

Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci

Katedra žurnalistiky

**Facebook jako neoficiální kratochvíle dětí:
kvalitativní výzkum dětských uživatelů a
uživatelék sociální sítě Facebook**

Facebook as an Unofficial Amusement of Children:
Qualitative research of children's users of social network Facebook

Magisterská diplomová práce

Bc. Alena Hesová

Vedoucí práce: Mgr. Zdeněk Sloboda

Olomouc 2016

Čestné prohlášení:

Prohlašuji, že jsem tuto magisterskou diplomovou práci vypracovala samostatně na základě literatury a dalších zdrojů uvedených v kapitole. Seznam literatury a dalších zdrojů. Přesný počet znaků v práci (včetně mezer, bez příloh, seznamu literatury a poznámek pod čarou) je 282 744.

V Olomouci dne

.....

Alena Hesová

Poděkování:

Ráda bych poděkovala všem, kteří se byť tím nejmenším dílem zasloužili o to, aby tato diplomová práce vznikla. Ten největší dík patří Mgr. Zdeňku Slobodovi, který mi i přes svou vytíženost dokázal poradit a ve chvílích nejtěžších mě uklidnil.

Velký vděk také musím adresovat všem respondentům a respondentkám, že si na mě udělali čas, a jejich rodičům, kteří jim dovolili se do výzkumu pro diplomovou práci zapojit. A zejména mé neteři, která mi myšlenku na téma práce vnukla a sama se stala informantkou.

Poděkování si zaslouží mí rodiče, kteří věřili, že práci dopíšu, a hlavně moji prarodiče, ti mě ve studiu podporovali od mého nástupu do 1. třídy. Bez nich bych to nikdy nedotáhla do konce.

Díky také všem mým spolubydlícím, kteří se mnou v těžkých diplomkových chvílích vydrželi. A nezanedbatelné poděkování patří i mému šéfovi Martinu Dostálovi, že měl pro mé diplomové bádání pochopení. Zapomenout nesmím ani na ty, kteří měli pochybnosti o tom, že s plným pracovním úvazkem dokážu diplomovou práci dopsat, i ti mě hnali vpřed.

A díky také Rádiu Rubi, jehož vysílání mi bylo společníkem při psaní značné části celé práce.

Abstrakt:

Tato magisterská diplomová práce se zabývá užíváním Facebooku českými dětmi od 9 do 12 let, které oficiálně nemají facebookový profil vlastnit. Tato problematika je zkoumána kvalitativně prostřednictvím polostrukturovaných rozhovorů s deseti dětmi v určeném věku. Všechny tyto rozhovory zůstávají anonymní a byly provedeny se souhlasem rodičů respondentů a respondentek. Práce se zaměřuje zejména na to, proč a jak děti Facebook užívají. Dílčí zjištění jsou orientována na první činnosti dětí na Facebooku, na způsoby sebe prezentace, struktura aktivit, charakteristiku přátelství na Facebooku a také oblast mediální výchovy ve vztahu k této sociální síti.

Klíčová slova:

Facebook, sociální sítě, děti, sebe prezentace, rizika na sociálních sítích, Goffman, dospívání, mediální výchova, kvalitativní výzkum, polostrukturované rozhovory

Abstract:

This master thesis deals with the usage of Facebook by Czech children, aged 9-10 years, who should not have a Facebook account. The research was done qualitatively by semi-structured interviews with ten children at the chosen age. All these interviews are anonymous and the parents gave a permission to the research. The thesis focuses on the children's reasons and the ways of usage of Facebook. This research deals with first activities of children on Facebook, on the ways of self-presentation, on the structure of activities, on the characteristics of friendship on Facebook and on the media education in relation to this social network.

Key words:

Facebook, social network, children, self-presentation, social networks risks, Goffman, adolescence, media education, qualitative research, semi-structured interviews

Obsah:

1. Úvod.....	7
2. Vymezení tématu, problému, cíle a výzkumných otázek.....	9
3. Představení pojmů a teorií	10
3.1. Sociální sítě	10
3.2. Facebook	14
3.3. Sebe prezentace	16
3.3.1. Goffman a dramaturgická sociologie	17
3.3.2. Pojmy související se sebe prezentací	19
3.1.3. Sebe prezentace na sociálních sítích	20
4. Děti a dospívání v kontextu internetu a sociálních sítí	25
4.1. Děti ve středním školním věku a v období adolescence	25
4.2. Identita, sebepojetí, sebe prezentace a sebehodnocení dětí.....	27
4.3. Děti a internet, děti a sociální sítě	30
4.3.1. Aktivity dětí na internetu a na sociálních sítích	32
4.3.2. Limity související s internetem a sociálními sítěmi	35
4.4. Mediálně-výchovná perspektiva	38
5. Tematizace a realizované výzkumy	42
5.1. Stručný popis stěžejních využitých výzkumů	43
5.2. Užívání sociálních sítí	44
5.3. Identita a sebe prezentace na sociálních sítích	47
5.4. Rizika na sociálních sítích.....	49
5.5. Rodičovská kontrola a internet, sociální sítě.....	52
6. Metodika	55
6.1. Kvalitativní výzkum	55
6.2. Zvolená metoda a technika výzkumu	57
6.2.1. Poučený souhlas a protokol rozhovoru	58
6.3. Výzkumný vzorek	59
6.4. Kroky před samotnou analýzou dat: transkripce a deskripce.....	60

6.5. Postup při analýze dat: fenomenologická interpretace a etnografický přístup.....	62
7. Výzkumná část.....	64
7.1. Charakteristika respondentů a respondentek.....	65
7.1.1. Kateřina (11 let)	65
7.1.2. Daniela (12 let).....	65
7.2.3. Zuzana (12 let)	66
7.2.4. Erika (10 let).....	66
7.2.5. Matilda (12 let).....	67
7.2.6. Pavel (11 let)	67
7.2.7. Sebastián (12 let).....	68
7.2.8. Štěpán (10 let)	68
7.2.9. Ondřej (13 let).....	68
7.2.10. Natálie (12 let).....	69
7.2. Sebereflexe	69
7.4. Analýza dat.....	70
7.4.1. Počátky na Facebooku.....	71
7.4.2. Aktivity na Facebooku	76
7.4.3. Sebeprezentace na Facebooku.....	86
7.4.4. Přátelství a uživatelství Facebooku	95
7.4.5. Mediální výchova, rizika a Facebook	100
8. Shrnutí a triangulace výsledků	109
9. Závěr.....	114
10. Literatura a zdroje	117
11. Seznam příloh a tabulek	121
11.1. Přílohy	121
11.2. Seznam tabulek, grafů a obrázků	126

1. Úvod

U rodinné štědrovečerní večeře se mnou na Vánoce zasedla kromě dalších členů mé rodiny moje tehdy jedenáctiletá neteř. Na stůl vedle ubrousku si odložila mobilní telefon. „Sedmnáctkrát,“ oznámila jsem po jídle. „Sedmnáctkrát jsi vzala svůj smartphone do ruky. Co jsi dělala?“ otázala jsem se. „Byla jsem na fejsu,“ odpověděla. „Proč?“ zeptala jsem se. Moje neteř pokrčila rameny a telefon odložila, tušila, že pod stromečkem najde nový, lepší.

Právě tento zážitek mě přivedl k myšlence zabývat se v předkládané diplomové práci problematikou v Česku bezkonkurenčně nejužívanější sociální sítě Facebook (viz níže) a nemalou součástí jejích uživatelů a uživatelky, dětí mladších třinácti let, které by ještě podle uživatelských pravidel Facebooku neměly mít založený profil. Rozhodla jsem se soustředit na to, jak a proč Facebook užívají.

Zajímalo mě, co vede tuto mladou a zranitelnou generaci k tomu, aby fungovala jako networkerka, sdílela, komentovala, lajkovala, messengerovala. Chtěla jsem zjistit, zda Facebook dokázal něčím specifickým přilákat pozornost dětí, zda je přitahuje takzvaně zakázané ovoce, jak se v průběhu užívání mění jejich vztah k Facebooku, co a hlavně proč je na této sociální síti zajímavá, jak Facebook užívají, jak samy sebe v daném prostředí prezentují a jak hodnotí další uživatele a uživatelky svého věku.

Kromě sebezprezentační a motivační úrovně náhledu na problematiku jsem se rozhodla zaměřit i na spektrum aktivit dětí mladších 13 let na této sociální síti, četnost, účel a formu jeho využití. Důležitý faktor při rozklíčování chování dětí jakožto uživatelů a uživatelky sociální sítě Facebook je také oblast mediální výchovy, a to zejména ze strany rodičů, ale také školy. S tím úzce souvisí skutečnost, že v online prostředí internetu obecně hrozí všem uživatelům a uživatelkám celá řada rizik, děti jsou však ohrožené vzhledem ke své zranitelnosti, věku a intelektové úrovni významněji.

Protože fenomén sociálních sítí je poměrně novým, také oblast jeho vědeckého výzkumu je prozatím značně otevřená a již uskutečněných výzkumných šetření kvantitativního i kvalitativního charakteru na vyšší úrovni tedy není příliš, především pak v kontextu věkové skupiny, na nichž jsem se rozhodla soustředit. Přesto se několik studií uskutečnilo a jejich výsledky budou v práci zohledněny a staly se rovněž klíčovými pro stanovování oblastí, na které se můj výzkum soustředí.

Podrobné výsledky na téma neoficiálních dětských uživatelů a uživatelky Facebooku nejsou k dispozici, což významně ovlivňuje zvolenou metodiku výzkumu. Přestože by bylo možné některé hypotézy na základě již existujících šetření stanovit, rozhodla jsem se pro

kvalitativní výzkum založený na polostrukturovaných rozhovorech. Tuto formu výzkumného nástroje považuji za nejprínosnější vzhledem k vymezenému problému a cíli magisterské diplomové práce. Z hlediska výběru vzorku se pak v souvislosti s cílovou skupinou nabízí metoda sněhové koule, protože respondenti a respondentky ve věku od deseti do dvanácti let užívající Facebook se nejlépe hledají mezi sebou, neboť jsou skrze sociální síť propojeni. Analýzu hodlám založit na fenomenologické a částečně i etnografické tradici výzkumu, a to protože cílem práce je snaha vcítit se do informantů a informantek a porozumět tak zkoumanému problému a zároveň se v tomto případě soustřeďuje výzkum na určitou specifickou skupinu.

Nejprve je třeba si definovat zásadní pojmy, které zkoumanou problematiku prostupují. Jedná se například o termíny sociální síť, Facebook, sebeprezentace, ale také bude nutné se zaměřit na oblast psychologickou, která mapuje dospívání dětí a specifika tohoto procesu v různém věku. Kromě toho bude pozornost soustředěna na mediální výchovu a její základní charakteristiky, jakými jsou například výchovné styly.

Aby bylo možné přinést nové relevantní výsledky, musí být dostatečně hloubkově provedena rešerše daného fenoménu. Vzhledem k absenci výzkumů zabývajícím se konkrétní sociální sítí a věkovou kategorií užívajících, bude nutné tematizaci pojmut širším způsobem, tedy přínosný může být například výzkum zabývajícím se starší věkovou skupinou používající Facebook a podobně. Stejně tak může jít o klíčový výzkum EU Kids Online, který mapuje nejen české děti v prostředí internetu, ale obecně dívky a chlapce z celé Evropské unie, přičemž je jasné, že i daná země má na užívání internetu i konkrétně sociálních sítí nezanedbatelný vliv. Stejně tomu je například, co se týče mediálně-výchovných přístupů rodičů a školy.

Celkově bude uskutečněno deset rozhovorů s dětmi ve věku od 10 do 12 let, které jsou aktivními uživateli a uživatelkami Facebooku, tedy jakoukoli činností spojenou s Facebookem věnují nejméně dvě hodiny týdně, či to tak v nedávné minulosti bylo. Respondenti a respondentky budou dotazováni na výše uvedené aspekty, tedy motivaci, rizika, mediální výchovu, sebeprezentaci atd.

Výsledky získané analýzou dat v programu Atlas.ti budou porovnány se zásadními zjištěními dříve realizovaných výzkumů, jež jsou zahrnuty v předvýzkumné části této diplomové práce.

2. Vymezení tématu, problému, cíle a výzkumných otázek

Zásadním tématem, kterému se diplomová práce věnuje, je problematika sociální sítě Facebook a jejích dětských uživatelů a uživatelek, kteří na ní mají založený profil, jež aktivně užívají. Problém, na který se výzkum realizovaný prostřednictvím kvalitativních, polostrukturovaných rozhovorů soustředí, je užívání Facebooku dětmi ve věku od 9 do 12 let včetně, tedy těch, které by jej neměly dle platných pravidel této sociální sítě užívat, poněvadž ta stanovují minimální věkovou hranici pro založení účtu na 13 let.

Hlavní výzkumná otázka zní „*Jak a proč děti ve věku od deseti do dvanácti let využívají sociální síť Facebook?*“. Na základě odpovědi na tuto otázku bude dosaženo cíle magisterské diplomové práce. Ten popíše aktivity na Facebooku, důvody jeho zřízení, čas strávený na sociální síti, roli Facebooku v životě dětí, to, jak skrze svůj profil a příspěvky konstruuji svou osobnost, respektive jak probíhá jejich sebe prezentace. V této oblasti se stávají klíčovými následující výzkumné podotázky:

- Jakou roli má Facebook v životě dětí?
- Jakou roli má Facebook v kontextu vrstevnické skupiny a v rodině participantů/ek výzkumu?
- Jak probíhá seberealizace a sebe prezentace dětí na Facebooku?
- Kolik času tráví děti na Facebooku a jakou část tohoto času věnují jednotlivým činnostem?
- Co a proč děti na Facebooku zveřejňují (texty, fotografie, videa aj.)?
- Jak využívají děti Facebook ke svému vzdělávání?

Značná pozornost se také soustředí na případná rizika při užívání sociální sítě, protože právě na rizika je v souvislosti s Facebookem často upozorňováno. Zájem se zaměří také na zkušenosti, které v této souvislosti informanti a informantky již zaznamenali nebo kterých jsou si vědomi. Prostor bude věnován rovněž mediální výchově ze strany rodičů i školy vzhledem k užívání Facebooku jejich dětmi, a to z pohledu dotazovaných dětí. Pro tuto problematiku poslouží níže uvedené dílčí výzkumné otázky.

- Jak děti zpětně (kriticky) reflektují své činnosti a věk ve vztahu k Facebooku?
- Jaké nevýhody, případně nebezpečí děti vnímají, zažily při užívání Facebooku?
- Jaká mají děti ze strany rodičů pravidla užívání Facebooku?

3. Představení pojmů a teorií

Vzhledem k výše vymezeným cílům diplomové práce je třeba si vyjasnit některé základní pojmy, se kterými bude práce operovat. Zejména se jedná o pojetí konceptu sociálních sítí. Je záhodno říct, že by bylo možné začít od definování nových médií jako takových, to však považuji za příliš obecný pojem, jehož vymezení není nutné k dosažení požadovaných cílů.

Jelikož v případě sociálních sítí a konkrétně Facebooku, na něž je pozornost vztažena nejvíce, jde o poměrně nové fenomény, ani jejich teoretická východiska nejsou příliš hluboce ukotvena. Navíc je nutno brát v potaz skutečnost, že v této oblasti dochází prakticky dennodenně k proměnám, které teoretici vždy reflektují až s časovým odstupem.

Poněvadž primárním úkolem diplomové práce je zjistit, jak a proč děti, které dle pravidel nemají mít účet na Facebooku, tuto sociální síť užívají, bude značná pozornost věnována problematice sebe prezentace a termínům s ní se pojících. A to protože děti pravděpodobně svou prezentaci uzpůsobují obcházení věkové hranice a zůstává otázkou, do jaké míry je sebe prezentace ovlivněna prostředím sociální sítě. V souvislosti se sociálními sítěmi se v této oblasti aplikuje Goffmanova dramaturgická sociologie.

3.1. Sociální sítě

Sociální sítě jsou fenoménem, kterému umožnila vznik tzv. nová média. Nová média plně využívají technologii, která je založena na počítačovém principu, jenž se transformoval postupem času i do původně ne typicky počítačových zařízení jako například mobilního telefonu, respektive smartphonu.

Existuje několik charakteristik, které jsou novým médiím připisovány a které platí i pro sociální sítě. Uvádí je například Pavlíček (2007), Manovich (2002) nebo Freedman (2006). Je vhodné jmenovat například číselnou reprezentaci, komunikativnost či globalitu. Často je uváděna charakteristika interaktivity, kde ale například Freedman (2006) naopak hovoří o tzv. interpasivitě, jejímž typickým příkladem může být na sociální síti Facebook „lajkování“ příspěvků nebo sledování obsahů, avšak uživatel/ka ve skutečnosti k tématu nemá žádný vztah a odezva nepřichází.

O samotném prostupování nových médií do běžného sociálního života lidí píše například Castells (2001) nebo Macek (2009). A právě sociální sítě, které ono „sociálně“ obsahují už ve svém názvu, jsou typickým příkladem. Jejich původním záměrem totiž bylo plnit

v internetovém prostředí sociální funkci. Wellman (1996) vymezuje sociální síť jako synchronní a asynchronní. Asynchronní umožňují komunikaci na velké vzdálenosti.

Ucelený pohled na sociální síť nabízí boyd a Ellison. Ty definují sociální síť jako na webovém principu založenou službu, která dovoluje svým uživatelům a uživatelkám, aby:

- a) si vytvářeli veřejné nebo poloveřejné profily v určitém ohraničeném systému
- b) vytváří seznam ostatních uživatelů, se kterými jsou ve spojení
- c) prohlížet si a procházet si své vlastní seznamy kontaktů a ty, kteří si vytvořili jiní uživatelé, uživatelky v systému (2007: 211)

Kamil Kopecký (2015: 3) definuje některé vlastnosti sociálních sítí, mezi které patří skutečnosti, že:

- a) obsah sociálních sítí vytváří sami uživatelé a uživatelky
- b) umožňují vytvářet sociální vazby
- c) obsahují velké množství osobních a citlivých informací, které o sobě zveřejňují a šíří sami uživatelé
- d) podporují jednoduché a efektivní sdílení informací.

S alternativním vymezením sociálních sítí přichází Knoke a Yang (2008), v jejich pojetí je sociální síť struktura složená ze sady herců (v angl. *actors*)¹, někteří jsou spojeni sadou jednoho nebo i více vztahů, přitom hercem může být kdokoli – individua, formální i neformální kolektivy ad.

Přitom primárně není cílem sociálních sítí, aby se na nich lidé setkávali s cizími, ale naopak, aby tu sociální kontakty činili ještě viditelnějšími, tedy udržovali a prohlubovali kontakty již existující. Pakliže jde o vytváření přátelských sítí, tak většinou vytváří ti, kteří sociální síť užívají, tyto síť s lidmi, které nějakým způsobem již znají ze svého offline života, do této kategorie spadá i Facebook.

Tato charakteristika odděluje sociální síť od předchozích způsobů počítačem mediované komunikace. Díky tomu se také staly sociální síť poměrně pevnou součástí života mnoha lidí. S tím souvisí dva základní způsoby sociálních kontaktů na sociálních sítí, a to navazování kontaktů nových – s lidmi, které uživatelé a uživatelky neznají z běžného sociálního života, a udržování kontaktů s lidmi, s nimiž se v běžném sociálním životě již znají. Nové kontakty boyd a Ellison označují jako „*networking*“, zatímco prohlubování již vzniklých vazeb jako „*network*“. Toto dělení podrobil kritice Beer (2008), který považuje zobecňování v oblasti sociálních sítí za problematické a spíše propaguje v této oblasti diferenciaci. Obává se, že

¹ Srov. Papacharissi (2010) – Goffmanovo divadlo.

při vymezení sociálních sítí dle Boyd a Ellison, není možné sítě pojímat analyticky. Nesouhlasí rovněž s rozdělováním přátel na offline a online a navrhuje spíše zabývat se tím, jak se koncept přátelství obecně proměňuje pod vlivem nových technologií, do kterých patří i sociální sítě. (Beer 2008: 518-520)

Vznikající vztahy na sociální sítě mohou být také vnímány jako druhy kontaktů, spojení nebo svazků mezi párem herců nebo dyád. Vztahy lze režirovat, to znamená, že jeden herec iniciuje a druhý přijímá, ale nemusí být vždy režirovány, pakliže nejsou, fungují na reciprocitě. Reciproční vztah trvá pouze po dobu, během které oba herci svůj vztah udržují (Knoke – Yang 2008: 8).

Sociální sítě je možné pojímat univerzálně, sem by se řadil Facebook, případně cílí na určitou skupinu jako LinkedIn.

Profily, profilové stránky umožňují vytvořit každému jeho vlastní osobnost, často na základě odpovědí na otázky, které jsou systémem sociální sítě přednastaveny. Ty mohou mít nejrůznější charakter od otázek osobních a identifikačních jako například „Kde žijete?“, přes otázky týkající se koníčků či trávení volného času „Jaký je váš oblíbený film?“²

Další důležitou otázkou, kterou se Boyd a Ellison zabývají, je viditelnost profilu. Některé sociální sítě umožňují vyhledat a prohlížet si profil kohokoli a nelze nechat svůj obsah „zneviditelnit“ – jmenovitě například Friendster; jiné naopak nabízí zneviditelnění profilových informací, vložených obsahů apod., což je příklad Facebooku. (2007: 211-213) Viditelnost profilu a jeho obsahu má pak vliv i další oblasti – zda mohou lidé mimo seznam kontaktů obsah komentovat, jestli může uživatel/ka vidět, kdo jeho/její profil navštívil atd.

Historicky lze mezi sociální sítě řadit zpětně například i ICQ (I Seek You), které sloužilo původně pouze jako chatovací software a dnes jako typická sociální síť vnímáno není. Stejně tomu je u internetových seznámek, kde lidé zakládají svoje profily. Právě u seznámek vidí počátky sociálních sítí například Coenen (2006). Některé internetové seznamky se naopak postupně částečně transformovaly spíše na sociální sítě, v českém prostředí lze zmínit Líbímseti.cz nebo Lidé.cz, případně Spolužáci.cz.

Obecně začala postupně slábnout myšlenka, která stála u zrodu sociálních sítí – tedy sdružování určité skupiny, kterou něco (např. koníček, fanouškovství apod.) spojuje. Vznikly sítě napříč různými zájmy, skupinami, státy a kontinenty. A to předznamenalo počátek vzniku online komunity. Vše postupovala větší globálností. Podle Coenena (2006) je důvod vzniku sociálních sítí ten, že bylo problematické rozeznat v internetovém prostředí „skutečnou“

² Podobné osobnostní vymezení se pak může stát obchodovatelnou komoditou, kdy je možné nabízet konkrétním uživatelům a uživatelkám specifický typ obsahu a zejména reklamy.

identitu člověka. Podle něj se sociální sítě rychle rozšířily a lidé si začali vytvářet online sociální identitu.

V souvislosti se sdružováním skupin s určitým zájmem rozděluje sociální sítě Rogrigues (2010: 239) do dvou hlavních tříd, a to na tzv. **obecné** (*general*) a na **specializované** stránky (*niche*). Obecné sociální sítě nabízí různé služby a možnosti, uživatelé a uživatelky mohou mít profilovou stránku, která je přístupná ostatním v síti, její součástí mohou být kontaktní informace, obrázky/fotky, seznamy přátel, uveřejňování statusů o aktivitách. Do této kategorie spadá Facebook. Specializované sociální sítě také poskytují funkce sociálních sítí, ale ne všechny dohromady, nýbrž pouze jednotlivé. Jde například o LinkedIn. Boyd a Ellison (2007) vyčleňují i **exkluzivní**, elitní sociální sítě, jejichž uživatelé a uživatelky musí naplňovat jistá kritéria a standardy. Coenen (2006) rozlišuje různé aspekty vytváření sítě kontaktů na sociálních sítích, s čímž souvisí i zdůrazňování jiných aspektů osobnosti uživatele, uživatelky. Jedním z aspektů může být budování sítě vztahů pracovního charakteru, přátelsky orientované sítě atp.

Co se týče pozitiv a naopak negativ sociálních sítí, některé jmenuje Kopecký (2015: 3). Mezi pozitivní aspekty řadí umožnění navazovat mezilidské kontakty, sociální sítě mohou sloužit jako nástroj pro překonání sociální izolace, umožňují realizovat reklamu s přesným cílením na cílovou skupinu³, jsou zdrojem poučení a zábavy. V kontrastu s tím zmiňuje autor negativa jako to, že sociální sítě obsahují velké množství zneužitelných osobních údajů, ve vztahu přímo k dětem upozorňuje, že sociální sítě mohou být zneužity pro sexuální útoky na děti, dále umožňují rychlou a anonymní realizaci kyberšikany či kyberstalkingu.

Tabulka č. 1: Přehled některých sociálních sítí (vyjma Facebook)

Sociální síť	Charakteristika sociální sítě
Twitter	Vznikla v roce 2006. Mikroblog, který umožňuje uživatelům zveřejňovat zprávy (tweets) o délce 140 znaků. Původně sloužil k interní komunikaci zaměstnanců společnosti Twitter. V roce 2015 měl 320 milionů aktivních uživatelů a uživatelky měsíčně. Přístupný je od 13 let.
Instagram	Vznikla v roce 2010. Sociální síť využívaná zejména jako aplikace pro chytré mobilní telefony či tablety. Umožňuje lidem pořít a sdílet fotografie, upravovat je. Případně sdílet krátká videa. V prosinci 2015 měl přes 300 milionů uživatelů a uživatelky. Přístupný je od 13 let.
Google+	Vznikla v roce 2011. Umožňuje kromě sdílení příspěvků detailnější rozdělení okruhu sledujících, lze třídit témata, chatovat, hrát hry, telefonovat,

³ Zde je třeba zdůraznit, že není jasné, že se jedná o pozitivum ve vztahu k uživatelům a uživatelkám, ale spíše o účinný nástroj pro inzerci.

	chatovat. V roce 2015 měl přes 2 miliardy uživatelů a uživatelék. Přístupný je od 13 let.
Myspace	Vznikla v roce 2003. Původně byla zaměřena univerzálně, aktuálně se soustřeďuje zejména na hudební témata. Umožňuje vytvářet playlisty, rádia Přístupná je od 14 let.
LinkedIn	Vznikla v roce 2003. Jedná se o sociální síť, která je založená na profesním hledisku. Uživatelé a uživatelky se soustřeďují na kariérní stránky života, pomáhá při hledání práce. Přístupná je v ČR od 13 let.
Lidé.cz	Vznikla v roce 1997. Sociální síť sloužící především k seznamování uživatelů a uživatelék, mohou si vytvářet profily, komunikovat. Přístupný je od 13 let.
Líbímseti.cz	Vznikl v roce 2002. Síť využívají lidé zejména k seznamování, mohou upravovat profil, chatovat, využít video chat, blog apod. Přístupný je od 13 let.

3.2. Facebook

Sociální síť Facebook začala fungovat 4. února 2004. Jejím hlavním zakladatelem, který ji uvedl do provozu pod názvem The Facebook byl student Harvardské univerzity Mark Zuckerberg⁴. Původně měl sloužit výhradně studentům a studentkám této univerzity. Facebook tedy v počátcích sdružoval niche publikum.

Později se Facebook začal šířit i na další americké univerzity, přesto přihlášení vyžadovalo univerzitní e-mailovou adresu. V září 2005 zmizelo z názvu „The“, kromě vysokoškoláků a vysokoškolaček ho začali užívat i středoškoláci a středoškolačky a zanedlouho potom i další lidé mimo vzdělávací sektor. (Boyd – Ellison 2007: 218) Nejprve se na něj registrují zaměstnanci a zaměstnankyně velkých společností. Vzápětí se stává jediným kritériem registrace funkční e-mailová adresa a splnění věkové hranice 13 let. Existuje seznam podmínek, které se registrovaný/á zavazuje dodržovat – například platí zákaz vytváření účtu pro někoho jiného, jsou nastavena pravidla, respektive omezení zveřejňovaného obsahu ad.⁵

Popularita Facebooku rostla velmi rychle, od prosince 2004 do prosince 2005 vystoupal počet lidí s profilem z jednoho milionu na šest a číslo stále narůstalo až na více než bilion účtů v roce 2012. Aktivních uživatelů a uživatelék bylo v březnu 2015 denně 936 milionů, měsíčně 1,44 bilionů. Postupně vznikla facebooková mobilní aplikace, měnily se vzhledy stránky a vznikaly nové služby, aplikace. Facebook jako společnost má přes 10 tisíc zaměstnanců a zaměstnankyň po celém světě, jeho pobočky sídlí ve 14 městech USA, ve 34 městech po celém světě (Newsroom. Company Info. Timeline. 2015).

⁴ Ohledně vzniku téhle sociální sítě, spolupráce Zuckerberga s dalšími lidmi, milostné zápletky, která se s jeho vznikem pojí, bylo napsáno spousta článků, dokonce vznikl film. Podrobnosti jsou však vzhledem k tématu práce irrelevantní.

⁵ vice viz Prohlášení o pravidlech a povinnostech, <http://www.facebook.com/legal/terms>

Mottem Facebooku je: „*dát lidem možnost sdílet a dělat svět otevřenějším a propojenějším. Lidé užívají Facebook, aby zůstali ve spojení s přáteli a rodinou, věděli, co se děje ve světě, sdíleli a vyjadřovali, na čem jim záleží*“ (Newsroom. Company Info. Timeline. 2015). Facebook se stal jednou z nejvyužívanějších sociálních sítí, v některých zemích je preferovanější Twitter, ale například v Česku více lidí využívá Facebook⁶. V roce 2015 měl Facebook v Česku zhruba 4,2 milionu uživatelů a uživatelky.⁷

Po založení profilu nabízí Facebook nejrozličnější nastavení. Mezi nimi také správu soukromí. Lze upravovat to, kdo může uživatele, uživatku kontaktovat, kdo uvidí příspěvky, kdo může profil vyhledat atp. Nyní je možné nastavovat i viditelnost jednotlivých příspěvků, a to skrze jakousi filtraci „přátel“. Toto označení se užívá pro okruh uživatelů a uživatelky, které jsou propojeni s profilem a vytváří jakousi pomyslnou síť. Lze je dále dělat na přátele a blízké a dle toho upravovat sledování jednotlivých příspěvků a stejně tak být upozorňován na nové příspěvky „blízkých“.

Osobní stránka profilu vytváří jakousi identitu, kterou je možné vyplňovat na několika úrovních od údajů velmi osobního charakteru, jako je bydliště, telefonní číslo, náboženské vyznání, sexuální orientace, partnerský stav, přes údaje o zaměstnání, vzdělání, jazykové znalosti, až pod relativně neškodné informace o oblíbených filmech, knihách, případně o jejich přečtení, zhlédnutí atd. Na základě těchto voleb pak Facebook nabízí stránky podobného charakteru, které by uživatele či uživatku doslova „mohly také zajímat“ (Boyd – Ellison 2007: 217). Profil může být doplňován fotografiemi, videi, na nich je možné označovat konkrétní osoby ze seznamu přátel. Tak se stává příspěvek viditelným i pro jejich okruh přátel.

Důležitou charakteristikou je profilová „zed“, která chronologicky zaznamenává většinu facebookových aktivit – zveřejněné příspěvky, statusy, fotky, videa, události ad. Zásadní je možnost vkládání „statusů“, které mohou být přidávány kdykoli, v jakékoli periodicitě, lze je sdílet, komentovat, ale i upravovat a mazat. Mohou být vkládány textovou formou, jako obrázek nebo video. Lze na nich také označovat jednotlivé osoby.

Dvěma podstatnými funkcemi Facebooku jsou „like“ (nebo také počestěle lajk či „to se mi líbí“) a „sdílet“. Lajk tlačítko umožňuje označit status, fotku, video či jakýkoli příspěvek, případně facebookovou stránku či skupinu, na kterých se sdružují lidé, jenž něčím zaujala. Může se jednat o fanouškovské stránky umělců a umělkyň, pořadů, sportovců a sportovkyň, knih, seriálů, politických stran, značek, organizací, koníčků, ale třeba i hesel, hlášek, jde přes

⁶ viz <http://www.mediaguru.cz/2014/12/mml-facebook-je-nejvetsi-siti-v-cesku-dvojkou-je-youtube/#.VUax5Pntmko>

⁷ Kopecký (2015: 4)

takové stránky nakupovat – užít je jako bazar apod. Tlačítkem Sdílet se šíří nejrůznější obsahy – statusy, fotografie, videa, články, odkazy apod. Další specifickou funkcí Facebooku je „šťouchnutí“, kdy je možné do ostatních doslova „šťouchnout“, přičemž toho šťouchnutí se jim objeví jako oznámení. Pravděpodobným účelem téhle funkce je upoutání pozornosti.

