-80-246-2153-1.
[12] Tamtéž, s. 425-427.
[13] TYRLÍK, Mojmír, Petr MACEK a Jan ŠIRŮČEK, ed. *Sebepojetí a identita v adolescenci: sociální a kulturní kontext*. Brno: Masarykova univerzita, 2010, s. 7. ISBN 978-80-210-5107-2.
[14] THOROVÁ, Kateřina. *Vývojová psychologie: proměny lidské psychiky od početí po smrt*. Praha: Portál, 2015, s. 420-423. ISBN 978-80-262-0714-6.

1. 2 Socializace v dospívání

Vágnerová popisuje socializaci jako proces, během kterého se jedinec začleňuje do vztahů s ostatními lidmi. V době mladší adolescence dochází ke změně vztahů jak s dospělými, tak s vrstevníky. Jedinci experimentují s různými rolemi a vztahy, odmítají nadřazenost u autorit jako jsou rodiče či učitelé. Sociální skupiny a instituce jsou pro osobnostní rozvoj jedinců důležité. Jednou z těchto skupin je např. rodina. Ačkoli se pubescenti začínají osamostatňovat, rodina je pro ně stále důležitým sociálním zázemím, do kterého se většinou rádi vracejí. Rodičovská autorita však prochází proměnou, dospívající odmítá rady rodičů, pohrdá jejich názory. Koncem adolescence dochází k ustálení vztahu s rodiči.

Další důležitou skupinou je škola, která nese význam ohledně budoucího sociálního zařazení. Během průběhu pozdní adolescence se mění a rozšiřuje teritorium dospívajících. K tomu může dojí např. i s přechodem na střední školu, kdy dospívající odchází od rodiny na internát, a domů se pak vrací na víkend a na prázdniny. Volnočasové instituce pak mimo sociálního zařízení dospívajícího mají vliv i na rozvoj jeho schopností a dovedností. Nakonec nejdůležitější místo v životě dospívajícího zaujímá vrstevnická skupina. V té se jedinec identifikuje a vnímá ji jako zdroj emoční a sociální podpory. Dospívající také často vyhledávají oblíbená místa, kde se se svými vrstevníky mohou scházet.[15]

Thorová uvádí, že lidé mají přirozenou potřebu někam patřit. V případě osamělosti hrozí u adolescentů riziko, že jejím vlivem může do budoucna dojít k ovlivnění kardiovaskulárních faktorů. Pro dosívající je tedy typické, že se snaží vyhledávat společnost a určitou komunitu, ve které by byli přijati a oceňováni. Často dochází k soupeření s vrstevníky, ale zároveň se učí jim lépe porozumět.[16]

Jak se domnívá Vágnerová, součástí vrstevnické skupiny jsou různé normy, hodnoty a ideály. Každá skupina si vybírá jako vzor generační idoly, podle kterých se řídí. Těmito idoly mohou být i starší vrstevníci, nejčastěji to však bývají např. herci, zpěváci a v posledních letech i youtubeři. Volba identifikačního vzoru spočívá v celkové úrovni rodiny. Pubescenti se ke svým vzorům nejčastěji snaží přiblížit úpravou svého

[15] VÁGNEROVÁ, Marie. *Vývojová psychologie: dětství a dospívání*. Vyd. 2., dopl. a přeprac. Praha: Karolinum, 2012, s. 395-398. ISBN 978-80-246-2153-1.
[16] THOROVÁ, Kateřina. *Vývojová psychologie: proměny lidské psychiky od početí po smrt*. Praha: Portál, 2015, s. 420-423. ISBN 978-80-262-0714-6.

vzhledu a projevem chování; méně často se pak jedinci snaží podle svého vzoru něčeho dosáhnout.[17] Youtubery si však stále častěji za svůj vzor volí i mladší děti. V tomto případě však může nastat potíž, kdy dítě přebírá názory, mluvu a určité projevy chování dle svého vzoru a neuvědomuje si, že to může být vzhledem k jeho věku nevhodné. Některé děti se také pokouší o natáčení vlastních videí, jako jejich vzor, ovšem opět vlivem nízkého věku není video tak kvalitní a dítě se tak často shledá s výsměchem a kritikou než s ohlasem.

1.3 Hodnoty dospívajících

Kraus se domnívá, že pojem hodnota z pohledu společenských věd představuje různé jevy, které odpovídají potřebám člověka. Hodnoty jsou tedy výsledkem hodnocení, které je součástí lidského myšlení a prožívání. Prostřednictvím hodnocení člověk vyjadřuje svůj vztah k okolnímu světu. Některé hodnoty, jejichž platnost je obecná a byly historickým průběhem objektizovány, by měly být ve společnosti uznávány všemi členy. Ty hodnoty, které jedinec vyznává, tvoří tzv. hodnotový systém. Každý jednotlivec má svůj systém, který se skládá z hodnot řazených do jakéhosi žebříčku. Tento komplex obsahuje hodnoty materiální i duchovní.[18]

Hodnotový systém některých jedinců může být poměrně ustálený, ale vlivem určitých životních událostí může dojít ke změně tohoto systému. K této situaci dochází především u dospívajících. Vytváření hodnotové struktury závisí na věkových rozdílech, tedy hodnoty dospívajících jsou jiné než hodnoty člověka, který je na sklonku života.

Kraus uvádí, že hodnotová orientace je závislá na:

a) materiálních podmínkách
b) vlivu sociálních a výchovných institucí (rodina, škola, média, …)
c) vlivu politicko-ekonomické sféry dané společnosti

Během posledních let jsou lidé stále více pod vlivem médií a reklam. V důsledku toho vzrostla ve společnosti materiální orientace a vzniká tak problém u vzdělávacích institucí. Ty dříve mohly dětem lépe vštěpovat základní hodnoty jako je morálka, skromnost, spolupráce či pomoc druhým. V dnešní době jsou ale dospívající i celá

[17] VÁGNEROVÁ, Marie. *Vývojová psychologie: dětství a dospívání*. Vyd. 2., dopl. a přeprac. Praha: Karolinum, 2012, s. 426. ISBN 978-80-246-2153-1.
[18] KRAUS, Blahoslav. *Středoškolská mládež a její svět na přelomu století*. Brno: Paido, 2006, s. 59. ISBN 80-7315-1251.

společnost vlivem materialistické orientace a tlaku médií nuceni spíše bojovat o své postavení.[19]

Dříve většinu svého volného času děti a dospívající trávili se svými vrstevníky, zatímco v posledních letech se spíše uchylují k počítačům a mobilním telefonům. Často tak tráví čas např. hraním her, kde bojují proti někomu jinému a snaží se tak být lepší než ostatní hráči. Další časté případy jakéhosi soupeření se objevují v komentářích u různých příspěvků na sociálních sítích.

Podle Krause lze hodnotovou orientaci lze rozdělit na sedm typů:

1) **Globální** – podstatou této hodnoty je zájem o životní prostředí, mír a zdraví.
2) **Reprodukční** – tato hodnota je orientována na hledání partnera a založení rodiny, tedy jde o zachování lidského druhu.
3) **Hédonistická** – hodnota, která je zaměřena na zájmy, záliby a přátelství.
4) **Profesně-rozvojová** – důraz je kladen na vzdělání a osobní rozvoj.
5) **Liberální** – v této hodnotě hraje roli svoboda a demokracie.
6) **Materiálně-egoistická** – tuto orientaci tvoří hodnoty jako je např. majetek, prestiž, plat či úspěšnost.
7) **Sociálně hodnotová** – je orientována na snahu být druhým užitečný, na prospěšné práce ve veřejných věcech a společenskou aktivitu.

Systém hodnot celé společnosti ovlivňuje vývoj hodnotové orientace dospívajících. V období adolescence průběh tohoto vývoje závisí na určitých životních situacích, informacích a dalších vlivech, které na jedince působí. Během vývoje hodnotové orientace mladiství nejméně přikládají význam hodnotám jako je např. „rodina“, „zdraví“ či „být někomu užitečný“. Více kladou důraz na hodnoty, jako je např. „láska“, „přátelství“ nebo „koníčky“. Hodnotová orientace dospívajících bývá však ale nejvíce zaměřená na majetek. V dnešní době totiž mladiství často propadají komercionalizaci.[20] Často se stává, že se někteří jedinci nechají zlákat youtubery, kteří propagují různé produkty.

Podle Vágnerové s utvářením hodnotového systému souvisí vývoj morálního uvažování. Ten se vyvíjí plynule a dochází k němu tedy, když je dospívající schopen myslet abstraktně a může tak pochopit podstatu právních norem. V počátku adolescence

[19] KRAUS, Blahoslav. *Středoškolská mládež a její svět na přelomu století*. Brno: Paido, 2006, s. 59. ISBN 80-7315-1251.
[20] Tamtéž, s. 60-61.

někteří jedinci zvládají alespoň občas reagovat způsobem na úrovni obecné konvenční morálky. Tato morálka plyne z obecně platných norem, jejichž společenský význam je zřejmý a jsou obecně platné pro všechny.

Mimo proměny postoje k morálním pravidlům probíhá i proměna vztahu k autoritě. Rodič či učitel je sice zodpovědný za dodržování určitého řádu, ale dospívající tento význam autority někdy až vyzývavě zpochybňuje. Dospívající si snaží vytvořit vlastní názor, chtějí si sami určit hodnoty a normy, podle kterých by se řídili. Toto jednání se dle Eriksona označuje jako „autoidentifikace".[21] V této fázi adolescence jedinci tedy řeší otázku, co je správné a co ne. To může také ovlivnit sledování youtuberů, kdy si dospívající utváří názor ohledně správnosti či špatnosti postojů autora videa.

1. 4 Dospívající a sociální sítě

Děti a dospívající se ve svém životě setkávají s různými médii. V dnešní době jsou to převážně tzv. sociální média. Tímto pojmem se označuje skupina internetových služeb, které umožňují vzájemné virtuálně-společenské propojování lidí na internetu, komunikace a společenské aktivity.[22] Jak uvádějí Burton a Jirák, média mají určitou moc, která spočívá v tom, že mají vliv na socializaci jedince a na jeho včlenění do společnosti. Tímto vlivem se formuje jak jedinec, tak i podoba společnosti, včetně vztahů v ní. Média by se tak mohla označit jako hlavní zdroj myšlenek a názorů jedince. Zdá se tedy, že média utváří a formují to, co se dozvídáme o událostech ve světě.[23] Svým způsobem i youtubeři předávají určité informace o některých situacích, což následně může ovlivnit názor dospívajících. Někteří tyto názory mohou přebírat a ztotožňovat se s nimi, i když nemusí být zcela vhodné.

V době moderních technologií se děti a dospívající nejčastěji setkávají s médii ve formě internetu, kde tráví většinu svého volného času užíváním sociálních sítí. Využití těchto sítí v této době je o mnoho snazší díky mobilním telefonům s připojením k internetu a dá se říci, že jsou tak součástí jejich života. Díky smartphonům se teenageři snadno učí novým věcem v oblasti digitálních technologií a jejich prostřednictvím reflektují své další zájmy.

---

[21] VÁGNEROVÁ, Marie. *Vývojová psychologie: dětství a dospívání*. Vyd. 2., dopl. a přeprac. Praha: Karolinum, 2012, 445-446. ISBN 978-80-246-2153-1.
[22] Mediální slovník. *Mediaguru* [online]. [cit. 2021-6-27]. Dostupné z: https://www.mediaguru.cz/slovnik-a-mediatypy/slovnik/klicova-slova/socialni-site-social-media/
[23] BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001, s. 15-16. Studium (Barrister & Principal). ISBN 80-85947-67-6.

Jak uvádí Valkenburgová a Piotrovski ve své publikaci, ve svých počátcích sociální sítě vzbuzovaly z důvodu nevhodného obsahu větší obavy než televize či hry. Otázka nevhodného obsahu však ale není problémem pouze dnešní doby. Jak autorky uvádí, podíváme-li se do minulosti, např. až do 18. století, nebyla tehdy stanovena mezi dětmi a dospělými hranice v dnešním slova smyslu. Z tohoto důvodu také nebyla žádná média přímo určená pro děti. Děti tak mohli číst knihy a noviny, které byly primárně určeny dospělým a setkávaly se tak s texty, ve kterých se pojednávalo o tématech jako je chudoba, smrt či cizoložství. Stejně tak mohly děti být přítomny při veřejných popravách. Dá se říci, že se spíše než výchova uplatňovala konfrontace s aktuálními událostmi. V polovině 18. století se však došlo k názoru, že děti jsou zranitelným publikem, a proto se začaly cenzurovat např. některé pasáže Bible, které byly považovány za neslušné, či docházelo k nápravě pohádek, jako je např. Červená karkulka či Žabí princ, které působily jako škodlivé.[24]

Nevhodnému obsahu sociálních médií je více věnováno v další kapitole. Ale i přesto, že se děti a dospívající mohou setkávat na internetu s jistými negativy, mohou sociální sítě přinášet i určitá pozitiva.

Výhodou sociálních sítí je rychlé spojení a zkrácení vzdálenosti a jsou tak proto nejčastěji využity jako prostředek komunikace. Podle Vágnerové je pro mnoho dospívajících komunikace skrze počítač a mobilní zařízením lepším způsobem než přímá komunikace s lidmi. Pro komunikaci s lidmi nemáme žádná konkrétní pravidla, proto mohou být dospívající nejistí a v rozpacích.[25] Volba této formy komunikace se tedy sice může zdát příjemnějším způsobem, ale v důsledcích to může vést pak k určitým potížím. Mnoho dospívajících mívá problém někoho oslovit, dělá jim problém vyjadřovat se během přímé komunikace nebo nejsou schopni mluvit před vyšším počtem lidí. S posledním z uvedených problému bojují i někteří jedinci z řad youtuberů. „Mluvení do kamery“ je tedy pro ně jakousi pomůckou, kterou si cvičí schopnost mluvit.

Způsob, kterým mladiství nejčastěji tráví čas na internetu, je sledování videí. K tomu neslouží pouze platforma YouTube, ale například i Instagram, Facebook či v poslední době poměrně nová aplikace a sociální síť TikTok. Mladiství videa komentují, sdílejí je mezi sebou a někteří se je podle svých vzorů sami pokouší vytvářet. Videa jsou

[24] VALKENBURG, Patti M. a Jessica TAYLOR PIOTROWSKI. *Plugged in How Media Attract and Affect Youth*. USA: Yale University Press, 2017, s. 10-12. ISBN 978-0-300-21887-9.
[25] VÁGNEROVÁ, Marie. *Vývojová psychologie: dětství a dospívání*. Vyd. 2., dopl. a přeprac. Praha: Karolinum, 2012., s. 445. ISBN 978-80-246-2153-1.

však často bez smyslu, bez zásadního obsahu, slouží pouze k zábavě. Ne všechna videa jsou ale taková, některá mohou sloužit i jako zdroj informací.[26]

Díky internetu je i možné poznávat a učit se, ale na druhou stranu někteří jedinci tráví na sítích zbytečné množství času a směřují tak k pasivitě a lenosti. Sociální sítě nemusí sloužit pouze ke komunikování, ale mohou být i prostředkem k prezentování sama sebe a k experimentování s rolemi (např. tvorba videí na YouTube). Díky sociálním sítím si mladiství utvářejí své názory, normy, hodnoty a vytváří si ideální obraz světa a sebe samého. Vytváří si virtuální identitu, podobu svého ideálního já. Zkoušejí různé role, usnadňuje jim to hledání sebe sama, aniž by to mělo nějaký zásadní dopad. Prezentují se pomocí fotek, videí či psanými příspěvky, ve kterých sdílejí své názory, myšlenky, emoční prožitky nebo popis určitých situací. Mezi dětmi a mladistvými v dnešní době ten, kdo není aktivní na sociálních sítí, není zcela přijat mezi své vrstevníky, protože nemůže s nimi sdílet poznatky získané z internetu.

„Internet je ojedinělým prostředím vyznačujícím se anonymitou, nepřítomností fyzického těla, absencí osobní autobiografie a řadou dalších specifických psychologických vlastností. Prostředí internetu umožňuje to, že se nemusíme jednoznačně identifikovat s tím, co ve virtuálním světě vytváříme. To znamená, že vztah mezi tím, co na internetu píšeme/děláme a za koho se ve fyzickém světě považujeme, není vždy jednoznačný“[27]

Vystupování na internetu a komunikace na sociálních sítí občas přináší problém v podobě anonymity. Někteří dospívající jedinci vystupují pod anonymními profily a v komentářích, ať u videí či fotek např. youtuberů zanechávají mnohdy nepříjemné (vulgární až agresivní) zprávy adresované buď přímo tvůrci těchto příspěvků, nebo jiné osobě v komentářích, s jejímž názorem se jedinec neshoduje. Pod rouškou anonymity si dospívající mohou připadat sebejistěji a prezentují své názory jinak, než by je vyjádřili ve skutečnosti.

U dospívajících je časté, že se snaží na internetu napodobit své vzory, kterými jsou známé či slavné osobnosti. Dle fotek a videí těchto osobností se může zdát, že žijí dokonalé životy a dospívající se tomu snaží přizpůsobit. Mimo to, že se jedinci mohou

[26] Jak internet ovlivňuje život dětí a dospívajících? *Šance Dětem* [online]. 2015, 03. 02. 2015 [cit. 2021-02-27]. Dostupné z: https://www.sancedetem.cz/jak-internet-ovlivnuje-zivot-deti-dospivajicich/

[27] TYRLÍK, Mojmír, Petr MACEK a Jan ŠIRŮČEK, ed. *Sebepojetí a identita v adolescenci: sociální a kulturní kontext*. Brno: Masarykova univerzita, 2010, s. 113. ISBN 978-80-210-5107-2.

v internetovém prostředí pohybovat anonymně, tedy tak, aniž by upozornili na svou přítomnost, mohou si také vytvářet svou virtuální identitu. „Do virtuální identity se mohou otiskovat naše vědomá i nevědomá přání.“[28] Člověk se může tedy prezentovat takový, jaký si myslí, že ve skutečnosti je, nebo si vytváří již výše zmíněnou virtuální identitu.

Pojem „virtuální sebeprezentace“ označuje chování jedince, kdy se vědomě prezentuje jako někdo jiný. Projevuje se to pak na profilech sociálních sítí, kdy člověk projevuje jen některé vybrané části svého já. Se svou virtuální identitou se jedinec může buď ztotožnit, nebo do ní může vložit nereálnou charakteristiku. Při prezentaci svého virtuálního já v internetovém prostředí jde člověku zejména o to, aby u dalších uživatelů sociálních sítí vyvolal žádoucí dojem. Při sebeprezentování na sociálních sítích se tedy dospívající snaží o to, aby vypadali co nejlépe. Také často nutně potřebují oblečení, telefony a jiné různé věci, které viděli u svých idolů. Velkou váhu přikládají tomu, kolika lidem se jejich příspěvky líbí a kolik sledujících mají. Za sbírání tzv. „lajků“ se často může stát posedlost a dospívající jsou pro popularitu schopni udělat téměř cokoliv, aniž by si uvědomovali následky.[29]

[28] TYRLÍK, Mojmír, Petr MACEK a Jan ŠIRŮČEK, ed. *Sebepojetí a identita v adolescenci: sociální a kulturní kontext*. Brno: Masarykova univerzita, 2010, s. 114. ISBN 978-80-210-5107-2.
[29] Jak internet ovlivňuje život dětí a dospívajících? *Šance Dětem* [online]. 2015, 03. 02. 2015 [cit. 2021-02-27]. Dostupné z: https://www.sancedetem.cz/jak-internet-ovlivnuje-zivot-deti-dospivajicich

2 YouTube

2. 1 YouTube a jeho vznik

V dnešní době nejspíš už není nikdo, kdo by neznal server YouTube, který je druhou nejnavštěvovanější stránkou po vyhledávači Google. Tento internetový server je určen ke sdílení videosouborů a tento obsah je dále možné sdílet na webových stránkách, blozích i sociálních sítí. Videa lze nejen na server nahrávat a sdílet, ale i hodnotit a komentovat. V případě, že má uživatel pocit, že narazil na nevhodný obsah, lze příspěvek i nahlásit. Platforma YouTube je pro uživatele neplacená a veškeré náklady na její provoz vychází z reklam. V říjnu roku 2008 byl YouTube spuštěn i v českém rozhraní. V roce 2015 došlo k vytvoření několika sekcí na platformě, kvůli rozdělení obsahu. Šlo o sekce YouTube Music, YouTube Gaming a YouTube Kids.