Facebook umožňuje posílat zprávy uživatelům, uživatelkám i vlastníkům jednotlivých stránek a skupin, pokud to mají v nastavení soukromí povoleno. Dále je možné využívat chatovou komunikaci, a to i s těmi, koho nemá uživatel/ka v seznamu přátel. Rozdíl je v tom, že nejde určit, zda jsou aktuálně připojení, tedy v postranním seznamu nesvítí u jejich jména zelená tečka.

Na Facebooku je možné hrát široké spektrum her, zakládat skupiny, do nichž může vstupovat kdokoli, případně je vstup omezený, skupina je utajovaná apod. Mohou tu být vytvářeny události, na které jsou zváni různí uživatelé, uživatelky.

Na Facebooku se vyskytuje celá škála *reklam*. Kromě bannerů na okrajích stránky nabízí k „olajkování“ Facebook různé stránky – tento druh reklam se zobrazuje přímo na zdi, je jako komerční sdělení označen. Vzhledem k tomu, že Facebook může shromažďovat poměrně velké množství dat o svých uživatelích a uživatelkách, může reklamu lépe cílit.

Z hlediska soukromí existuje možnost některé osoby blokovat – nemohou sledovat obsah konkrétní/ho uživatele, uživatelky. Obecně považuje Facebook vložení jakýchkoli informací (včetně příspěvků) za duševní vlastnictví, ovšem společnost s ním může nakládat, dokud nejsou vymazány, stejně tak jsou Facebooku k dispozici informace, které o konkrétní/m uživateli, uživatelce uveřejní ostatní, případně při jakékoli interakci s nějakou funkcí na této sociální síti. Z fotografií a videí může nakládat s údaji o jejich vzniku, místě ad., při hraní her.⁸

3.3. Sebeprezentace

Sebeprezentace je na každé sociální síti jedním ze zásadních faktorů při užívání. Úzce souvisí s hlavní výzkumnou otázkou, tedy jak děti ve zvolené věkové skupině užívají. Navíc je třeba zohlednit předpoklad, že vzhledem ke svému věku pod povolenou hranicí, lze předpokládat, že má tato skutečnost i vliv na to, jak se na Facebooku prezentují. Přičemž podstatná je prezentace širěji přístupná, nikoli při komunikaci chatové, která probíhá zejména mezi dvěma osobami, výjimečně skupinově.

⁸ Facebook. Zásady používání dat – Informace, které o vás získáváme. <http://www.facebook.com/about/privacy/your-info> (cit. 3. 5. 2015)

Lidé se se sebe prezentací setkávají v nejrůznějších sférách svého života. Goffman (1999) v tomto případě využívá *divadelních metafor*, aby nastínil, jak člověk svou identitu vytváří, přetváří, upravuje, jak se snaží působit na příjemce, čeho v těchto procesech využívá a varuje před možným nesouladem mezi záměrem herců a pochopením publika.

S tím, jak bude v konečném důsledku sebe prezentace jednotlivých lidí vypadat, a to v offline světě i na internetu, úzce souvisí to, jak sami sebe pojmají, tedy velmi obecně řečeno, jaké o sobě mají představy, a jak moc jsou ochotní se otevřít vnějšímu světu.

Jedinci se mohou sebe prezentovat v komunikaci tváří v tvář, ale také na skrze nová média. První zkušenost s prezentací mimo komunikaci tváří v tvář pochází například z dopisů, v nových médiích jde o e-mailovou komunikaci nebo chatování. To lze vztáhnout i na „život“, respektive sebe prezentaci, na sociálních sítích. Ty však vnesly do sebe prezentace nový rozměr. Lidé využívají předchozích způsobů, jak se na internetu prezentovat, tedy skrze chat, nejrůznější odkazy, obrázky či fotografie, které dříve posílali prostřednictvím mailů nebo jejich příloh. Na sociálních sítích však přichází několik zásadních změn.

Tou první je mnohem širší zásah sdělení. Například na Facebooku je možné skrze zeď vytvořit obraz identity, který je přístupný všem dalším uživatelům a uživatelkám, pakliže tato veřejnost profilu není omezena v nastavení zabezpečení. Další významnou změnou je možnost na Facebooku veškeré aspekty související se sebe prezentací snadno a velmi detailně upřesňovat, kupříkladu označením dalších osob, uvedením data nebo místa, kde k dané události došlo, dojde. Poslední, ale rozhodně ne nejméně významnou novinkou v utváření sebe prezentace na Facebooku je komplexnost vytváření svého obrazu. Komplexnost zahrnuje příspěvky, které se objeví na zdi, vyplnění osobních údajů, informací o zájmech či oblíbených knihách, hudbě nebo filmech, případně systém označování nejrůznějších stránek, skrze což se postupně komponuje celkový obraz majitele či majitelky účtu. Míra, do jaké lidé tyto údaje vyplňují, komu do nich nechají nahlédnout a také sám okruh vytvořených přátel, má na konečnou míru sebe prezentace nezanedbatelný vliv.

3.3.1. Goffman a dramaturgická sociologie

Erving Goffman připodobňuje to, jak se lidé navenek chovají, k **divadlu**. Využívá přitom také divadelních pojmů; používá pojmy *představení, fasáda, scéna, obecenstvo* neboli *publikum, jeviště*.

Podle něj mají snahu působit tak, aby v příjemcích vyvolávaly takový dojem, který chtějí. Autor však upozorňuje, že i když se jedinec ztotožňuje s tím, jak vystupuje, nejde o skutečnou

realitu. Naše představa o vlastní roli se nakonec stane druhou podstatou a nedílnou součástí naší povahy. Vstupujeme do světa jako jednotlivci, vytváříme svůj charakter a stáváme se osobnostmi. (Goffman 1999: 27) Někdy přitom může chtít člověk působit nějak konkrétně, záměrně na svoje obecnstvo.

Pojem *představení* pro Goffmana znamená veškerou činnost, kterou jednatel provádí v sobě, vyznačuje se jeho trvalou přítomností ve společnosti konkrétního souboru pozorovatelů a pozorovatelek a má na pozorovatele/ky nějaký vliv. Dalším jeho termínem je *fasáda*, kterou vysvětluje jako tu část představení, která pomáhá výkladu *obecnstvu*, respektive se jedná o výrazy, které jednatel používá. *Scénou*, nedílnou součástí fasády, rozumí kulisy a rekvizity, která patří do každého představení. (Goffman 1999: 29-30)

Osobní fasáda se pojí nejbližší s konkrétním účinkujícím, jmenovitě se jedná o věk nebo rasu, gestikulaci apod. Může docházet k rozdělení na vzhled a způsob vystupování. Pozorovatelé a pozorovatelky očekávají, že budou tyto dva aspekty v souladu. Fasáda sděluje zejména informace abstraktní a obecné. Konkrétním společenským rolím obvykle přísluší konkrétní fasády, ty vzbuzují stereotypní očekávání. To souvisí s určitým množstvím fasád, ze kterých je třeba si vybrat. (Goffman 1999: 32-34) Každý nemusí vidět mezi jednotlivými částmi fasády spojitosti, vnímat jejich soulad.

Zásadní je, že během svého vystoupení se snaží každý jedinec v interakci vyjádřit to, co chce sdělit, přenést na publikum svůj zamýšlený význam, tedy provádí řízení dojmů. Neustále hrají například slavní lidé, většinou to tedy umí i lépe. Jsou to herci a herečky, zpěváci a zpěvačky, sportovci a sportovkyně atp. Dokážou využít dramaturgii, což však nemusí zvládat za všech okolností všichni běžní jedinci.

Pokud jde o „představení“ ve skupinách, situace se trochu mění. Goffman (1999: 38) upozorňuje, že jednotliví členové a členky vkládají svou osobnost přednostně do některých úloh a na ostatní kladou podstatně menší důraz.

Jedním ze základních způsobů socializace je dle Goffmana to, že při předvádění určité úlohy jsou prostřednictvím fasády obecnstvu předkládána některá poněkud abstraktní tvrzení. Může za to fakt, že hraní je ovlivněno tím, jaká má společnost očekávání. Když jedinec předstoupí před ostatní, jeho představení bude zahrnovat společností oficiálně přijímané hodnoty. V konečném důsledku může dojít k představení idealizovaných obrazů. (1999: 39-40)

Někdy mají jednotlivci pocit, že úloha, kterou sehrávají, je jejich jedinou nebo nejdůležitější. Obecnstvo představení vnímá jako vyčerpávající zobrazení charakteru. Jedinci se snaží, aby jejich představení působilo na obecnstvo tak, že je mimořádné a jedinečné. (Goffman 1999: 50-51)

Vždy existuje riziko, že obecnstvo představení špatně pochopí. Navíc záleží i na *obecnstvu*. Některé věci mohou určité skupiny, etnika nebo národy chápat jinak nebo dokonce zcela odlišně než jiné. Někdo může naopak zkreslovat skutečnost zcela záměrně, může vytvářet falešnou fasádu.

Záleží také na tom, aby bylo představení soudržné, pak působí přesvědčivěji. Jedinec využívá při různých příležitostech různé výrazové prostředky a i v těch by měla panovat koherence.

Prostor věnuje Goffman rovněž *regionům*, které definuje jako místa do určitého stupně ohraničená bariérami vnímání. (1999: 108) Rozděluje v této souvislosti přední region jinými slovy *jeviště*, kde dochází k představení pro obecnstvo, které může jedince kontrolovat, a zadní region neboli *zákulisí*. (Goffman 1999: 113) V *zákulisí* má člověk možnost z role vystoupit, uvolit se, nemusí se tolik kontrolovat a dávat si tolik záležet na své fasádě.

3.3.2. Pojmy související se sebeprezentací

Blízko k pojmu sebeprezentace mají také termíny **sebepojetí** a **sebeotvírání**. Sebepojetí lze vnímat velmi podobně jako sebeprezentaci, ovšem lze říci, že se jedná spíše o vnitřní uvědomění a vědomí o sobě sama.

Termínu **sebepojetí** se věnují třeba Ševčíková a Šmahel (2010: 113-114), kteří hovoří o psychických, fyzických a behaviorálních charakteristikách, skrze které se člověk vymezuje ve vztahu k jiným lidem. Souhrnně je možné říci, že se jedná o soubor představ a hodnotících soudů, které si o sobě jedinec vytváří a uchovává si je v paměti. Existuje přitom možnost, že člověk se sebepojuje na internetu stejně jako v offline životě, nebo zcela jinak. Pravdou zůstává, že v online prostředí může mnohem snadněji měnit některé více či méně klíčové aspekty své osoby, tedy věk, gender nebo z těch méně podstatných například zájmy. Vždy ale hraje důležitou roli snaha nějak své sebepojetí reprezentovat a vyvolat v příjemcích určitý dojem.

Matheson a Zanna (1988: 224) uvádí, že existují dvě komponenty sebepojetí, a to jak jedinec vnímá sám sebe a jak vnímá okolí. V elektronické komunikaci pak podle jejich závěrů dominuje první případ. Dále může být vyděleno vnější a vnitřní vědomí sebe sama.

Co a jak jsou lidé ochotní o sobě prezentovat, ovlivňuje míra **sebeotvírání**, což je interakce mezi minimálně dvěma jednotlivci, kdy jeden z nich úmyslně zamýšlí jinému prozradit něco osobního. (Greene – Derlega – Mathews 2006: 411-412) To lze na sociálních sítích značně ovládat – možné je například po čase nebo okamžitě některé informace či

příspěvky měnit, upravovat, mazat. I tady platí, že zásadní motivací drtivé většiny jedinců je sebeotvírat se tak, aby vyvolávali pozitivní dojem, zejména pokud se prezentují pod vlastním jménem, tedy lze aspekty z jejich online identity spojit s tou offline. Sebeotvírání je nezastupitelné při vytváření vztahů, v online i offline světě. Podle Livingstone (2009: 93) online komunikace může vést k sebeotvírání a intimitě.

Těmto pojmům speciálně u dětí se věnuje kapitola 4.2.

3.1.3. Sebe prezentace na sociálních sítích

O tom, jak se přizpůsobují uživatelé a uživatelky sociálním sítím, hovoří Kenis, Coenen, Damme a Matthys (2006). Toto přizpůsobování funguje na třech úrovních, a to při vytváření profilu a zadávání údajů, shromažďování sítě přátel a také při samotném sdílení obsahu s okruhem těchto přátel či dalších uživatelů a uživatelky.

Značný prostor vytváření vlastní identity na sociální síti věnují ve svém textu Boyd a Ellison (2007). Identita podle autorek zahrnuje zejména proces vytváření dojmu, sebe prezentaci a to, jakou formu tu má přátelství – k jakým uživatelům a uživatelkám vedou přátelské linky.

Vyjednávání sebe prezentace lze podle Boyd a Ellison (2007: 220) provádět různými způsoby. Například skrze aspekt autenticity – některé profily nemohou být reálné, tedy pravdivé. Autorky odkazují na Skoga (2005⁹), který rozlišuje statusy založené na aktivitě (posílání zpráv) a hovoří o indikátorech autenticity, mezi které patří například zveřejňování fotek, nekreseb. Důležitá je také skutečnost, že přátelé na sociální síti jsou často pojímáni jinak než přátelé v běžném smyslu. To může platit zejména u těch přátel, se kterými se člověk v běžném offline životě často neseťkává, ale udržuje s nimi častou komunikaci skrze sociální síť. Taková komunikace má pak značný vliv na jejich přátelství v offline životě, pokud se opět setkají.

Papacharissi definuje sebe prezentaci jako stále se *vyvíjející cyklus*, skrze který je individuální identita člověka prezentována, porovnávána, upravována nebo bráněna proti sociální, ekonomické, kulturní a politické realitě. Papacharissi se zaměřuje na sebe prezentaci na sociálních sítích, přičemž přichází s myšlenkou, že na online sociálních sítích probíhá sebe prezentování na mnoha úrovních. Za tu nejdůležitější ale považuje vedle například zveřejňování fotek nebo statusů spojení s přáteli. Dochází tedy k prezentování individuálních

⁹ Skog, D. (2005). Social interaction in virtual communities: The significance of technology. *International Journal of Web Based Communities*, 1(4). Pp. 464–474.

i kolektivních identit, dochází k adaptování každodenní interakce na prostředí online. (Papacharissi 2010: 304-305)

Pro lepší uchopení problematiky využívá autorka konceptu *konvergence*, kdy vychází z Jenkinse. Konvergence ve smyslu znovu mísení se projevuje na sociálních sítích v tom smyslu, že podle Papacharissi (2010: 305) dochází ke kombinování všech aspektů naší sociální identity do jedné sféry, pro síťovou společnost je navíc typické, že jedinec je zdrojem a centrem všech interakcí a ocitá se na nějakém místě, které tyto interakce umožňuje, nejčastěji doma, tedy v privátním prostoru.

Dále výzkumnice tvrdí, že privátní společenská sféra na sociální síti vlastně představuje profil uživatele, uživatelky, síť přátel. Vztahy na sociální síti mohou mít různý charakter – jiné jsou s kamarády a kamarádkami, jiné se členy a členkami rodiny.

Online prostředí vytváří kontrolovanější a imaginárnější identity než prostředí offline – dochází k užití různých performancí. V tomto okamžiku navazuje Papacharissi na Goffmana (viz výše). Vychází z toho, že uživatel/ka na sociální síti může využívat různorodou paletu performancí, jedinec tu má širší možnosti kontrolovat, co z jeho sebe prezentace bude součástí takzvaného jeviště (přední region), a co naopak zákulisí (zadní region). Navíc v každodenním cyklu sebe prezentace a vytváření dojmu se jedinci musí „předvádět“ na různých jevištích a tím, že to dělají, vlastně dochází k mísení různých sociálních sfér online, které mohou být odděleny od těch offline, tedy nastává jistý zmatek v oddělování osobních a veřejných sfér. (Papacharissi 2010: 307) Celý tento proces je velmi komplikovaný a ovlivněný mnoha faktory, zejména kvůli existenci různých publik. Je třeba ovšem říct, že může naopak docházet i k prolínání vytváření online a offline sebe prezentace a podle mého názoru autorka tuto sféru prolínání opomíjí.

Papacharissi popisuje (2010: 308), že při interakcích na sociálních sítích se mění vnímání místa, dochází k jeho zdvojování nebo také multiplikaci. A to následně vede k tomu, že vznikají i *multiplikovaná sociální publika*. Ty ale nemusí vzniknout nevyhnutelně, ovšem vynucují si performance, které jsou více vědomé, aby dávaly smysl různým publikům. Výsledkem je prostor, který je zároveň homogenní a zároveň se skládá z fragmentů.

S různými publiky lze dát do kontextu boyd (2004¹⁰), která upozornila na možnost si identitu a sebe prezentaci na sociální síti vyjednávat, a to dělá uživatel/ka jak sám/sama, tak podle toho, koho má v přátelích. Může se například stát, že člověk začne pozměňovat či mazat některé aspekty profilu, pokud si do profilu přidá nadřazené nebo má nového partnera,

¹⁰ BOYD, D. (2004). Friendster and publicly articulated social networks. Proceedings of ACM Conference on Human Factors in Computing Systems. New York: ACM Press. Pp. 1279–1282.

partnerku. Poslední dobou je také mezi potencionálními zaměstnavateli/kami časté procházení profilů těch, kteří se o práci uchází.

Na sociální síti jsou zachyceny osobní informace lidí. Uživatelé a uživatelky mají strategie, jak prezentovat své já; nejen sdělováním osobních informací, ale například prostřednictvím zveřejňování různých typů obsahu – jako fotografií, videí atd. (Livingstone 2009: 102)

Papacharissi si klade zásadní otázku, zda sociální sítě dělají své uživatele a uživatelky více nebo méně sociálními. Dle ní (2010: 309) sociální sítě přetvářejí individuální sociální sféry lidí. Média obecně jsou sociální a podporují nějakou formu sociálních kontaktů. Základní rozdíl, který má komunikace skrze nová média oproti předchozím způsobům komunikování, je podle Papacharissi naprostá změna vnímání času a prostoru (typický znak nových médií – např. Freedman, 2006).

Afordance, tedy obecně vztah mezi objektem a jeho prostředím, patří mezi základní atributy sociálních sítí, protože zvyky, které mají původ v nových médiích, se postupně začínají integrovat do každodenního života. Ovšem v případě sociálních sítí, je toto integrování ještě problematičtější, protože zvyky na sociálních sítích je třeba pojímat v kontextu individuálních a interpersonálních zvyků a rutin, přičemž se nesmí zapomínat na ekonomiku sociálních sítí, která na jedince uživatele/uživatelky nahlíží jako na komoditu a „dělníka“ sociálních sítí.

Následně vznikají tzv. *sociální data*, která jsou vytvářena a sdílena uživateli a uživatelkami na sociální síti a hromadí se tak sociální a ekonomický kapitál. A jak se tato data jednotlivců neustále hromadí, vzniká socialibita sociálních sítí. (Papacharissi 2010: 311) A na tu se pokouší působit marketingové snahy, čemuž se v kapitalistickém systému nejde vyhnout. Například Facebook dokáže cílit reklamu podle toho, jaké stránky člověk lajkuje, co si prohlíží. To může přimět uživatele/ky k tomu, že označí něco, co by předtím sami neoznačili. Zpětně to pak ale ovlivňuje nahlížení na interpretace interaktivity a sociability v těchto komunitách, což má vliv na jejich celkové pochopení.

Papacharissi hovoří o možném užití pojmu *virtuální komunita*, ale navrhuje spíše pojem „sans“ (bez) komunita, který zdůrazňuje individualistický účel sociálních potřeb (2010: 321), protože sociální sítě dle ní člověk nevyužívá kvůli tomu, že by hledal komunitu, ale touží po divadlu, což lze vysvětlit tak, že hledá místo, kde by svou identitu předváděl. Ale je třeba brát v úvahu různé důvody, které uživatelé a uživatelky sociálních sítí mají¹¹, což je následně

¹¹ Což potvrzují nejrůznější výzkumy. Př. Prohlubování existujících vztahů, kontakt s lidmi, se kterými už není interpersonální kontakt v offline životě možný apod. Existují i různé typy uživatelů soc. sítí (viz typologie dětských uživatelů – viz Struktura práce: Hasenbrink 2012).

klíčové pro popsání a analyzování zvyků na sociálních sítích. Je nutné říct, že někteří lidé, kteří jsou zcela introvertní povahy, na sociálních sítích můžou rozvinout své pravé já, další uživatelé a uživatelky mohou využívat svůj profil jako pracovní nástroj a osobní profil vlastně ani nemít – například si založí účet na jméno firmy, který nepoužívají nebo případně částečně používají i pro osobní účely.

V souvislosti s vytváření identit online řeší Papacharissi otázku vlastnických práv a ochrany soukromí. Například v souvislosti s fotkou, kterou vloží jeden jedinec, ale jsou na ní zachyceni i další lidé – ať už ze sítě jeho přátel či ne. Sebe performance kombinuje často kulturní obsah, aby byly mediované identity efektivně komunikovány. A tyto sdílené a smíšené kulturní performance jsou základ, skrze který individuální uživatelé a uživatelky sociálních sítí vyjadřují sami sebe a skrze které jsou v kontaktu s ostatními. Vzniká nový privátně veřejný a veřejně privátní prostor na sociálních sítích. Důležité je také to, že často tento obsah proudí k různým publikům, z nichž často uživatelé a uživatelky neví, kam, respektive ke komu, se až dostane – opět lze využít příklad s potencionálním zaměstnavatelem. A tohle vše může člověk, když vytváří na sociální síti svou identitu, reflektovat, může ho to v jejím vytváření ovlivňovat.

V kontextu dětí se nabízí otázka, zda jsou děti schopny všechny tyto aspekty zohlednit. Podle Livingstone lidé, včetně dětí pečlivě vytváří svůj profil a to tak, aby působil jednotně a organizovaně, což si vyžaduje upravování a aktualizování profilu. Z toho tedy vyplývá, že online identity mohou být snadněji „přepsány“ než offline identity a v online světě je menší vztah mezi sebereprezentací a osobní identitou. Existuje tedy propast mezi uživatelem / uživatelkou a jeho/jejím profilem. To se odráží třeba ve falešných profilech nebo různých profilech a jejich diferentní stylizaci, přestože patří jedné osobě. Navíc designování profilu není zcela individuální volba, ale mnohdy je ovlivněna tím, co nám stránka dovolí, co si můžeme vybrat z její nabídky, kromě toho také obsah volíme podle toho, co bude našemu publiku připadat atraktivní. (Livingstone 2009: 103-104) Mít profil není tedy zcela egocentrická záležitost. Ovšem u všech těchto aspektů je dle mého mínění nutné v souvislosti s dětmi zohledňovat jejich věk a psychické a intelektové schopnosti.

Identita se vytváří v intimních vztazích a vyžaduje komunikaci s lidmi, probíhá ale soukromě, odděleně od jiných lidí. Zejména u dětí hraje důležitou roli nejen skutečnost, že mohou kontrolovat, jak (jakým obsahem) vytváří svou identitu, ale tvoří ji na základě toho, že si hrají s možnostmi, kdo bude co vědět, k čemuž využívají soukromé zprávy, chaty veřejné a privátní, mohou přecházet od anonymity ke své identitě apod. (Livingstone 2009: 107-108)

Papacharissi zdůrazňuje, že sociálně síťové já, které je komunikováno napříč různými a roztržštěnými publiky, vlastně hledá sociální možnosti vyjádření a spojování s lidmi, přičemž

obojí nabývá různých forem (viz výše – fotky, mísení identit apod.). V běžném offline životě jsou aktéři a aktérky nuceni chovat se sociálně skrze aktivní a extrovertní chování, na sociálních sítích může být sociální chování vytvářeno i pasivně nebo skrze introspekci, kupříkladu prostřednictvím fotografií. Z toho vyplývá, že sociální média vytváří specifický typ sociability – síťovou sociabilitu, jejímž hlavním znakem je praktikování skrze různá místa a pro různá publika, vnímání místa má klíčový význam pro vytváření síťového já, které mají uživatelé a uživatelky možnost editovat. (Papacharissi 2010: 318)

Identita se stává komplexnější pro starší teenagery, takže i jejich strategie pro její konstruování jsou komplexnější, což se projevuje například v tom, že používají více e-mailových adres a často ke komunikaci s různými typy lidí (přáteli, zasílání dotazů na různé stránky apod.). Livingstone podotýká, že užití přezdivek může o mnohém vypovídat, někteří je například podle různých příležitostí a účelů mění a střídají (2009: 101).

Livingstone v případě online prostoru používá metaforu pokoje, kdy vstupní dveře jsou vlastně heslo a uživatelské jméno. Teenageři tu experimentují s tím, kdo jsou a kým chtějí být a zároveň nabízí jakýsi „útěk“ od rodičů, se kterými žijí, ale v online prostředí je jejich život od rodičů oddělený, mají tu vlastní pravidla. Neustále je ale třeba činit rozhodnutí týkající se soukromí a intimity, a to na různých úrovních – co napíšu, jaké fotky zveřejní atd. Rozdíly jsou i v konkrétních sítích; například na MySpace nebo Facebooku mohou být informace viditelné jen pro přátele nebo pro všechny. V tomto smyslu Livingstone podotýká, že se mění vnímání toho, co považuje dnešní generace za běžné zveřejňovat, kdežto dřívější generace by to vnímaly jako vysoce osobní. (Livingstone 2009: 108-109)

Skrze facebookový profil rozvíjí některé děti svou virtuální sebe prezentaci, respektive pracují na rozvoji virtuální identity a osobnosti. (Kopecký 2015: 12) Veškerými svými aktivitami dávají ostatním najevo, že jsou v online prostředí Facebooku, což sebou nese skutečnost, že mohou být hodnoceni například sbíráním lajků nebo komentáři pod příspěvky či jejich sdílením.

4. Děti a dospívání v kontextu internetu a sociálních sítí

Věk a vývojová fáze, ve které se člověk nachází, ovlivňuje velkou část atributů jeho života. U dětí je tento fakt ještě patrnější a hlavně veškeré vývojové změny probíhají rychle. Zatímco dospělost nebo stáří představuje mnohdy i několik dekad, u dětí se vývojové fáze dělí po maximálně desítkách měsíců, u miminek dokonce desítkách týdnů.

Dětství je zároveň obdobím poznávání světa a všeho, co do něj patří včetně internetu a nových technologií. Skrze všechny oblasti dítě poznává i samo sebe a vytváří si vlastní identitu, kterou nějakým způsobem prezentuje. V období těchto střetů s okolím dochází k socializaci, na níž se kromě rodiny a institucí, mezi nimiž má klíčové postavení škola, zapojují i vrstevnické a zájmové skupiny, pro které mohou být sociální sítě doménou.

Aktivity na nich se různí, nejmladší děti je vyhledávání především kvůli zábavě, starší kvůli informacím nebo právě sociálním kontaktům. Na to mohou mít rodiče nejrůznější názory, jejich role a vliv na dítě se ovšem se vzrůstajícím věkem dítěte umenšují a dítě se začíná odpoutávat od rodiny, tíhne k vrstevnické skupině. Kromě její společnosti v běžném životě, ve škole, při dalších aktivitách, vyhledává skupinu, přátele a kontakt s nimi i na sociálních sítích. (Vágnerová, 2008)

4.1. Děti ve středním školním věku a v období adolescence

Děti, na které se tato diplomová práce soustřeďuje, se nachází z psychologického hlediska v době **středního školního věku**, který začíná zhruba v 8 až 9 letech a pokračuje do 11 až 12 let. Zároveň se připravují na období dospívání neboli **adolescence**, která nastupuje od 10 let, následujících pět let se označuje jako období rané adolescence. Přestože se jedná o období pohody, děti v tomto věku často čelí sociálním tlakům, které vychází ze školy, rodiny nebo vrstevnické skupiny.

Během školní docházky probíhá významnou měrou *socializace* všech jedinců. Kromě rodiny, kde se odehrávala zejména socializace primární, přichází škola jakožto významná socializační instituce a s ní spojená vrstevnická skupina. S vrstevnickou skupinou se dítě postupně stále více ztotožňuje, rozvíjí se zde symetrické vztahy, vrstevníci představují dostupný model chování i výkonu, dítě se s nimi může srovnávat a snažit se dosáhnout stejné úrovně. (Vágnerová 2008: 267) S vrstevníky se dítě setkává na různých místech, kromě kontaktu v běžném životě je možné zmínit také kontakty na sociálních sítích.

Vliv na socializaci dítěte ze strany vrstevnické skupiny je na rozdíl od školy neinstitucionalizovaný a variabilnější. Je třeba, aby se v ní dítě přizpůsobovalo a zároveň prosazovalo a ve středním věku navíc dítě vyžaduje akceptaci skupinou. Podle Vágnerové (2008: 292) v ní dítě přijímá skupinové normy, generační styl života. Život na sociálních sítích může být označen jako součást stylu života dnešních dětí. Stále větším přimykáním k vrstevnické skupině se naopak oslabuje pouto na rodinu. Tento proces mohou sociální sítě ještě zrychlit, protože nejenže dítě je v kontaktu s vrstevnickou skupinou během výuky a v kroužcích, ale vazby může upevňovat právě skrze sociální sítě z domova.

Existují různé možnosti, jak vrstevnickou skupinu utvořit, primárně vzniká ve škole, ale kromě kroužků nebo okolí bydliště může mít svůj původ právě na sociální síti. Nebo naopak nastávají případy, kdy dítě má problém navázat vztahy v rámci skupin v běžném životě, a tak využívá internetové prostředí či sociální sítě, či naopak tato místa slouží pouze jako prohlubování již navázaných vztahů.

Vágnerová (2008: 293-294) jmenuje několik socializačních potřeb, které dítě díky vrstevnické skupině uspokojuje. Jde o potřebu pocitové jistoty a bezpečí, emoční podporu, potřebu seberealizace a získání nových zkušeností. Ty mezi sebou potom děti sdílí stejně jako například zážitky. Ve středním školním věku kladou děti důraz hlavně na společně sdílené aktivity, na schopnost vzájemné pomoci a solidarity, jsou senzitivnější k potřebám přátel. Mimo to roste míra hodnocení vrstevníků ve větších i menších skupinách, které se tvoří, jedna skupina se může vůči jiným vymezovat.

Od 10 let se mění u dětí jejich pohled na odměnu, touží totiž po pozitivním hodnocení, vyhýbají se negativnímu, protože hrozí kromě jiného, že se tím naruší a zhorší jejich postavení ve vrstevnické skupině. Jedinec klade více důraz na pozitivní sebehodnocení. Omezuje se u nich egocentrismus a více touží po rovnosti požadavků i hodnocení. Začíná se objevovat vzdor vůči autoritám a posiluje se víra v normy vrstevnické skupiny. Navíc děti postupně přichází na to, jaké chování je a není žádoucí. Z hlediska komunikace umí mluvit podle své sociální role, dokážou rozpoznat, kdy je a není vhodné využít třeba slangové výrazy. (Vágnerová 2008: 302-304) Vzhled v tomto věku nabývá důležitosti pro uchopení identity a i jeho reprezentace má své místo. Značné výkyvy zažívají v emoční oblasti.

Zásadní proměnou prochází vztahy s lidmi, kdy pubescent vzdoruje svému podřízenému postavení, což se projevuje například hádkami s rodiči či dalšími dospělými, ke kterým je velmi netolerantní. Kromě rodiny, školy a vrstevníků vstupuje do socializace další aspekt, jímž jsou volnočasové instituce. (Vágnerová 2008: 346-347) Mezi ty lze zařadit i sociální sítě. Ve všech těchto sférách se dítě snaží být akceptováno, získat určitou prestiž, protože jeho pozice

ve skupině zaujímá místo v identitě jednotlivce. Přichází fenomén sociálních standardů, jejich dosažením se dítě vyrovnává ostatním. Podstatné je také v tomto věku postavení a s ním spojená oblíbenost v kolektivu. Z osobnostních, dalo by se říci sobeckých charakteristik, sem spadá snaha o získání vlivu, potřeba určovat si vlastní pravidla. (Vágnerová 2008: 372-374)

Touha po důvěrném vztahu graduje v rozmezí od 11 do 12 let. S tím koreluje skutečnost, že v tomto věku narůstá i aktivita na sociálních sítích (viz níže, Kopecký 2015), protože i na těchto místech se může přátelství prohlubovat a utužovat. Skrze přátelství můžou děti i dospělí poznávat sami sebe. Vágnerová (2008: 379) uvádí, že konkrétní počet blízkých přátel ovlivňuje gender a věk. Dívky mají menší počet blízkých přítelkyň, ale jejich vztahy jsou výlučnější. Chlapci udávají větší počet přátel, ale vztahy s nimi mají povrchnější. Přátelství umožňuje kromě jiného sdílení pocitů, názorů, zkušeností a díky důvěře a vzájemnému porozumění se stávají vztahy intimními. V souvislosti se sociálními sítěmi se hovoří rovněž o sdílení a potřebě uživatelů a uživatelék sdílet, ovšem intimita se může často z těchto vztahů vytrácet.

4.2. Identita, sebepojetí, sebeprezentace a sebehodnocení dětí

Pro dítě je podstatné, jak jej vnímají ostatní lidé kolem, což má vliv na jeho jednání, tedy snaží se odhadnout, jaké následky bude jeho konání mít. **Sebepojetí** vychází podle Vágnerové (2008: 305) ze zkušeností se sebou samým, je spoluurčováno názory, postoji a jejich hodnocením jiných lidí. O názor jiných začíná dítě projevovat zájem od asi 7 let a soustřeďuje se na oblast emočního přijetí a rozumové hodnocení. Jedním z faktorů sebepojetí je tedy vlastní výkon, dítě se vše snaží dělat dobře. Významným činitelem při rozvoji dítěte je příslušnost k nějaké sociální skupině, tedy rodině, instituci (škola) či vrstevníkům.

Obecně definoval **identitu** například Adams (1998: 6), který ji popisuje jako kontinuální prožívání totožnosti sebe sama, jeho ztotožněním se s životními rolami a prožíváním příslušnosti k větším či menším společenským skupinám. Jako funkce identity označuje:

- a) poskytování rámce sloužícímu k porozumění tomu, kdo člověk vlastně je
- b) usměrňování závazků, cílů a hodnot jedince
- c) poskytnutí pocitu osobní kontroly a svobodné vůle
- d) posilování konzistence, koherence a harmonie mezi hodnotami, názory a závazky
- e) odhadování vlastního potenciálu zkoumáním možností a alternativ

Zásadní je, aby byl člověk aktivní, když vlastní identitu tvoří. Existují samozřejmě možnosti identitu měnit, experimentovat s ní apod. To je jedna z charakteristik online prostředí na internetu.

O tzv. *virtuální identitě* pojednává Šmahel (2003: 39-41) a zdůrazňuje přitom skutečnost, že v prostředí internetu člověk nefiguruje jako fyzický subjekt, ale pracuje s reprezentacemi sebe sama, které se mohou lišit. Zavádí pojem virtuální reprezentace, jež představuje uspořádanou skupinu dat. Na internetu po ní zůstává stopa. Virtuální reprezentace může podle něj vystupovat do jisté míry autonomně. Za virtuální identitu autor považuje to, jakou identitu virtuální reprezentaci sám jedinec přisuzuje. Vyděluje osobní virtuální identitu, což je to, čím je jedinec jako osoba ve virtuálním prostředí, jaká je reprezentace této osoby. Dále mluví o sociální virtuální identitě, která charakterizuje to, kam jedinec ve virtuálním prostředí patří. Může se stát, že nastane ztotožnění s virtuální reprezentací.

Vliv na to, jak dítě samo sebe definuje, má úroveň jeho logického myšlení. Mnohem hůře se dítě dokáže sebehodnotit v otázkách citových a při posuzování svých psychických vlastností. Děti ve věku kolem 10 let začínají formovat obecnější pojmy v otázkách své osoby. Dětské *sebepojetí* se tudíž stává integrovanějším, komplexnějším a přesnějším. Nezanedbatelným aspektem při tomto procesu zastává vrstevnická skupina, s jednotlivými členy a členkami se začíná dítě srovnávat, stává se referenční skupinou a prohlubuje se tak sebekritičnost dítěte. (Vágnerová 2008: 308) To vše vede mladé jedince k tomu, že se pokouší vybudovat svůj ideál.

Různost identit se projevuje i na úrovni komunikace. Při pozorování jedné z dětských respondentek Livingstone (2009) zaznamenala, že používá zcela jiné lingvistické obraty a způsob komunikace při dopisování si skrze počítač s prarodiči a kamarádkou.

Desetileté dítě má představu o stálosti své osobnosti a je si vědomé své jedinečnosti. (Vágnerová 2008: 309) S tím se dostává do kontrastu velká snaha se zároveň vrstevnické skupině podobat, vyhledávání vzorů. Typickým příkladem je sdílený módní styl.

V době adolescence se u dítěte vytváří nové pojetí vlastní identity, *sebepoznání* se prohlubuje, pozornost dospívajícího dítěte se více orientuje na vlastní já. Se změnou jeho osobnosti souvisí i další proměny a nejistoty a postupně se snaží o sebeakceptaci. Typická je snaha o budoucí, hypotetické sebevymezení. (Vágnerová 2008: 403) Významný vliv při těchto pochodech má aktuální emoční stav. Sebepoznání se mnohdy vyznačuje zvýšenou sebekritikou.

Sebepoznání ovlivňuje v pubertě hodnocení druhých lidí, především vrstevníků, o které se dítě aktivně zajímá a na jejich základě může podnikat změny. S lidmi v okolí se rovněž začíná srovnávat, může nalézat své vzory. Ve vyšším věku se stává sebepojetí komplexnějším a nastávají rozpory v sebehodnocení, které se dítě pokouší odstraňovat. (Vágnerová 2008: 406)

V adolescenci je sebepojetí konzistentnější, diferencovanější, integrovanější a méně ovládané aktuálními podněty. (Vágnerová 2008: 407) Typickým rysem sebepojetí v době adolescence se stává snaha rozumět svým emocím.

Když nastává v online prostředí možnost konstruování vlastní identity, mohou uživatelé a uživatelky, děti nevyjímaje, využít také lži. Jenomže jak se ukazuje, mnohdy tímto nástrojem pohrdají. Častěji ke lži sklouznou mladší adolescenti a záleží rovněž na tom, jak je které místo na internetu vnímáno, třeba na chatu se lži objevují častěji. (Šmahel 2003: 25, 32)

Výjimkou však není jistá fragmentace osobnosti na internetu. Dětský jedinec se musí na sociální síti vyrovnat s tím, že na rozdíl od reálných vztahů ty v prostředí internetu obecně postrádají kontinuitu, mohou být rychle a nečekaně bez varování ukončeny. (Šmahel 2003: 47) Nastat může i situace, kdy vztah z reálného života končí právě na sociální síti. Poměrně často dochází na sociálních sítích k hádkám (neveřejným prostřednictvím chatu, ale i veřejným skrze statusy a následné komentáře), tedy jde ukončit reálný vztah v online prostředí. Na internetu si děti mohou vytvářet nejrůznější identity, ty se mohou doplňovat, splývat, lišit se, a to jak v samotném online světě, tak i ve spojení s prostředím offline. Nastat může rovněž disociace osobnosti, kterou Šmahel (2003: 48) popisuje jako stav, kdy se v rámci psychiky jednoho člověka vyskytuje několik více nebo méně odlišných identit.

Sebepojetí má v tomto věku blízko k *sebeúctě*, ta bývá zranitelná a labilní, kolísá. Sebeúcta zahrnuje aktuální pocity a bazální sebeúctu, která se vytváří během celého života dítěte. Stabilitu sebeúcty mohou výrazně ovlivňovat nečekané události. Fantazijní ideál sebe sama se velmi často proměňuje, a pokud je mezi ním a skutečností zásadní rozpor, dostavuje se frustrace. (Vágnerová 2008: 408) Dochází k bilancování a snaze rozpory odstranit. Právě na sociální síti existuje možnost tyto mnohdy propastné rozdíly odstraňovat. Například si sem dětští uživatelé a uživatelky mohou vkládat upravená fotografie, na nichž se značně stylizují, fotí se z úhlů, aby vypadali lépe, starší, mají „nacvičené“ úsměvy a pózy ad.

Osobní identitu ovlivňují vztahy k dalším lidem, příkladem je ztotožnění s vrstevnickou skupinou, kdy v určitém okamžiku vzniká *skupinová identita*, v níž se někteří mohou schovávat, ztrácí se potřeba, nutnost vlastního sebevymezení. Skupinová identita se může na sociální síti lišit od té, která se utváří na sociální síti. Zároveň na samotném Facebooku je možné stávat se členy a členkami určitých skupin. Členství jedince se stává němým souhlasem s obsahem, který je „ve jménu“ dané skupiny zveřejňován. Ovšem z těchto online skupin je mnohem snazší se odpoutat a slovy Facebooku je přestat sledovat nebo z nich vystoupit zcela. Postupně se separace od skupiny objevuje i v běžném životě.

V kontextu s identitou se projevují také jakési patologické stavy, mezi ně se řadí třeba difúzní identita, která je nestabilní a proměnlivá, negativní identita, jejímž charakteristickým znakem je odmítnutí hodnot preferovaných rodinou a společností. (Vágnerová 2008: 417) Děti zažívají jakousi dospívající revoltu. Na sociálních sítích se projevuje kupříkladu stěžujícími až nenávislivými statusy adresovanými na rodiče nebo společnost obecně.

Pokud se jedná o motivy a potřeby dospívajících k užívání internetu v kontextu s identitou, zaměřil se na tuto oblast Suler (2001). Identifikoval několik motivů a potřeb, a to hledání a experimentování s identitou, kdy může být internet nápomocný. Dalším je intimita a pocit začlenění, v tom jim online svět pomáhá. Zmiňuje aspekt separace od rodičů a rodiny, odreagování od frustrací, sociální učení, sexuální aktivity, změnu sexuální identity, případně si z obav z odhalení mění identitu nebo nějaký svůj rys zvýrazňují. Proměny identity mohou sloužit jako zábava a důležité je také to, že dospívající děti hledají ideály, na internetu se mohou snažit se takovým ideálem samy stát.

Dospívání se vyznačuje generačně typickým způsobem sebevyjádření, do kterého dle Vágnerové (2008: 417-418) spadá poslouchání určitého typu hudby nebo třeba tvorba graffiti či odpor proti komerčnímu životnímu stylu. Vyrůstá přitažlivost virtuálního světa, přičemž autorka zdůrazňuje, že má pevně daná pravidla a jedinec v něm nemusí odhalit skutečnou totožnost a umožňuje mu využívat varianty identity. Vágnerová zmiňuje i anonymitu chatové komunikace, která nevyžaduje sociální korekci. To ovšem na Facebooku v takové míře neplatí, protože teenageři zde vystupují obvykle pod skutečnou identitou.

Petr Štěpaník, soudní znalec v oblasti psychologie, během svého příspěvku na konferenci Podpora a ochrana obětí trestných činů 29. září 2015 uvedl, že vytvářel znalecký posudek na dívku, kterou se snažil sexuálně zneužívat její otcím. Zatímco na Facebooku tato nezletilá dívka komunikovala s mužem i dalšími přáteli stylem, kterým dávala najevo, že má bohaté sexuální zkušenosti, nakonec se ukázalo, že je panna. Navíc zcela jinak se prezentovala ve škole a mezi vrstevníky, kde působila spíše introvertně. V tomto případě došlo k jasné nekorelaci mezi identitou online a offline.

4.3. Děti a internet, děti a sociální sítě

Každé nové médium, které se v historii objevilo, zejména pak televize, vyvolalo u dětí velkou a hlavně rychlou pozornost. Děti se novými technologiím obecně rychle přizpůsobují, osvojují si jejich ovládání a jejich režim. Mnohdy pak v těchto znalostech značně převyšují svoje rodiče. Stejně tak tomu bylo s nástupem internetu, kdy možná děti zpočátku limitovaly

technologie a jejich cena, která dávala rodičům pocit, že například počítač „není hračka“, respektive něco určené dětem k zábavě. Sociální sítě se však mohly dočkat v rozmachu až v době, kdy se začal šířit internet, jakožto zásadní předpoklad užití sociálních sítí, v domácnostech. Děti technologii, nástroj, jehož prostřednictvím se mohly připojit na sociální síť, vlastnily, mnohdy požadovaly vlastní nebo další technologie, aby se buďto emancipovaly od vlivu rodičů (sdílení počítače s rodiči, sourozencem), nebo aby se mohly připojovat kdekoli, tedy byly mobilní (chytré telefony, tablety a další).

V této souvislosti zavádí Solove pojem **Generace Google**, jímž se označují právě „dnešní“ děti. Klíčovým znakem této generace je, že spousta fragmentů jejich osobních informací bude na internetu dostupná navždycky a to i budoucím generacím, a to skrze internetový vyhledávač Google. Nesprávná úvaha některých lidí, že smazaná věc z internetu natrvalo zmizí, je mylná. Autor rovněž hovoří o „digitálních zavazadlech minulosti“, se kterými už nyní musí lidé žít a budou jim muset možná v budoucnosti čelit, až údaje někdo dohledá. (Solove 2010: 17-18) Vše závisí na tom, co budou děti zveřejňovat a jak budou tyto údaje zabezpečovat. Mnohdy se navíc děti dostávají na internet a sociální sítě ještě dřív, než to mohou samy ovlivnit. Jejich obrázky a informace o nich mohou zveřejňovat jejich matky, příbuzní nebo známí. Dokonce ani založení facebookového profilu rodičem pro dítě po narození nebo i před ním, není výjimkou.

Šmahel (2003: 13) označuje internetové prostředí jako *prostředí bez zábran*. Celkově podle něj dochází na internetu k tomu, že lidé tady mají méně zábran, postrádají úzkost ze sociálních situací a ztrátu obav z odhalení sebe sama. Starost o druhé je umenšena, jejich mínění není pro člověka tolik důležité, častěji do dostavuje slovní napadání. Ovšem je třeba říci, že tato fakta nejspíš úzce souvisí s anonymitou internetu, která se s nástupem sociálních sítí umenšuje. Třeba i tím, že spousta lidí využívá svůj již vytvořený a většinou na pravdivých informacích založený účet na Facebooku k přístupu na další weby, fóra, domény. Média nabízí různou míru sociální blízkosti.

Speciálně v souvislosti s dospívajícími dětmi jmenuje Šmahel několik specifík internetu, mezi která se řadí právě skutečnost, že jde o prostředí bez zábran, dále větší otevřenost, redukce úzkosti, absence sankcí, sexuální narážky, možnost lži a přetvářky, pocit fyzického bezpečí, absence sebe sama jako fyzického objektu, možnost ukončení kontaktu, anonymita. (2003: 23-27) Ne všechny tyto aspekty však platí specificky i pro sociální sítě.

Hasebrink (2012) vytvořil typologii dětských uživatelů a uživatelék internetu. Z šesti kategorií, které obsahují například málo riskující nováčky, umírněné uživatele, riskující průzkumníky, intenzivní hráče, jsou podstatné dvě skupiny soustředěné na sociální sítě. Jsou to

mladí networkeři, kteří mají větší zájem o sociální sítě a naopak nevyužívají internet příliš často pro účely vzdělávání a sledování zpravodajských informací. Poslední skupina jsou *zkušení networkeři*, kam spadají hlavně dívky, typicky nehrají hry, ovšem online jsou vysoce aktivní a kreativní.

4.3.1. Aktivity dětí na internetu a na sociálních sítích

Přestože přáním většiny rodičů je, aby jejich děti chodily na internet za vzdělávacími účely, realita je často jiná, protože děti se soustředí na komunikační potenciál internetu a vyjadřování své identity, vytváření a udržování sociálních vztahů, případně sem chodí kvůli zábavě, tuto funkci internetu zdůrazňuje například Šmahel (2003: 27). V dnešní době teenageři podle Boyd neustále konverzují – aktualizují své statusy, poustují obrázky a videa, posílají textovky kamarádům a kamarádkám. Ale právě zábava a socialita jsou klíčové důvody, proč teenageři investují tolik energie do svých online aktivit, užívají si to, ačkoli si často stěžují, že jsou online aktivity žrout času. Jde o jakýsi pocit viny. (boyd 2014: 78-79)

Stav, kdy čas mizí, pozornost je zcela soustředěna, lidé se cítí euforicky zaujatí, je ideální rozpoložení pro kreativitu a uměleckost, nelze v něm vidět pouze závislost. Právě to zažívají lidé i na sociálních sítích. Navíc to, že jsou teenageři více spjati se sociálními médii, neznamená, že by tím byli méně sociální, podle Boyd je participace na sociálních sítích velmi sociální. Jejich případná závislost je jenom novým typem lidského zaujetí, jde o kulturní produkt. Vlastně podle ní jsou závislí ne na sociálních sítích, ale jeden na druhém.

Z českých výzkumů, které mapují vztah dětí a médií, patří k významným výzkum LifeStyle Survey prováděný společností Mediaresearch. Z jeho výsledků (2011) je pro dané téma relevantní zejména údaj o tom, že počítač s připojením na internet má ve svém pokoji 37 % dětí. Vzhledem k tendenci zlevňování počítačové techniky se dá očekávat, že dnes bude toto číslo ještě vyšší. Navíc výzkum neuvádí vlastnictví jiných zařízení, přes které je možné připojovat se k internetu, respektive v rámci výzkumu „být na Facebooku“. Výzkum také poukazuje na rozdíly v konzumaci internetu mezi chlapci a dívkami; chlapci tráví na internetu denně asi o 15 minut více a častěji hrají počítačové hry.

Postupně dochází k pronikání života offline do života online a naopak. Internet a sociální sítě pak v dětech vyvolávají pocit, že jsou součástí něčeho širšího, překračují tím hranice domova. Mediovaná konverzace vyžaduje, aby při vytváření identity své bytí vyjádřily skrze psaní. Úspěch nových technologií tkví v tom, že teenageři a mládež vyžadují být online, a to kdykoliv a kdekoliv, což je velmi patrné na boomu sociálních sítí. (Livingstone 2009: 91-92)

Prorůstání online života do toho offline vede k tomu, že je často těžké oddělit, kde který začíná a kde končí. Mnohdy se prolínají, jindy je lidé drží oddělené a vytváří si obraz na internetu jiný než v běžném životě.

Livingstone (2009: 93-94) boří dřívější mýtus, že komunikace dětí s cizími by byla znakem sociální izolace, osamělosti, protože dnes se prakticky vyžaduje, aby děti a teenageři komunikovali stejně zručně offline jako online. Online prostředí tedy poskytuje určité způsoby vyjádření, které jiná prostředí nenabízí.

Děti vnímají online komunikaci jako vysoce hodnotnou sociální aktivitu. Livingstone zdůrazňuje, že online komunikace dává dětem pocit, že nejsou zapomenuty a ignorovány, navíc kamarádi a kamarádky mohou být v offline světě nedostupní, ale v online světě se vždycky najde někdo, kdo je připojený a je možné s ním komunikovat. Na základě svých výzkumů Livingstone zjistila, že pocit kontaktu v dětech zanechává prohlížení profilů druhých, jejich fotek, videí a zanechávání komentářů, což má pak vliv i na jejich vztahy offline. S tím souvisí fakt, že podle ní upřednostňují kontakt s lidmi, které už nějakým způsobem znají, nikoli s naprostými cizinci. Souvislost zde Livingstone vidí s otázkou, zda na internetu vznikají nová přátelství. Její výzkumy totiž potvrzují, že děti opravdu komunikují s těmi, které znají, a komunikaci s cizími, pokud ji zažily, považují za „divnou“. (Livingstone 2009: 94-95)

Z hlediska reprezentování *online identity* upozorňuje Livingstone (2009) na jistou hravost, která zároveň ovlivňuje vytváření online identity dětí – například u přiznávání věku. To pak samozřejmě zkresluje statistiky o využívání dané sociální sítě dle věkových skupin (a i dalších charakteristik, které přímo s věkem souvisí).

Kromě toho problematizuje výzkumnice to, že děti a teenageři často využívají určitý typ komunikačního prostředku ke specifické formě komunikace. Jiný prostředek využívají ke komunikaci s rodiči (např. telefon), jiný s kamarády (sociální sítě, Messenger), jiný s vyučujícími (e-mail) atp. (Livingstone 2009: 98) Přesto stále převažuje názor, že komunikace face-to-face přináší větší uspokojení než komunikace online. Zároveň ale cítí děti a teenageři při komunikaci online větší míru kontroly než interakci tváří v tvář.

V případě boomu sociálních sítí byli všichni přitahováni něčím novým. Zajímavou novinkou na sociálních sítích bylo to, že v sobě konvergovaly různé typy komunikace – e-mail, chat, foto album, vkládání videí atd. Jazyk sociálních vztahů je díky sociálním sítím přepracováván, dnes lidé a děti rovněž konstruují jejich „profil“, dělají ho „veřejným“ nebo „soukromým“, „komentují“ nebo „posílají zprávy“ svým „top přátelům“ nebo na jejich „zdi“, „blokuji“ nebo „přidávají“ přátele do své sítě apod. Dochází tedy k jistému designování profilu.

Vnímání důležitosti komunikace face-to-face oproti té online se liší i podle věku – pro starší teenagery je důležitější face-to-face a mají také tendenci při online komunikaci více chránit (nesdělovat) své osobní informace než mladší (Livingstone 2009: 105-106). Možnosti rychle a často měnit svůj profil si cení hlavně ti, u kterých se identita rychle mění, a mohou tyto změny reflektovat na svém profilu. Životní styl je podle teenagerů charakterizován sebezpozorností, stylizací, reflexivitou. Sebe prezentace je ovlivněna také tím, s kým navážou vztahy, spojení.

Základním rozhodnutím je, zda bude profil veřejným nebo soukromým. Je problematické definovat, co je osobní informace a co ne. Základní rozdíl vidí děti mezi rozdělením toho, jaké informace jsou drženy mimo veřejnou sféru a tím, jaké osobní informace jsou kontrolovaně zveřejňovány a také komu jsou dostupné. Mladí uživatelé, vlastně všichni, zřídka chtějí, aby jejich informace byly zcela privátní, jinak by je neuváděli, spíše stojí o to mít kontrolu nad tím, co o nich bude kdo vědět.

Děti musí činit rozhodnutí, co zveřejní a co ne. A v tom mají dvě omezení: první plyne z jejich vztahu k prostředí sociálních sítí, protože ty je do značné míry omezují v tom, co mohou zveřejnit (omezují jejich úhel pohledu), další jsou limity mladých lidí, které nastavuje rozvoj médií a zákony týkající se internetu. V prvním případě je například značně omezující třídění přátel – na Facebooku na blízké přátele a další přátele, přičemž rozdělení toho, co bude viditelné komu, je také poměrně úzké (přátele, přátelé přátel, všichni). Hlavní problém vidí děti v tom, že by chtěly, aby některé obsahy byly přístupné přátelům, ale ne rodičům. Rodiče často teenageři nepovažují za přátele, přesto je v kontaktech mají nebo musí mít. Stejně tak ne všichni v síti přátel jsou přáteli v pravém slova smyslu a uživatel/ka nechce, aby viděli veškeré jeho/její obsahy, přesto má důvod je v kontaktech mít. I v online sféře tedy dochází ke klasifikaci přátel. Děti také často mají problém s nastavením soukromí. S tím souvisí fakt, že pro vyjádření velmi osobních zkušeností proto děti často raději volí jiné způsoby komunikace. Z toho vyplývá, že děti nemají potřebu zveřejňovat každý aspekt své osobnosti (Livingstone 2009: 113-114).

Dost známé vztahy z postmoderně tradiční společnosti mezi genderem, třídou, kulturou a generacemi jsou na sociálních sítích přepisovány (Livingstone 2009: 115). A to se projevuje jak v sílící individualizaci, tak i v tom, že lidé se více spojují – třeba na základě zájmů (fanouškovství) a tím se právě typické vztahy vyjmenované výše mohou dynamičtěji proměňovat.

4.3.2 Limity související s internetem a sociálními sítěmi

V internetovém prostředí, kde člověk vytváří virtuální identitu, se v souvislosti s ní vyskytují **negativa** i **pozitiva**. Z pozitiv je nutné zmínit, že na internetu může docházet k silnějším zážitkům, je možné tady nacházet nejrůznější vztahy, rozvíjet individualitu, tvořivost nebo nápaditost. Na druhé straně z rizik lze jmenovat fakt, že se může internet stát mocným nástrojem kontroly, protože shromažďuje o jedincích velkou spoustu informací. Kromě toho v internetovém prostředí často dochází k proměnám, které je třeba reflektovat. (Šmahel 2003: 44-45) Právě sociální sítě patří mezi jednu z novinek, k níž museli uživatelé a uživatelky zaujmout přístup. U dětí je některé integrovaly do svého života, další se jim vyhýbají a nechtějí profil založit, poslední skupina se touží stát součástí sociálních sítí, ale nemůže, buďto z technického hlediska, nebo častěji kvůli zákazu rodičů.

Rodiče hrají specifickou roli. Boyd zastává názor, že dnešní generace dětí má mnohem méně svobody. Vztahuje tento problém k širšímu sociálnímu kontextu. Kdy dle jejího názoru dříve děti chodily do večera „po venku“, do školy jezdily na kole, různě se potloukaly. Dnes to tak není, děti tráví větší množství času samy - rodiče o ně mají strach (z násilníků apod.), proto vlastně sami limitují mobilitu svých potomků, děti tento strach berou za svůj, takže se omezují v mobilitě i samy. Přitom nelze prokázat, že by dnešní společnost byla nebezpečnější než v době dětství rodičů dnešních dětí. Příkladem je narůstající počet školáků a šolaček, které do školy vozí rodiče, tyto děti pak nemají možnost se například stýkat s kamarády a kamarádkami v autobuse, což limituje jejich sociální život. (boyd 2014: 86-87) Sociální život mnoha dnešních dětí a teenagerů nemůže být oddělen od sociálních sítí, na nich totiž probíhá.

Dalším limitem může být, že rodiče strukturují čas dětí – volný čas jim zaplňují aktivitami – sport, kroužky, přičemž obyčejné poflakování s kamarády a kamarádkami mohou rodiče vnímat jako plýtvání časem. Rodiče často věří, že když budou děti zaneprázdněné, vyhnou se potencionálním problémům. (boyd 2014: 88) Potom se mediální sociální kontakt stává pro děti ještě důležitějším. Sociální média mohou dětem, teenagerům v těchto případech poskytovat možnosti socializovat se, sledovat lidi, relaxovat.

Sociální média se mohou pro mladé stát jakýmsi ventilem, který jim dovoluje udělat ze sociability nástroj pro zvládání tlaků a limitů, které jsou na ně okolím kladeny. Skrze sociální média se učí určitým aspektům, které se pojí s dospíváním jako sebe prezentace, zvládání sociálních vztahů, rozvíjení a porozumění světu kolem (boyd 2014: 95). Právě v sociálních sítích tedy našli teenageři prostor, kde se je mohou učit, zkoušet.

Boyd (2014: 97-98) považuje za problematické, že rodiče vidí strach a nebezpečí všude kolem (například i v rodinách kamarádů a kamarádek svých dětí), ale jediná jejich obrana na tohle chování jsou zákazy, které často vedou k izolaci dětí. Tu dokáží teenageři překonat skrze sítě. Rodiče se tomu brání například tak, že ze sociálních sítí také vytváří zlo. Mnohdy to však přináší efekt zcela opačný, tedy sociální síť se stává pro dítě velkým lákadlem.

Boyd tvrdí, že teenageři sice mluví o závislosti na online aktivitách, ale sociální média jen posilují to, že současná generace mladých je s těmito technologiemi svázaná a neschopná kontrolovat své životy. Ovšem převládající narativ týkající se vztahu k sociálním médiím je takový, že teenageři mají dostatečné schopnosti vytvořit si zdravý vztah k těmto médiím. Pro dospívající je snazší svalovat vinu na technologie než zohledňovat jiné faktory – sociální, kulturní, osobní – které mohou mít svůj podíl.

O množství trávení času na internetu a dnes už i v kontextu sociálních sítí jako takových se často spekuluje. Co je moc? A s tím se pojí i úvahy o možné **závislosti**. Ta se v minulosti nepojímala medicínsky jako dnes ve vztahu k alkoholu nebo drogám, ale spíše jako zaujetí nějakým zájmem, koníčkem. V souvislosti s internetem se pojem závislost spojil poprvé v roce 1995. (boyd 2014: 80-81) Média závislosti často spojují s mladými lidmi. Medializací závislosti – natáčením filmů, seriálů, reality show na toto téma atd. se dostává závislost více do povědomí lidí, je brána seriózněji, ale na druhé straně je tím vlastně jistým způsobem oslavována. Problematické je, že za závislost jsou označovány stavy, kdy je někdo něčím velmi zaujat, a to takovým způsobem, který společnost vnímá jako přehnaný. Když se například teenageři raději baví na sociálních sítích místo toho, aby se učili, rodiče jsou hned podezřívaví, zejména pokud se jim zhorší školné výsledky, viní technologii. (boyd 2014: 83) Podobně mnohdy rodiče vybízí své děti, aby raději chodily ven. Jenomže v tom lze spatřovat spíše vliv vlastního dětství, protože přesně takto rodiče sami čas trávili. Dospělí mají často pocit, že ví, co je pro děti nejlepší, přitom jejich děti se těchto společenských hodnot, které zastávají jejich rodiče, obávají.

O závislosti nikoli přímo na internetu, ale na konkrétních aktivitách, webech nebo aplikacích pojímá také práce Hýbnerové (2012: 33-35). Někteří dětské uživatelé a uživatelky Facebooku si mohou na této online aktivitě vytvořit závislost, která už nese vlastní jméno, a to **Facebook Addiction Disorder** = FAD. Summersová (2011) definuje šest základních příznaků:

- a) roste tolerance (ke stejnému uspokojení je třeba více času na Facebooku, pokud není, přichází nespokojenost i frustrace)
- b) abstinenci příznaky (stres, úzkost, podrážděnost)
- c) preferování virtuální facebookové schůzky místo schůzek v offline světě

- d) navazování velkého množství vztahů s neznámými na Facebooku (jejich množství přesahuje 80 % přidaných přátel)
- e) závislost se projevuje i v offline světě, posedlost

Znaky této závislosti jmenoval i Fenichel (2009), dle něj mezi ně patří noční užívání Facebooku, více než hodina denně strávená na Facebooku, posedlost, sledování expartnerů/ek na Facebooku, užívání Facebooku na úkor práce, čas bez Facebooku vyvolává úzkost.

Následky FAD mohou být tělesné jako například obezita, bolesti zad, nebo psychosociální, mezi které se řadí nedostatek spánku, špatná organizace času a u dětí třeba zhoršení prospěchu, soustředění apod. (Kopecký, 2015) Jedním ze znaků závislosti je podle Livingstone (2012) skutečnost, že dítě očekává, že když někomu něco okomentuje, on to udělá také.

Trávení času na sociální síti může být nezbytnou sociální potřebou, důležitým komponentem sociálního života. To všem nemusí znamenat, že je to jediný aspekt sociálního života a že uživatel/ka netráví čas fyzickým bytím s přáteli. Rodiče ale často neschvalují přílišné trávení času na Facebooku, vnímají velké množství času na Facebooku jako závislost v negativním slova smyslu. Znepokojuje je zejména množství času na Facebooku a to, jakým způsobem sociální síť děti využívají. Boyd (2014: 85) popisuje jistý druh propasti, kdy děti říkají, že by raději trávily čas s přáteli osobně, rodiče si naopak stěžují, že děti sedí u počítače a nežijí „skutečný“ život.

Podle boyd představuje závislost na informacích a lidech součást lidské přirozenosti, je to součást potřeby být spojen se společností, a čím víc mají lidé příležitostí mít přístup k informacím a být spojeni s lidmi, tím víc je využívají. Přestože existují názory, že nové technologie obecně dětem škodí, ničí jejich mozek a myšlení, objevují se také ty, které tvrdí, že děti se skrze ně něco učí, zvládají porozumět síti. Tím, že teenageři užívají sociální síť, se snaží mít kontrolu nad svými životy a jejich vztahy ke společnosti. Tím se dozvídají, jak funguje sociální svět. Není důvod si myslet, že skrze sociální média nebudou teenageři rozvíjet schopnosti v oblasti informací a sociálních interakcí, stejně tak není důvod věřit, že „digitální celibát“ by děti udělal v dospělosti zdravějšími a šťastnějšími. (boyd 2014: 91-93)

Boyd přirovnává aktivity teenagerů na sociálních sítích k aktivitám dřívějších generací – třeba chození na diskotéky, poflakování se. Je to prostě nová forma sociálního trávení času. (2014: 99)

4.4. Mediálně-výchovná perspektiva

Děti během svého života prochází socializací, která je v dětství oproti dospělosti velmi intenzivní, a postupně do ní vstupují nejrůznější činitelé. Tím prvním a zásadním, který je zodpovědný za primární socializaci, je rodina. Přestože, jak bylo zmíněno výše, děti mohou s přibývajícím věkem tíhnout v otázkách socializace například spíše k vrstevnické skupině a roli rodiny se snaží snižovat, případně proti ní revoltují, provází je vliv rodiny.