Vznik YouTube je datován k únoru roku 2005 a byl založen třemi tvůrci – Chadem Hurleyem, Stevem Chanem a Jawedem Karimem, kteří tehdy byli zaměstnanci PayPalu. Poté, co YouTube dosáhl v polovině roku 2006 sto milionu shlédnutých videí, odkoupil jej Google za 1,65 miliardy dolarů. YouTube je dnes jeho dceřinou společností a došlo k propojení uživatelských účtů mezi těmito platformami.[30]

Dle statistik má YouTube v dnešní době více než 2 miliardy uživatelů, nejčastěji ve věku 18-35 let. Je lokalizován ve více než 100 zemích a lze jej užívat až v 80 jazycích. Každý den uživatelé shlédnou několik miliard videí, v dnešní době už nejčastěji přes mobilní aplikaci.[31]

YouTube původně vznikl za účelem sdílení domácího videa. Postupně však docházelo k rozšiřování obsahu tohoto serveru a mimo amatérských videí, na kterých byly zachyceny různé zážitky (např. z koncertů či dovolených), se sem začaly umisťovat i krátké filmy, hudební klipy či politické kampaně. První video, které na YouTube bylo umístěno, je krátká nahrávka s názvem „Me at the ZOO“. Na tomto videu je jeden z tvůrců, který pouze pronese pár vět před ohradou se slony; video není tedy nijak informativní nebo něčím přínosné.[32]

---

[30] YouTube. *Aktuálně.cz* [online]. 14. 1. 2021 [cit. 2021-03-25]. Dostupné z: https://www.aktualne.cz/wiki/zahranici/youtube/r~i:wiki:1147/

[31] YouTube About [online]. [cit. 2021-03-25]. Dostupné z: https://www.youtube.com/intl/cs/about/press/

[32] Před patnácti lety vznikl YouTube. První video bylo o dlouhých chobotech. *Česká televize* [online]. 15. 2. 2020 [cit. 2021-03-25]. Dostupné z: https://ct24.ceskatelevize.cz/ekonomika/3048476-pred-patnacti-lety-vznikl-youtube-prvni-video-bylo-o-dlouhych-chobotech

Z počátku bylo možné, aby kdokoliv nahrál na server jakékoliv video v časovém rozsahu 60 vteřin. YouTube získal mnoho osob, které pravidelně přispívaly svými videi. Tvůrci měli možnost a svobodu vytvářet videa s jakýmkoliv obsahem, nahrávali na server to, co je zrovna napadlo. Videa však postupně nabývala na profesionalitě. Prvním videem, které pak dosáhlo 1 milionu zhlédnutí, byla reklama společnosti NIKE. Rozlišení videí se začalo zlepšovat, což prospělo reklamnímu využití. Obvyklá videa, která do té doby byla na této platformě sledována (vtipná videa, videa se zvířátky, atp.) začala ustupovat do pozadí a YouTube se tak postupně stal „komplexním nástrojem se sofistikovaným reklamním prostorem, který umožní vydělávat každému, kdo přitáhne pozornost“.[33]

2. 2 Youtubeři a jejich tvorba

S vzestupem YouTube se začaly objevovat první celebrity. Během posledních let začal u dospívajících upadat zájem o televizi a tíhnou spíše k internetu. Dnes už děti a dospívající nejeví takový zájem o zpěváky či herce, ale zajímají je spíše osobnosti z online světa. V České republice se fenomén youtuberů začal šířit okolo roku 2013, kdy nastoupila tzv. „první generace youtuberů“. Postupem času si firmy všímaly toho, že youtubeři mají kolem sebe poměrně velkou komunitu fanoušků, a proto jim začaly poskytovat své produkty, což se osvědčilo jako dobrý reklamní tah. Na internetu je velmi známý pojem „influencer“. Může se jednat jak o youtubery, ale i modelky, fotografy, atd. Tímto pojmem se označují jedinci, kteří vystupují na sociálních sítí, kde sdílejí svůj život a svým chováním inspirují ostatní. Uzavírají spolupráce se značkami, nejčastěji přes Instagram. Existují i tzv. „mikroinfluenceři“, rozdíl spočívá v počtu sledujících na sociálních sítích. Pro značky je mnohdy výhodnější uzavřít spolupráci s více těmito menšími influencery, než s jedním větším, protože takto získají více výstupů. Dalšími vystupujícími osobami na internetu jsou „blogeři“. Ti na webovou stránku označovanou jako „blog“ přispívají svými články, které jsou často orientovány na jedno téma (např. blogy o jídle, módě, knížkách, atp.). V poslední době se mnoho blogerů z klasických blogů přesouvají na instgram; po rozmachu YouTube bývají nahrazeny i tzv. „vlogy“. Rozdíl mezi vlogery a blogery spočívá ve vyjadřování. Zatímco blogeři se vyjadřují písemně, vlogeři se vyjadřují ústně formou videí. Tito jedinci spadají do skupiny označované jako „youtubeři“. Tímto pojmem se označuje člověk, který opakovaně

[33] Jak vznikl YouTube? Příběh červenobílého serveru, který světu přinesl videoklipy, memy, vlogery a zničil televizní vysílání. *Refresher.cz* [online]. 23. duben 2018 [cit. 2021-03-25]. Dostupné z: https://refresher.cz/53710-Jak-vznikl-YouTube-Pribeh-cervenobileho-serveru-ktery-svetu-prinesl-videoklipy-memy-vlogery-a-znicil-televizni-vysilani

nahrává na server YouTube svá videa. Hlavním cílem youtuberů je zaujmou diváky. Proto je u videí důležitá kvalita obsahu, originalita a to, jak youtubeři ve videích vystupují. Ve svých videích se pak snaží diváky pobavit či je o něčem informovat. V online světě se dále vyskytují i osoby nazývané jako „hateři". Ti se na sociálních sítích projevují negativním chování. Často hrubě, vulgárně až agresivně kritizují tvorbu zmíněných internetových osobností.[34] Odvahu k tomuto jednání jim poskytuje většinou anonymita, jak již bylo zmíněno výše.

Ne všechna videa tvořená youtubery jsou stejná. Videa se liší obsahem, každý se zaměřuje na něco jiného. Zde jsou uvedeny nejběžnější druhy videí:

Livestreaming – neboli živý přenos, který bývá u diváků oblíbený, protože tak mohou své oblíbené youtubery sledovat v reálném čase. Youtubeři se mohou s fanoušky spojit, reagovat na zprávy, které jim během přenosu píší. Tato forma tvorby bývá občas využita i pro charitativní účely.

Let´s play – jedná se o záznam, kde youtuber hraje počítačovou hru, kterou doprovází svými komentáři. Video může sloužit pro pobavení, ale i jako návod.

Unboxing – youtubeři v těchto videích vybalují různé produkty, které komentují a tímto způsobem na ně dělají recenzi.

Haul – tato forma videí se zaměřuje na představení produktů z různých kategorií (elektronika, kosmetika, atd.). Youtubeři tyto produkty ve videu popisují, hodnotí, kritizují a následně uvádí důvody, proč si produkt pořídit či naopak. Na rozdíl od unboxingu jsou v těchto videích produkty již vybalené.

Beauty videa – těchto videích vystupují převážně dívky, ale je již běžné, že je natáčí i muži. Jedná se o videa zaměřená na kosmetiku (make – up tutoriály), péče o pleť, úprava vlasů, atd.

Vlog – dá se označit jako nepsaná forma blogu. Youtubeři zaznamenávají na video různé zážitky, poznatky z cestování, ale i svůj všední život.

Tutorial – neboli návod; youtubeři ve videích ukazují jednotlivé postupy např. u různých programů, produktů nebo při hraní počítačových her.

[34] Slovníček 21. století.: Aneb kdo je influencer, youtuber nebo bloger. *LCG New Media* [online]. 25. 6. 2017 [cit. 2021-03-27]. Dostupné z: https://www.lcgnewmedia.cz/slovnicek-jedna-dvacateho-stoleti/

Edukativní videa – existují již i kanály, které se zaměřují na vzdělávání zábavnou a zajímavou formou. Může se jednat o videa ohledně historických událostech, výuku jazyků, nebo zajímavosti z oblasti vědy.

Challenge – ve videích se youtubeři snaží plnit určité výzvy, úkoly (např. nakreslit něco v určitém čase), nebo často jsou tato videa spojeny s konzumací jídla a nápojů.

Prank – jedná se o vtipná videa; youtuber se snaží někoho nachytat na skrytou kameru. Objevuje se však občas problém, že vtípky bývají nahrané a nejde tak o autentickou reakci.

Reakční videa – youtubeři reagují na různá videa, filmy, seriály nebo přímo na jiné youtubery.

Sociální experiment – jde o zjišťování reakcí mezi lidmi na určité situace.[35]

2. 3 Motivace k tvorbě videí

Jak jsem již zmiňovala v předchozí kapitole, tím, že se jedinec natáčí, může zlepšit své komunikační schopnosti a svůj projev. Někteří jedinci začali natáčet z těchto důvodů, natáčení může sloužit k seberealizaci. Tvoření videí také může rozvíjet kreativitu a může některým jedincům pomoci určit směr k tomu, co budou dělat v budoucnosti (mohou najít uplatnění u filmařského řemesla). Pokud je youtuber úspěšný a má hodně fanoušků, získá spolupráci od různých firem. Sláva a získávání produktů bývá v posledních letech také motivací, proč se mladí lidé snaží o to být youtuberem. Ačkoli to vypadá snadno, mnohdy trvá i několik let, než youtuber získá popularitu. Toto si hlavně mladší diváci neuvědomují a často pak vznikají videa bez hlubší myšlenky a v závěru prosí o určité množství „lajků". Dalším důvodem k tvorbě videí je i monetizace. Jsou youtubeři, kteří natáčejí, protože je to baví, ale jsou i ti, kteří i přímo ve videu přiznají, že to dělají pro peníze. Povědomí o tom, že skrze videa na youtube lze vydělávat, vzbuzuje touhu u dětí a dospívajících být youtuberem. Mají vidinu snadného zisku a myslí si, že kvůli tomu není třeba důležité mít nějaké vyšší vzdělání. Jak uvádí Westenbergová, děti a dospívající si často neuvědomují práci, která stojí za tvorbou videí. Tvorbu videí považují spíše za koníček než za práci. Práce youtuberů na ně působí dojmem, že jediné, co člověk potřebuje, je pouze kamera či telefon. Děti a dospívající si často ani neuvědomují, že youtubeři mají určitou povinnost ke svým fanouškům. Často tak někteří diváci svým oblíbeným youtuberům píší

[35] Typy videí na YouTube: 1. část. *LCG New Media* [online]. 24. 8. 2017 [cit. 2021-03-27]. Dostupné z: https://www.lcgnewmedia.cz/typy-videi-na-you-tube-prvni-cast/

zprávy, které se týkají i např. jejich osobních problémů a očekávají odpověď. Youtuberům však často chodí obrovské množství zpráv, proto není možné na všechny odpovídat.[36]

2. 4 Možnost výdělku na YouTube

Možností výdělků pro youtubery je více. Pokud jsou youtubeři úspěšní, jejich výdělky se pohybují ve vysokých částkách. Nejběžnější způsob pro finanční zisk jsou reklamy, které se spouští před videi, ale mnohdy i během nich. Zobrazování reklam na svém kanálu má několik podmínek, jednou z nich i dosažení určitého počtu odběratelů (alespoň 1000). Youtuber si může zvolit, jaké reklamy nechá zobrazovat a část příjmů z těchto reklam jde pak i přímo jemu. Částka výdělku je ovlivněna typem reklam, sledovaností kanálu atd. Dalším způsobem je spolupráce s firmami. V tomto případě nemusí vždy jít o finanční zisk, ale youtuber může od firmy získat zadarmo produkt výměnou za to, že jej představí ve svém videu. Protože youtubeři na diváky působí důvěryhodně, reklamám mnohdy podlehnou. Představované produkty jsou nejčastěji z oblasti elektroniky či kosmetiky. S touto propagací produktů občas souvisí problém a tím je neoznačená reklama. Třetím způsobem, jak přijít k výdělku je prodej tzv. „merche“, tedy různé zboží, na kterém je natištěné logo daného youtubera (trička, mikiny, batohy, školní potřeby, …). Toto zboží se ovšem nepohybuje často v nízkých částkách.[37]