Je zcela legitimní se domnívat, že součástí rodičovské výchovy je i oblast médií, tedy že mezi složky výchovy patří v rodině i ta mediální. Jedná se o velmi komplexní soubor činností a aktivit, vzhledem k rozsahu a cíli práce se však zaměří pozornost zejména na oblast konkrétních pravidel, která rodiče ve vztahu k dětem a jejich užívání internetu, respektive především sociálních sítí uplatňují.

Tým vedený Livingstone, který několik let provádí výzkumy EU Kids Online (viz kapitola 5.1.1.), na základě své práce z roku 2014 zhodnotil, že rodiče se ve vztahu k dětem a internetu snaží o čtyři formy mediálně-výchovných aktivit:¹²

- a) aktivně s dětmi mluví, sedí u nich, když jsou online nebo s nimi sdílí online aktivity
- b) aktivně s dětmi mluví, dávají rady týkající se bezpečných strategií na internetu
- c) nastavují pravidla a omezení, jak mohou děti využívat internet
- d) využívají technologická omezení, například filtry nebo nástroje takzvané rodičovské kontroly nebo interpersonální monitorovací strategie

Mediální výchovu pojímá Sloboda (2013: 44) jako záměrné socializační působení (rodičů), které vychází z určitých (i latentních) pedagogických představ a potřeb, to znamená, že za výchovnými aktivitami je jakýsi (třeba i neuvědomovaný) pedagogický plán rodičů. Přitom je důležitá interakce, mediální výchova není jednosměrný proces, často jsou pravidla nastolována na základě vyjednávání mezi rodiči a dětmi.

Rodiče při aplikaci mediální výchovy disponují několika nástroji, které shrnuje Sloboda (2013: 46):

- (ne)omezování dětské konzumace médií, obzvláště časové, obsahové a technické restrikce
- pořizování médií (technologií, nosičů) nebo povolování konzumace (obsahů) coby výchovné odměny

¹² Výzkumná zpráva dostupná z: <https://lisedesignunit.com/EUKidsOnline/index.html?r=64>

- trestání zákazem užívání určitých médií nebo obsahů nebo nepořizováním médií (nosičů, technologií)
- nasazování médií s výchovným záměrem (například naučných pořadů, vzdělávacích her)
- diskuzi o médiích a společnou konzumaci a užívání médií (rodičů s dětmi) s vědomým výchovným cílem (například vysvětlování různých aspektů mediálních obsahů, osvětlování existence mediálních pravidel, doporučování vhodných obsahů a způsobů užívání)

Ucelenou představu o systematizaci rodičovských pravidel v souvislosti s médii přináší v roce 1969 Barcus (in Rue 1974: 76), který se ve svém výzkumu soustředil na rodičovská pravidla týkající se sledování a užívání televize. Rozděluje **pozitivní** a **negativní** formy kontroly, které dále dělí na formální a neformální (viz níže, Tabulka č. 2). Neformální formy charakterizuje jejich nezáměrnost, rodiče se jich tudíž dopouští nevědomky, netušíc že by mohly mít na děti vliv. Tyto neformální aktivity je těžké odhalit, častěji je možné je zjistit přímo od dětí, nikoli od rodičů. Rodič ovšem i v oblasti mediální výchovy funguje jako vzor, a to také prostřednictvím nezáměrného působení. Barcusův model lze však uplatnit při jakýchkoli dalších formách mediální výchovy v rodině ve vztahu k nejrůznějším typům médií.

Rodič může jako účinný nástroj mediální výchovy využít médium jako *odměnu* nebo *trest*. V případě odměny například za dobré školní výsledky, splnění domácích povinností apod. může mít dítě nárok na vlastnictví média, strávení více času užitím média atd. Stejně tak může sloužit médium a jeho užití jako trest v opačných případech, rodič má možnost přistoupit i zabavení média. Speciálním případem, kdy je třeba zavést nebo upravit pravidla užití média, je spoluvlastnění či spolusdílení média. Jedná se zejména o tablety, notebooky či počítače nebo playstationy, málokdy mobilní telefony.

Další systematizace mediální výchovy v rodině prakticky využívá výše popsané formy, případně je upravuje či obohacuje. Valkenburg (1999: 53-54) například vychází ze čtyř výchovných způsobů v kontextu médií, v jejím případě konkrétně televize. Prvním z nich je **restriktivní styl**¹³, který je založený zejména na zavádění časových pravidel. Rodiče v jeho rámci nastavují pravidla a zákazy související se sledováním určitého obsahu. Rodič přistupuje buďto k časovým omezením sledování, nebo obsahovým. Dalším styl se nazývá **instruktivní**, pod tímto termínem míní autorka aktivní mediaci, která spočívá v diskutování určitých aspektů programů s dětmi, a to během nebo při jejich sledování. Valkenburg zavádí také **spoludívání**

¹³ hovoří však o „mediaci“, nikoli mediální výchově

(v originále coviewing), což popisuje styl, kdy dospělý sleduje televizi spolu s dítětem, zkušenost ze sledování spolu sdílí, ovšem nedochází k diskuzi. Posledním čtvrtým stylem je **rozostřená** mediace, s tímto termínem přichází Bybee a kol. v roce 1982. Pro rodiče využívající tento styl je typický nestrukturovaný, uvolněný přístup.

Sloboda (2013: 99-109) alternativně uvádí tři, respektive čtyři základní mechanizmy rodičovské restrikce. Tu první označuje jako **časovou** a představuje jakousi mediální večerku, jedná se o velmi časté omezení, které rodiče využívají. Přitom se mohou rodičovská pravidla lišit ve všední dny a o víkendech, během svátků či prázdnin dětí. Časově lze omezit počet hodin, které dítě může strávit mediální činností, nebo může existovat denní doba, od které již nesmí dítě média užívat. Druhou restrikcí jsou omezení **obsahová**, která pramení ze strachu rodiče, že se dítě dostane k nežádoucím obsahům, ty mohou být například sexuální nebo násilné. Je ovšem třeba podotknout, že sice existují některé obsahy, v nichž se nežádoucí prvky dají očekávat, například akční počítačové hry a násilí v nich zachycené, zároveň však mnohdy není možné potenciálně rizikové obsahy predikovat, rodič by musel mít velký přehled o obsahu jednotlivých médií, programů atp. V případě internetu nebo sociálních sítí je taková znalost prakticky nemožná. U restrikcí **technických** je možné vydělit fyzické, kdy jsou média umístována tak, aby se k nim dítě nemohlo dostat, a také dá se říci technologické, což představuje nejrůznější zámky nebo změny hesla wi-fi. Poslední skupina pojednává o restrikcích **behaviorálních**, kdy je užívání médií podmíněno behaviorálními podmínkami. Mohou se dělit dále na odměny, například rodič umožní dítěti hrát hry, pokud si uklidí pokoj, případně tresty, kdy za špatné známky musí dítě odevzdat tablet. Z dílčích výsledků výzkumu Děti, rodiče a nová média je patrné, že v kontextu nových médií rodiče poměrně často přistupují k restrikcím **věkovým**, tedy vlastnictví a užití nových médií podmiňují věkem. Obvykle, jakmile médium nebo zřízení účtu na sociální síti povolí, jejich mediálně-výchovná intervence okamžitě polevuje, či dokonce mizí zcela.

Výzkumnice Livingstone se na problematiku dětí, médií a tedy i mediální výchovy ze strany rodič soustřeďuje. Zavádí spolu s kolegyněmi Helsper (2008) a Bober (2006) dva důležité mediálně-výchovné pojmy, **controlling** a **monitoring**. V obou případech se jedná o aktivní konání. Monitoringem se zjednodušeně rozumí hlídání činnosti dítěte v průběhu užívání. Může jít například o situaci, kdy dítě hraje nějakou hru či provozuje jinou činnost v internetovém prostředí poblíž matky či otce a ta se mu občas tzv. dívá před rameno, což může doplnit i pokládáním otázek týkajících se jeho činnosti. Rodič má možnost rovněž za tímto účelem vcházet do jiné místnosti, kde dítě médium užívá, a využít stejnou strategii. Jejím závěrem může být zásah dospělého. Oproti tomu controlling je následným nástrojem kontroly.

Tedy rodič se zajímá o činnost dítěte na internetu zpětně. Charakteristické je sledování historie v internetovém prohlížeči.

Tabulka č. 2: Teoretický model typů rodičovské kontroly sledování televize dětmi (zdroj: Barcus in Rue 1974; upraveno, přeloženo)

Formy rodičovské kontroly		Kontrola předběžná	Kontrola průběžná	Kontrola následná
Pozitivní	Formální	Prověřování Vybírání Navrhování programů	Diskuze Interpretace Přepínání programů	Zodpovídání otázek Diskuze o zhlédnutém
	Neformální	Dospělý vybírá, sleduje	Sledování s dítětem a vysvětlování	Chválení toho, co se dítě naučilo
Negativní	Formální	Omezení založená na: 1. obsahu, programech 2. času a) počet hodin b) časová hranice 3. po splnění povinností	Vypínání televize Přepínání kanálů	Zakazování dalšího sledování
	Neformální	Dospělý vybírá, sleduje	Kárání dítěte v průběhu sledování	Kárání dítěte za věci, co se naučilo

5. Tematizace a realizované výzkumy

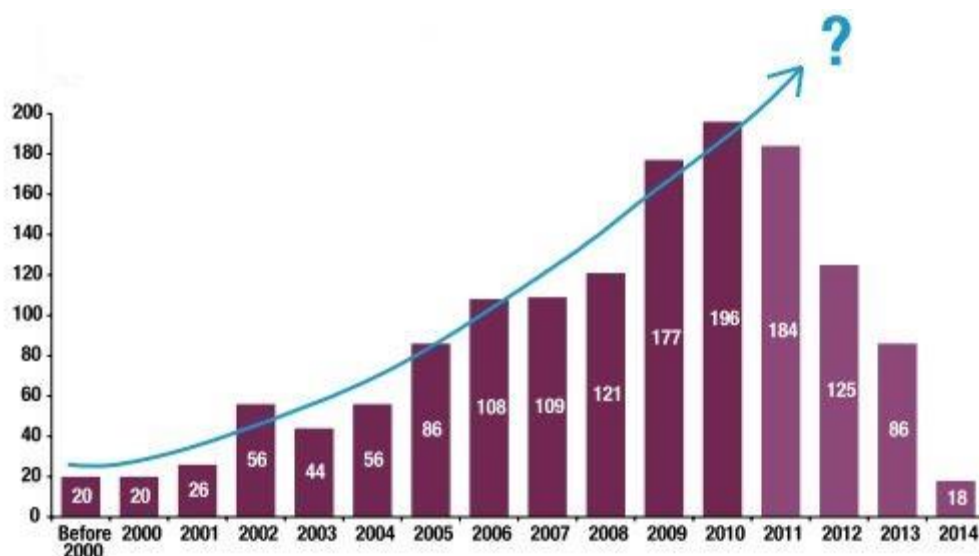
Zásadním krokem při vytváření výzkumu je rešeršní práce, díky které má výzkumník, výzkumnice hlubší představu o zkoumané problematice, ví, na co se soustředit. Sociální sítě jakožto poměrně mladý fenomén se postupně do zájmů výzkumných týmů dostávají, stejně tak jejich dětští uživatelé a uživatelky. Přesto se jedná o oblast poměrně málo probádanou.

Existují zejména kvantitativní výzkumy založené obvykle na dotaznících šířených online, v nichž převažují uzavřené otázky. Většina z nich má národní charakter, výjimkou je obecněji zaměřený longitudinální výzkum EU Kids Online soustřeďující se na internet obecně, který zahrnuje kvantitativní i kvalitativní část.

Z dat, která zahrnuje výzkum EU Kids Online, plyne v oblasti výzkumů online a mobilních médií v souvislosti s dětmi, že od roku 2000 do roku 2010 rostl v Evropě počet výzkumů, které se zaměřovaly na tuto problematiku. Před pěti lety ale začal jejich počet klesat (viz Graf č. 1). Je ovšem do značné míry spekulativní, jaké typy výzkumů jsou v tomto grafu zařazené.

Mnohem oblíbenější skupinou uživatelů a uživatelek Facebooku, na kterou se výzkumy soustřeďují, jsou starší teenageři nebo vysokoškoláci. Pakliže má být zohledněna mediálně-výchovná perspektiva, zásadní roli mají výzkumy Livingstone. Případně se z této oblasti většina prací soustřeďuje na potencionální rizika spojená s internetem, sociálními sítěmi.

Graf č. 1: Studie v Evropě se zaměřením na děti a online/mobilní technologie (zdroj: EU Kids Online 2014)



5.1. Stručný popis stěžejních využitých výzkumů

5.1.1. EU Kids Online¹⁴

Tento výzkum, kvantitativní i kvalitativní, probíhá již o roku 2006 a soustřeďuje se na to, jak děti užívají nová média, zejména pak s důrazem na online rizika a bezpečnost na internetu. Vedoucí projektu je Sonia Livingstone. Prozatím byly výsledky z několikaletého zkoumání zveřejněny ve třech intervalech, respektive výzkumných zprávách; první v roce 2006, další v roce 2010 a poslední v roce 2014.

Výzkum se uskutečňuje v pětadvaceti zemích Evropské unie. Výzkumný tým provádí hloubkové rozhovory s dětmi ve věku od 9 do 16 let, přičemž tyto respondenti a respondentky pochází z celkem 9 zemí.

Velkou výhodou výzkumu je jeho longitudinálnost a tedy možnost poměřovat výsledky aktuální se situací z výzkumů z předešlých let. Jednou ze slabin může být skutečnost, že i v rámci Evropské unie jsou kulturní, finanční i další podmínky značně odlišné.

5.1.2. České děti a Facebook

Kvantitativní výzkum, který realizovalo Centrum prevence rizikové virtuální komunikace Pedagogické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci, se snažil zjistit, jak české děti využívají Facebook a jaká rizika v oblasti komunikace jim na této sociální síti hrozí.

Soustřeďoval se na děti mladší 13 let a jejich aktivity na Facebooku, zkoumal jejich účty (počet, vědomí rodičů o účtu), zabýval se motivací zřídit si profil a jeho následným způsobem užívání, v kontextu facebookových přátelství zjišťoval, kolik mají děti přátel a kolik jich neznají, s jakými riziky se děti na Facebooku setkávají, pozornost soustředil i na další informace.

Výzkumným nástrojem byl online dotazník se třiceti otázkami, který dotazovaní vyplňovali anonymně. Výzkum probíhal během května a června 2015, dotazník se během této doby dostal do 4000 českých základních škol. Získaná data byla kvantitativního i kvalitativního charakteru. Celkem odpovědělo 1 122 dětí ve věkové hranici od 8 do 17 let, z nichž téměř 38 % nedosáhlo 13 let. Zásadním problémem tohoto výzkumu je, že zde sehrál důležitou roli samovýběr respondentů a respondentek.

¹⁴ Výzkumná zpráva 2014 dostupná z: <https://lsdesignunit.com/EUKidsOnline/index.html?r=64>

5.2. Užívání sociálních sítí

Užívání internetu dětmi obecně roste, což potvrzují například rozsáhlé longitudinální výzkumy EU Kids Online, které se uskutečňují od roku 2006. Internet se stává každodenní součástí života dětí. Hovoříme v tomto kontextu zejména o každodennosti „západních“ dětí a i v rámci západního světa jsou patrné rozdíly mezi kontinenty (například Severní Amerikou a Evropou), ale rovněž mezi konkrétními zeměmi. Tato skutečnost se projevuje rovněž v rámci jednotlivých členských států Evropské unie.

Děti jsou online stále častěji, ve stále mladším věku a na více místech. Možnost připojovat se na internet a sociální sítě jim umožňují zejména mobilní (přenosná) zařízení, na nichž mohou využívat připojení k internetu, a to jak formou předplacených dat, tak wi-fi připojení.

Značný vliv na to, co dokážou děti z internetu a sociálních sítí tzv. vytěžit, má podle EU Kids Online věk, gender, socioekonomický status, to, jak je rodiče podporují a pozitivní obsah, ke kterému se mohou dostat. Kromě toho je také podstatná osobní zkušenost, kterou každý jednotlivý dětský uživatel/ka v online sféře získají. Svůj vliv mají také rodiče, vrstevníci, školní prostředí, vzdělávací systém, kulturní hodnoty a regulace státu.

Z výsledků tohoto výzkumu v oblasti sociálních sítích plyne, že stále více dětí používá sociální sítě, nárůst oproti roku 2010 byl o čtyři roky později o 19 % v dané věkové kategorii. A hlavně užívání sociálních sítí je nejčastější činností mladých na internetu, provozuje ji 63 % z nich.

EU Kids Online 2014 přišel se zjištěním, že nastavení věkové hranice na založení profilu na sociálních sítích se ukazuje jako neefektivní opatření, což potvrzují i další výzkumná šetření, například Kopeckého (2015) nebo Social Age (Knowthenet: 2013). Navíc v mnoha případech děti nerozumí podmínkám a nastavení soukromí na sociálních sítích. A tak obvykle, pokud nastavení soukromí nechápou, volí takové východisko, že nechávají celý profil veřejný.

Polovina dětí ve věku od 11 do 16 let dotázaných ve výzkumu tvrdila, že je pro ně snazší být samy sebou na sociální síti. Obecně ve srovnání s rokem 2010 vzrostl počet dětských uživatelů a uživatelék sociálních sítí z 61 na 68 %, ovšem tento trend lze zaznamenat obecně v celé populaci.

Počet dětí pod povolenou věkovou hranicí na Facebooku se příliš nemění, 9 až 10letých je s profilem na Facebooku 22 %, ve věku 11-12 let je to 53 %. Většina z dotázaných ve všech věkových skupinách vlastní profil na nějaké sociální síti, přičemž Facebook dominuje. Profil na Facebooku má ve věkové kategorii klíčové pro tuto diplomovou práci, tedy 9-12, u mladší skupiny (9-10 let) 27 %, u starších (11-12 let) je to 60 %.

Jak vyplývá ze zjištění výzkumu Nebezpečí internetové komunikace IV (Kopecký, Szotkowski, Krejčí, 2014), svůj profil na Facebooku má v Česku asi 93 % dětí ve věku od 11 do 17 let. Z dat sesbíraných v roce 2015 v Česku lze vyčíst, že čím jsou děti starší, tím častěji mají založený facebookový profil. U dětí ve věku 10 let je to 37 %, u 11letých jej vlastní 48 %, u těch o rok starších je číslo o 28 % vyšší. Téměř 83 % operuje pod jedním uživatelským účtem, 12 % má jeden účet, ale figuruje na něm pod falešným jménem. (Kopecký 2015: 12)

Další výzkumy, které se zabývají věkem dětí a vlastnictvím facebookového profilu, přináší podobné výsledky. Purcell (2012) přišla s tím, že v USA má profil 94 % 12 až 17letých, jenom 39 % z nich si pak do okruhu přátel přidá rodiče. S tím souvisí zjištění výzkumu Global Social Impact study, jehož vědecký tým vyzkoumal, že pokud si rodiče začnou své děti přidávat do přátel, děti přechází na jinou sociální síť. Výzkum zaměřený na britskou mládež Social Age (2013) říká, že 59 % místních dětí je na Facebooku od 10 let.

Pokud jde o množství času tráveného na Facebooku, výzkum České děti a Facebook 2015 (Kopecký 2015) zjistil, že velká část je skrze mobilní zařízení připojena vlastně nepřetržitě. Nejpočetnější je skupina dětí, které tuto sociální síť aktivně užívají více než hodinu denně (60 %), u 33 % přesáhl tento čas tři hodiny za den. U věkové kategorie, která je předmětem této diplomové práce, byla čísla nižší. Desetileté děti v 75 % tráví na Facebooku méně než hodinu, 11leté tento čas věnují facebookování v 67 %, o rok starší z 47 %. Mezi jednou a dvěma hodinami denně jsou na Facebooku 10letí a 11letí zhruba ve 20 % a 12letí v 33 %. Dalším zajímavým číslem z tohoto výzkumu je 40 % dětí ve věku 10 let, které používají Facebook tři až čtyři hodiny za den. Otázkou však zůstává, jak přesně si dotazovaní definovali „být na Facebooku“. Mohli termínu rozumět i tak, že mají otevřenou záložku s Facebookem, ale aktivní na něm nejsou.

Děti sdílejí skrze svůj profil nejrůznější informace včetně fotografií, komunikují prostřednictvím chatu, komentují příspěvky, diskutují a posilují a navazují přátelství. Na základě výsledků výzkumu určil Kopecký (2015) celkem šest důvodů, proč jsou děti na Facebooku:

- a) komunikace s ostatními uživateli
- b) udržení kontaktu se současnými a minulými kamarády
- c) skupinový tlak, tedy strach ze sociální izolace, pokud profil mít nebudou
- d) hraní online her
- e) seznamování s neznámými lidmi
- f) sdílení fotografií a videí

g) Facebook jako móda, tedy možnost komunikovat a sledovat celebrity, podrobnosti o filmech, seriálech apod.

h) Facebook jako prostředí pro rozboj virtuální komunikace (podrobněji viz kap. 7.2)

Další podstatnou činností dětí na sociálních sítích je vytváření okruhů přátel, na Facebooku je možné přidat si do přátel maximálně 5000 lidí. Děti se skrze Facebook snaží rozvíjet, vytvářet a udržovat svá přátelství a samozřejmě zakládat přátelství zcela nová, autonomně od offline světa. Na základě výsledků výzkumu České děti a Facebook 2015 (Kopecký 2015: 13) je průměrný počet přátel u dětí jím zkoumané věkové skupiny 194. Z toho 37 % si přidává i neznámé lidi.

Schorb (2010) se zabýval využíváním sociální sítě MySpace a německé sociální sítě pro studenty a studentky SchülerVZ. Jeho výzkum měl dvě části: nejprve proběhla online anketa s 8 382 respondenty a respondentkami ve věku 12-19 let, následovaly rozhovory s 31 uživateli a uživatelkami téhož věku. Z výsledků vyplynulo, že až 70 % z nich má profil na minimálně dvou sociálních sítích, různé sociální sítě využívají ke spojení s různými lidmi. Sociální sítě vnímají ne jako druhý svět, ale jako rozšíření světa reálného, ve kterém chtějí poznávat nové lidi, posilovat existující přátelství, domlouvat se na trávení volného času.

Empirický výzkum Yang (2012), uskutečněný prostřednictvím dotazování, se soustřeďoval na motivy užívání Facebooku a facebookové aktivity. Zabýval se sice starší věkovou kategorií (průměrný věk byl 20 let), ovšem zjistil, že studenti a studentky tráví průměrně 3,6 hodiny týdně na Facebooku, ti neaktivnější pak 4 hodiny denně. Podstatou užívání Facebooku je podle Yang utváření a udržování vztahů, zejména je tento druh užití důležitý pro ženy. Rovněž zjistila, že ženy mají na Facebooku více přátel než muži.

Minimální zájem jevila skupina Yang o hraní her nebo funkci šťouchnutí. Kromě zmíněného hraní her existoval mezi všemi aktivitami nějaký vztah, vedl k nim nějaký motiv. Zajímavé byla i skutečnost, že výzkumnice neodhalila žádné výrazné genderové rozdíly v užívání sociální sítě. Tomu by mohlo být u dětí jinak, chlapci často preferují hraní her. S rostoucím věkem klesala jak intenzita chatové komunikace skrze Facebook, tak zveřejňování statusů. Čím větší potřebu sociálního přizpůsobování zkoumaní uživatelé a uživatelky vykazovali, tím více je k užívání Facebooku motivovalo udržování už vzniklých vztahů, což byl motiv převažující, pokud potřeba byla nízká; spíše na sociální síti tvořili nové vztahy.

Z odpovědí na dotazník Yang rovněž zjistila, že studenti a studentky užívali Facebook záměrně, že hranice mezi online a offline vztahy nejsou tak ostré, jak by se mohlo zdát a že mladší jsou aktivnější na Facebooku. Neprokázalo se, že by se snažili jedinci skrze Facebook

nějak potlačovat samotu. V souvislosti se školou se zjistilo, že Facebook usnadňuje adaptaci studujících na školní prostředí, zejména u mladších ročníků, kde se lidé vzájemně tolik neznají. Mezi jednotlivými motivy a konkrétními aktivitami existuje podle Yang souvislost.

Dle Livingstone (2008) mají děti prakticky neustálou potřebu být s lidmi, přáteli v kontaktu, což je jeden z důvodů užívání sociálních sítí. Navíc si tím potvrzují skutečnost, že jsou součástí sítě přátel, kterou si na sociální síti tvoří.

5.3. Identita a sebe prezentace na sociálních sítích

Papacharissi spolu s Mendelsonem zkoumala studentské fotogalerie na Facebooku. Zajímala je role fotografií ve vizuální performanci svého já na sociální síti. Dospěli k závěru, že zveřejněné fotky mají posílit členství v nějakých skupinách. Všechny tyto fotky tedy měly symbolicky spojovat privátní sféru přátel ve sféře Facebooku, která je vlastně veřejně privátní. Většina fotografií vykazovala exhibicionistické, narcistní tendence, zjevně přehrávanou náklonnost a chování sehané speciálně pro fotoaparát. Fotografie měly jedno základní poselství „podívejte se na nás, jaký může být vysokoškolský život“. Tedy performované, vizuální prezentace podporovaly „jeviště“ personální a kolektivní identity skrze rituály vysokoškolské zkušenosti (Papacharissi 2010: 315). Z toho vyplývá, že na sociální síti existuje potřeba ukazovat i svůj běžný offline život a oba se tím pádem začínají velmi výrazně propojovat. Obecně se lze setkat s lidmi, kteří chodí na večírky nebo se účastní jakýchkoli událostí s jediným cílem – udělat si na nich fotku (natočit video) a dát je na sociální síť.

Yang (2012) zjistila, že sebe prezentaci prováděli respondenti a respondentky, v jejím případě průměrného věku 20 let, obvykle jednou týdně a převážně skrze sdílení fotografií, nejraději pak fotografií z významných událostí, jako jsou narozeniny nebo prázdniny. Yang také prokázala, že s věkem se snižuje intenzita chatování na Facebooku.

V kontextu sebe prezentace na Facebooku se Kane (2008) zabývala sebe prezentací na sociální síti MySpace. A tvrdí, že to, že jsou sociální sítě populární, je způsobeno hlavně možností kontroly vlastní prezentace, která je vyšší než v běžném životě, a povahou prostředí sociálních sítí. Zároveň Kane problematizuje mísení různých publik na sociální síti, což může ztěžovat sebe prezentaci jedinců. Problematikou fotografií na sociálních sítích se zabývá například Siibak (2010), která uvádí, že mladí lidé pečlivě a strategicky vybírají fotografie, které zveřejňují na sociálních sítích.

V otázkách sebe prezentace přinesl důležité poznatky kvantitativní výzkum Seidman (2013). Jejimi respondenty a respondentkami byla ovšem starší generace, američtí

vysokoškoláci a vysokoškolačky využívající Facebook. Podle jejích zjištění jsou potřeba někam patřit a sebe prezentace hlavními motivy dotazovaných, proč jsou na Facebooku, přičemž je naplňují skrze komunikaci s ostatními a zjišťováním informací o nich. Sebe prezentace se uskutečňuje fotkami a dalším obsahem na facebookové zdi. Zejména lidé, kteří trpí sociální úzkostí, mohou podle výsledků výzkumu ukazovat na Facebooku skryté aspekty své osobnosti, své alternativní či ideální já, nevyklučuje se tím však možnost prezentace skutečného já. Osobnost na Facebooku rozděluje Seidman na pětičlennou typologii.

První z nich je **extroverze**. Zásadní může být v této oblasti poznatek, že skvělí jsou ti, kteří mají na Facebooku hodně přátel, protože to znamená, že obecně mají více přátel, jejich přátelství jsou kvalitnější a více je uspokojují romantické vztahy. Přitom sebe prezentaci vytváří takoví jedinci strategicky a pečlivě podobně jako v offline životě; to, co zůstává skryté v online životě, se neobjevuje ani v prostředí sociální sítě. Pro **svědomité** uživatele a uživatelky Facebooku je signifikantní, že na Facebooku hledají a udržují sociální spojení. Při těchto činnostech se sebe prezentují opatrně a autenticky v souladu s normami skupiny. **Přívětiví** jedinci využívají Facebooku kvůli naplňování potřeby někam patřit a vlastní osobu prezentují konzistentně, autenticky a celou online sebe prezentaci pečlivě hlídají. Předposlední typ **otevření** lidé užívají sociální sítě velmi intenzivně, často poustují na cizích zdech a nahrazují si tím interakce v běžném životě. **Neurotičtí** „facebookáři“ taktéž touží někam patřit, ovšem méně je uspokojují romantické vztahy, na Facebooku je drží touha po kontaktu, sebe prezentují se spíše idealizovaně, preferují poustování na vlastní zdi.

Seidman přichází s tím, že potřeba někam patřit se praktikuje dvěma způsoby, a to hledáním informací prostřednictvím sledování cizích profilů, a komunikací, respektive psaním na zdi ostatních nebo komentováním. Motiv užívání Facebooku může být hledání, snaha být něčeho součástí, být někomu blíž, případně potřeba mít skrze toto chování vazby. V kontextu sebe prezentace lidé mohou vykazovat prvky sebe uzavření tím, že mění statusy, updatují profil, poustují o speciálních i denních událostech. O emocionálním uzavření svědčí podle výzkumnice poustování o dramatech ze života a různé formy ventilování frustrace.

Podle kvalitativního výzkumu Livingstone (2008), v němž se výzkumným nástrojem staly individuální rozhovory, plyne, že mladí teenageři (zkoumala skupinu 13 až 16 let) na sociální síti vytváří stylizovanou identitu, jejímž cílem je ukázat svou osobu jako úspěšnou a oblíbenou. Snaží se, aby se příspěvky líbily a lajky jsou jedním z ukazatelů líbivosti. Součástí tvorby této „řízené“ identity je i spojování se s dalšími uživateli a uživatelkami a poustování fotografií.

Vedle rodinných vztahů se tu podle autorky tvoří také komunitní, pracovní či školní vztahy. Z rozhovorů zjistila, že si děti přidávaly do přátel i ty, kteří neměli žádné spojení s jejich offline životem. Sociální sítě podle jejích zjištění umožňují teenagerům vytvořit více nebo méně komplexní reprezentaci sebe sama, která je propojená s ostatními.

Obraz identity, který mladí uživatelé a uživatelky vybudují, je stylizovaný, jde o určitý lifestyle. Zatímco mladší pečlivě stylizují svou identitu na sociální síti, konstatovala Livingstone, starší zase kladou důraz na to, aby jejich online identita byla tvořena skrze autentické vztahy s ostatními.

5.4. Rizika na sociálních sítích

Značný prostor věnují Boyd a Ellison problematice soukromí na sociálních sítích, zejména v kontext jejich možného zneužití (2007: 222). Zveřejňování citlivých informací zejména u teenagerů může souviset s tím, že si nejsou vědomi veřejné povahy internetu. Dokládají ale i výzkumy, které tvrdí, že teenageři jsou si vědomi rizik na internetu a tomu přizpůsobují i zveřejňovanou povahu informací. Podle autorek (ibidem) souvisí soukromí se schopností jedinců kontrolovat dojmy a hlídat sociální kontext.

Samy děti podle výzkumu EU Kids Online shrnovaly, jaký obsah je na internetu obecně nejvíce obtěžuje. Jedná se o pornografii, násilné obsahy. Zjištění, která lze vztáhnout přímo k sociálním sítím, jsou zejména šikanující, zraňující zprávy, které obdržela ve věkové kategorii 9 až 10 let 3 % dotázaných. Děti také připouštěly, že zažily ve 13 % online seznámení, v kategorii 11-13 let to bylo 23 %, od 14 do 16 dokonce 43 %. A další 2 % z nich pak podstoupily i schůzku v offline světě.

Právě taková setkání označovaly jako jedno z největších rizik. Sdělovaly, že za nebezpečné považují zprávy se sexuálním podtextem. Zároveň zohledňovaly děti skutečnost, že může být ohrožující zveřejňovat osobní informace, a to zejména v souvislosti s Facebookem. Z českého výzkumu Kopeckého (2015) vyšlo najevo, že přes Facebook obdrželo žádost o osobní setkání 30 % dětských respondentů a respondentek, při otázce, zda by děti na schůzku šly, pokud by je takto někdo požádal, odpovědělo kladně 25 %. Desetiletých bylo požádáno o schůzku 18 %, o rok starších 13 % a 12letých dokonce 23 %.