Co se však problematiky reklam týče, Westenbergová uvádí, že youtubeři (ale i ostatní celebrity), bývají osloveni pro představení produktů či služeb kvůli věrohodnosti. Jak bylo zmíněno, youtubeři obdrží určitý produkt, který ve svém videu představí a na základě své osobní zkušenosti jej diváků doporučí či nikoliv. Mladší diváci si však neuvědomují, že za těmito recenzemi stojí finanční úhrada či poskytnutí daného produktu zdarma a video tak na ně působí pravdivě a autenticky.[38]

---

[36] WESTENBERG, Wilma. *The influence of YouTubers on teenagers* [online]. 26. 9. 2016, s. 23. [cit. 2021-7-7]. Dostupné z: http://essay.utwente.nl/71094/1/Westenberg_MA_BMS.pdf

[37] Youtubeři nejsou kamarádi, zakazovat je dětem však nemá smysl. Tohle by ale o nich měly vědět. *Reflex.cz* [online]. 31. července 2019 [cit. 2021-04-11]. Dostupné z: https://www.reflex.cz/clanek/jak-na-to/96744/youtuberi-nejsou-kamaradi-zakazovat-je-detem-vsak-nema-smysl-tohle-by-ale-o-nich-mely-vedet.html

[38] WESTENBERG, Wilma. *The influence of YouTubers on teenagers* [online]. 26. 9. 2016, s. 10. [cit. 2021-7-7]. Dostupné z: http://essay.utwente.nl/71094/1/Westenberg_MA_BMS.pdf

2. 5 Rodiče a youtubeři

V publikaci Valkenburgové a Piotrowski jsou kladeny otázky např. zda by rodiče měli dovolit dětem v nižším věku sociální média či jak rodiče mohou předcházet vlivům sociálních médií.[39] V dnešní době si však děti dříve či později k internetu a sociálním médiím cestu najdou. Někteří rodiče však nemusejí souhlasit s tím, co za obsah jejich dítě sleduje. Jak je zmíněno v téže publikaci, děti spíše přijmou od rodičů zasahování ohledně lhaní či krádeží, zkrátka o tom, co je obecně považováno za špatné než do osobních oblastí, které se týkají oblečení, přátel či užívání médií. Mobilní média totiž mohou u rodičů vzbuzovat obavy z důvodů rizikového obsahu. Dále je zde uvedeno, že by rodiče měli dětem stanovit limity při užívání sociálních médií; vysvětlit jim, jak užívat média bezpečně a selektivně. Ohledně této rodičovské mediace probíhá i od 80. let 20. století výzkum, který rozlišuje tři způsoby mediace. Můžeme tedy jmenovat omezující mediaci, kdy rodič kontroluje čas i obsah; aktivní mediaci, která se týká hodnocení či vysvětlení obsahu a posledním způsobem je společné sledování, které však není vždy příliš efektivní.[40] Co se týče sledování youtuberů, dle psychologa Jana Kulhánka je důležité, aby došlo k vzájemnému pochopení mezi rodičem a dítětem. Je pochopitelné, že ne každý rodič chápe, proč dítě sleduje videa youtuberů, ale neměl by sledovaný obsah kritizovat či dítěti říkat, že sleduje hlouposti. Naopak by pro porozumění měl rodič společně s dítětem shlédnout bez předsudků pár minut určitého videa a pak si o daném videu promluvit.[41]

2. 6 Negativní vliv YouTube

Děti si na YouTube vybírají takový obsah, který je zaujme a který se jim líbí. Je zde problém, že ne všechna videa jsou určená mladším divákům. Podle Eckertové a Dočekala se děti v nižším věku mohou setkat s tzv. rizikovým obsahem pouze zřídka, avšak dojít k tomu může (např. při hledání videí na YouTube). Při sledování pořadů v televizi mohou rodiče snadněji odhadnout, co je pro děti nevhodné, na internetu lze toto hůře ohlídat. „Globální regulátor obsahu neexistuje. Zveřejnění závadných webových

[39] VALKENBURG, Patti M. a Jessica TAYLOR PIOTROWSKI. 2. Then and now; The Child as Miniature Adult. *Plugged in How Media Attract and Affect Youth.* USA: Yale University Press, 2017, s. 244. ISBN 978-0-300-21887-9.

[40] VALKENBURG, Patti M. a Jessica TAYLOR PIOTROWSKI. 2. Then and now; The Child as Miniature Adult. *Plugged in How Media Attract and Affect Youth.* USA: Yale University Press, 2017, s. 249-250. ISBN 978-0-300-21887-9.

[41] Děti propadají fenoménu youtuberů. Jak poznat, že je váš potomek závislák? Zdroj: https://www.denik.cz/z_domova/vlasta_fenomen-youtuber.html. *Deník.cz* [online]. 19.6.2019 [cit. 2021-6-29]. Dostupné z: https://www.denik.cz/z_domova/vlasta_fenomen-youtuber.html

stránek nelze zamezit předem. Jednotliví tvůrci nelegálních materiálů podstupují riziko postihů, přesto publikují. Na internetu stojí informace vedle sebe: hodnotné, zbytečné, radostné, děsivé. Internet poskytuje prostor ke zveřejnění libovolného obsahu".[42] Dítě tak může sledovat videa zabývající se tématy, která nejsou vhodná jeho věkové kategorii; videa, ve kterých se youtubeři vyjadřují neslušně a vulgárně, či videa, která nejsou vůbec ničím přínosná, aniž by si uvědomovalo, že to pro něj není vhodné. V publikaci zmiňovaných autorů je odkazováno na vyjádření Říčana a Pithartové, kteří přirovnávají sledování televize k jídlu – když dítě dostane peníze, aby si koupilo libovolné jídlo, utratí je pravděpodobně za to, na co má zrovna chuť a pak mu může být lze, proto je třeba se učit ke správným stravovacím návykům. Stejně tak by se dítě mělo učit rozeznávat, na co je vhodné se dívat a na co ne a nemělo by tedy sledovat vše, co se mu zrovna líbí.[43]

Protože je YouTube jednou z prvních sociálních sítí, se kterou mohou seznámit děti již v nízkém věku, vznikla na tomto serveru podsekce označená jako YouTube Kids. Tato aplikace je vyhrazená pro bezpečný obsah určený dětem a je vybavená rodičovskou kontrolou. Přesto i zde se dítě k závadnému obsahu může dostat. Důvodem výskytu závadných a nekvalitních videí, jejichž publikem jsou děti, jsou klíčová slova v názvu, kvůli kterým se videa zobrazují v nabízeném obsahu a dále pak reklama, díky které tvůrci videí vydělávají. Došlo tak k případům, kdy děti sledovaly videa se svými oblíbenými pohádkovými postavami, kde se mimo jiné objevovalo násilí či sexuální motivy.[44]

U mladších dětí jsou mimo jiné oblíbená videa, kde youtubeři rozbalují hračky (tzv. unboxing). Tato videa nemají žádný hlubší smysl a rodiče tak často stojí před otázkou, zda nemohou tato videa mít škodlivý vliv na vývoj dítěte, jelikož zde nenalezneme žádný děj jako v pohádkách či vzdělávací přínos.

Pohybování se na YouTube nepředstavuje problém pouze u mladších diváků, ale i u dětí staršího školního věku. Ne všichni youtubeři, které mládež sleduje, si uvědomují svou odpovědnost, kterou nesou a často se tak ve videích chovají nevhodně. V roce 2016 v Holandsku provedla Westenbergová výzkum týkající se vlivu youtuberů na dospívající. Jako první zmíněný problém uvádí, že někteří youtubeři ve svých videích zkouší sladkosti

[42] ECKERTOVÁ, Lenka a Daniel DOČEKAL. *Bezpečnost dětí na internetu: rádce zodpovědného rodiče*. Brno: Computer Press, 2013, s. 82. ISBN 978-80-2513-804-5.
[43] Tamtéž, s. 83.
[44] Jak vznikl YouTube? Příběh červenobílého serveru, který světu přinesl videoklipy, memy, vlogery a zničil televizní vysílání. *Refresher.cz* [online]. 23. 4. 2018 [cit. 2021-04-03]. Dostupné z: https://refresher.cz/53710-Jak-vznikl-YouTube-Pribeh-cervenobileho-serveru-ktery-svetu-prinesl-videoklipy-memy-vlogery-a-znicil-televizni-vysilani

ze zahraničí či uzavírají spolupráce se značkami některých sladkostí, což mladší diváky negativně ovlivňuje k nezdravému stravování. Dále uvádí, že dospívající často kopírují chování svých oblíbených youtuberů. Ve videích se však youtubeři mnohdy mohou chovat v rozporu s určitými pravidly. Dospívající diváci si toto nemusí uvědomovat a jednání youtuberů kopírují, neboť jim to připadá zajímavé.[45] Před pár lety proběhla kauza týkající se známého youtubera, který původně natáčel videa o parkouru. Mnoho dětí tato videa motivovala k pohybu, což je velmi pozitivní. Avšak s nárůstem sledujících se jeho tvorba začala věnovat i jinému obsahu a na internet se tak dostalo video, kde se autem řítí po dálnici vysokou rychlostí. Dalším příkladem může být video z dalšího známého kanálu, kdy tvůrci hodili petardu do autobusu a následně jej poničili. Nezodpovědné jednání youtuberů může u diváků vyvolat pocit, že pokud mohou tyto věci dělat youtubeři, mohou je dělat i oni. Další nevhodné video, které vyvolalo mnoho negativních ohlasů, pocházelo od zahraničního youtubera, který v japonském lese sebevrahů zachytil na video oběšence. Toto video bylo velmi nekorektní a sklidilo velkou kritiku. Jak Říčan a Pithartová uvádí, sledovaný obsah může mít vliv na povahové rysy diváků a může mít negativní dopad na vývoj mladších dětí.[46] Většina youtuberů si uvědomuje, že jejich fanouškovská základna je tvořena z větší části mladšími diváky, proto se tomu často snaží nějakým způsobem přizpůsobit. Westenbergová uvádí, že vzhledem k tomu, že většina youtuberů si je vědoma toho, jakou hodnotu mají jejich sdělované výroky, snaží se proto vyhýbat kontroverzním tématům, jako je např. náboženství, sexualita či politika. Tato témata často vzbuzují na internetu velké diskuze a dospívající by mohli dojít ke zkresleným názorům. Dále tak se většina youtuberů vzhledem k nižšímu věku jejich diáků snaží ve videích vyhýbat propagaci návykových látek, jako jsou drogy a alkohol.[47]

Avšak se stále vyskytují tací youtubeří, kteří jsou pro zhlédnutí schopni udělat téměř cokoliv a neuvědomují si, jaké to může nést následky.