Pakliže podle výzkumu Eu Kids Online 2014 rodiče zakazují užívání sociálních sítí svým dětem, tak je tento zákrok efektivní, pokud jsou děti ve věku od 9 do 12 let. Livingstone (2008) zase odhalila, že jestliže si děti nejsou jisté věkovou hranicí pro založení účtu, udávají vyšší věk.

Dětští respondenti a respondentky zmínili rovněž možnost kyberšikany, ke které se dá také využít sociální síť. „Psala mi, že jsem děvka a takové věci. Potom za mnou dokonce přišla se starší kamarádkou, mohlo jí být 17 let, křičely na mě a nepřestávaly mi psát ošklivé věci“ – takto se svěčila jedna z účastnic výzkumu EU Kids Online 2014, dvanáctiletá Češka. Právě s nenávisnými zprávami, rozesílanými mimo jiné přes Facebook, se setkalo 20 % respondentů a respondentek, což je o 7 % více než v předchozím ročníku výzkumu z roku 2010. Na druhé straně vzrostl (z 29 % na 32 %) počet těch, kteří se snaží vyvarovat kontaktu v online světě s někým, koho neznají.

Formy šikany, zejména sdílení ponižujících materiálů (30 %) nebo verbální útoky (21 %) potvrdil i výzkum České děti a Facebook 2015 (Kopecký, 2015).

Podle EU Kids Online 2014 Česká republika nepatří k zemím, kde by byly sociální sítě nechráněné, na rozdíl například od Litvy nebo Maďarska. V těchto státech existuje jenom nízká rodičovská mediální výchova, což má na potencionální rizika dětí zásadní vliv.

Mezi negativní zjištění výzkumu Schorba (2012) patří například to, že téměř každý/á čtvrtý/á dotazovaný/á se na sociální síti setkal/a s psychickým šikanováním. Každý/á šestý/á pak připouští, že na sociální síti udělal/a něco, čeho zpětně litoval/a.

Negativní reakce na některé příspěvky na sociální síti potvrdil i výzkum Livingstone (2008), protože podle jejích výsledků se děti ne vždy setkaly při zveřejnění citlivých informací, například týkajících se rozvodu rodičů, s komentáři vyjadřujícími podporu, mnohdy se vyskytly naopak urážlivé, dehonestující.

Kopecký (2015: 3) zase hovoří o skutečnosti, že děti se mohou stát na sociálních sítích terčem kybernetického útoku kvůli tomu, že mnohdy zveřejňují o vlastní osobě velmi citlivé údaje. Spolu s kolegy a na základě zjištění dalších vědců v roce 2015 shrnul Kopecký (2015: 5) možná rizika související s užíváním Facebooku dětmi.

- a) rizika spojená s peer-peer komunikací (zejména kyberšikana)
- b) rizika spojená se šířením nevhodného, závadného, nelegálního obsahu
- c) rizika spojená se zneužíváním soukromí
- d) rizika spojená s nadužíváním Facebooku (závislost, deprese)
- e) další rizika (spojená s online marketingem, online podvody ad.)

Dle studie Social Age (Knowtheret, 2013) 11leté děti umísťují v 21 % případů na sociální síť negativní komentáře. 43 % dětí ve věku 12 let se přihlásilo ke komunikaci s neznámými, což je pro ně běžná aktivita.

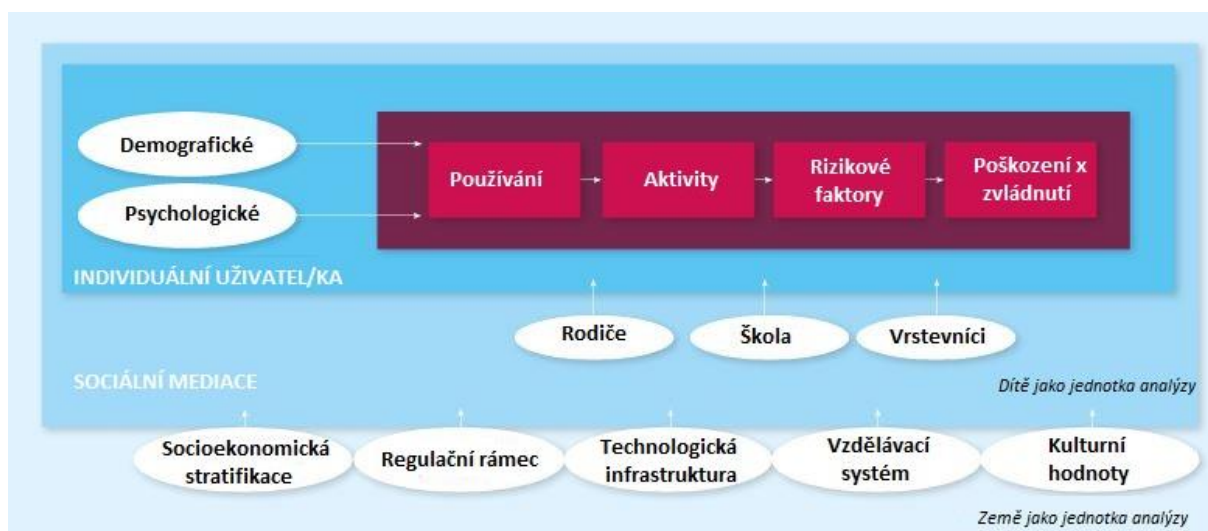
Jedním z negativ, se kterými se děti mohou na Facebooku a jiných sociálních sítích potkat, je již zmíněná kyberšikana. Britský výzkum Ditch the Label (2013) zjistil, že právě na Facebooku dochází k šikaně nejčastěji (54 %), dále zmiňuje sociální sítě Ask.FM a Twitter. V Česku ji zažilo dle výsledků Nebezpečí internetové komunikace III (Kopecký, Szotkowski, Krejčí, 2012) asi 34 % dětí, a to prostřednictvím opakovaného slovního urážení, ponižování a ztrapňování, téměř 17 % se setkalo s vyhrožováním a takřka 7 % se stalo obětí vydírání. S kyberšikanou se podle Teen Internet Behaviour Study (McAfee: 2012) setkalo 93 % dotázaných, a to především na Facebooku. Výzkum v asijském prostředí soustředěný na tuto problematiku (Kwan Skoric, 2013) odhalil 56 % případů kyberšikany na Facebooku u respondentů a respondentek ve věku 13 až 17 let.

Problematická se může jevit také znalost zabezpečení Facebooku. Ve výzkumu Kopeckého (2015) tvrdilo 86 % informantů a informantek, že ví, jak profil zabezpečit, téměř 27 % jich však používalo na Facebook stejné heslo jako do mailu, což není z hlediska bezpečnosti na internetu doporučováno.

Naopak Livingstone (2008), jež se soustředila na děti od 13 do 16 let, v otázkách zabezpečení a soukromí přišla se závěrem, že jí tázaní mají většinou privátní profily a informace sdílí maximálně s několika stovkami lidí, přičemž podstatné intimní informace jako věk nebo bydliště nezveřejňují nebo je mají skryté. Zásadní je, že si chtějí rozhodnout samy, co o sobě prozradí. Navíc upozornily na to, že třídění přátel (například na blízké a přátele) není dostačující a chtěly by větší separaci, která by rozdělila to, co kdo uvidí. Pokud však uveřejní osobní informace všem, připouští výzkumnice, že jde o riziko. To vidí i v nedodatečné internetové gramotnosti obecně.

Velmi častým problémem je podle Kopeckého (2015) to, že dítě pošle intimnější fotografie po nějaké době komunikace s cizím, ale i známým člověkem, kdy si osoba získá důvěru dítěte. Pak je pod pohrůzkami, že bude fotografie zveřejněna, „nuceno“ zasílat další. Dalšími formami je například zasílání nenávistných, vulgárních nebo ponižujících zpráv. Procentuálně vyčísleno, takřka třetina českých dětí byla někdy svými přáteli na Facebooku požádána, aby jim poslala svou fotografii, respektive fotografii obličeje, nahou fotku chtěli po dítěti lidé asi v 11 % případů, o kontakt přes webkameru požádalo 18 % „přátel“ a žádost o svléknutí obdrželo zhruba 6 % dětí. Samy děti sdílí své intimní materiály asi ze 4 %. K zablokování uživatele/ky přistoupilo 51 % dětí.

Obrázek č. 1: Vysvětlení rizik a možností – EU Kids Online model (zdroj EU Kids Online 2014, přeloženo)



5.5. Rodičovská kontrola a internet, sociální sítě

Kvůli skutečnosti, že děti ve stále větší míře využívají mobilní zařízení s přístupem na internet, dostávají se při jejich užívání z dohledu rodičů. Dříve měli rodiče možnost sledovat jejich činnost na síti, protože počítač byl obvykle permanentně umístěn například v obývacím pokoji. Dnes nejenže děti mají k dispozici přenosná zařízení jako notebooky, tablety nebo smartphony, ale díky jejich přenositelnosti se skrze ně mohou dostat do online světa mimo domov, tedy daleko od přímé rodičovské kontroly. Tyto závěry potvrzují nejrůznější výzkumy, mezi nimi například EU Kids Online 2014.

Ten přichází se třemi hlavními oblastmi, které mají na mediální výchovu a potažmo chování dětí na internetu vliv. Nejdůležitější jsou rodina, hlavně rodiče, následuje oblast vzdělání, které tvoří podvědomí dětí, ve spojitosti s médii samotnými, a třetím pilířem je vláda a průmysl.

Protože se tato práce soustřeďuje na složku mediální výchovy ze strany rodičů, bude popsán první pilíř. Podle závěrů EU Kids Online 2014 by měli rodiče podporovat děti v prozkoumávání internetu, soustředit se na to, aby byly posilovány možnosti dětí, méně přemýšlet o rizicích, pravidelně s dětmi komunikovat o online rizicích, jasně stanovit pravidla a očekávání související s regulací internetu a zachovat si kritický přístup k médiím.

Na rozdíl od forem aktivní mediace však využívání filtrů podle tohoto výzkumu nijak neredukuje online rizika. Z technologických opatření rodiče ve výzkumu z roku 2014 navrhovali způsoby, jak bezpečně užívat internet (65 %), pomáhali dětem při práci na internetu, kterou nezvládaly (64 %), bavili se se syny a dcerami o tom, co na internetu dělají (65 %).

Ovšem při porovnání s rokem 2010 méně rodičů dbalo na to, aby jejich děti nezveřejňovaly osobní informace, toto číslo kleslo o 12 % z původních 65 %.

U českých dětí zjistil Kopecký (2015: 13), že téměř 56 % z nich má mezi svými přáteli své rodiče. Přitom většina rodičů má povědomí o tom, že si jejich dítě založilo profil na Facebooku.

Podle Kopeckého je vhodné, aby dítě, pokud zakládá profil a ještě nedosáhlo 13 let, zakládalo jej spolu s rodičem, který by k němu měl mít přístup a namátkou kontrolovat činnosti svého dítěte (Kopecký 2015: 15). To odpovídá také českému právnímu řádu, tedy rodič nese za chování dítěte zodpovědnost, v některých případech až do 18 let. Považují ovšem za podstatné, aby zaznělo, že by se to mělo dít s vědomím dítěte. Některé děti mohou vnímat svůj osobní, soukromý prostor tak, že do něj patří i aktivity na Facebooku, takže takovéto kontroly rodičů mohou chápat jako narušení soukromí. Kopecký (2015: 16) tvrdí, že právě rodič nese největší podíl na tom, zda bude dítě na Facebooku v bezpečí, a že je schopen regulovat užívání Facebooku dítětem. To se ovšem zdá v kontextu stále rozšířenějších mobilních zařízení a zdarma wi-fi připojení jako poněkud nesplnitelný úkol.

Obecněji se pravidly v kontextu s internetem zabývaly Livingstone a Bober (2006). Jejich výzkum si pokládal tři základní otázky. První se soustředovala na to, co dělali sami rodiče či jejich děti na internetu, poté se pozornost přesunula na to, zda existuje něco, co rodiče svým dětem zakazují, a nakonec výzkumnice zjišťovaly, co dělají rodiče během toho, co jejich děti internet používají.

V prvním případě dospěly ke zjištění, že rodiče podceňují rizika, se kterými se jejich děti mohou na internetu setkat, a přitom jsou jejich děti s riziky konfrontovány, jejich zkušenost je větší než představy rodičů. Přestože jenom 5 % rodičů si myslí, že jejich děti sdělují na internetu osobní informace, ukázalo se, že 46 % jejich dětí ve věku od 9 do 19 let během týdne před výzkumem tyto informace fakticky sdělilo. Ještě o 11 % více z nich se setkalo s pornografií, přitom to předpokládá jen 16 % matek a otců. Každé třetí dítě se stalo terčem sexuálních nářeků v online prostředí, jenom 7 % rodičů však něco takového očekává.

Rodiče pak podle Livingstone a Bober častěji sahají k restriktivním pravidlům. Celkem 42 % dětí ve věku 9-17 má časové limity užívání internetu, což potvrzuje zhruba stejné procento matek a otců. O 7 % dětí méně má určené podmínky, za jakých mohou být online. Někteří rodiče více regulují aktivity, které považují za nebezpečné (soukromí, chatování, nakupování), naopak méně ty, které označili za bezpečnější (hry, e-mailování). Zvláštní je, že nejenže podle výsledků tohoto výzkumu děti vnímají více rizik, ale zároveň rodiče mají pocit, že nastolují více pravidel, než jak to připadá dětem.

Rodiče žijí v planém dojmu, že děti jejich pravidla dodržují, i když to tak není, a myslí si, že nastolovat pravidla není zapotřebí, i když je. Mnohdy chápou rodiče a děti pravidla jinak, především když nejsou stanovená konkrétně, ale spíše implicitně.

Každé třetí dítě podle Livingstone a Bober připisuje rodičům jakousi nápomocnou roli, třeba že jim pomáhá s aktivitou na počítače, doporučuje jim nějaké stránky. Třetina dětí je přesvědčena, že rodiče ví, co dělají online, například skrze technické pomůcky jako sledování historie, avšak to potvrdila pouze 4 % rodičů. Pouze 22 % dětí řeklo, že jsou s nimi rodiče ve stejné místnosti, když používají internet, což ovšem tvrdilo mnohem více rodičů, přes 50 %. Ještě o 5 % méně sleduje obrazovku, když je jejich dítě online, přitom 63 % rodičů řeklo, že obrazovku sleduje.

Rodiče hovořili o podpůrné roli v oblasti mediální výchovy dětí. Tedy sdělili Livingstone a Bober, že se v 81 % ptají dětí, co dělají online (potvrdila to jedna čtvrtina dětí), 57 % tvrdilo, že dětem na internetu pomáhají (potvrzeno třetinou dětí).

6. Metodika

Poněvadž cílem diplomové práce je zabývat se hloubkově tím, jak děti ve věku od 10 do 12 let využívají sociální síť Facebook, přičemž se jedná o problém poměrně aktuální a nový, je zvolen kvalitativní výzkum. Výzkumnou metodou je dotazování, konkrétní technikou potom polostukturované rozhovory. Ty jsou ve vztahu k věku dětí ideálnější variantou než například narativní, protože se předpokládá, že udržení pozornosti této věkové skupiny má své limity. Jelikož se jedná o děti ve věku, kdy ještě facebookový účet nemají podle platných pravidel této sociální sítě vlastnit, skupinu latentní, vhodným způsobem výběru vzorku je metoda sněhové koule. Po realizaci rozhovorů a jejich transkripci přichází analýza dat, a to na základě fenomenologické a částečně také etnografické tradice výzkumu. Při analyzování bude využit software Atlas.ti.

6.1. Kvalitativní výzkum

Základní dichotomie v metodologii sociálně vědních výzkumů je na kvantitativní a kvalitativní. Kvalitativní výzkum nahlíží na jevy z interpretativního paradigmatu, tedy se snaží svět vysvětlit z pozice jeho aktérů, jejich interpretací sociálních praktik a každodennosti, kterou si vytváří během svých interakcí a následně jí připisují významy. (Sedláková 2014: 48) Lze tedy zjednodušeně říct, že v popředí kvalitativního výzkumu stojí otázka „proč“, snahou je porozumět zkoumanému jevu.

Creswell (1998: 12) říká, že kvalitativní výzkum je proces hledání porozumění daného sociálního nebo lidského problému, přičemž výzkumník či výzkumnice vytváří komplexní obraz, informují o názorech účastníků výzkumu a provádí zkoumání v přirozených podmínkách. V kvalitativním výzkumu výzkumník vyhledává a analyzuje jakékoli informace, které přispívají k vysvětlení výzkumných otázek. Analýza a sběr probíhají současně. Během těchto cyklů výzkumník své domněnky a závěry přezkoumává. (Hendl 2005: 25) Na počátku kvalitativního výzkumu nestojí teorie, jejíž poznatky se ověřují, naopak vytvoření teorie přichází teprve s dokončením empirického výzkumu. Mayring (2002: 20-23) zdůrazňuje nutnost začít velmi detailním popisem předmětu výzkumu, kterým jsou subjekty, obvykle lidé, ti stojí zároveň i na konci výzkumu, protože jsou zároveň i výzkumným cílem, dochází k interpretaci těchto subjektů.

Hlavním úkolem výzkumníka, výzkumnice je objasnit, jak se lidé v daném prostředí a situaci dobírají pochopení toho, co se děje, proč jednájí určitým způsobem, a jak organizují

své aktivity a interakce ve svém všedním, každodenním životě. Kvalitativní výzkumník, výzkumnice nesestavují ze získaných dat skládku, ale spíše konstruují obraz, který se začíná vytvářet už během sběru dat, postupně. Při interpretaci dochází k podrobnému popisu předmětu pozorování a k zaznamenání tohoto pozorování. Data se pak analyzují induktivně a interpretují se. (Hendl 2005: 52)

Kvalitativní výzkum se snaží postihovat spíše specifičnosti jednotlivých jevů a zabývá se jimi do hloubky. Rozdíl je také v datech, se kterými pracuje; na rozdíl od kvantitativního výzkumu, který využívá tvrdých dat (čísla, tabulky, statistiky apod.). Zájem kvalitativního výzkumu se soustřeďuje na práci s měkkými daty, zejména slovní výpovědi, které jsou podrobovány následné analýze.

Strauss a Corbinová (1999: 10-11) definují kvalitativní výzkum na základě toho, že se jeho výsledků nedosahuje prostřednictvím statistických procedur nebo jiných způsobů kvantifikace a jeho prostřednictvím lze zkoumat i sociální skupiny. Je vhodné jej využít pro zkoumání nových fenoménů, o kterých toho zatím moc neví a vědec je chce odhalit a porozumět jim, a zároveň přináší velmi detailní informace. Kvalitativní výzkum nabízí omezenější množství informací než kvantitativní, zato je zkoumá podrobněji, holisticky a zohledňuje se také kontext daného jevu. (Sedláková 2014: 51) S tím souvisí skutečnost, že hloubkové porozumění fenoménu nevyhnutelně vede k jisté redukci pozorovaných skutečností a také vzorku. Následně je tudíž obtížnější generalizovat, což se ale od kvalitativního výzkumu obvykle ani nevyžaduje. Jisté zobecnění je možné v případě saturace vzorku¹⁵. Pakliže k zevšeobecnění závěrů dochází, není možné postupovat automaticky, ale všechny případy musí být zdůvodněny. (Mayring 2002: 24)

V otázkách validity (platnosti) a reliability (spolehlivosti) výzkumů se uvádí, že u kvalitativního výzkumu převažuje validita, reliabilita je naopak slabší.¹⁶ Ale například Silverman (2005: 40-41) se obecně vymezuje vůči dichotomickému dělení na kvantitativní a kvalitativní výzkum.

Silverman (2005: 47) dále upozorňuje, že v kvalitativním výzkumu je třeba zohledňovat a pojímat jako data i to, co se děje v terénu při sběru dat. Co se týká analýzy dat, doporučuje je analyzovat už během sběru. Zároveň je třeba zdůraznit, že v případě kvalitativního šetření často dochází k modifikaci výzkumných otázek například už během výzkumu, případně předvýzkumu. Mohou být pozměněny ne přímo otázky, ale například postup, případně

¹⁵ stav, kdy se při rozšiřování vzorku začnou již zjištěné informace opakovat

¹⁶ Viz Hendl (2005)

konkrétně i otázky či témata rozhovoru apod. Hendl (2005: 50) v tomto případě hovoří o kvalitativním výzkumu jako o pružném.

Obecně je nutné říci, že kvalitativní výzkum se začíná prosazovat v 70. letech 20. století, kdy dochází k takzvanému etnografickému obratu¹⁷. Po první fázi zkoumání publik, kdy se uplatňovaly zejména kvantitativní metody a techniky jako dotazníková šetření nebo statistické metody, se upřednostňují metody a techniky kvalitativní, tedy pozorování, rozhovory apod., zároveň dochází ke změně na rozdíl od behaviorálního přístupu, který sice spojuje kvantitativní i kvalitativní techniky, ovšem experimenty nebo pozorování probíhají v umělých, laboratorních podmínkách.

Jelikož se kvalitativně zkoumají často právě nové fenomény, je zapotřebí mnohdy využít zvýšenou míru originality. Ta se na výzkumu cení, představuje schopnost projevit nezávislé kritické myšlení, a to na třech úrovních:

1. Rozpracováním konceptu nebo metodologie
2. Kritickým uvažováním o svém přístupu
3. Dalším zpracováním již existujícího výzkumu (Silverman 2005: 71)

V případě třetí úrovně je vhodné zmínit, že zpracování už proběhlých výzkumů je klíčové také pro rozpracování vlastního výzkumu, na jejich základě je možné zpřesňovat předmět výzkumu, vytvářet výzkumné otázky, ale především je tato pasáž nezastupitelná při triangulaci poznatků (viz níže).

6.2. Zvolená metoda a technika výzkumu

Vzhledem k tomu, jak je vytyčen předmět a cíl výzkumu, vhodnou metodou získání potřebných dat, je *dotazování*, a to jeho kvalitativní forma. Dotazování, tzv. interview, prostupuje každodenní život jedince a důležitou formou interakce, kladení a odpovídání na otázky se stává hlavním zdroje získávání jakýchkoli informací obecně. To potvrzuje i Silverman (2005: 102), který říká, že všudypřítomnost rozhovoru se odráží v ústřední roli výzkumů založených na interview, v rámci velké části společenských výzkumů. Možná všichni žijeme v něčem, co by se dalo nazvat „interview society“, v které, jak se zdá, interview mají ústřední roli při interpretaci našich životů.

V případě sociálně vědního výzkumu existuje několik konkrétních technik, které jsou založeny na dotazování. Typy rozhovorů se dělí podle míry standardizace a strukturace

¹⁷ odmítnutí kvantifikujících postupů, nová témata zkoumání (co dělá publikum s médii?), Birminghamská škola (70. a 80. léta 20. století), viz Sedláková (2014: 261)

na strukturované, polostrukturované a hloubkové. (Sedláková 2014: 210) V případě strukturovaných rozhovorů nenabízí otázky tolik „volnosti“, jsou obvykle předem stanovené a vedení celého rozhovoru leží pevně v rukou výzkumníka, výzkumnice. Tímto způsobem by se těžko podrobně prozkoumal zvolený problém, protože by bylo možné některé detaily pominout a informanti a informantky by nedostali tolik prostoru k sebevyjádření, které může odhalit doposud nezohledněný aspekt problematiky. Na hloubkové rozhovory, které se provádí pouze stanovením tématu tazatelem, tazatelkou, poté respondent/ka volně a dlouze vypravuje, může být v případě věku zkoumané skupiny (9-12) příliš náročný.

Proto byla zvolena technika *polostrukturovaného rozhovoru*, kdy tazatel/ka vychází pouze z návodu, respektive okruhu témat, bodového scénáře, ale výsledná formulace otázek je volnější a spontánnější než u strukturovaného rozhovoru a zároveň mohou být otázky a okruhy témat měněny, doplňovány atd. Nefunguje tu proto tak striktní rozdělení rolí. Vydělují se otázky primární, neboli předem připravené, a sekundární, označovány případně jako sondážní, které vznikají v průběhu rozhovoru. (Sedláková 2014: 211) Synonymně se tomuto rozhovoru říká také řízený, semistrukturovaný nebo s návodem.

Právě název interview s návodem užívá Hendl (2005: 162), který dále vyděluje narativní a skupinový. V rámci rozhovoru pomocí návodu existuje předem daný seznam témat, která mají být probrána. Pořadí nebo formulace závisí na tazateli, tazatelce. (Hendl 2005: 174) Výraznou výhodou je, že předem daný okruh bodů zajistí, že se během hovoru příliš neodbočí od tématu, ale zároveň poskytuje dotazovanému, dotazované dostatečný prostor pro vlastní postřehy a potřeby něco vyjádřit.

V případě rozhovorů upozorňuje Silverman (2005: 44) na problém, že popis zkušenosti respondentů a respondentek nemusí mít jediný význam a záleží na výzkumníkovi, výzkumnici, jestli bude ke sděleným informacím přistupovat, jako že jsou jediným významem, nebo bude zvažovat i další kontext – kupříkladu život v komunitě, tedy pojímat jako narace, které samy vyžadují analýzu. Upozorňuje také, že v kvalitativním výzkumu je třeba zohledňovat a pojímat jako data i to, co se děje v terénu při sběru dat. (2005: 47)

6.2.1. Poučený souhlas a protokol rozhovoru

Jelikož je z hlediska další práce s daty klíčové rozhovor si nahrát a pak jej transkribovat (viz níže), je nutné získat *poučený*, neboli informovaný, *souhlas*. Jedná se o předem připravený formulář a zahrnuje také povolení pořídít z celého průběhu rozhovoru audiální záznam (Sedláková 2014: 221). Dále musí být brán zřetel na skutečnost, že nelze vždy predikovat

všechny události. Proto se musí připravit upravený formulář, jehož obsah se dohaduje v různých okamžicích výzkumu. (Hendl 2005: 156)

Protože v tomto případě jde o vedení rozhovorů s dětmi, souhlas musí dát jejich rodič, respektive zákonný zástupce. Souhlas zároveň bude obsahovat i základní údaje o výzkumu, tedy plní jakousi roli „průvodního dopisu“, v němž je obecně, tak aby nemohlo dojít ke zkreslení výpovědí, zmíněno téma výzkumu, obsahuje podrobnosti o anonymitě dat, jméno instituce a vedoucího diplomové práce, kteří výzkum zaštiťují a jsou (mohou být) informováni o identitách dotazovaných¹⁸. Tyto informace se obvykle zmiňují i před začátkem rozhovoru a jsou nahrány, ale protože jde v tomto případě o děti, budou jim tyto informace sděleny stručně a zjednodušeně. Děti budou upozorněny na možnost neodpovídat či rozhovor ukončit.

Bezprostředně po rozhovoru, ovšem ne v přítomnosti informanta, informantky, byl vyplněn *Protokol rozhovoru* (viz Příloha č. 1). Ten obsahuje:

1. Rámcové údaje, což jsou datum a místo konání rozhovoru, čas, délka rozhovoru.
2. Údaje o komunikační(m) partnerovi, partnerce, mezi které patří jméno (přezdívkou), pohlaví, věk, škola a její typ (zaměření – jazyková, sportovní atd.), aktuální vzhled, oblečení, poznámky a zajímavosti (charakteristické rysy).
3. Údaje k bydlišti a komunikační(mu) partnerovi, partnerce, tedy jmenovitě druh bydlení (byt, rodinný dům), s kým žije, jak vypadá okolí bydliště, jak vypadá byt, místnost, ve které jsme (případně dětský pokoj) a zajímavosti.
4. Průběh rozhovoru, kde bude stručně popsána jeho atmosféra, problémy a případná rušení, reakce a chování dotazované(ho), jeho, její verbalizační schopnosti, zájem o téma a další zajímavosti či poznámky.

6.3. Výzkumný vzorek

Výzkumné šetření bude provedeno s deseti respondenty, respondentkami, což zhruba odpovídá rozsahu magisterské diplomové práce. Protože sama výzkumná otázka už určuje vzorek velmi specificky, tedy jde o děti ve věku od 10 do 12 let, kteří užívají sociální síť Facebooku, nabízí se tedy *záměrný výběr vzorku*, nazýván také jako účelový.

¹⁸ Protože informanti a informantky mají poměrně nízký věk, přezdívkou, pod kterou budou ve výzkumu vystupovat, si budou moci zvolit sami.

Ty jsou velmi často užívány v kvalitativních výzkumech. Záměr spočívá v tom, že výzkumník, výzkumnice rozhoduje, co nebo spíše kdo má být zkoumán(o), a to v kontextu předmětu a cíle svého šetření. Generalizace v tomto případě není možná. (Sedláková 2014: 99) Lze možná uvažovat o zobecnění pouze na zkoumanou věkovou sociální skupinu dětí (9-12 let, užívají Facebook). Z hlediska homogenity a heterogenity vzorku, není v souvislosti s cílem šetření nutné omezovat se striktně na homogenní informant(k)y.

Konkrétní technikou zvolenou pro výběr vzorku je *metoda sněhové koule*¹⁹, která spočívá na výběru jedinců, při kterém nás nějaký původní informátor vede k jiným členům naší cílové skupiny. (Disman 2002: 114) U této metody dochází postupně k „nabalování dalších účastníků a účastnic výzkumu“. Sedláková (2014: 102) upozorňuje na riziko, že první dotazovaný, dotazovaná často nechce uvést kontakt na další potencionální informanty a informantky, proto výzkumník, výzkumnice často doplňuje tuto techniku, pakliže cílovou populaci zná, rovněž volbou úsudkem.

První respondentka je vybrána z facebookových přátel výzkumnice. Důležitým kritériem výběru je to, aby byli vybráni pouze takoví jedinci, kteří jsou aktivními uživateli, uživatelkami Facebooku, přičemž aktivním uživatelem se míní pro účely výzkumu ti, kteří tráví na Facebooku alespoň dvě hodiny týdně, či to tak v nedávné minulosti bylo. U takto dlouhé doby je předpoklad, že jsou kompetentní podat podrobný popis svých činností, možností a uživatelských návyků.

6.4. Kroky před samotnou analýzou dat: transkripce a deskripce

Před samotnou interpretací získaných dat, budou všechny nahrané rozhovory *transkribovány*. Nejedná se o fonetickou transkripci, jejímž cílem je zaznamenat i drobné nuance ve výslovnosti. Tento způsob transkripce má postihnout zejména informační hodnotu výpovědí. Ovšem zaznamenány budou i některé nonverbální aspekty komunikace jako pauzy, smích, přitakávání, forma zaznamenání nesrozumitelných slov apod. Tato vyjádření mají své pravidla. Přesto ovšem není možné zachytit všechny aspekty výpovědi – například vizuální, pokud není z rozhovoru pořízeno video, případně tón hlasu, mimiku atp.

Většinou se přepisují veškeré promluvy, včetně těch, které říká tazatel, tazatelka. V případě, že je nějaká část z přepisu vynechána, provádí se redukce prvního řádu, mělo by být

¹⁹ snowball technique

místo v textu jednoznačně identifikovatelné. Východiskem pro redukci přepisu je předpoklad, že jsou v nahrávce nerelevantní pasáže. Vynechání jakékoli části je však potřeba odůvodnit, například lze vynechat části, v nichž se opakují sdělení, která již zazněla dříve apod. (Sedláková 2014: 234) Často se stává, že některé pasáže jsou nesrozumitelné, potom jsou označeny a vynechány.

Jakmile dojde k transkripci všech rozhovorů, následuje další fáze práce s daty, a to je *deskripce*. Ta umožňuje shrnutí výpovědí podle příslušnosti k nějakému tématu, často se tyto tematické kategorie odvíjí od scénáře rozhovoru, hlavně v případě polosturkturovaných rozhovorů, kdy bodové scénáře jsou řazeny tematicky. Pod daná témata se kopírují (označují) příslušné výpovědní úseky, které pod ně spadají. Může se stát, že jedna pasáž přísluší k více kategoriím. Poté se jednotlivé tematické úseky shrnují. Systém, do kterého se výpovědi strukturují a poté shrnují a zjednodušují, se nazývá maska deskripce.