V mnoha případech může sledování videí na YouTube v dětech a mladistvých vyvolat závislost. Jak uvedl psycholog Jan Kulhánek, závislost se projevuje tím, že děti začnou videí trávit více času, ztrácí zájem o jiné aktivity, o kroužky, o kamarády, dělá

[45] WESTENBERG, Wilma. *The influence of YouTubers on teenagers* [online]. 26. 9. 2016, s. 11-19. [cit. 2021-7-7]. Dostupné z: http://essay.utwente.nl/71094/1/Westenberg_MA_BMS.pdf
[46] ECKERTOVÁ, Lenka a Daniel DOČEKAL. *Bezpečnost dětí na internetu: rádce zodpovědného rodiče*. Brno: Computer Press, 2013, s. 83. ISBN 978-80-2513-804-5.
[47] WESTENBERG, Wilma. *The influence of YouTubers on teenagers* [online]. 26. 9. 2016, s. 19-22. [cit. 2021-7-7]. Dostupné z: http://essay.utwente.nl/71094/1/Westenberg_MA_BMS.pdf

jim problém být z dosahu signálu, nemůžou se soustředit, pokud od rodičů dostanou zákaz sledování videí, apod. Příčinou může být to, že některé děti a dospívající nemají mnoho přátel v reálném světě a proto si to vynahrazují na internetu. V online světě lze přátele najít snáze než v realitě. Občas mohou u některých jedinců youtubeři vzbudit dojem, že jsou jejich kamarádit a introvertnější děti se pak takto mohou na tvůrce oblíbených videí fixovat. Matěj Kretík, majitel agentury Bookin, která spolupracuje s youtubery uvedl, že sledováním videí děti získávají pocit, že youtubera znají a že je to tedy jejich kamarád. Občas ale to, co vidíme ve videu, je jen role, kterou youtuber hraje před kamerou a realita může být jiná, což si děti neuvědomují.[48] Příkladem může být situace, kdy děvčátko jedné youtuberce zaslalo při tzv. streamování peníze ve vysoké částce se zprávou, zda budou spolu kamarádky. Děti by si měly však uvědomit, že ačkoli se youtubeři snaží se svými fanoušky vycházet a mnohdy reagují na komentáře, nejsou jejich kamarádi.

Jak již bylo zmíněno v první kapitole, na internetu dochází často ke změně chování. Eckertová a Dočekal uvádějí, že v realitě se jedinci chovají tak, aby se vyhnuli jakémukoliv posměchu, vědí, co mohou na veřejnosti říct a co ne. V online světě se toto lidé často však neuvědomují a nepočítají s tím, že jejich jednání může vyvolat nějakou reakci.[49] Často dochází k případům, že se se v komentářích u videí (ale i fotek tvůrců) strhne jakási diskuze. Dítě, které chtělo např. pouze vyjádřit svůj názor, se rázem může setkat s negativní kritikou. Negativní reakce však nemusí vzbudit pouze komentování, ale i samotné vytváření videí. Youtubeři jsou pro mnoho mladistvých vzorem a ti se je snaží často napodobovat. Snaží se youtuberům přizpůsobit oblékáním, chováním ale i tím, co dělají. Videa mnoha mladších tvůrců nedosahují velkých kvalit, jsou často nepřipravená, a vyvolávají spíše posměch a kritiku, což může mít negativní dopad na dětskou psychiku.

2. 7 Pozitivní vliv YouTube

YouTube však nenese jen negativní vlivy. Ačkoli existuje mnoho „zbytečných“ videí, která člověka nijak neobohatí, lze najít i kanály tvořící kvalitní obsah. Mnoho youtuberů se snaží točit taková videa, která diváky nějak informují či dokonce vzdělávají. Mnoho youtuberů se např. zajímá o vědu, nejčastěji fyziku, a natáčí pak zábavnou formou fyzikální úkazy a různé pokusy. Další videa se týkají třeba ekologie, které informují

[48] Děti propadají fenoménu youtuberů. Jak poznat, že je váš potomek závislák? *Deník.cz* [online]. 19.6.2019 [cit. 2021-04-10]. Dostupné z: https://www.denik.cz/z_domova/vlasta_fenomen-youtuber.html
[49] ECKERTOVÁ, Lenka a Daniel DOČEKAL. *Bezpečnost dětí na internetu: rádce zodpovědného rodiče*. Brno: Computer Press, 2013, s. 97. ISBN 978-80-2513-804-5,

například o třídění plastu a mládež mohou motivovat k třídění odpadu a většímu zájmu o životní prostředí. Na dalších kanálech lze najít videa zaměřující se na témata týkající se politiky (některá taková videa mohou starší dospívající motivovat k tomu jít volit), finanční gramotnosti či médií. Mnoho youtuberů natáčí cestovní vlogy, kde zachycují zážitky z cest a videa jsou ve výsledku jak zábavná, tak i informativní. Přínosná mohou být videa týkající se psychologických témat, kdy tvůrci hovoří o problémech jako je např. anorexie, šikana apod. Divákovi může pomoci se skrze tato videa vyrovnat se svými problémy a může získat i nějaké rady. Inspirativní videa jsou i ta, kdy youtubeři cvičí a motivují diváky k pohybu. Populární jsou i videa, kdy se youtuber rozhodne naučit cizí jazyk a na videa zaznamenává své pokroky. Jako příklad můžu uvést českou youtuberku učící se korejštinu, která základy tohoto jazyka i vysvětluje nebo Američana, který se učí český jazyk a od úplných začátků zachycuje vývoj učení. Tato videa mohou ukázat, že v jakémkoliv věku je možné naučit se jakýkoliv jazyk. Kreativitu pak mohou podpořit různé tutoriály na tvoření, kreslení nebo i hraní na hudební nástroj. Existují i videa zvaná „girl talk, boy talk“, kde youtubeři odpovídají na různé otázky z oblasti dospívání. Někteří youtubeři (často zahraniční) natáčí recenze filmů, která může být doplněná různými zajímavostmi. Podobná jsou i videa, ve kterých youtubeři reagují na knížky, kdy se youtubeři snaží motivovat diváky k tomu, aby více četli.

Jak uvádí Westenbergová, jejím výzkumem bylo zjištěno, že děti a dospívající se prostřednictvím videí na YouTube učí nejen cizí jazyk (angličtinu), ale i triky, které mohou využít v praktickém životě. Dále bylo zjištěno, že videa youtuberů mají na diváky často pozitivní vliv na jejich náladu. Jak již byl zmíněno výše, díky youtuberům se také děti a dospívající učí vypořádat se s určitými problémy (např. šikana, deprese či rozvod rodičů).[50]

[50] WESTENBERG, Wilma. *The influence of YouTubers on teenagers* [online]. 26. 9. 2016, s. 23. [cit. 2021-7-7]. Dostupné z: http://essay.utwente.nl/71094/1/Westenberg_MA_BMS.pdf

Praktická část

3 Cíl výzkumu

Cílem této bakalářské práce i provedeného výzkumu je zjistit, jakou roli zaujímají youtubeři v životech dětí a dospívajících. Dále pak kolik času tráví děti sledováním videí na platformě YouTube, jaká konkrétní videa sledují a z jakého důvodu. V neposlední řadě i jak tato videa na ně působí a zda ovlivňují jejich názory. Hlavním posláním této práce je tedy ukázat, jaký má pro děti a dospívající smysl sledování videí, zda je youtubeři něčím inspirují a motivují a zda se zamýšlejí nad sledovaným obsahem.

4 Výzkumné otázky

V souladu se stanoveným cílem v předcházející kapitole byla konstruována hlavní výzkumná otázka.

Hlavní výzkumná otázka:

Jakou roli hrají youtubeři v životech dětí a dospívajících?

Rovněž na základě stanoveného cíle a hlavní výzkumné otázky byly následně formulovány jednotlivé výzkumné otázky vedoucí k zodpovězení výzkumné otázky hlavní:

Dílčí výzkumné otázky:

- *Kolik času jsi dnes strávil/a u videí na YouTube?*
- *Na jaký druh videa jsi dnes koukal/a?*
- *Z jakého důvodu jsi dnes koukal/a právě na toto video?*
- *Jaké pocity jsi měl/a při sledování tohoto videa?*
- *Ovlivnilo to tvůj názor na něco?*
- *Motivovalo tě to k něčemu?*

5 Metodika

Pro získání dat jsem se použila metodu kvalitativního výzkumu. Jedná se o metodu, která využívá menší množství respondentů a zabývá se zkoumáním dané problematiky do hloubky. Hendl tuto metodu označuje jako pružnou, neboť zvolené výzkumné otázky lze během výzkumu možno upravovat či doplňovat. Dále uvádí, že tato

metoda výzkumu spočívá v pochopení aktuálního dění. Mezi obvyklé formy zkoumání patří pozorování, rozbor textů a dokumentů, rozhovory a audio/video záznamy. [51]

K výzkumu jsem zvolila deníkovou metodu (tzv. diary research). Podle mnohých odborníků (např. historiků či literárních vědců), jak uvádí Corti, je forma deníkových dokumentů velmi podstatná součást pro vyprávění historie. Postupem času začali sociologové zvažovat myšlenku ohledně používání osobních záznamů k reflektování sociální reality. Deníky se tedy tak staly výzkumnými nástroji, které jsou určené ke shromažďování podrobných informací z každodenního života jedinců.[52] Jak Corti dále uvádí, deníky můžeme rozlišovat na strukturované, kde jsou již konkrétní otázky předepsány výzkumníkem, a na deníky volné (nestrukturované), kdy respondent zaznamenává údaje vlastními slovy. Jak se dále dočteme v autorčině publikaci, deník by měl mít stanovené instrukce, jak jej vést. Zároveň by však požadavky ale neměly být moc obsáhlé, aby nedošlo k zastrašení a zmatení účastníků. Seznam požadovaných činností je třeba navrhnout tak, aby odpovídaly studovanému vzorku. Autorka poukazuje na to, že dle předmětu výzkumu je třeba pevně stanovit časové období, ve kterém je deník veden. Autorka také varuje před tím, že v případě, kdy by časové období vedení deníků trvalo dlouho, mohly by deníky začít respondenty obtěžovat a ztrácely by pak na kvalitě.[53] Hyersová doplňuje, že ne všichni respondenti přistupují k vedení deníku stejně. Zatímco někteří účastníci výzkumu deník vyplňují svědomitě, zodpovědně a přijímají tuto činnost jako příležitost k reflexi událostí ze svého každodenního života, jiným jedincům může vedení deníku připadat jako nudný a opakující se úkon, který je třeba dokončit.[54]

Danou problematiku by bylo možno zkoumat i kvantitativním výzkumem, ale získaná data by pravděpodobně nebyla příliš obsáhlá, proto jsem zvolila tuto deníkovou metodu. Respondenti tak měli možnost se v deníčcích lépe vyjádřit než např. v dotaznících. Jediná nevýhoda tohoto kvalitativního výzkumu spočívá v tom, že vzhledem k malému množství respondentům a jejich individuálních reflexí nelze získaná data aplikovat na všechny děti a dospívající.

---

[51] HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005, s. 50. ISBN 80-7367-040-2.

[52] CORTI, Louise. *Using diaries in social research* [online]. 1993 [cit. 2021-6-30]. Dostupné z: https://sru.soc.surrey.ac.uk/SRU2.html

[53] CORTI, Louise. *Using diaries in social research* [online]. 1993 [cit. 2021-6-30]. Dostupné z: https://sru.soc.surrey.ac.uk/SRU2.html

[54] HYERS, Lauri L. *Diary Methods: Understanding Qualitaitve Research*. Oxford University Press, 2018, s. 27 - 28. ISBN 9780190256692.

Pro vypracování výzkumu jsem zvolila formu strukturovaného deníku. Obávala jsem se, že vzhledem k věku respondentů by forma nestrukturovaného deníku nepřinesla příliš kvalitní výsledky. Na dílčí připravené výzkumné otázky (viz kapitola 4.) v denících respondenti každý den zaznamenávali své odpovědi. Vzhledem k pandemické situaci jsem deníčky připravila v elektronické podobě a následně je respondentům zaslala na e-mail. Doba, po kterou si měli respondenti zapisovat deníček, byla 10 dní. Jelikož respondenty byly děti z vyššího stupně základní školy, zvolila jsem tuto dobu tak, aby měla vypovídající hodnotu, a zároveň tak, aby účastníci průzkumu dokázali udržet pozornost a zapisovali do deníku pravidelně každý den, neboť jsem se obávala, že trval-li by výzkum déle, respondenti by ztratili zájem deníky dále vyplňovat. Deníky se skládaly z 10 archů (na každý den jeden) po šesti otázkách. Součástí deníčku byly i instrukce, jak jej vyplňovat a také zde byl uveden vzorový příklad. Předepsané otázky byly na každý den stejné. Po uplynutí stanovené doby výzkumu mi respondenti deníčky zaslali e-mailem zpět. Vzhledem k věku respondentů byly údaje z deníků zpracovávány anonymně.

6 Respondenti výzkumu

Pro výzkum bylo vybráno 8 respondentů, 4 chlapci a 4 dívky, ve věku 11 až 15 let. Účastníci výzkumu jsou žáky druhého stupně základní školy, a proto z tohoto důvodu byl rovněž vypracován informovaný souhlas, který byl následně dodán k podepsání zákonným zástupcům. S respondenty jsem se pro lepší domluvu spojila i telefonicky, následně jsem jim vysvětlila účel a způsob průběhu výzkumu.

Pro výběr respondentů jsem původně zamýšlela oslovit konkrétní základní školu. Bohužel kvůli koronavirové krizi došlo k uzavření škol, proto výběr respondentů touto cestou nebyl možný. Oslovila jsem tedy rodiče dětí v daném věku z okruhu svých známých, zda by souhlasili s tím, aby se jejich děti zúčastnily mého výzkumu. Výhodou tohoto způsobu výběru respondentů bylo, že děti se mezi sebou neznali. Vybraní respondenti žijí v rámci Jihočeského kraje, ale zároveň navštěvují odlišné základní školy. Z tohoto důvodu tak nemohlo dojít k vzájemnému ovlivňování uvedených odpovědí.

7 Analýza a interpretace výsledků výzkumu

Kolik času jsi dnes strávil/a na YouTube?

Tato výzkumná otázka měla ukázat, kolik svého volného času tráví respondenti sledováním youtuberů. Výzkum probíhal během školní docházky, a tak je ze

zaznamenaných odpovědí patrné, že ne všichni respondenti trávili u videí na YouTube každý den. Nejčastěji účastníci výzkumu uváděli, že tráví sledováním videí denně 1 až 2 hodiny. U některých respondentů čas strávený sledováním youtuberů dosáhl v některých dnech až 4 až 5 hodin. V případě jednoho respondenta nejvyšší strávený čas u videí byl 1,5 hodiny, ostatní uvedené časy dosahovaly jen několika minut. V průměru pak většina z respondentů po dobu trvání výzkumu strávila sledováním videí na YouTube více než hodinu.

Tabulka č. 1.: Čas strávený sledováním YouTube dívkami

Dny	**Respondentka č. 1**	**Respondentka č. 2**	**Respondentka č. 3**	**Respondentka č. 4**
1.	5 hodin	2 hodiny	4 hodiny	1 hodina
2.	2 hodiny	1,5 hodiny	45 minut	3 hodiny
3.	1 hodina	2 hodiny	50 minut	2 hodiny
4.	2 hodiny	1 hodina	2 hodiny	4 hodiny
5.	5 hodin	Půl hodiny	2 hodiny	3 hodiny
6.	-	1 hodina	1,5 hodiny	-
7.	Půl hodiny	Půl hodiny	40 minut	1,5 hodiny
8.	1 hodina	1 hodina	4,5 hodiny	Půl hodiny
9.	Půl hodiny	1 hodina	Půl hodiny	1 hodina
10.	1 hodina	2 hodiny	2 hodiny	2 hodiny
Průměr	**1 h 48 minut**	**1 h 15 minut**	**1 h 53 minut**	**1 h 48 minut**

Zdroj: autor

Tabulka č. 2.: Čas strávený sledováním YouTube chlapci

Dny	**Respondent č. 1**	**Respondent č. 2**	**Respondent č. 3**	**Respondent č. 4**
1.	1 hodina	1,5 hodiny	-	1,5 hodiny
2.	2 hodiny	2 hodiny	16 minut	2 hodiny
3.	1,5 hodiny	2,5 hodiny	-	1,5 hodiny
4.	2,5 hodiny	1 hodina	20 minut	2 hodiny
5.	1,5 hodiny	2 hodiny	-	2,5 hodiny
6.	2 hodiny	2,5 hodiny	-	2,5 hodiny
7.	1 hodina	3,5 hodiny	1 hodina	1 h 45 minut
8.	1 hodina	2 hodiny	1 hodina	2 hodiny
9.	1 hodina	2 hodiny	1,5 hodiny	1 hodina
10.	30 minut	2 hodiny	25 minut	2 h 10 minut
Průměr	**1 h 24 minut**	**2 h 6 minut**	**27 minut**	**1 h 54 minut**

Zdroj: autor

Na jaký druh videa jsi dnes koukal/a?

Cílem této otázky bylo zjistit, jaké druhy videí respondenti nejčastěji sledují, zda se jedná spíše o zábavné žánry, nebo i o videa naučná, informativní. Ze záznamů vybraných respondentů můžeme pozorovat, že se nevyhraňují pouze na jeden druh videí, ale střídají různé žánry. Ve většině případů určité druhy videí odpovídaly zájmům respondentů. Jak uváděl jeden z respondentů, vzhledem k tomu, že se zajímá o filmy, často sleduje youtubery tvořící filmové recenze. Mimo jednoho respondenta všichni chlapci ve svých odpovědí alespoň jednou uvedli, že v době výzkumu sledovali Let's play. Co se týká hraní her, u dívek v této souvislosti byl zaznamenán pouze v jednom případě tutoriál ke hře. Reakční videa se objevovala jak u chlapců, tak u dívek. Přestože většina uvedených žánrů byla zábavného typu (např. již zmiňovaný Let's play, hauly, vlogy, parodie), objevovala se i videa informativní či dokumentární. U mladších respondentů však převládaly spíše zábavné žánry. Překvapující bylo, že dvě z respondentek uvedly videa týkající se kriminálních případů. Zaznamenána byla i poslechová videa, jako jsou podcasty, rozhovory, storytime, creepypasty či ASMR. Tyto typy videí se ale neobjevovaly často. V odpovědích respondentů lze pozorovat, že svůj čas strávený na platformě YouTube nevěnují jen youtuberům, ale také poslouchají hudbu, či v jednom případě i zvuky deště pro uklidnění.

Z jakého důvodu jsi koukal/a na toto video?

Tato výzkumná otázka měla představit důvod, proč respondenti sledovali právě vybraná videa, zda video bylo vybráno cíleně nebo pouze náhodně objeveno a sloužilo pouze pro vyplnění volného času. U většiny vybraných respondentů se objevovalo jako uvedený důvod zaujetí náhledovým obrázkem či názvem videa. Další odpovědí, ve které se respondenti často shodovali, bylo, že se jim video ukázalo v hlavní nabídce. Jak již bylo zmíněno, výzkum probíhal během školní docházky, proto se objevily i důvody, jako je hledání inspirace pro projekt do školy, hledání informací k určitým předmětům, nebo i video sloužilo jako podklad při vypracování úkolů. Respondenti také koukali na daná videa kvůli inspiraci ve svých zálibách, ať už se jednalo o vaření a pečení, sledování filmů a seriálů, nebo hraní počítačových her. Dalšími důvody, ve kterých se někteří respondenti shodovali, bylo, že vyšlo zrovna nové video od jejich oblíbeného youtubera, nebo pro zahnání nudy a pro pobavení. Jeden z respondentů jako častý důvod uváděl, že videa sledoval, protože ten den byla zrovna nově vydaná.

Jaké pocity jsi měl/a při sledování tohoto videa?

Smyslem této otázky bylo zjistit, jak sledovaná videa na respondenty působí. Respondenti ve většině případů uváděli kladné pocity. Při sledování videí byli dle uvedených odpovědí klidní, odpočatí, pobavení i fascinovaní. Tyto odpovědi se objevily u videí s nenáročným obsahem, např. ASMR či vlogy. Co se týká dokumentárních, informačních a reakčních videí, v těchto případech reagovali respondenti často tak, že nechápou jednání lidí ať už celkově, či u daných jednotlivců. U takovýchto odpovědí uváděli, že v nich sledované video vyvolalo smutek či naštvanost.

Ovlivnilo to tvůj názor na něco?