Dochází ke zjednodušování, a to šesti možnými způsoby:

1. Vynecháním, a to výpovědí, slov, frází, jenž jsou vycpávkové, redundantní, případně se opakují.
2. Generalizací, kdy dochází k nahrazení nadřazeným pojmem.
3. Konstrukcí několika jednotlivých výpovědí v jednu globální.
4. Integrací takových výpovědí, které jsou už obsažené v jiných, které jsou nadřazenější, proto se mohou vypustit.
5. Selekcí těch výroků, které jsou nepodstatné, tedy se vypustí, přičemž hlavní výpovědi s významným obsahem se nijak nemění.
6. Seskupováním takových pasáží, které jsou si obsahově blízké, ale během rozhovoru zazněly různých fázích hovoru. (Mayring 2002: 95)

Deskripce může obsahovat méně ucelené interpretace, tedy dílčí. Případně mohou být využity tzv. memos neboli analytické poznámky, které si výzkumník, výzkumnice vytváří během rozhovoru, po něm, během analýzy, mohou se zaznamenávat v programu využitém při analýze. (Sedláková 2014: 417) Memos se dělí na týmové, to-do (ideové), kódové, metodologické, memos k výzkumným otázkám a případně obsažen ve výzkumném deníku.

6.5. Postup při analýze dat: fenomenologická interpretace a etnografický přístup

Po deskripci rozhovorů následuje interpretace dat, při které se badatel snaží rekonstruovat a vysvětlit smysl dat, a to s ohledem na kontext jejich vzniku, případně osobnost informanta. Zásadním úskalí práce s kvalitativními daty je přeinterpretace, vnášení či podsouvání vlastních soudů či očekávání výzkumníka. (Sedláková 2014: 397)

Bude využita fenomenologická interpretace, při které se výzkumník či výzkumnice snaží porozumět významům, které jedinec určenému fenoménu přikládá, a to na základě snahy vstoupit do vnitřního světa jedince. (Hendl 2005: 128) Výzkumné šetření se totiž snaží pojmut a vysvětlit užívání Facebooku z pohledu dětí, zaměřuje se tedy na jejich osobní zkušenost, právě ta stojí v popředí zájmu fenomenologické interpretace, která se snaží o popis a zachycení základních významů lidské zkušenosti. Cílem je zodpovědět otázku: Co znamená daná zkušenost? (Hendl 2005: 267) Jde tedy zejména o to porozumět respondentům a respondentkám, vcítit se do nich, vystoupit z předsudků a předpokladů, které výzkumník, výzkumnice může předem mít.

Hendl (2005: 267) také uvádí kroky této interpretace. Rozhovory se soustředí na zkušenosti a prožitky. Výzkumník, výzkumnice hledá společné rysy u několika jedinců. Následná výzkumná zpráva obsahuje pasáže zachycující zkušenosti informantů a informantek, které mají pomoci vcítit se do jejich situace. Účelem takového typu výzkumů je porozumění nějakému fenoménu. Tento způsob analýzy může podle Seidmana (2013: 17) být co možná nejbližší porozumění tomu, jaká pravda „je“ z hlediska zkušenosti participantů z jejich subjektivního pohledu. Hledání subjektivní rekonstrukce zkušenosti participantů a participantek je signifikantní i v technice samotného dotazování, ve které se objevují prvky fenomenologického přístupu. Tato interpretace se soustředí na hledání významu a přitom zohledňuje také kontext.

Vzhledem k tomu, že žádné výzkumy kvalitativního charakteru na dětské uživatele a uživatelky Facebooku přesně v daném věku se prozatím neuskutečnily, jedná se o zkoumání málo známé sociální skupiny, která už je ale poměrně široká (viz výše), proto bude při interpretaci částečně využito rovněž etnografického přístupu. Předpokládáme, že nalezené koncepty a kategorie mají reálný status, usilujeme o identifikaci mechanismů a struktur i podmínek, za kterých se projevují. (Hendl 2005: 239) Jde také o vytvoření popisu skupiny, což odpovídá cílům etnografického zkoumání.

Samotná analýza dat proběhne v programu Atlas.ti. Následně bude provedena triangulace zjištěných poznatků s výsledky podobně zaměřených výzkumů a studií. Kódovací kategorie jsou součástí přílohy (Příloha č. 3).

7. Výzkumná část

Před samotným zahájením rozhovorů zaměřených na problematiku Facebooku a jeho dětských uživatelů a uživatelky bylo téma prozkoumáno obecně, zejména proto, aby bylo zjištěno, že zvolená věková kategorie je dostatečně kompetentní rozhovor zvládnout, že se jedná o skupinu, která Facebook používá a nasbírala s ním již nějaké zkušenosti. Prvním krokem tedy bylo provedení **pilotního výzkumu**.

Ten se odehrál ve dvou částech. V rámci první z nich byly obecně o Facebooku vyzpovídány moje tehdy jedenáctiletá neteř a několik jejích kamarádek. Nešlo o otázky vztahující se přímo k jejich osobám, ale spíše obecně k uživatelství Facebooku jejich věkových kategorií a dětmi o rok mladšími či staršími. Zjištěno bylo, že u mladších dětí, přibližně ve věku od 9 do 10 let je používání Facebooku poměrně omezené a dívky tvrdily, že se soustřeďuje u chlapců i dívek svorně zejména na hraní her, případně v nižší míře na chatování.

Jejich informace byly konfrontovány se zjištěními během krátkých přednášek na dvou základních školách ve čtvrtých až sedmých třídách. Jednalo se o stručné informace o Facebooku, neboť původní účel přednášek byl spíše žurnalistického charakteru, prioritně orientován na samotnou žurnalistickou tvorbu a procesy či rutiny v novinách a rádiu.

Zásadní závěry z ne zcela tradiční formy pilotáže byly takové, že děti v dané skupině Facebook užívají, ale čím jsou mladší, tím méně informací jsou schopné o své činnosti na této sociální síti poskytnout. Proto byl učiněn závěr, že při výběru informantů a informantek se bude pozornost prioritně soustřeďovat na ty starší, především 12leté.

V horizontu několika týdnů byly provedené rozhovory s celkem deseti dětmi ve věku od 10 do 13 let. První rozhovor byl proveden s neteří, ta metodou sněhové koule doporučila další děti ve vymezeném věku. V případě jednoho respondenta byl vykonán rozhovor až ve věku jeho 13 let, ale byli jsme předem domluveni ještě v době před jeho narozeninami, které oslavil čerstvě. Navíc je Ondřej uživatelem Facebooku dlouhou dobu (viz níže).

Rozhovory nebyly přepisovány vzápětí po jejich uskutečnění, to bylo pouze ze získaných informací provedeno za pomoci protokolů z výzkumu shrnutí charakteristik respondentů a respondentek. Vzhledem k tomu, že takřka všichni rodiče si přáli, aby jejich děti zůstaly v rozhovorech zcela anonymizovány, požádali mě, abych nepřikládala k práci ani svolení s konáním rozhovoru. Protože toto přání rodičů převažovalo, respektovala jsem ho u všech.

Hromadná transkripce umožnila předem promýšlet jednotlivé kategorie pro samotnou analýzu získaných výsledků. Další tematické skupiny byly následně doplněny během deskripce,

kteřá byla po sebereflexi podrobena konfrontaci s dřívějšími výsledky jiných výzkumů v rámci triangulace výsledků.

7.1. Charakteristika respondentů a respondentek

7.1.1. Kateřina (11 let)

Rozhovor s Kateřinou, která si zřídila profil v 10 letech, proběhl 9. ledna 2016, v sobotu odpoledne v bytě její kamarádky Zuzany, která byla také respondentkou v diplomové práci. Dívka s sebou měla svůj mobilní telefon, na kterém jí asi dvakrát zapíjala zpráva z aplikace Messenger (chatová komunikace Facebooku). Mobil měla odložený vedle sebe a na zvuk oznamující novou zprávu nereagovala.

Kateřina žije spolu s bratrem a rodiči v rodinném domku v malém městě Boskovice. Má starší sestru, která s rodinou nebydlí. Rodinu je možné řadit k vyšší střední třídě.

V průběhu rozhovoru byla Kateřina dost nervózní, což se projevovalo zejména na jejích odpovědích, reagovala stručně, obvykle ano, ne. Své odpovědi příliš nerozváděla a ve většině případů si před každou reakcí nechala několikavteřinovou pauzu, než odpověděla. Zajímavé je, že mnohokrát zmiňovala „nějakého“ zpěváka, skutečnost, že jej sleduje na Facebooku, že používá na Facebooku jeho příjmení, ale nikdy jeho jméno neřekla. Rozhodla jsem se nezeptat, o koho se jedná, když si dívka tuto informaci poměrně pečlivě střežila.

Rozhovor s Kateřinou trval 38 minut a 8 vteřin.

7.1.2. Daniela (12 let)

Rozhovor s Danielou, která má Facebook od 8 let, se uskutečnil 9. ledna, v sobotu odpoledne v bytě její kamarádky Zuzany, která byla také respondentkou v diplomové práci. Pokud s sebou měla Daniela svůj mobilní telefon, tak si jej nechala v kapse bundy na chodbě.

Daniela žije spolu s rodiči, mladším 10letým bratrem a starší 17letou sestrou v rodinném domku v Boskovicích. Rodina patří ke střední třídě. Během týdne navštěvuje několik kroužků, chodí do klavíru a nauky, do skautu a doučuje se angličtinu. O víkendech většinou tráví svůj čas venku s kamarádkami.

V rámci rozhovoru se chovala Daniela poměrně klidně, odpovídala pomalu, ale věcně, mnohdy nebylo třeba se jí doptávat, sama se rozprávěla. Jindy ale měla naopak trochu problém se vyjádřit, ale na shrnutí tazatelky toho, co se pravděpodobně snaží říct, přikyvovala, pokud nesouhlasila, opravila ji.

Rozhovor s Danielou trval 32 minut a 22 vteřin.

7.2.3. Zuzana (12 let)

Rozhovor se Zuzanou, která si zřídila facebookový profil v 10 letech, se konal 9. ledna v jejím pokoji. Zuzana měla kolem sebe zapnutý notebook s otevřeným playlistem písní, ale žádné nehrály. Dále ležel na stole tablet a mobilní telefon typu smartphone. Ten se několikrát rozblíkal a Zuzana po něm nervózně pokukovala, avšak nesáhla po něm.

Zuzana žije se svou matkou, jejím přítelem a poloviční dvouletou sestrou v patře dvougeneračního domu s praprarodiči. Kromě tanečního kroužku navštěvuje také pionýr, s nímž jezdí pravidelně na dětské letní tábory a další víkendové akce.

Vzhledem ke komunikaci během rozhovoru lze říci, že zpočátku se u Zuzany projevovala drobná nervozita, ale poměrně rychle ji překonala.

Rozhovor se Zuzanou trval 37 minut a 16 vteřin.

7.2.4. Erika (10 let)

Rozhovor s Erikou, která si založila Facebook v 9 letech, se uskutečnil 1. února u ní doma v obýváku. Svůj mobilní telefon při rozhovoru neměla u sebe, nějaké stránky na Facebooku nebo fotky ukazovala na matčině. Stejně tak například při hovoru o jedné z her aktivně šla a přinesla ji na ukázkou.

Žije s matkou a otcem v rodinném domě v Přerově. Její starší 21letá sestra bydlí v Itálii. Rodina se řadí k vyšší střední třídě, čemuž odpovídá vybavení bytu i elektronika, kterou dítě má (tablet, Iphone). Rodina má domácího mazlíčka kočku. K těm má Erika vřelý vztah.

Během rozhovoru se občas dotazovala matky ve vedlejší místnosti, spíše šlo o ujišťování, zda odpovídá správně. Souhlasy matky nebyly do rozhovoru zahrnuty. Jednalo se o zanedbatelné reakce. Erika odpovídala velmi stručně a rozhovor se mnohdy orientoval mimo Facebook, spíše k zálibám a podobně. To může být způsobeno tím, že Erika není příliš aktivní uživatelkou Facebooku. Kromě toho je spíš samotářský introvertní typ, potvrdila její matka.

Rozhovor s Erikou trval (včetně některých vynechaných pasáží) 37 minut a 7 vteřin. Posledních zhruba deset minut však už Erika těžko udržovala pozornost.

7.2.5. Matilda (12 let)

Rozhovor s Matildou, která užívá Facebook od svých 12 let, se uskutečnil 5. února, v pátek odpoledne v olomoucké kavárně. Dívka s sebou měla svůj mobilní telefon, smartphone. Ten jí jednou zapípal a jednou zazvonil, volala jí její matka, hovor nepřijala.

Matilda žije se svými rodiči v bytě v centru Olomouce. Patří k vyšší střední třídě. Matilda je jedináček. Vřelý vztah má ke svému psovi. Matildě je dvanáct let a chodí na víceleté gymnázium. Během týdne nemá příliš volného času, navštěvuje doučování, aby se zlepšila například v angličtině, chodí do tanečního kroužku a hraje na hudební nástroj. Má neoficiální brigádu. Volného času příliš nemá. Víkendy tráví s rodiči, většinou v přírodě.

Během rozhovoru byla nejprve poněkud nervózní, ale odpovídala souvisle, věcně. Nakonec se ale rozpovídala natolik, že jsme zůstaly v kavárně sedět ještě několik minut po tom, co rozhovor skončil. Během těch chvil mi nastínila vztahy v její třídě. Přestože ona osobně se vyjádřila v tom smyslu, že žádné problémy se socializací nemá, zmínila, že mezilidské vztahy v jejich třídě musela řešit školní psycholožka. Zajímavostí je, že Matilda mluví velmi spisovně.

Rozhovor s Matildou trval 40 minut a 33 vteřin.

7.2.6. Pavel (11 let)

Rozhovor s Pavlem, který využívá Facebook pátým rokem, se udál 11. února v prostorách Olomouckého deníku, kam respondent na rozhovor přivedla jeho matka. Po celou dobu měl na stolku odložený svůj chytrý mobilní telefon, který několikrát zapípal, ale chlapec tomu nevěnoval pozornost.

Pavel bydlí spolu se svými rodiči a mladší sestrou v bytě v Olomouci, rodina se řadí ke střední třídě. Pavlovi je jedenáct let, jeho sestra je o tři roky mladší. Pavel chodí do běžné základní školy, ve volném čase se věnuje rugby a účastní se během víkendů závodů. Hrál nějakou dobu na flétnu, teď hraje na kytaru.

Pavel po celou dobu rozhovoru působil poměrně klidně. Na otázky mnohdy reagoval ještě dříve, než byly kompletně položeny, ale zcela adekvátně odhadl jejich podstatu. Vyjadřoval se na svůj věk velmi vyspěle, používal i cizí slova, a pakliže nějaký odbornější termín nedopatřením zazněl v otázce, rozuměl mu. Občas si snad kvůli promyšlení odpovědi otázku zopakoval, než reagoval.

Rozhovor s Pavlem trval 29 minut.

7.2.7. Sebastián (12 let)

Rozhovor se Sebastiánem, jež si pořídil Facebook před dvěma lety, byl uskutečněn v kabinetu jedné ze základních škol, kam chlapec chodí. Bylo to 29. února dopoledne. Svůj mobil si na rozhovor nepřinesl.

Sebastián žije spolu s matkou a jejím přítelem v rodinném domě v Olomouci. Má mladšího nevlastního bratra, se kterým ale nikdy nežil, je to otcovo dítě. Jeho starší sestra je dospělá a s rodinou už nebydlí. Rodinu lze označit jako střední třídu. Dříve chodil Sebastián do několika sportovních kroužků.

Komunikace s chlapcem byla značně komplikovaná. Odpovídal obvykle jenom jednoslovně a velmi stručně. Trochu pomohlo, když mu byl nabídnut výčet možností. Přesto ale působil jaksi „nad věcí“, jako kdyby byl dotazován na úplně jasné skutečnosti a nechápal, proč někoho zajímají.

Rozhovor se Sebastiánem trval 35 minut a 38 vteřin.

7.2.8. Štěpán (10 let)

Rozhovor se Štěpánem, který užívá Facebook od svých 9 let, se konal 4. března v kabinetu základní školy, do které chodí. Chlapec celou dobu ukázněně seděl, občas z nervozity uhnul pohledem.

Štěpán bydlí spolu se svými rodiči, starším bratrem a oběma prarodiči v panelákovém bytě nedaleko školy. Rodina patří spíše k chudší ekonomické třídě, o čemž svědčí, že obě děti mají jeden počítač, Štěpán nemá chytrý telefon ani internet v mobilu.

Velmi často hovořil v kontextu Facebooku o svém starším bratrovi. Na svůj věk se zdál chlapec inteligentní a bystrý, ovšem jeho odpovědi byly možná právě vlivem věku poněkud limitovány. Mnohdy odpovídal „nevím“, často se vyjadřoval krátce, jednoslovně.

Rozhovor se Štěpánem trval 25 minut a 20 vteřin.

7.2.9. Ondřej (13 let)

Rozhovor s Ondřejem, jež se stal uživatelem Facebooku v 10 letech, se uskutečnil 4. března v kabinetu základní školy, do které chodí. Svůj mobil si nepřinesl.

Ondřej žije v bytě v Boskovicích spolu se svými rodiči a starší sestrou. Jeho rodina se řadí ke střední třídě. Je sportovně založený, několik let hrál fotbal, aktuálně se věnuje vzpírání.

Přestože v době, kdy se rozhovor uskutečnil, mu již bylo třináct let, domluven byl o měsíc dříve, kdy mu bylo dvanáct. Protože měl facebookový účet již delší dobu předtím, rozhovor se konal.

Ondřej odpovídal poměrně rychle. Většinou mluvil stručně, když formuloval delší odpovědi, zdál se už o něco nervóznější. Poznatek je, že se po celou dobu trochu pohupoval na židli.

Rozhovor trval 30 minut a 41 vteřin.

7.2.10. Natálie (12 let)

Rozhovor s Natálií, jež se stala uživatelkou Facebooku v 8 letech, proběhl 4. března v kabinetu základní školy, kterou navštěvuje. Neměla s sebou mobilní telefon.

Natálie má o jedenáct let starší sestru, která již žije samostatně. Aktuálně bydlí v bytě v Boskovicích s matkou a jejím přítelem. Rodinné poměry odpovídají střední třídě. Momentálně nenavštěvuje žádné kroužky, ale doma se snaží trénovat gymnastiku. V minulosti měla kroužek tance, vatrú, ale nevyhovovalo jí tam chodit pravidelně.

Během rozhovoru byla celkem klidná, odpovídala na otázky rychle a hlavně vytvářela dlouhé, jasně strukturované odpovědi. Při některých svých slovech, jako by se trochu zastyděla. Například když říkala, že dává na Facebook výsledky kvízů typu „ke komu se hodíš“.

Rozhovor trval 39 minut a 39 vteřin.

7.2. Sebereflexe

Problematický byl první krok, tedy informanty a informantky ve zvolené věkové skupině vyhledat a motivovat k rozhovoru. Jedná se totiž o skupinu, která je mé osobě a věku dosti vzdálená, a zároveň nemám kontakty ani na jejich rodiče, ti jsou zase věkově starší než já. Pakliže jsem děti a jejich rodiče dokázala kontaktovat, děti mnohdy z jakéhosi studu odmítaly rozhovory poskytnout.

Největším úskalím, se kterým jsem se při rozhovorech potýkala, bylo přizpůsobení otázek a vyjadřování jednotlivým dětem. Přestože jsem předem přistupovala k mladším dětem tak, že jsem jim pokládala otázky jednodušším způsobem, brzy se ukázalo, že i stejně staré děti jsou mnohdy z kognitivního a intelektuálního hlediska značně rozdílné. Zatímco někdo neměl problém rozumět i cizím slovům, například negativa, jiný tímto druhem vědomostí nedisponoval.

V problematice věku jsem se musela rovněž potýkat s vyjadřovacími schopnostmi dětí a někdy jsem byla nucená nabízet k otázce i nejrůznější alternativy odpovědí nebo jejich odpovědět dokončovat a odhadovat její smysl, vždy jsem se ale ujišťovala, zda si vykládám poněkud nekohezní reakci správně. Věk se také odrážel v udržení pozornosti. Kolem dvacáté minuty ztrácely 10leté děti pozornost, jejich odpovědi se začaly ještě zkracovat a měly tendence odbíhat. Je však pravda, že i starší respondenti a respondentky po třicáté minutě jaksí začali být ve svých vyjádřeních úspornější.

Velmi častým znakem u většiny informantů a informantek byla počáteční nervozita, kterou ještě navýšilo zapnutí diktafonu. Snažila jsem se proto zejména zpočátku prokládat otázky mými reakcemi nebo jsem říkala i své osobní zkušenosti, aby si dítě nepřipadalo jako u výslechu, ale vnímalo celou situaci více rozhovorově, tedy že osobní informace sdílíme.

Sama jsem se mnohdy přes veškerou snahu dopouštěla genderových nekorektností. Nemám tím na mysli důsledné používání ženského a mužského rodu, ale spíše stereotypizaci, kterou jsem předem přijímala. Například jsem při otázce na rozdíly v uživatelském chování chlapců a dívek, pokud se mi dlouho nedostávalo odpovědi, uváděla jako příklad „třeba holky si často dělají fotky“, „kluci hodně hrají hry“.

Při samotné analýze jsem několikrát musela spojovat některé zvolené kódovací kategorie, protože jsem si až zpětně uvědomovala jednotlivé souvislosti, což je nejspíš způsobeno poměrně malou výzkumnickou zkušeností.

7.4. Analýza dat

Před samotnou analýzou bylo třeba vytvořit kódovací kategorie (viz Příloha č. 3). Ty vychází ze scénáře rozhovoru (viz Příloha č. 2), avšak na základě poznatků z rozhovorů při jejich průběhu i po transkripci, byly tyto kategorie obměněny a doplněny. Vzhledem k tomu, že vzorek nebyl příliš velký, bylo možné vytvářet širěji pojímané kategorie, tedy například kategorie 5.1.1. Pravidla bezpečnostní se vztahuje jak k pravidlům, která nastolují rodiče, tak zároveň k pravidlům, která si vytvořily samy děti, aniž by si toho byly vědomy – jako příklad lze jmenovat odhlašování se z Facebooku na nejrůznějších zařízeních. Skutečností je, že po analýze nezůstala žádná kategorie prázdná, tedy bez citací, pokud nejsou započítány kategorie nadřazené jako například 1. Počátky na Facebooku.

Jakmile byly rozhovory nakódovány, přičemž často doházelo k situaci, kdy k téže pasáži bylo přiřazeno větší množství kódů, uskutečnila se samotná analýza. Ta spočívala zejména v tom, že z programu Altas.ti byly skrze editor vygenerovány jednotlivé kódy a k nim přiřazené

citace z provedených rozhovorů. Pro větší přehlednost jsou úrovně nadpisů třetí třídy (od 7.4.1.) nadřazenými nejvyššími kategoriemi analýzy (celkem jich je pět), v samotné analýze se pak vyděluje z hlediska nadpisů čtvrtá třída, která v kódovacích kategoriích odpovídá druhé nejvyšší (od 7.4.1.1). Další nižší kategorie z kódovacích kategorií jsou v rámci diplomové práce spojeny s kategorií vyšší třídy.

Každý respondent a každá respondentka dostali fiktivní jméno a v transkriptech je uváděné pouze první písmeno jejich jména. Pakliže v diplomové práci stojí za jménem číslo, jedná se o číslo řádku v citovaném textu, který výpovědi přiřadil program Atlas.ti. Výzkumnice vystupuje pod iniciálou „A“.

Hlavní kategorie analýzy se nakonec vyvinuly jako Počátky na Facebooku, Aktivity na Facebooku, Sebe prezentace na Facebooku, Přátelství a uživatelsví na Facebooku, Mediální výchova, rizika a Facebook.

7.4.1. Počátky na Facebooku

Prvotní otázka, než se pozornost vůbec může soustředit na prvotní uživatelské aktivity, se orientuje směrem k důvodům pořízení Facebooku. V této souvislosti je třeba zabývat se také tím, kde se dítě poprvé o sociální síti Facebook dozvědělo. Tyto části spolu velmi úzce souvisí a mají společného jmenovatele, počátečním zdrojem informací o Facebooku je vrstevnická skupina, případně starší sourozenec.

Právě ten jako člen rodiny poskytuje obvykle z rodinných příslušníků první poučení týkající se Facebooku a mnohdy se stává jakýmsi průvodcem při jeho založení. Od bratra nebo sestry je třeba pozornost upnout směrem k rodičům a zjišťovat, zda byli vůbec seznámeni s faktem, že dítě si chce facebookový účet založit. Zároveň je nutné zabývat se obecným postojem členů a členek rodiny k Facebooku. Jejich (ne)povědomí o Facebooku má přímý vliv na to, zda nastavují pravidla a případně jakého typu, či zda vůbec založení profilu dovolí.

Během vyplňování údajů při registraci na Facebooku musí být pozornost zaměřena na to, zda dítě tento krok učinilo samo či s něčí pomocí a zejména dopátrat se, jaké údaje byly na počátku vyplněny, proč tomu tak bylo. Mnohdy si děti nechaly poradit od člověka, s nímž účet zakládaly.

Protože k užívání Facebooku je třeba mít kromě internetového připojení zařízení, které přístup na sociální síť umožňuje, musí být prozkoumáno, jaké typy takových přístrojů má dítě k dispozici, zda je využívá samo nebo se o ně s někým dělí. Tato fakta jsou vysoce relevantní

v souvislosti s možnostmi užití Facebooku, častostí, soukromím ad. Například pro používání chatové komunikace Messenger je podmínkou vlastnit tablet nebo chytrý telefon.

Po zjištění všech výše zmíněných informací může být zájem přesunut na konkrétní aktivity na sociální síti Facebook.

7.4.1.1. Důvod pořízení Facebooku

Zásadním důvodem, proč si děti pořizují svůj vlastní profil na sociální síti Facebook, je jakási forma vlivu, lidově řečeno opičení. Děti dostanou podnět od někoho ze svého okolí. To, že je vrstevnická skupina primárním motivem zřízení účtu, souvisí s tím, že dítě se ve věku od 10 let snaží se svou skupinou co nejvíce ztotožňovat. (Vágnerová, 2008) V případě respondentů a respondentek šlo zejména o starší sourozence u Daniely, Kateřiny či Eriky nebo spolužáky a spolužačky u Matildy nebo Ondřeje. „*Kamarádky ho prostě měly.*“ (Natálie, 10)

Stejně tak skupina, kvůli níž si dotazovaní pořídili účet, převažuje ve zdrojích prvních informací o Facebooku. Z toho tedy vyplývá, že vybraní informanti a informantky nebyli mezi svými vrstevníky prvními s facebookovými profily. To se však už může lišit u těch, kteří popud k pořízení profilu získali u svých sourozenců, ti se naopak mohli stát hlavně mezi školním kolektivem tzv. facebookovými průkopníky.

Pakliže za pořízením Facebooku stojí nějaká konkrétní aktivita, převažuje chatová komunikace. „*A já jsem s něma vlastně musel chodit jenom ven, abych se s něma nějak domluvil a tak. Tak jsem se chtěl na Facebooku domluvit.*“ (Šimon, 10) Právě dopisování si s lidmi je jednou z hlavních činností, které se zkoumaná věková skupina věnuje (viz kapitola 7.4.2.2.).

Specifický konkrétní důvod uvádí například Pavel. „*Babička měla Facebook už hodně dávno. Tak ji napadlo, že mi ho založí ne na psaní, ale abych si tam mohl hrát ty hry, protože jsem to hrál na jejím účtu. Chytly mě ty hry. Byly takový zajímavý, hráli jsme i s kamarádem.*“ (Pavel, 2)

7.4.1.2. Facebook a rodina

Jak už bylo zmíněno výše, právě starší sourozenci, tedy členové rodiny, se stávají vedle vrstevnické skupiny zásadními podněty při zakládání Facebooku. Všichni, které k Facebooku přivedli starší bratři nebo sestry, je pak shodně přijali do okruhu svých přátel. Stejně je tomu i u rodičů, pakliže jsou na Facebooku, přičemž děti nedostávají obvykle rozkazem, aby si rodiče přidaly. „*Já jsem si je tam přidal sám.*“ (Pavel, 96)

Například u Matildy nemá facebookový profil ani jeden z rodičů, ale dívka je k jeho založení přemlouvala, a dokonce by si do přátel přidala i další příbuzné, které aktivně vyhledávala. Rozšíření okruhu přátel na Facebooku o bližší i širší rodinu je celkem typické. „*Ne, ta nemá (babička nemá Facebook, poznámka). Jenom sestřenice, bratřenci a tak, ty tam mám všechny.*“ (Štěpán, 134) Ne že by se tedy zcela potvrdila teze Livingstone (2009), že děti na sociální síť před rodiči prchají.

Starší generace, které jsou na Facebooku aktivní, nebyly ani mezi desítkou dotazovaných naprostou výjimkou. Profil má některý z prarodičů u Pavla nebo Kateřiny. Stejný efekt, jaký platí u následování interviewovaných ve vztahu ke starším sourozencům, lze vypočítat i v opačné situaci, tedy pokud se respondent/ka dostává do role dříve narozené/ho. „*Já teď pomáhám Stelče (sestra, poznámka) s tou jednou hrou, s tou Dragon City, že teďka si založila Facebook ségra, jí bude osm.*“ (Pavel, 30)

Zcela jiná je však situace při nastavování toho, co pro příbuzné bude, a nebude viditelné. U sourozenců informanti a informantky žádná omezení nepoužívají, ovšem pokud hovořili o rodičích, nebyli ani zdaleka tak jednotní. Kateřina i Zuzana shodně přidávají některé obsahy, které jejich rodiče a další blízcí na facebookové zdi nevidí. Potvrzuje se tedy teoretické východisko Livingstone (2009), že děti rozdělují to, co bude dostupné na sociální síti rodičům, a co ostatním. Z Goffmanových poznatků se jedná o dva různé typy obecnstev, která mají i odlišná očekávání.

Poměrně zajímavý je také fakt, že většina respondentů a respondentek nepublikuje například fotografie rodinného typu. To může mít dva důvody, prvním je snaha chránit si osobní prostor, soukromé informace, ale rovněž se může jednat o jakousi separaci od rodičů a snahu zaměřovat Facebook více na přátele. „*Tak třeba když jsem s holkama na nějakým výletě, tak to tam přidám. Ale když jedu sama s mamkou, tak ne. Vyfotím si do mobilu hrad a tak, ale nedám to tam, nechám to v galerii.*“ (Natálie, 160)

7.4.1.3. Zakládání účtu a jeho nastavení

Pravidla nastavená v rodině se odráží i při některých činnostech na internetu. Je zcela korektní položit dětem otázku, zda se před založením facebookového účtu obrátily na rodiče s tím, jestli jim dají svolení. Situace se lišila. Nezáleželo přitom na věku, neplatí, že děti se ptaly rodiče častěji, pokud byl jejich věk nižší. Například Daniela, která si profil utvořila v 8 letech, matku ani otce o svolení nepožádala, stejně tomu bylo u Ondřeje, který má Facebooku od 10

let. Jiné je to u Matildy, která jej má od 12, ta se ptala. Specifická byla situace u Pavla, jemuž založení účtu navrhla babička.

Stává se, že dítě se rozhodne případný zákaz obejít. Kateřině založila účet starší sestra i přes matčin prvotní zákaz. „*Řekla mi, ať se zeptám mamky, jestli ho můžu mít. Tak jsem se šla zeptat a ona řekla, že ne, a já jsem se jí ptala asi za půl hodiny znovu a ona řekla, že jo, ale řekla, že mi to bude kontrolovat.*“ (Kateřina, 182) Jedná se o typický příklad vyjednávání mezi dítětem a rodičem, souhlas dcera dostala, ale s podmínkou. Je třeba zdůraznit, že nikdy z úst tázaných nezaznělo, že by rodiče jakkoli blíže s dcerou či synem probírali, jaká je věková hranice pro aktivitu na Facebooku.

Při samotném zakládání facebookového účtu se ukázalo, že kromě Sebastiána všem někdo s vyplňováním údajů pomáhal, tato činnost obvykle připadla na starší sourozence případně na jednoho s rodičů či babičku. Je to zvláštní především v kontextu informace, že většinou měly děti podnět k Facebooku od přátel, ale samotné založení profilu již s nimi neřešily. Patrný je však při nízkém věku vliv, takřka nekritický, takzvaně facebookového vzoru (sourozence). „*Postupně mi říkala sestra, že si tam můžu s někým psat, přidávat fotky, tak jsem začala přidávat fotky a přátele.*“ (Daniela, 27) nebo „*S: Svoje pravý jméno? Ne. Jako křestní tam mám, ale příjmení mám jiný od začátku. A: Proč jste to tak udělali? S: Já nevím, prostě brácha mi řekl, že je to tak lepší. Nevím.*“ (Sebastián, 24-26) Ovšem pro zpovídanou věkovou skupinu je z hlediska psychologického vývoje běžné, že kolem deseti let začínají tíhnout ke vzorům. (Vágnerová, 2008)

Co se týká nastavení zabezpečení profilu při jeho založení, opět je zde patrná paralela s věkem, zatímco v době zakládání Facebooku 8letá Natálie, 10letá Erika nebo stejně starý Štěpán od prvotního vyplnění údajů s matkou, otcem, respektive bratrem, neuskutečnili žádné změny, starší děti už změny učinily. Další o takových krocích aktuálně uvažují. „*Ne, mě to ani nenapadlo, když jsem to zakládala. Byla jsem menší, nebyla jsem tak informovaná. Možná si to ale ještě změním nějak.*“ (Matilda, 130) A mnohdy neváhají se obrátit s radou při změně nastavení apod. na příbuzné.