Tato otázka měla zjistit, zda se respondenti zamýšlejí nad obsahem sledovaných videí a zda tato videa nějakým způsobem ovlivňují jejich názory. Z většiny uvedených odpovědí můžeme pozorovat, že sledovaná videa názory respondentů nijak neovlivňovala. Pokud došlo k nějakému ovlivnění názoru, vyjadřovaly se spíše dívky. Protože byl výzkum prováděn během koronavirové krize, vycházela v tu dobu často videa s touto tématikou. Jak uvedla jedna z respondentek, jedno video na ní zapůsobilo tak, že došla k názoru, že by se chtěla nechat očkovat. Jiná z respondentek uvedla, že jí video donutilo se zamyslet na tím, jak by mohla lépe využít čas a netrávit jej jen u počítače. V případě několika odpovědí respondentů na tuto otázku bylo zjištěno, že došlo ke změně politického názoru, předsudkům vůči ostatním lidem/okolí a rodičovství.

Motivovalo tě to k něčemu?

Tato výzkumná otázka měla zjistit, zda sledovaní youtubeři respondenty motivují k nějakým činnostem či zda jsou pro ně v něčem inspirací. Odpovědi na tuto otázku byly z velké části záporné. V případě zaujetí druhem videa pak respondenti uváděli jako motivaci zhlédnout více podobných videí. V některých z uvedených odpovědí můžeme vyvodit, že někteří youtubeři jsou pro vybrané respondenty inspirací v tom, aby zkoušeli či zlepšovali určité činnosti. V deníčcích se tak objevily odpovědi jako motivace k vaření a pečení, motivace natáčení videí dronem či motivace zkusit práci se dřevem. Jedna z respondentek uvedla, že díky jednomu vlogu získala odhodlání k chození na procházky se psy z útulku. Tatáž dívka také uvedla, že ji určitá videa motivovala ke koupi různých věcí (knížka, akvarelové fixy). V zaznamenaných údajích se jako motivace vyskytla několikrát i odpověď, že by respondenti chtěli cestovat stejně jako někteří youtubeři.

Závěr

Cílem bakalářské práce bylo zjistit, jakou roli hrají youtubeři v životě dětí a dospívajících. Za poslední roky se technologie vyvíjejí rychlým tempem a jsou lépe dostupné, než tomu bylo dříve. Během posledních let se také vyvíjí spoustu aplikací, které jsou jednoduché na používání, proto se s nimi setkávají děti již v raném věku. Pro mnoho dětí a dospívající jsou sociální média běžnou součástí jejich životů. Jedním z nejčastěji užívaných sociálních médií je platforma YouTube. Z této platformy vešlo nejvíce influencerů, kteří ovlivňují svou generaci. Děti a dospívající často tráví svůj čas sledováním youtuberů, což se může zdát jako neškodná činnost, mnohdy to ale může znamenat určitý problém.

Provedeným výzkumem jsem se snažila objasnit to, jaký smysl pro děti a dospívající má sledování videí na YouTube. Jak jsem již v této práci uvedla, vzhledem k malému počtu respondentů výsledky výzkumu nelze aplikovat na všechny děti a dospívající.

Z výzkumu bylo zjištěno, že většina oslovených respondentů tráví sledováním videí na YouTube každý den. Nejčastější zjištěná doba sledování videí byla 1 až 2 hodiny denně. Vzhledem k tomu, že někteří respondenti některé dny youtubery nesledovali nebo u videí trávili pouze několik minut, se nedá říci, že by se u dětí vyskytoval problém se závislostí na youtuberech. Dále vyplynulo, že děti si na YouTube vybírají různé žánry videí. Sledovaná videa převážně odpovídají zájmům dotazovaných respondentů. Nejednalo se tedy pouze o zábavné typy videí, kterými by děti vyplnily volný čas. Ukázalo se, že vybraní respondenti si vybírají i informační a dokumentární videa, která, jak uváděli, jsou pro ně překvapující a přínosná. Také bylo zjištěno, že nejčastějším důvodem sledování videí je zaujetí náhledovým obrázkem či názvem videa. Jako další častý důvod bylo uváděno, že se video ukázalo v hlavní nabídce dotazovaných respondentů nebo že videa byla právě nově vydaná. Z některých výpovědí také vyplynulo, že zhlédnuté video sloužilo pouze pro pobavení a zahnání nudy. Faktorem pro vyhledávání konkrétních videí však ale bylo i hledání informací do školy.

Jak ukázal výzkum, dotazovaní respondenti mají při sledování videí většinou kladné pocity. Využívají videa youtuberů nejen pro pobavení, ale i k odpočinku. V případě zaujetí videm uváděli respondenti zájem a fascinaci daným obsahem. Z odpovědí také vyplynulo, že některá videa týkající se vážnějších témat v dětech

vyvolala smutek či naštvanost. Z uvedených odpovědí respondentů dále vyplývá, že k ovlivnění jejich názoru prostřednictvím youtuberů dochází jen zřídka. Z odpovědí je patrné, že pokud došlo ke změně názoru respondentů, bylo to pouze v kladném smyslu.

Na závěr této práce lze konstatovat, že děti a dospívající nesledují youtubery pouze pro zábavu či pro vyplnění volného času. Z výzkumu je patrné, že respondenti vyhledávají videa i pro získání nových poznatků a informací. Tyto poznatky mohou uplatnit i např. při učení či psaní domácí úkolů. Jak se zdá, youtubeři pomáhají dětem i k tvorbě vlastních názorů a k zamýšlení se nad aktuálním děním. Pro respondenty představují youtubeři i vzor, který je motivuje a inspiruje.

Použitá literatura a internetové zdroje

Knižní zdroje

- BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. Studium (Barrister & Principal). ISBN 80-85947-67-6.
- ECKERTOVÁ, Lenka a Daniel DOČEKAL. *Bezpečnost dětí na internetu: rádce zodpovědného rodiče*. Brno: Computer Press, 2013. ISBN 978-80-2513-804-5.
- HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7367-040-2.
- HYERS, Lauri L. *Diary Methods: Understanding Qualitaitve Research*. Oxford University Press, 2018. ISBN 9780190256692.
- KRAUS, Blahoslav. *Středoškolská mládež a její svět na přelomu století*. Brno: Paido, 2006. ISBN 80-7315-1251.
- MACEK, Petr. *Adolescence*. Vyd. 2., upr. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-747-7.
- THOROVÁ, Kateřina. *Vývojová psychologie: proměny lidské psychiky od početí po smrt*. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0714-6.
- TYRLÍK, Mojmír, Petr MACEK a Jan ŠIRŮČEK, ed. *Sebepojetí a identita v adolescenci: sociální a kulturní kontext*. Brno: Masarykova univerzita, 2010. ISBN 978-80-210-5107-2.
- VÁGNEROVÁ, Marie. *Vývojová psychologie: dětství a dospívání*. Vyd. 2., dopl. a přeprac. Praha: Karolinum, 2012. ISBN 978-80-246-2153-1
- VALKENBURG, Patti M. a Jessica TAYLOR PIOTROWSKI. *Plugged in How Media Attract and Affect Youth.* USA: Yale University Press, 2017. ISBN 978-0-300-21887-9.

Internetové zdroje

- CORTI, Louise. *Using diaries in social research* [online]. 1993 [cit. 2021-6-30]. Dostupné z: https://sru.soc.surrey.ac.uk/SRU2.html
- Děti propadají fenoménu youtuberů. Jak poznat, že je váš potomek závislák? Zdroj: https://www.denik.cz/z_domova/vlasta_fenomen-youtuber.html. *Deník.cz* [online]. 19. 6. 2019 [cit. 2021-6-29]. Dostupné z: https://www.denik.cz/z_domova/vlasta_fenomen-youtuber.html
- Jak internet ovlivňuje život dětí a dospívajících? *Šance Dětem* [online]. 2015, 03. 02. 2015 [cit. 2021-02-27]. Dostupné z: https://www.sancedetem.cz/jak-internet-ovlivnuje-zivot-deti-dospivajicich/
- Jak vznikl YouTube? Příběh červenobílého serveru, který světu přinesl videoklipy, memy, vlogery a zničil televizní vysílání. *Refresher.cz* [online]. 23. duben 2018 [cit. 2021-03-25]. Dostupné z: https://refresher.cz/53710-Jak-vznikl-YouTube-Pribeh-

cervenobileho-serveru-ktery-svetu-prinesl-videoklipy-memy-vlogery-a-znicil-televizni-vysilani/

- Mediální slovník. *Mediaguru* [online]. [cit. 2021-6-27]. Dostupné z: https://www.mediaguru.cz/slovnik-a-mediatypy/slovnik/klicova-slova/socialni-site-social-media/

- Před patnácti lety vznikl YouTube. První video bylo o dlouhých chobotech. *Česká televize* [online]. 15. 2. 2020 [cit. 2021-03-25]. Dostupné z: https://ct24.ceskatelevize.cz/ekonomika/3048476-pred-patnacti-lety-vznikl-youtube-prvni-video-bylo-o-dlouhych-chobotech

- Slovníček 21. století.: Aneb kdo je influencer, youtuber nebo bloger. *LCG New Media* [online]. 25. 6. 2017 [cit. 2021-03-27]. Dostupné z: https://www.lcgnewmedia.cz/slovnicek-jedna-dvacateho-stoleti/

- Typy videí na YouTube: 1. část. *LCG New Media* [online]. 24. 8. 2017 [cit. 2021-03-27]. Dostupné z: https://www.lcgnewmedia.cz/typy-videi-na-you-tube-prvni-cast/
- WESTENBERG, Wilma. *The influence of YouTubers on teenagers* [online]. 26. 9. 2016, [cit. 2021-7-7]. Dostupné z: http://essay.utwente.nl/71094/1/Westenberg_MA_BMS.pdf

- YouTube About [online]. [cit. 2021-03-25]. Dostupné z: https://www.youtube.com/intl/cs/about/press/

- YouTube. *Aktuálně.cz* [online]. 14. 1. 2021 [cit. 2021-03-25]. Dostupné z: https://www.aktualne.cz/wiki/zahranici/youtube/r~i:wiki:1147/

- Youtubeři nejsou kamarádi, zakazovat je dětem však nemá smysl. Tohle by ale o nich měly vědět. *Reflex.cz* [online]. 31. července 2019 [cit. 2021-04-11]. Dostupné z: https://www.reflex.cz/clanek/jak-na-to/96744/youtuberi-nejsou-kamaradi-zakazovat-je-detem-vsak-nema-smysl-tohle-by-ale-o-nich-mely-vedet.html

Seznam zkratek a symbolů

apod.	a podobně
atd.	a tak dále
např.	například
s.	strana
tj.	to je
tzv.	takzvaný
USA	United States of America (Spojené státy americké)

Seznam příloh

Příloha č. 1 Vyplněný deník od vybrané respondentky

Příloha č. 2 Informovaný souhlas

Příloha č. 1

Dobrý den,

jmenuji se Markéta Nahodilová a jsem studentkou Pedagogické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Chtěla bych vás poprosit o vyplnění tzv. deníčku, který obsahuje otázky týkající se sledování videí na platformě YouTube. Tyto deníčky jsou součástí výzkumu k mé bakalářské práci na téma Youtubeři a jejich místo v životě dětí a dospívajících.