Běžným krokem, kterým prošli všichni, je úprava data narození. Obvykle sahají mladí uživatelé a mladé uživatelky k tomu kroku, že zadají správný den i měsíc, ale v případě roku si přidají. Někdo ale zadá zcela fiktivní informaci, třeba Matilda. Úroveň vyplněných osobních informací se značně odlišuje, a to v různých aspektech. Štěpán zvolil na radu bratra zcela jiné příjmení (viz výše), Matilda si své křestní jméno poupravila stejně jako v počátcích Ondřej. „*No, když jsem ho měl na začátku, tak jsem tam měl Ondrášek. Ale pak jsem si to změnil*

na svoje klasické jméno.“ (Ondřej, 162) Tyto změny mohou souviset s tím, že se mění sebezpojetí a sebezprezentace jedinců.

V kontextu zvolení uživatelského jména a případných změn z dalších výpovědí plyne, že skutečné pravé jméno v původní podobě vede ke snadnějšímu vyhledání dané osoby. Z toho je možné vyvodit, že ti, kteří mají zájem být lehce vyhledáni, volí pravé jméno, případně k tomuto kroku postupem času za tímto účelem dospějí. Objevují se ale i opačné tendence. „*Já nevím, ale třeba když jsme měli tu přednášku o kyberšikaně, tak říkali, že je lepší tam nemít pravý jméno, tak jsem si řekla, že si tam dám nějaký jiný. Pak jsem na to přišla, aby to bylo nějaký vtipný nebo tak.*“ (Zuzana, 204)²⁰

V dalších osobních informacích opět není patrná žádná obecná shoda. Někdo vkládá falešné bydliště a uvádí, že bydlí například v kanadském městě, další děti údaj nevyplní. Třeba Sebastián má na svém profilu viditelném pouze pro přátele i telefonní číslo, ovšem chlapec si přidává i zcela cizí uživatele a uživatelky. Ovšem platí, že zpovídáné děti aktivně využívají jeden profil, ačkoli v minulosti třeba disponovaly několika; kupříkladu Pavel měl dva, protože na původním mu nejela hra, kterou chtěl hrát. „*Měl jsem tři. Jeden jsem měl kvůli hře, jsem se tam nemohl přihlásit přes svůj. Nějakej ban. A ten první účet, to jsem zapomněl heslo. A teďka ten třetí mám furt.*“ (Ondřej, 190)²¹ Podobně skončila i situace u Natálie, která si založila druhý profil, protože na něm chtěla mít jen „přátele“, nikoli „rodinu“. Důvod ale nedokázala ozřejmit. „*A: Tak proč jsi chtěla mít profil, kde rodinu mít nebudeš? Chtělaš, aby něco, co přidáváš, neviděli? N: Ne, to ne. Asi.*“ (Natálie, 221-222) Že by tedy využívaly možnosti virtuální identity, což znamená utváření různých identit, se nepotvrdilo.

7.4.1.4. Technologie a Facebook

Facebook může být používán prostřednictvím internetu na stolních počítačích i noteboocích, ale také prostřednictvím aplikací na tabletech a mobilních telefonech. Pokud se tedy hovoří o tom, kde všude jedinec Facebook používat, musí být zohledněno, jaká zařízení vlastní. V případě chytrých mobilů musí být brán zřetel také to, zda má uživatel/ka předplacená data, protože ve škole obvykle nebyla ve zjišťovaných případech dětem přístupná wi-fi síť.

Například Štěpán nemá natolik kvalitní smartphone, aby v něm mohl mít facebookovou aplikaci a o stolní počítač se dělí se svým bratrem, s nímž sdílí i jeden pokoj. I tato skutečnost

²⁰ Poznámka: Dívka má uživatelské jméno začínající neurčitým přídavným jménem a místo příjmení zvolila obecné negativně zabarvené podstatné jméno.

²¹ Poznámka: Aktivně využívá jen jeden.

může mít na jeho využívání Facebooku vliv, a to třeba z hlediska vnímání a i nechtěného narušování soukromí.

Mnohem typičtější je však situace, že děti kromě vlastních mobilních telefonů, které umožňují stažení aplikace Facebook, disponují ještě minimálně jedním novým médiem. Médium, na kterém využívají respondenti a respondentky Facebook nejčastěji, se však liší, přičemž tato skutečnost je ovlivněna řadou faktorů. Prvním z nich je například mobilita zařízení. „*Na tom počítači je to vlastně lehčí, ale tak mobil mám furt s sebou.*“ (Sebastián, 30) Neustálá dostupnost na Facebooku se ovšem může jevit jako přítěž. „*Prostě to mám jenom na tabletu, přijde mi to takový lepší. Že si od toho odpočnu ve škole a nejsem na tom Facebooku závislá.*“ (Daniela, 225) Podobně to má i Natálie, která sice má přeplacená data, ale Facebook ve škole příliš nepoužívá, ani o přestávce, občas jenom odepíše na zprávu na Messengeru. (Natálie, 54)

Dalším kritériem ale může být způsob užití, tedy například Ondřej hraje na Facebooku často hry, což se na mobilním telefonu daří méně pohodlně, proto nejspíš intenzivněji využívá počítač. Stejná situace je i u Pavla nebo Štěpána.

Poměrně časté je využívání chatovací facebookové aplikace Messenger. Spousta dětí pak vnímá svou aktivitu jako trvalou, protože mají Messenger zapnutý na mobilu takřka neustále a ihned, když si všimnou nové zprávy, odepisují. Pasivitu tohoto způsobu užívání Facebooku si mnohdy do upozornění výzkumnice neuvědomovaly

7.4.2. Aktivity na Facebooku

Veškeré aktivity provozované na Facebooku jsou něčím motivované. Podstatné proto je nejprve se zabývat aspekty, respektive důvody a zájmy, které děti na Facebook vedou. Zde lze vycházet z obecných charakteristik sociální sítě, tedy spojování s dalšími lidmi, ve facebookovém pojetí s přáteli. Děti se obvykle soustředují zejména na fotografie svých přátel, případně na chatovou komunikaci. Zájem o chatování koresponduje se zjištěním Livingstone (2009), že chatová komunikace je pro děti hodnotná. Oblast konverzace na Facebooku, pokud není konverzace skupinová, spadá podle dramaturgické sociologie Goffmana do oblasti zákulisí.

Pak ale existují další dílčí aktivity, které je možné na Facebooku dělat. Poměrně často je to u dětských uživatelů a uživatelů hraní her či v nižší míře sdílení. Zde je klíčovým aspektem pro sdílení vtipnost příspěvku. Právě zábava je podle Šmahela jeden z motivů, proč děti na internet obecně chodí, tento faktor platí podle zjištění výzkum i pro Facebook. Naopak

přidávání čistě textových statusů nebo četné komentování do oblíbených činností dětí na Facebooku nepatří.

Množství a charakter aktivit také souvisí s časem tráveným na Facebooku. Logicky oblíbeným aktivitám připadá největší podíl tráveného času. Celkově však odhadnout dobu, kterou děti věnují Facebooku, není snadné. Hlavně protože obvykle se nejedná o kontinuální nepřerušovanou dobu, ale spíše kratší časové úseky během dne. Přesto by se zkoumaná skupina uživatelů a uživatelék dala označit jako mladí networkeři. (Hasenbrink, 2012)

Minimální je facebooková činnost v době, kdy jsou děti ve škole, zejména proto, že ve školách není volně přístupná wi-fi a není pravidlem, že by každé dítě mělo ve svém mobilním telefonu předplacená data. Naopak téma školy je na Facebooku časté. Děti řeší, jaké jsou úkoly, na co se píše test.

7.4.2.1. Důvod a zájem

Počáteční zásadní důvod, proč děti přistupují k založení Facebooku, je podle všeho touha po sociálním kontaktu s lidmi, které jedinec zná. Ve většině odpovědí se opakovalo, že na tuto sociální síť nové uživatele a uživatelky vedla touha po psaní si s přáteli. Tomu odpovídá i skutečnost, že právě chatování je nejčastější činností, které se na Facebooku věnují (viz kapitola 7.4.2.2.). To vše jsou typické znaky pro věk zkoumaných dětí, tedy touha po ztotožnění s vrstevnickou skupinou. (Vágnerová, 2008)

Jádrem konverzací respondentů a respondentek je snaha domluvit se s přáteli na tom, jestli a kdy půjdou ven. Paradoxně ale například Ondřej, který tento důvod uvádí, ne vždycky tomuto návrhu vyhoví. „*Když hraju, objevujou se zprávy, kdo píše. Když píše kamarád, jestli nechci ven, tak píšu, že ne, že hraju, že třeba zítra. Ale jak kdy.*“ (Ondřej, 132) Někdo má tendenci ospravedlňovat své chatování, a tak dodává, že řeší v konverzacích i školní záležitosti. „*Většinou si tam píšu s těma lidma a máme tam skupinu 7.A a tam si píšeme úkoly a tak s kamarádama.*“ (Daniela, 44) Ale obecně zmiňovala diskuze na podobné téma velká část dětí.

Velmi často opakovaným důvodem, který vede jednotlivé informanty a informantky na Facebook, jsou fotografie, které přidávají ti, které mají v přátelích. „*A pak taky sleduju lidi, co mě zajímaj.*“ (Kateřina, 38) V obecné rovině je tedy možné mluvit o snaze sledovat život ostatních lidí, přestože ne všichni dotázaní a všechny dotázané souhlasili s tím, že tuto skutečnost Facebook umožňuje. „*Dívám se tak obecně, co je novýho na tom Facebooku.*“ (Sebastián, 54) Touha po tom být informován, mít neustálý přehled o „tom novém“, co souvisí s blízkými lidmi, je charakteristickým rysem při užívání Facebooku.

Soustředění je pak na ty, se kterými se setkávají běžně, zejména spolužáky a spolužačkami, ale i na ty, se kterými už nejsou v intenzivním reálném kontaktu. „*Jakože když tam mám někoho na Facebooku, s kým si tam píšu, ale v reálu se nebavím, tak třeba proto, že šel na jinou základku nebo se odstěhoval nebo ho teda moc neznám, je z jinýho města a přidal si mě.*“ (Sebastián, 186) Jenomže takových lidí, kteří z okruhu těch, s nimiž se z nějakého důvodu přestali v běžném životě setkávat, zná zkoumaná skupina poměrně málo, k první takové zkušenosti dojde pravděpodobně až s odchodem ze základní školy. Přičemž existuje důvodný předpoklad, že se stejně tyto vztahy začnou oslabovat, jak dokazuje Matilda, která přešla z páté třídy na víceleté gymnázium. „*Třeba lidi ze základky, když napíšu, že se chci potkat, že jsme se dlouho neviděli... přečtou si to, ale neodepíšu. A to mě celkem irituje.*“ (Matilda, 132)

Typem příspěvků, který děti vede na facebookové stránky, jsou fotografie a zejména přátel. Někdy může zájem o fotografie druhých být propojen i s vlastní osobou. „*Jestli tam třeba dal někdo nějakou fotku, jestli mě třeba neoznačil? Třeba když jsme někde byli, tak jestli to tam není, není tam fotka se mnou.*“ (Zuzana, 36) Což souvisí i s tím, že jednotlivci projevují zájem o to, jak je prezentují druzí, v takových situacích nemají sebezprezentaci pod vlastní kontrolou.

Dalšími podstatnými obsahy, které dětské uživatelé a uživatelky poměrně četně vyhledávají, jsou takové, které označují za vtipné nebo jako „blbinky“. Převažují videa a gify. „*Jo, to tam sleduju, jak tam posílají lidi, třeba jak tam někdo před kamerou blbne, nějaký ty fejly, takový ty... jak někdo zapadne do hluboké kaluže. Nad tím se zasměju, podívám se.*“ (Pavel, 72) Tato skutečnost potvrzuje zábavnost jako důležitý motiv užití internetu obecně.

Někteří se soustředí při své činnosti na Facebooku na konkrétní věci, které je zajímají. Například Kateřina pravidelně kontroluje příspěvky, které na svou stránku přidá její oblíbený zpěvák, pod jeho příjmením je dokonce vyhledatelná. Konkrétní zájem se odráží v preferovaném facebookovém obsahu. „*Třeba tam je nějaká stránka s gymnastikou, nehty, videa, kamarádi si přidají fotky, něco novýho.*“ (Natálie, 46) Další z faktorů, kvůli kterým chodí děti na Facebook, jsou také hry. Tato tendence se ve výzkumu spojila zejména s chlapci, výrazně převažovala u Ondřeje, Pavla a Štěpána, naopak se jim po celou dobu užívání vyhýbal Sebastián. I dívky si však prošly obdobím, kdy hrály, obvykle ale od této aktivity začaly postupně ustupovat (viz kapitola 7.4.3.3.)

7.4.2.2. Konkrétní aktivity na Facebooku

Jak již bylo zmíněno výše, klíčovou aktivitou, které se děti na sociální síti Facebook věnují, je chatování. Charakteristickým jevem je to, že pokud dotazovaní/é vlastnili chytrý telefon a měli přístup na internet, chatovací facebookovou aplikací Messenger disponovali a věnovali se poměrně rychlému zpětnému odepisování bez ohledu na to, zda běžně v daný okamžik či denní dobu „chodili či nechodili na Facebook“.

Přestože interviewovaní/é poměrně shodně, kromě Štěpána a Eriky, řeší na Facebooku i školní záležitosti, převažují běžné hovory. „*Bavíme se spíš o osobnějších věcech, co děláš a tak.*“ (Zuzana, 262) Například u Eriky je specifické, že si Facebook založila zejména kvůli komunikaci se sestrou žijící v zahraničí a právě s ní si nejčastěji píše.

Intenzita chatování se různí, zatímco podle Zuzany si někdy píše se svými facebookovými přáteli chvíli, někdy jim konverzace vydrží i několik hodin. Dívka přitom na rozdíl například od Kateřiny zastává názor, že dříve si psala s lidmi a obecně trávila více času na Facebooku, u Kateřina ale začala postupem času převažovat chatovací aktivita, ačkoli online je méně. Výrazný vliv představuje množství volného času, zatímco zaneprázdněné děti, které mají kroužky a doučování nebo věnují hodně času učení, například Matilda nebo Zuzana, nemají na jakékoli facebookové aktivity tolik času. Podle Boyd (2014) si ale skrze dopisování přes konverzaci vynahrazují jiné, reálné formy sociálního života.

Naproti tomu ti, kteří dříve měli program plnější a do kroužků třeba později chodit přestali, jde kupříkladu o Natálii nebo Sebastián, jej vyplňují činnostmi na počítači, tedy i Facebooku. „*S: Měl jsem hodně, ale teď už ne. Chodil jsem do fotbalu, florbalu, atletiky. A: Do kdy jsi to tak dělal? Proč jsi přestal? S: Tak asi do jedenácti. Přestalo mě to bavit. A: Čím jsi ten čas vyplnil? S: Buď jsem venku, nebo na počítači a mobilu.*“ (Sebastián, 190-194)

Chatování se neomezuje pouze na konverzaci mezi dvěma osobami, ale většina dětí využívá i skupinové konverzace, ačkoli ne tak intenzivně. „*Jo, jo, mám s holkama skupinu, kde se s holkama domlouváme, když jdeme ven. Ale je to jakože konverzace.*“ (Natálie, 116) Naproti tomu například mladší děti, které se staly uživateli a uživatelkami Facebooku poměrně nedávno (Štěpán a Erika), zatím tuto možnost příliš často nevyužívají.

Z jakékoli konverzace na Facebooku však jaksi vypadávají rodiče. Kromě Zuzany, která si zřídila Facebook mimo jiné proto, aby mohla komunikovat s matkou při návštěvách otce, využívají děti pro komunikaci s rodiči obvykle mobilní telefony. To odpovídá zjištěním Livingstone (2009), že pro různé typy lidí (rodina, přátelé) děti používají různé nástroje komunikace. Ukazuje se také to, že telefon funguje jako baby sitter. A mnohdy se stává tato skutečnost limitem, proč matka nebo otec nepřistupují k zakázání mobilního telefonu jako

formy trestu, protože nemají možnost dát dítěti k užití jiný. Obecně pak chlapci a dívky oceňují, že je psaní si na Facebooku nebo přes Messenger zdarma, což je zároveň četná výhoda, kterou zmiňovali (viz kapitola 7.4.4.3.)

Logicky, vzhledem k výše zmíněným důvodům užívání Facebooku, značně dominuje činností vše, co se týká fotografií. A to jak v úrovni sledování fotografií druhých, tak v otázkách fotografií vlastních. Skupina videí byla k fotografiím při kódování přidružena. Jak ovšem plyne z výpovědí, aktivní vytváření vlastních video příspěvků je v dané věkové kategorii zcela výjimečné. Děti ovšem videa, zejména ta „vtipná“, sledují, případně i sdílí (viz níže), často se soustřeďují i na videa či videoklipy z Youtube. Dochází tudíž rovněž k propojení dvou sociálních sítí, Facebooku a Youtube. Daniela totiž sleduje facebookové profily známých youtuberů. „*Oni točí různé vlogy, třeba někam jdou, tak to natočí. Všechno jsou takoví známí.*“ (Daniela, 60)

Jak již bylo popsáno v kapitole 7.4.2.1. dětské uživatele a uživatelky projevují značný zájem o fotografie svých přátel. Pokud jde o vlastní fotografie, převažují u většiny z tázaných skupinové obrázky. „*A fotky dáváš nějaký ze života? D: Jo, třeba s kamarádkama a tak.*“ (Daniela, 67-69) Obvykle také platí, že dívky i chlapci ty, se kterými se vyfotografovali, v popisku fotografie označí. „*Určitě se jich ptám a potom je i označím.*“ (Matilda, 58) Popisky obvykle mají charakter obecných frází jako „Super den“ (Daniela), případně popisného charakteru „Cestou z Brna“ (Natálie), případně využívají citátů (Ondřej).

Pokud jde o fotografie s rodinou, objevují se spíše u mladších dětí. „*Třeba když jsme na lyžích, tak to tam dám. Nebo to nasdílí mamka a označí mě, takže se tam objevím i já, že jsem tam byla.*“ (Erika, 64) Jako výjimka se ukázala Zuzana, která má poměrně facebookově aktivní mladou matku (28 let) a přidává s ní fotky. Vyskytují se ale také opačné tendence, které lze spojovat s pubertou a snahou se od rodičů odpoutávat. „*Tak třeba když jsem s holkama na nějakém výletě s holkama, tak to tam přidám. Ale když jedu sama s mamkou, tak ne. Vyfotím si do mobilu hrad a tak, ale nedám to tam, nechám to v galerii.*“ (Natálie, 160) A například Ondřej, ačkoli žádné fotografie rodinného charakteru nepřidává, ty, které si vyvěsí jeho rodiče, poměrně aktivně sleduje.

Diskutovanou činností na Facebooku se stalo téma her. Jedná se o oblast, v níž jsou asi nejvíce patrné genderové rozdíly, tedy u zpovídáných. Když pak sami měli hodnotit užívání Facebooku z genderové perspektivy, situace se lišila (viz kapitola 7.4.4.2). Například u Pavla byly hry prvotní zkušeností s Facebookem a vzápětí představovaly důvod, proč si zřídil vlastní účet, a aktuálně pomáhá začínající uživatelce sestře, která využívá Facebook kvůli hraní. Přestože u něj časem zájem upadal, u dalších chlapců není tato tendence natolik patrná.

Největším hráčem se zdá být Ondřej, který preferuje akční a sportovní hry. „*Jinak když jsem přihlášený, furt hraju.*“ (Ondřej, 112) Zcela obvyklé je pak hraní proti někomu či s někým. Pouze Sebastián nehraje facebookové hry, přestože jiným počítačovým hrám se občas věnuje. Podobný případ je i Erika.

U většiny děvčat se opakovala skutečnost, že si během doby, od kdy Facebook vlastní, prošly obdobím, kdy se o hry zajímaly. Většinou se jednalo o hry, v nichž o něco pečují. „*Takový ty kočičky, jak tam byly a různý farmy.*“ (Daniela, 89) Hry je začaly nudit, zdůvodňuje třeba Natálie. Podle Zuzany zase mohlo jít o to, že hraní her je jakousi trendovou záležitostí, což může souviset s faktem, že pro získání životů je třeba žádat další uživatele a uživatelky Facebooku, kteří následně mohou začít s hraním hry, tedy vzniká jakýsi lavinový efekt. U Pavla je pak v tomto kontextu zajímavostí, že přestože se již hrám nijak aktivně nevěnuje, zůstává jaksi loajální k jiným hráčům a hráčkám a posílá jim životy.

V oblasti sdílení obsahů na Facebooku se vyskytl problém v tom, že někteří vnímají sdílení čistě jako přidávání nepůvodních, respektive cizích obsahů na vlastní zeď, tedy oddělují sdílení od přidávání – to se vztahuje v jejich očích pouze na vlastní produkci. Příliš časté ovšem sdílení cizích obsahů není, pokud hovoří děti o vlastních obsazích, obvykle začínají odpověď formulací „ne moc často“ a ve většině případů to znamená ne častěji než jednou za měsíc.

Je nutné zmínit, že v otázce častosti sdílení mnohdy zaznívala kritika na ostatní uživatele a uživatelky, které mají v přátelích a kteří podle nich sdílí obsahy příliš často, především fotografie. „*Vadí mi to, jakože... kdyby ten Facebook nebyl, tak... někteří lidi jsou furt aktivní, nahrávají fotky a pak třeba si tam dá člověk fotku a ani ji přes příspěvky ostatních nemůže najít. Je to zahlcený. Jakože tam máte děsně moc fotek jinejch lidí, co máte v přátelích, tak když tam dá každej pořád něco, tak tisíc kravin za den, co mě nezajímají.*“ (Ondřej, 134) Proti podobným typům ale umí někteří zakročít, obvykle ale nepřistupují k radikálnímu kroku smazání z přátel, ale volí mírnější varianty. „*Mám kamarádku ze třídy, která přidává každý den třeba tři svoje fotky, selfička. Ale vypadají všechny skoro stejně. Akorát s jiným efektem. To mě štve. A tak jsem si ji... jakože ne odebrala z přátel, ale sledování. Nezobrazuje se mi to už.*“ (Natálie, 80) Na Natáliině příkladu je patrné, že nejvíce iritující kategorie lidí jsou ti, kteří často přidávají fotografie typu selfie. Ovšem velká část zpovídáných potvrdila, že sami si selfie fotky pořizují, ale nezveřejňují je natolik intenzivně, častěji je posílají přátelům v chatové komunikaci. V této souvislosti hovoří Boyd a Ellison (2007) o důležitém aspektu při chatování, což je sebeotvírání, Natálie sděluje kamarádkám, tedy užšímu úseku přátel, něco, co ji charakterizuje, ale nechce to zveřejnit před všemi na zdi. Navíc děti potvrzují, že v rámci chatování posílají fotky častěji, než je přidávají na zeď.

Co do konkrétních obsahů, existuje paralela s fotkami, nejčastěji přidávaným artiklem. Zajímavý je v této oblasti Ondřej, který se soustřeďuje především na změnu profilovky, což provádí poměrně často stejně jako třeba Daniela. „*Občas přidám nějakou fotku, ale většinou si jenom měním profilovku. Jednou za půl roku a někdy i víc, třeba za rok.*“ (Daniela, 66) Změna profilové fotografie je obecně poměrně častou záležitostí a většina dětí ji zdůvodňuje potřebou aktuálnosti a také autenticity (boyd, Ellison, 2008), jejímž dalším, rovněž potvrzeným znakem, je preference fotografií před například kresbami. Zde lze spatřovat souvislost s tím, že právě starší fotky děti často mažou, protože jsou „divné“ nebo „trapné“ (podrobněji kapitola 7.4.3.3.).

Zejména dívky potvrdily, že aktuálně nebo v minulosti sdílely na své zdi příspěvky řetězového charakteru, vzpomněly si z poslední doby na jeden z kvízů – kdy se ve spojení se jménem objevily aplikací zvolené věty, vlastnosti. Například „*Toto je Kristián. Kristián je hodný kluk. Kristián má rád svého psa.*“

Je třeba připomenout, že právě při sdílení nejrůznějších obsahů dětí, které využívají nastavování viditelnosti při zveřejnění každého dílčího příspěvku, mají možnost ovlivnit, kdo co uvidí. Pokud k tomuto kroku přistupují, vyřazují z příjemců a příjemkyň hlavně rodiče a další rodinné příslušníky. Ve vztahu k nim je tedy sebeotvírání menší, nejsou ochotné jim vše sdělit.

Lajkování ve srovnání s komentováním u dětí převládá. Mezi obvykle lajkované příspěvky se řadí fotografie přátel. A zároveň se jedná o obsahy, které patří k těm, jenž mají sami respondenti a respondenty nejvíce „lajkované“. „*Máš představu, co byl nejlajkovanější příspěvek, cos kdy dala? Z: Jo, profilovku. A: Kolik má lajků? Z: 116.* (Zuzana, 63-66) Přestože získání lajku k jakémukoli příspěvku je známkou prestiže a dětští uživatelé a uživatelky jej oceňují, vzápětí dodávají, že lajkování není něco, na čem by trvali. Ovšem někteří potvrzují, že co se týká lajků, můžou existovat formy dohod. „*Nevím. Ale znám dva kamarády, co třeba... já ti dám lajk, já dám tobě. Lajkujou svoje fotky navzájem. Ale ne že by si lajklí svoje vlastní fotky, to nemá význam.*“ (Pavel, 80) Tuto skutečnost potvrzuje i Natálie.

I v případě lajkování však podle výpovědí dotázaných existuje jistá forma zdvořilosti. „*Já třeba pokud toho kamaráda znám, tak ač se mi ta fotka nelíbí, tak ten lajk dám. Nebo napíšu komentář.*“ (Pavel, 66) V tomto věku má hodnocení ostatních zásadní význam, což potvrzuje nepřímě i Zuzana, která si přesně pamatuje, kolik lajků má její profilová fotka. Matilda ovšem přišla s poněkud zajímavým tvrzením, že obecné nepsané pravidlo lajkování profilových fotek postupně vyprchává. „*Ani extra nelajkujete, nedáváte lajky na všechny profilovka. Ale je to taková rutina, trochu.*“ (Matilda, 196)

V otázce, zda se na počtu lajků u příspěvků nějak odráží míra popularity člověka, se projevila určitá ambivalence mezi oblíbeností vnímanou na Facebooku a v offline životě. „*Ale znám kluka ve škole, co má na fotce třeba 1100 lajků. A vlastně ve škole není moc populární.*“ (Pavel, 66) Poněkud atypická je v otázce lajkování Kateřina. „*Já většinou lajkuju ty fotky s tím zpěvákem, jinak asi nic.*“ (Kateřina, 74)

Jak již bylo naznačeno výše, v komentování jsou dětští uživatelé a uživatelky poměrně skoupí. Pakliže se pro komentář rozhodnou, obvykle jej adresují směrem k fotografiím. „*Já to moc nedělám, jenom třeba když tam někdo přidá fotku, tak napíšu, že je hezká.*“ (Matilda, 44) Zásadní je také skutečnost, že se zcela distancovali od toho, že by komentáře orientovali jakkoli kriticky, což je také pro jejich věk typické, kritikou totiž ohrožují svou pozici ve skupině. Ačkoli se s takovými komentáři u ostatních podle jejich slov setkávají. „*A: Stalo se ti někdy, ne třeba přímo u tvého příspěvku, ale že by tam byl někdo v komentáři ošklivej? Že psal věci, co by toho člověka, co to vložil, mohly mrzet? N: Na mně ne, ale viděla jsem to na nějakých víc fotkách. Asi. A: A myslíš, že ten komentář ti, co příspěvek vložili, smažou? Nebo celej ten příspěvek? N: To zase ne. Myslím, že tam prostě napíšu jakože... k tomu komentáři škaredýmu... že... něco tam napíšu, jakože je to tvůj názor nebo tak něco.*“ (Natálie, 105-108) Děti v podstatě nevyužívají možnosti, že by vkládaly na facebookovou zeď pouze textové příspěvky, statusy.

Pakliže měli chlapci a dívky mluvit o sledovaných stránkách, obvykle sdělovali, že sledují to, co spadá do oblasti jejich zájmu. Může se jednat v případě Eriky o kočky, u Zuzany o tanec, Daniela se zaměřuje na youtubery, Natálie o stránky pojednávající o výzdobě nehtů. Důležitým kritériem, převažujícím u malých mužských uživatelů, je vtipnost. Méně často se pozornost při sledování soustředí na zajímavosti a naučné obsahy, to se vyskytlo u Sebastiána nebo Matildy. „*Jo, třeba je tam taková stránka Zajímavý svět. Tam jsem se naučila deset typů živočichů, kteří žijí v moři. To si většinou rozkliknu. A různé kvízy tam jsou, tak to taky.*“ (Matilda, 46)

Nejvýraznějším rysem členství ve skupinách byla zejména u starších příslušnost k třídě nebo aktivitě. Děti se zapojují do třídních skupin nebo do skupin svých konkrétních kroužků, u Eriky to byla gymnastiky, u Daniely skaut. Cíl účasti ve skupině je jasný, získání informací. „*Ty starší holky, co nás vedou, píšou tam, že bude nějaká ta výprava a tak.*“ (Daniela, 289)

Do kódovací kategorie „Jiné“ jsou zahrnuty další možné činnosti. Z těch, které Facebook nabízí, je možné jmenovat například šťouchnutí. To někteří neznají, případně je nepoužívají. Pokud měly informanti a informantky sdělit motiv těch, kteří tuto funkci využívají, shodli se. „*Asi že se někdo snaží na sebe upoutat pozornost.*“ (Daniela, 101) Považují tedy celkem shodně šťouchnutí za nadbytečnost. V tomto kontextu došlo u jednoho později realizovaného

rozhovoru k jedné z facebookových novinek, možnosti rozlišovat kromě „to se mi líbí“ ještě další možné stupně ohodnocení příspěvku. „*Něco je tam zbytečný. Třeba teď se změnilo, že místo lajků se tam dají dát srdíčko a to... A: Používáš to? N: Jo, dám tam třeba vysmátýho smajlíka, když je to srandovní. Ale spíš dávám jenom lajk.*“ (Natalie, 190-192) Zde je patrné, že ačkoli něco dětem může objektivně připadat poněkud hloupé, pod jakousi skupinovou tíhou vlivu k danému kroku přesto přistoupí.

Pokud se jedná o zhodnocení aktivit na Facebooku, pak právě dopisování, které je přes Messenger „zdarma“, považují děti za největší výhodu Facebooku.²² Velmi kladně také hodnotí udržování kontaktu skrze Facebook. Zároveň kvitují skutečnost, že Facebook umožňuje sledovat všechny aktuality ze života těch, které mají v přátelích. „*A je to takový... jakože o klukách i holkách, co s nima kamarádíš, tak víš, jak se mají, jak teďka vypadají na těch fotkách a tak.*“ (Daniela, 179) Negativa směřují zejména do oblasti rizik na Facebooku, především v souvislosti s kontaktem s cizími lidmi, kteří se podle informantů a informantek budou snažit dítě hlavně sexuálně zneužít (podrobněji kapitola 7.4.5.3.).

7.4.2.3. Čas strávený na Facebooku

Z hlediska času, je třeba oddělovat celkové množství času, který děti stráví na Facebooku, jejich operativnost na jeho chatovací aplikaci Messenger, ale tak zohlednit, které činnosti nejvíce času věnují.

Prvním faktem, který je úzce spjat s časem, je skutečnost, že na Facebooku utíkají minuty poměrně rychle, protože člověk se do nějaké aktivity ponoří a přestane běh času vnímat. „*No, třeba jsem si myslel, že to je chvilka a byla to i hodina.*“ (Sebastián, 176)

Dalším významným časovým aspektem je efekt nového, tedy že v začátcích byl Facebook pro většinu dětí velkým lákadlem a věnovaly mu spoustu času. To potvrzují i ti, kteří v případě popisu svého uživatelského vývoje naopak tvrdí, že s narůstajícím věkem na sociální síti tráví více času, i u nich bylo počáteční nadšení novinkou významné.