Deníček je vytvořen tak, aby byl vyplňován po dobu deseti dnů. Na každý den jsou připraveny stejné otázky.

Prosím spíš o rozvité odpovědi, ne pouze jednoslovné či možnosti ano/ne, apod.

Děkuji za vaši spolupráci.

S pozdravem

Markéta Nahodilová

Vzorový příklad:

Kolik času jsi dnes strávil/a u videí na YT?

Hodinu a půl

Na jaký druh videa/ videí jsi dnes koukal/a?

Kreslící tutoriály, vlogy

Z jakého důvodu jsi koukal/a právě na toto video?

Ráda kreslím a potřebovala jsem vědět, jak využít zvolenou techniku.

Můj oblíbený youtuber (můžete uvést konkrétně) vydal nové video.

Jaké pocity jsi měl/a při sledování tohoto videa?

Zde můžete uvést, zda vám video zlepšilo den, nebo vás naopak obsah videa něčím naštval, rozesmutnil, apod., ….

Ovlivnilo to tvůj názor na něco?

Např. v případě shlédnutí informačního či reakčního videa

Motivovalo tě to k něčemu?

Video mě motivovalo k tomu, abych začala více kreslit a zkusila nové techniky kresby

Den 1.

Kolik času jsi dnes strávil/a u videí na YT?

Asi dvě hodiny.

Na jaký druh videa jsi dnes koukal/a?

Naučné, odpočinkové

Z jakého důvodu jsi koukal/a právě na toto video?

Vydal je můj oblíbený youtuber

Jaké pocity jsi měl/a při sledování toto videa?

Uklidňující, zlepšilo mi náladu

Ovlivnilo to tvůj názor na něco?

Příliš ne

Motivovalo tě to k něčemu?

Jedno video bylo o recyklaci kovů a bylo podané zajímavou formou, takže přesto, že doma třídíme základní věci jako papír, sklo a plast, tak mě to donutilo zapřemýšlet nad recyklací dalších materiálů.

Den 2.

Kolik času jsi dnes strávil/a u videí na YT?

Asi hodinu a půl

Na jaký druh videa jsi dnes koukal/a?

Reakční videa – youtubeři reagovali na dalšího influencera, který nedodržuj vládní nařízení spojená s koronavirem a dává tak špatný příklad svým sledujících a neuzná nechce přiznat svou chybu

Z jakého důvodu jsi koukal/a právě na toto video?

O videích se hodně diskutovalo, pořád mi vyjížděly v nabídce na hlavní stránce

Jaké pocity jsi měl/a při sledování toto videa?

Celá situace mě naštvala

Ovlivnilo to tvůj názor na něco?

Souhlasím s názorem reakčních youtuberů, že známí lidé by si měli dávat pozor na to, jak se prezentují a pokud něco udělají špatně měli by přiznat chybu místo toho, aby se vymlouvali a sváděli vinu na ostatní

Motivovalo tě to k něčemu?

Nevěnovat pozornost lidem, kteří za to nestojí :D

Den 3.

Kolik času jsi dnes strávil/a u videí na YT?

Dvě hodiny

Na jaký druh videa jsi dnes koukal/a?

Vlogy, tipy na filmy a seriály

Z jakého důvodu jsi koukal/a právě na toto video?

Nudila jsem se, prokrastinace

Jaké pocity jsi měl/a při sledování toto videa?

Fajn, byly to relaxační videa

Ovlivnilo to tvůj názor na něco?

Ne

Motivovalo tě to k něčemu?

Příliš ne. Pouze jsem si videami krátila dlouho chvíli. Jedno video mi dalo tipy na filmy, které bych chtěla vidět.

Den 4.

Kolik času jsi dnes strávil/a u videí na YT?

hodinu

Na jaký druh videa jsi dnes koukal/a?

naučné

Z jakého důvodu jsi koukal/a právě na toto video?

Hledala jsem nějaké věci k dějepisu a narazila tak na kanál zabývající se informacemi z historie

Jaké pocity jsi měl/a při sledování toto videa?

Dobré, zajímalo mě to

Ovlivnilo to tvůj názor na něco?

Ne, ale dozvěděla jsem se věci, které jsem předtím nevěděla

Motivovalo tě to k něčemu?

Sbírat a vyhledávat nové informace

Den 5.

Kolik času jsi dnes strávil/a u videí na YT?

Půl hodiny

Na jaký druh videa jsi dnes koukal/a?

Vlog

Z jakého důvodu jsi koukal/a právě na toto video?

Zaujala mě náhledovka a název videa

Jaké pocity jsi měl/a při sledování toto videa?

Fajn

Ovlivnilo to tvůj názor na něco?

Příliš ne

Motivovalo tě to k něčemu?

Moc ne, ale bylo zajímavé vidět, jak tráví den někdo jiný

Den 6.

Kolik času jsi dnes strávil/a u videí na YT?

Asi hodinu

Na jaký druh videa jsi dnes koukal/a?

Knižní video, sketch, vlog

Z jakého důvodu jsi koukal/a právě na toto video?

Krátila jsem si čas, zaujaly mě názvy videí

Jaké pocity jsi měl/a při sledování toto videa?

Dobré, pozitivní, pobavila jsem se

Ovlivnilo to tvůj názor na něco?

Přemýšlela jsem, jak lépe využít čas a neflákat se u počítače :D

Motivovalo tě to k něčemu?

Koupit si novou knížku, uklidit si

Den 7.

Kolik času jsi dnes strávil/a u videí na YT?

Půl hodiny

Na jaký druh videa jsi dnes koukal/a?

Sketchbook tour

Z jakého důvodu jsi koukal/a právě na toto video?

Hledala jsem inspiraci

Jaké pocity jsi měl/a při sledování toto videa?

Fajn, inspirativní

Ovlivnilo to tvůj názor na něco?

Ne

Motivovalo tě to k něčemu?

Více se věnovat svým koníčkům, zkoušet něco nového

Den 8.

Kolik času jsi dnes strávil/a u videí na YT?

hodinu

Na jaký druh videa jsi dnes koukal/a?

Reakční video, cestovní vlog

Z jakého důvodu jsi koukal/a právě na toto video?

Youtube mi ho nabídlo a zaujalo mě

Jaké pocity jsi měl/a při sledování toto videa?

U reakčního videa jsem byla naštvaná na chování některých lidí, cestovní vlog byl super a bavil mě

Ovlivnilo to tvůj názor na něco?

Příliš ne

Motivovalo tě to k něčemu?

Koukat míň na reakční videa a snažit se víc cestovat až to půjde

Den 9.

Kolik času jsi dnes strávil/a u videí na YT?

Něco přes půl hodiny

Na jaký druh videa jsi dnes koukal/a?

Názorové video

Z jakého důvodu jsi koukal/a právě na toto video?

Koukala jsem na seriál a chtěla jsem vědět jaký názor na něj má někdo jiný

Jaké pocity jsi měl/a při sledování toto videa?

Fajn

Ovlivnilo to tvůj názor na něco?

Ne

Motivovalo tě to k něčemu?

Našla jsem tipy na další podobné seriály

Den 10.

Kolik času jsi dnes strávil/a u videí na YT?

2 hodiny

Na jaký druh videa jsi dnes koukal/a?

Vlogy, hauly

Z jakého důvodu jsi koukal/a právě na toto video?

Vydali je moji oblíbení tvůrci

Jaké pocity jsi měl/a při sledování toto videa?

Super, udělali mi radost

Ovlivnilo to tvůj názor na něco?

Zajímalo mě, jak fungují jedny akvarelové fixy a zda stojí za to si je koupit, takže mi jedno video pomohlo v rozhodování

Motivovalo tě to k něčemu?

V jednom vlogu si youtuber půjčil pejska z útulku na procházku a přišlo mi to jako fajn nápad

Koupit si produkt, nad kterým jsem uvažovala

Příloha č. 2

Informovaný souhlas účastníka výzkumu:

Vážený pane, vážená paní,

v souladu se zásadami etické realizace výzkumu[55] Vás žádám o souhlas s Vaší účastí ve výzkumném projektu v rámci bakalářské práce.

Jmenuji se Markéta Nahodilová a jsem studentkou Pedagogické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Píši bakalářskou práci na téma Youtubeři a jejich místo v životě dětí a dospívajících a ráda bych Vás poprosila o spolupráci.

Proto bych zeptala, zda souhlasíte s tím, aby mi Vaše dcera/Váš syn byl/a nápomocen/a při výzkumu k mojí bakalářské práci. Cílem výzkumu je zjistit a popsat, jakou roli v životě dětí a dospívajících youtubeři mají.

Pro tento výzkum bych využila tzv. metodu „diary research“, což je kvalitativní výzkum, který spočívá ve vyplňování deníků.

Všechny údaje budou použity výhradně pro účely této bakalářské práce a všechny odpovědi budou zpracovány anonymně.

Pokud máte nějaké dotazy, můžete mě kontaktovat na email:

Nahodilova-Marketa@seznam.cz

[55] Všeobecnou deklarací lidských práv, nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 2016/679 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů a o zrušení směrnice 95/46/ES (obecné nařízení o ochraně osobních údajů) a dalšími obecně závaznými právními předpisy *(jimiž jsou zejména Helsinská deklarace přijatá 18. Světovým zdravotnickým shromážděním v roce 1964, ve znění pozdějších změn (Fortaleza, Brazílie, 2013), zákon č. 372/2011 Sb., o zdravotních službách a podmínkách jejich poskytování (zákon o zdravotních službách), ve znění pozdějších předpisů, zejména ustanovení jeho § 28 odst. 1, a Úmluva na ochranu lidských práv a důstojnosti lidské bytosti v souvislosti s aplikací biologie a medicíny: Úmluva o lidských právech a biomedicíně publikované pod č. 96/2001 Sb. m. s., jsou-li aplikovatelné).*

Prohlášení a souhlas účastníků s jejich zapojením do výzkumu:

Prohlašuji a svým níže uvedeným vlastnoručním podpisem potvrzuji, že dobrovolně souhlasím s účastí ve výše uvedeném projektu a že jsem měl/a možnost si řádně a v dostatečném čase zvážit všechny relevantní informace o výzkumu, zeptat se na vše podstatné týkající se účasti ve výzkumu a že jsem dostal/a jasné a srozumitelné odpovědi na své dotazy. Byl/a jsem poučen/a o právu odmítnout účast ve výzkumném projektu nebo svůj souhlas kdykoli odvolat bez represí resp. mého dítěte.

Jméno a příjmení účastníka:……

Podpis účastníka: ……

(Uveďte v případě, že je účastník výzkumu mladší 18 let:)

Jméno a příjmení zákonného zástupce: ……

Podpis zákonného zástupce:……