Z obecných charakteristik je třeba zopakovat, že množství času věnovaného činností na Facebooku závisí na tom, kolik mají děti volného času. Pakliže jím nedisponují kvůli kroužkům a dalším činnostem, nemohou jej věnovat Facebooku. „*A: A o víkendu se díváš na Facebooku víc? E: Jo, v týdnu nemám tak moc času.*“ (Erika, 33-34)

²² Přitom jaksi nezohledňují, že v podstatě není ani toto zdarma, že je třeba, aby někdo platil wi-fi nebo data. Obecně u dětí však všechny tyto typy výdajů hradí rodiče, případně se jedná o připojení wi-fi free.

Jistá společná specifika lze nalézt v časové struktuře užívání Facebooku. Obvykle děti nepoužívají Facebook ve škole, většinou jen odepisují na vzkazy. Většinou to není tak, že by zkoumaná skupina zůstávala připojená na Facebooku vkuse například hodinu, jde spíše o kratší intervaly během dne. Typicky však o dobu odpolední a zejména večerní. „*Asi tak kolem osmé večer, pozdě.*“ (Matilda, 100)

Obvyklým problémem při určení množství času, který děti věnují Facebooku, je nemožnost tento údaj při položení takto prosté otázky vyčíslit.²³ Musí se totiž brát v úvahu konkrétní situace, den v týdnu, roční období a další. „*Jak kdy. Když hrajeme přes Facebook hry, tak třeba i tři hodiny.*“ (Ondřej, 42) Přitom při detailnějším probírání časového hlediska Ondřej sdělil, že v některých dnech, kdy má kroužek vzpírání, to není ani hodina. Na intenzitu užívání Facebooku u Štěpána mělo vliv roční období, v zimě na něm byl více.

V mnoha případech ani konkrétní údaj nepadl, dle dalších popisů činností na Facebooku, jej však lze omezit denní hranicí do hodiny. Naopak uživatelé a uživatelky, kteří šedesát minut denně překračují, už byli konkrétnější. Daniela a Zuzana hovořily o hodině až dvou denně. Ti, kteří užívají Facebook delší dobu, zohledňovali i změnu v množství času na Facebooku. „*Třeba loni jsem tam byla i pět hodin denně. Ted' je to hodina dvě.*“ (Zuzana, 274)

Uživatelský vývoj ovlivňuje i množství času stráveného různými aktivitami. Například v oblasti her, u kterých mnozí začínali, přitom aktuálně se jim věnují jen okrajově či vůbec. Nejvíce času připadá na konverzaci s přáteli, pokud se nejedná o ty, kteří čteněji hrají hry, tedy především chlapce. Poté, jak bylo naznačeno výše, se pozornost dětí soustředí na novinky na zdi, zejména fotografie ze života přátel. Pokud jde o vlastní fotografie, jejich pořízení věnují děti značný čas, ale zveřejňují je méně intenzivně, případně si je posílají přes chatovou komunikaci.

7.4.2.4. Facebook a škola

Nejprve je třeba určit, v jaké zařízení dítě facebookovou aplikaci, případně Messenger používá. Pokud totiž preferuje počítač (ať už stolní nebo notebook), případně tablet, pak tuto sociální síť přímo ve škole nepoužívá, protože děti si tato zařízení do výuky nenosí. Záleží v prostorách školy také na tom, jestli je dostupná wi-fi nebo má dítě v telefonu předplacená mobilní data. Ani v takových případech však není používání Facebooku podmínkou. „*Nosím, ale na Facebook nechodím ani o přestávce. Ani moc neodepisuju na Messengeru. Ale třeba kamoška mi teďka ráno napsala, tak jsem jí odepsala. Párkrát jsem odepsala. Ale já nemám*

²³ Což je například problém při kvantitativních výzkumech obsahujících tuto otázku.

data dlouho, asi tak tři měsíce.“ (Natálie, 54) Děti obecně v hodinách nebývají na Facebooku, ani si nechatují. Výjimkou je Kateřina, která po svém telefonu a Facebooku sahá v hodinách, v nichž se nudí.

Z pohledu informantů a informantek umožňuje Facebook školní a vzdělávací využití. Mezi vzdělávací možnosti se řadí zjišťování zajímavých informací. Matilda se naučila z jedné stránky živočichy žijící v moři. „*Něco ze světa třeba. Nevím, že někde mají nějakou největší propast a takový věci.*“ (Sebastián, 62)

Zcela typickým způsobem je hlavně u starších dětí využívání Facebooku kvůli zjišťování informací týkajících se školy. Dále lze zde vydělit několik možností. Tou první nepříliš využívanou je existence oficiální stránky školy, kde získávají děti informace, což je případ gymnázia Matildy. Poté se nabízí existence školní skupiny, kterou má také Matilda, ačkoli nedávno z ní již odešla. Zuzana, Daniela, Natálie či Kateřina využívají další formu, jejich třída má založenou chatovací skupinu.

Facebook ale může mít na školní kolektiv negativní vliv. Právě Matilda popisovala, jak její spolužačky sexuálně flirtovaly přes chat se staršími chlapci a poté tvrdily, že je mladíci obtěžují. „*My teď celá třída máme sezení s psychologkou a ona s námi řeší vztahy přes Facebook.*“ (Matilda, 182) Značnou pozornost věnují Facebooku na škole Eriky, kde třídní učitel poučuje rodiče, ti pak informace přenesou na své potomky.

7.4.3. Sebe prezentace na Facebooku

Mezi ty nejpodstatnější formy, jak se na Facebooku prezentovat, patří na první úrovni osobní údaje a jejich viditelnost pro ostatní. Tato kategorie souvisí s mírou, do jaké jsou jednotliví uživatelé a uživatelky ochotní se sebe-otevřít, sdělit osobní informace (Greene – Derlega – Mathews, 2006) V této oblasti jsou děti poměrně opatrné, přestože většina z nich používá vlastní jméno, údaje o věku jsou logicky vzhledem k 13leté hranici pozměněny, děti také obvykle neinformují o svém bydlišti apod.

Sebe prezentace probíhá na různých úrovních, jak tvrdí Papacharissi (2010), u dětí převažuje forma vkládání fotografií, podstatným kritériem se také ukazuje, komu dovolí děti jaký obsah vidět. V oblasti nastavení viditelnosti menší děti neprojevují hlubší znalosti, ty starší naopak dokážou z dosahu svých příspěvků zcela vyřadit třeba rodiče, tedy kontrolovat, co pustí na jeviště před toto konkrétní obecnost, a co ne. To, co zůstane v zákulisí, může být například obsah konkrétní chatové komunikace (Goffman, 1999). Přestože Facebook umožňuje obecné

nastavení viditelnosti, není výjimečné, že dětský jedinec se rozhoduje až na základě konkrétního příspěvku, který vkládá, komu umožní jej vidět.

Pokud se jedná o to, co musí vlastní i sdílené obsahy splňovat, v obou případech je klíčová zajímavost, předpoklad líbivosti. Například samostatný textový komentář není tak zajímavý jako fotka s popiskem. Hodnocení ostatních totiž děti v tomto věku přikládají významnou váhu. (Vágnerová, 2008) V případě sdílených obsahů se zase chlapci a dívky soustřeďují především na jejich vtipnost. Tu podle nich jejich facebookové obecnstvo očekává, toto kritérium nemusí splňovat osobní fotografie. Děti vychází z toho, že samy se o vtipné obsahy zajímají. Prezentace skrze fotografie obecně je formou sebe prezentace skrze určitý typ obsahu. (Livingstone, 2009)

Pro děti je důležité, jak jejich představení na Facebooku (Goffman, 1999) bude působit, vše přizpůsobují svému cíli. Nechtějí například vypadat hloupě, radí se, jestli je fotka dost hezká na to, aby ji přidaly. A pro konkrétní příspěvky volí specifické fasády – dívka vystupuje v příspěvcích jednou jako tanečnice, podruhé jako sestra, zejména na zveřejněných fotkách. Když publikuje jiné obsahy, snaží se být dítě chytré, vtipné. Příspěvky, opět především fotky, doplňuje kulisami, tedy komentáři, jako jsou třeba citáty. Vše uzpůsobuje dětský uživatel či uživatelka tomu, co publikum očekává, snaží se odhadnout jeho hodnoty. Obecně například platí, že časté přidávání příspěvků je vnímáno negativně, proto se toho děti snaží vyvarovat.

Zásadní bod výzkumu, tedy věk informantů a informantek, je pojímán ze dvou hledisek, tím prvním je povědomí o věkové hranici, to většinou děti mají. Druhým je vhodnost nastavení věkového limitu. Zde kupodivu takřka jednohlasně s 13 lety souhlasí. Mladší děti jsou příliš zranitelné, respektive „hloupé“ a mohou být ohrožené. Sami respondenti a respondentky jsou a byli na Facebooku opatrní, jsou „chytřejší“.

7.4.3.1. Osobní údaje a Facebook

Děti pojímají osobní údaje na Facebooku zejména v souvislosti s těmi, které vyplnily v informacích o uživateli/ce. Zejména v rozhovorech problematizovaly jméno, věk, respektive datum narození, bydliště, případně telefonní číslo. Zásadní přitom je, že ve většině případů tyto informace vyplňovaly při založení účtu s někým dalším a že mohlo dojít po dobu užívání k jejich změnám.

V případě zveřejnění svého jména se ukázalo, že není mezi dětmi shoda. Zatímco někteří užívají své pravé jméno, například Ondřej, jiní částečně pozměňují křestní jméno, nejčastěji zdvojnásobí nebo přezdívkou (Matilda), jiní volí fiktivní příjmení a další využívají zcela falešné příjmení. Důvody u těch, kteří mají shodné buďto jen křestní, nebo si změnilo jméno zcela, je

obvykle bezpečnostní. „*Já nevím, ale třeba když jsme měli tu přednášku o kyberšikaně, tak říkali, že je lepší tam nemít pravý jméno, tak jsem si řekla, že si tam dám nějaký jiný. Pak jsem na to přišla, aby to bylo nějaký vtipný nebo tak.*“ (Zuzana, 206)

Obecně však platí, že ačkoli někteří při začátcích na Facebooku užívali přezdívku nebo zdvořilou jména, postupně se přiklonili k civilnímu jménu. „*Protože ta přezdívka byla taková divná. Chtěla jsem tam mít své pravý jméno. Ono taky... třeba když nevím, jak se ta kamarádka jmenuje, třeba na tom Facebooku zadám její jméno a hned ji najdu, je to tak lehčí.*“ (Natálie, 64) Podobně to měl i Ondřej, který dokonce uvedl, že on sám je pod pravým jménem snáze dohledatelný. Jakoby tedy s věkem a zkušeností s Facebooku rostla potřeba být na sociální síti více dostupný/á. Přestože někteří neuvádí své skutečné jméno, profilová fotografie zachycuje jejich obličej a podle svých tvrzení jsou na ní snadno poznatelní.

Tématu uvedení data narození a věku se věnuje kapitola 7.4.3.4, avšak v kontextu osobního údaje je třeba říci, že zatímco někteří si z důvodu, že ve svém věku profil mít oficiálně nemohou, upravili v datu narození pouze rok, což je poměrně typické, že zcela fiktivnímu datu narození přistupují děti pouze výjimečně. Možnou příčinou může být to, že dětské uživatele a uživatelky potěší, když v den svých narozenin vzbudí zájem a dostanou skrze sociální síť narozeninová blahopřání.

Například v otázce bydliště dětští uživatelé a uživatelky projevují vysokou míru anonymity a tento údaj obvykle nechávají prázdný. Další možností je fiktivní informace. „*Ne. Mám tam jakoby, že žiju v Torontu v Kanadě.*“ (Kateřina, 164) Zcela neobvyklé je vkládat mobilní číslo, to však udělal třeba Sebastián. V otázce, zda je osobnější dát někomu svůj Facebook nebo mobilní číslo se dotazovaní/é shodli, že číslo je intimnějším údajem.

Problém s vyplněním osobních informací je úzce spjat s nastavením viditelnosti profilu. Záleží na dalších faktorech. Mohou se projevovat nejrůznější kombinace. Například úzký okruh přátel, tedy jen těch, které dítě osobně zná, a profil je nastaven jako viditelný pouze přátelům, poté vidí i osobní údaje jen úzký okruh lidí. Protipólem tohoto případu je situace, kdy jsou citlivé informace vyplněné, dítě má v přátelích i cizí lidi a celý profil je obecně veřejný. Ukázalo se, že ne všichni vědí, jak mají viditelnost profilu nastavenou. Přestože obvykle děti volí viditelnost jen pro přátele, někteří nastavují viditelnost jednotlivých příspěvků (například Daniela), a dokonce ji nastavují různě pro jednotlivé osobní údaje v profilu, zvažují svá obecnostva. „*Odkud jsem, tak to tam mám, to vidí jen přátelé. Mám tam potom, na jakou školu, to tam nemám správnou, to nevím, to jsem se nedívala, možná tam vůbec školu nemám. A pak tam mám, že chodím do tanečního studia a to vidí asi veřejně všichni, myslím. Možná jen přátelé.*“ (Zuzana, 226) Jistí si však nejsou.

Děti jsou přesvědčeny, že pokud by si měly změnit nastavení soukromí, tak by to buďto zvládly samy, zejména dlouhodobější nebo starší uživatelé a uživatelky, případně by se obrátily na někoho z rodiny, aby jim s tím pomohl. Někteří dokonce vědí o velmi propracovaných možnostech zabezpečení. „*Jo. Ty hesla a hlavně, když se přihlásím, dojde mi smska a musím zadat pin kód.*“ (Ondřej, 22)

Respondenti a respondentky rovněž v některých případech zmínili, že používají hesla pro jednotlivá zařízení, na nichž Facebook používají. Mnohdy je neznají ani rodiče. „*Ona (matka, poznámka) se vždycky podívá přes svůj Facebook, já bych jí moje heslo neřekla. Ona si nepamatuje moje heslo na počítač. Sice ho ví, ale vždycky ho zapomene.*“ (Kateřina 188, 192)

Poněkud menší pozornost však věnují děti odhlašování ze svého profilu. Ačkoli u tabletů nebo notebooků se odhlašují, u mobilů už to nebývá tak časté. Argumentují tím, že mají své telefony stále u sebe, riziko případné krádeže smartphonu, které je u nich mnohem větší než u tabletů nebo notebooků, jenž dotazovaní užívají pouze doma, si nepřipouští. Přitom by se dostaly jejich osobní údaje do rukou zcela cizímu člověku. Druhou možnou interpretací je, že dětští uživatelé a uživatelky myslí zejména na to, aby se jejich profil neocíl v rukou rodičů či blízkých osob a u telefonu podléhají dojmu, že jej mají stále u sebe, proto je to nepravděpodobné, tudíž není nutné se odhlašovat.

7.4.3.2. Kritéria zveřejněných obsahů

Sebe prezentace na Facebooku může být pojata několika různými způsoby. Kromě výše uvedených údajů na facebookovém profilu, které jsou prvotním a nejcharakterističtějším sebeprezentačním faktorem, nastupují mnohé další. Jednou z úrovní je sebe prezentace skrze obsahy vlastní a skrze obsahy cizí, respektive sdílené. Blíže pak lze vyčleňovat konkrétní typy obsahů vlastních i sdílených.

Při posuzování sebe prezentace vybrané věkové skupiny dětí je nutné zaměřit se na nejčastější aktivity. Chatová komunikace je z pohledu dětí brána velmi důvěrně a o jejím obsahu hovořily pouze obecně, navíc se vyjma skupinových konverzací jedná o prezentaci sebe sama takřka interpersonální, nikoli dostupnou širokému okruhu lidí, jak je tomu v případě příspěvků zveřejněných na zdi. Na nich se nejčastěji objevují jejich fotografie.

Nejprve je však třeba charakterizovat obecně vlastnosti zveřejněných informací. Jak již bylo zmíněno výše, přestože dětští uživatelé a uživatelky nevyžadují lajky, potěší se. Tuto skutečnost tedy pravděpodobně zohledňují vždy, když příspěvek uveřejňují. „*Nemám moc důvod to tam dávat (fotky z rodinných oslav, poznámka). Je to trochu trapný a ono by to asi ani*

ostatní moc nezajímalo, si myslím. Asi bych nechtěl, aby mi tam někdo psal, že tam dávám debilní věci.“ (Sebastián, 86 a 88)

Při výběru cizích obsahů, jenž chce dítě nasdílet, se pak orientuje zejména mírou vtipnosti daného příspěvku, existuje tedy vztah mezi zajímavou a vtipnou věcí, vtipná věc se automaticky stává v očích respondentů a respondentek atraktivní po ostatní. Obvykle však zábavné věci, hlavně videa a gify, bývají velmi neosobní. Zároveň se díky těmto rozhodnutím stává každý gate-keeperem rozhodujícím o šíření určitého obsahu. Skutečnost, že se děti zaměřují na vtipné obsahy, koresponduje se zjištěním, že vesměs nesledují ani nesdílejí zpravodajské články.

Nejpatrnější je forma a míra sebe prezentace při publikování vlastních fotografií, které preferují. Zatímco u chlapců bylo složitější určit míru stylizace, u dívek byl jako stylizační faktor určeno například líčení. *„Maluju se řasenkou, ale jinak ani ne. Nebo třeba ještě lesk. Jako teda i na fotkách to pak mám. A: Snažíš se na těch fotkách působit starší? N: Já nevím, snažím se vypadat tak nějak normálně.*“ (Natálie, 166-168) Další možností určité formy stylizace je úprava fotky, která má na konečnou sebe prezentaci vliv, to využívá i Kateřina, která nepoužívá make-up a vylučuje, že by chtěla působit na fotografiích na Facebooku starší. *„Třeba černobíle, že to (fotku, poznámka) dám.*“ (Kateřina, 106) Důležité také je, aby byla fotka například pěkná, s čímž Daniele radí sestra. Ale děti neuvažují jenom o vzhledu, ale třeba i o charakterových vlastnostech, když fotku přidávají. *„Dobře (chci vypadat, poznámka). Tak třeba chytře, jakože nejsou nějaká ta barbína.*“ (Zuzana, 172) Upravování fotek a používání efektů se projevuje i u chlapců. *„To jsem udělal asi tak před měsícem. Jsem mazal úplný kraviny, co jsem tam dával dřív. Třeba nějaký fotky, který jsem se snažil nějakýma efektama vylepšit, ale spíš jsem je jakoby zhoršil (smích). Ale používám nějaký efekty i teď a už to vypadá líp. Jakože tam dávám nějaký černobílý nebo i nápisy.* (Sebastián, 98)

V problematice sebe prezentace připisují děti důležitou roli kromě jiného také aktuálnosti. Většina dotázaných si poměrně často mění profilovou či úvodní fotografii, a to i v případě že jiné typy příspěvků obvykle nepřidávají. *„Já nepíšu statusy. A... občas přidám nějakou fotku, ale většinou si jenom měním profilovku. Jednou za půl roku a někdy i víc, třeba za rok.*“ (Daniela, 66) Důvodem, který uvádí, je nutnost, aby byl profilový obrázek aktuální, přičemž se samozřejmě musí jedinci také líbit. *„Jak často to tak je (změna profilové a úvodní fotky, poznámka)? O: Jednou za měsíc. A: Potřebuju změnit? Co to znamená? Asi neprojdeš plastikou. O: Třeba ta fotka je stará. A líbí se mi nějaká jiná.*“ (Ondřej, 79-83)

Velmi významný vliv má na sebe prezentaci také vnímání starších příspěvků, na které dětští uživatelé a uživatelky mnohdy nahlíží jako na trapné, podrobněji v kapitole 7.4.3.3.

Při zjišťování forem sebe prezentace na sociální síti byla položena v obměnách stejná otázka, a to zda by člověk, který dotyčného, dotyčnou nezná, poznal při prohlížení jeho/její zdi, jaký/á je, co ho/ji zajímá atd. Při podrobnějším zkoumání této problematiky byla odhalena souvislost mezi četností zveřejňování příspěvků, lajkováním nejrůznějších obsahů a zejména orientací dětí na obsahy, které korespondují s jejich zájmem. Například Erika zveřejňuje hlavně fotografie z gymnastiky, které se intenzivně věnuje, a vtipné obrázky a videa s kočkami, jednu doma mají a dívka má pro tato zvířata slabost. To, co ji zajímá v běžném životě, odpovídá zveřejňovaným obsahům na Facebooku. Podobně tomu je u Natálie nebo Zuzany, ale i chlapců, například Ondřej na přímou otázku, zda by se dalo z toho, co přidává na Facebook, určit, jaký je v běžném životě, odpovídá, že ano. Ale i mezi těmi, kteří příliš často nedávají příspěvky, se dají najít některé prvky sebe prezentace, obvykle se jedná o takovou formu, která osobě odpovídá i v reálném životě. „*Něco tam přidávám, ale moc ne. Myslím, že jsem tam přidal tři takový... jednoho rugbyistu, co jsem sledoval, protože hraju rugby, tak jsem ho tam vyvěsil, ale jinak tam nic nepřidávám.*“ (Pavel, 56)

Nezřídka se objevují poměrně osobní důvody zveřejnění některých informací, která pak samozřejmě i velmi osobní věc odhalí facebookovému světu či minimálně okruhu přátel. „*Třeba když něco mamka sdílí nebo ted'ka bude mít výstavu, tak jsem jí to sdílela, aby se to víc rozšířilo. Nebo takový ty kraviny... (smích) Takový ty testy, kdo se k tobě hodí nebo tak. (smích) Ale jenom když je to srandovní, když je to nudný, tak to ne.*“ (Natálie, 68)

Objevuje se i hlídání vlastní prezentace u druhých. „*Jestli tam třeba dal někdo nějakou fotku, jestli mě třeba neoznačil? Třeba když jsme někde byli, tak jestli to tam není, není tam fotka se mnou.*“ (Zuzana, 36) Sami dotazovaní však přistupují ke zveřejňování informací o druhých tak, že se jich většinou předem dotazují, jestli mohou fotografii, na níž jsou také, na Facebook vložit. „*Ptám se. Vyfotíme se a pak se zeptám, který tam dáme. Domluvíme se.*“ (Natálie, 88) Někteří však považují ochotu nechat se vyfotit za němý souhlas dotyčných.

7.4.3.3. Uživatelský vývoj

Nezanedbatelný vliv na sebe prezentaci na Facebooku má i to, jak se děti uživatelsky vyvíjely. Podstatná je doba, po kterou Facebook užívají. Mezi respondenty a respondentkami jsou někteří, kteří mají profil několik let, ale i ti, kteří si jej založila teprve před necelým rokem. Všichni však dokáží popsat některé své proměny během této doby. Společnou charakteristikou je počáteční nadšení z Facebooku, které vyprchávalo. U velké části informantů/tek se ukázalo, že postupně také slábl zájem o hraní her, u někoho se již tato činnost nevyskytuje vůbec,

především u dívek. Nejdelší dobu mají facebookový účet Kateřina a Pavel (shodně 5 let), oba zaznamenali značné proměny. „*Všechno se změnilo. Já jsem třeba přidala jeden status, kde jsem napsala, že nejsem pes, protože jsem měla na profilovce psa.*“ (Kateřina 226)

Jak již bylo řečeno výše, děti se shodují v tom, že na začátku jejich užívání Facebooku převažovalo nadšení, které se projevilo i poměrně intenzivní dobou věnovanou facebookovým aktivitám. „*Ale ze začátku mě to víc bavilo. Ze začátku jsem tam byla víc.*“ (Erika, 84) U další skupiny vytěsňují Facebook jiné aktivity, u Zuzany časově náročnější příprava do školy či další faktory. „*Když jsem si ho zakládal, tak jo. Ale potom mě to přestávalo bavit, přestával jsem tam chodit. Jsem si ho založil v zimě, to jsem tam byl častěj. Potom v létě jsem byl skoro furt venku.*“ (Štěpán, 48) Naopak komu aktivit ubývá, vyplňuje čas Facebookem – to je případ Sebastiáná, který přestal chodit do kroužků.

U všech se ale uživatelská nuda nedostavuje. Zatímco některé zájem o Facebook opouští, u dalších získává relativně pevné místo v životě a je-li pominuto nadměrné počáteční nadšení, tak mírně narůstá čas věnovaný Facebooku, existence přímí úměry mezi vyšším věkem a množstvím času na Facebooku. „*Ted'ka ho určitě používáme všichni víc.*“ (Ondřej, 247)

Dalším možným vývojovým aspektem je skutečnost, že se Facebook postupně stává jakousi nutnou součástí života dítěte. „*Ono jak máte ze začátku Facebook, všechno je to takový nový, tak je u toho člověk pořád. Ale pak to tak vyprchává. Pak už je to takové, že otevřete stránku, přidá někdo fotku, prostě jedete a moc ani obsah nevnímáte. Jenom když narazíte občas na něco, co vypadá dobře, dáte, to se mi líbí nebo tak. Ani extra nelajkuje, nedáváte lajky na všechny profilovky. Je to taková rutina, trochu.*“ (Matilda, 196)

Změny nastávají i ve struktuře činností. Některé byly popsány již výše, obecně ale platí, že ať už vedl vývoj jakkoli, obvykle končí u toho, že nakonec převažuje chatování. Tato dominantní činnost má podle dětí i jasnou převahu v otázkách budoucnosti Facebooku. „*Znám lidi, co už na Facebooku taky moc nejsou, jenom píšou a na stránku moc nechodí. Takže možný to je, že nebudou tolik chodit. Myslím, že to bude pořád, ale ne tolik.*“ (Zuzana, 276) Podstatným kritériem nárůstu aktivity v přímé (chatové) komunikaci s druhými je počet přátel a hlavně vrstevníků. To potvrzují dlouholetí uživatelé a uživatelky. „*A prostě jsem ten Facebook měl jenom na hraní a potom, až jsem měl kolem osmi let, začal jsem si dopisovat s kamarádama.*“ (Pavel, 2) Pakliže jejich vrstevníci a kamarádi/kamarádky neměli Facebook, nemohli logicky věnovat chatování tolik času, ten narůstá s počtem stejně starých lidí s facebookovým účtem.

S věkem se také začíná měnit pohled na to, co je „trapné“, a tudíž nevhodné na Facebooku mít. Například Natálie postupně zcela upustila od používání funkce šťouchnutí, Zuzana zase přestala preposílat a sdílet řetězové zprávy a statusy. Vzhledem k tomu, že se u velké části

informantů a informantek při popisu ostatních uživatelů a uživatelék zmiňuje, že ti, kteří často přidávají nějaké příspěvky, jsou otravní, některé to ovlivnilo i v jejich vlastním chování. „*Dřív jsem přidávala víc fotek.*“ (Zuzana, 268)

Velmi častá vývojově uživatelská změna se týká fotografií, tedy zásadního nástroje sebe prezentace na Facebooku. Opět lze spatřovat jakýsi vliv aktuálnosti. Spousta dětí totiž přistupuje ke zpětnému mazání starších fotografií. Jak říká Livingstone (2009), dochází k přepisování identit, které je na sociální síti jednodušší než v běžném životě, a souvisí s tím, že u zkoumané věkové skupiny roste sebekritika. „*Jo, fotky jsem smazala, se mi nelíbily. Vypadala jsem tam divně. Nelíbily se mi. Byly takový divný. A: Bylas na nich mladší? N: Třeba několik let zpátky. Ale jako některý tam nechávám, nemazu všechny. Byla jsem tam hrozně... Byli jsme tam s mamčinýma kamarádama na hromadě a já jsem tam stála. Prostě takový trapný, blbý.*“ (Natálie, 172-174) Trapně se také někteří cítí kvůli tomu, že měli dříve v oblíbě hry a netajili se s tím. „*Přijde mi to takový trapný. Když jsem teď starší a byla jsem malá a hrála ty hry, přijde mi trapný to tam mít ty fotky (z her, podnámka).*“ (Daniela, 87) Dříve přidané fotky mazali i Sebastián nebo třeba Kateřina.

Oproti tomu Zuzana sice k mazání v minulosti přistupovala, ale do budoucna to neplánuje. Ovšem to je nejspíš ovlivněno tím, že se Zuzana domnívá, že současné příspěvky trapné nejsou, tento její názor se ale může opět proměnit. Například Ondřej se aktuálně dívá na starší příspěvky poměrně kriticky, ale nepřistupuje k tomu, že by je mazal.

U některých dětských uživatelů a uživatelék je možné zaznamenat z hlediska vývoje i obrat v pohledu na nastavení bezpečnosti a s ním spjatá opatření. „*Ne, mě to ani nenapadlo (mít na Facebooku nepravé jméno, poznámka), když jsem to zakládala. Byla jsem menší, nebyla jsem tak inřformovaná. Možná si to ale ještě změním nějak.*“ (Matilda, 130) Někteří zpětně kriticky hodnotí některé své činy na Facebooku. „*Udělal jsem tu chybu, že na začátku jsem hrál ty hry a posílal jsem žádosti o životy ve hrách, takže mi tam naskočilo 176 přátel, potom jsme to s tátou promazávali, teď jich mám asi o 80 míň.*“ (Pavel, 34)

7.4.3.4. Facebook a věk

Jak již bylo zmíněno výše, nejčastější způsob, jakým dotazované děti obcházejí věkovou hranici na Facebooku, je vyplnění falešného data narození, přičemž obvykle volí postup, že pozmění pouze rok. Při otázce, v kolika letech může člověk založit facebookový profil, většina odpovídala shodně, že ve třinácti. Pouze desetiletá Erika a stejně starý Štěpán nevěděli. Z toho lze vyvozovat, že jejich facebooková gramotnost je tedy nižší a roste spolu s věkem. Stejně

shodná odpověď následovala na možné následky toho, kdyby někdo zjistil, že mají Facebook, ačkoli jim ještě není třináct let. O následcích nevědí nic. Přestože je možné nahlašovat fotky či účty, u nichž má uživatel/ka podezření, že je vlastní osoba po 13 let, nikdo z interviewovaných se s ničím takovým nesetkal.

Nejzajímavější část otázky věku je však v posouzení dětí, jestli je nastavená věková hranice správná a zda by ji nějak změnil, kdyby měly možnost. Naprosto shodně chlapci a dívky zastávají názor, že věková hranice je dostatečná, případně by ji posunuly o rok níže. Argumentem pro věkový limit je nejčastěji to, že menším dětem hrozí na Facebooku nebezpečí, a to především ze strany cizích lidí, kteří se je mohou snažit nějakým způsobem poškodit. Méně často jmenovaly informanti a informantky konkrétní nebezpečí, tedy že děti mohou narazit na „úchyla“. Právě možnost kontaktu s pedofilem děti shodně označovaly jako největší negativum Facebooku. Menší děti jsou podle respondentů a respondentek hloupější, naivnější, důvěřivější.

Na skutečnost, že dotazovaní/é sami měli Facebook v nízkém věku, používali takřka shodný obranný mechanismus, který může být shrnut jako „já jsem jiný/á, chytřejší, opatrnější“.

Vzhledem k tomu, že věk je velmi podstatný aspekt celé práce, níže je přiložena tabulka vybraných reakcí na věkové omezení na Facebooku ze strany dětí. Vynecháni jsou nejmladší, desetiletý Štěpán a Erika, kteří věkovou hranici ani neznali.

Tabulka č. 3: Reakce dětí na téma věkové hranice na Facebooku:

Respondent/ka	Reakce
Daniela	Tak kvůli těm klukům, kteří tam chtějí po tobě chtějí hodně fotek a tak a že tam je to takový pro starší, že tam nemůže mít nějaký šestiletý děcko ten Facebook, je to takový blbý, když někdo přidává fotky a ono by taky přidalo fotku a potom by tam... nevím, jak to říct. Mně to přijde blbý. Stejně jako těm malým holkám. Protože ty malý ještě neví, o co jde. Ty starší už ty chlapy zajímají víc. Jsou takový vyspělejší.
Kateřina	Myslím, že je tam nějaké nebezpečí pro mladší děcka. Třeba když jim ještě není ani deset, tak jsou takový... že si přidají všechny lidi, i ty který neznaj. Nebo jim odepíšou, pošlou jim nějakou fotku.
Matilda	Protože ti lidi jsou pak už jakoby chytřejší. Protože ty malý děti, to je strašný. Třeba když ho tam potkám a má osm, něco okomentuje a... tak sprostě. Takové malinké dítě.
Natálie	A: Proč myslíš, že zrovna taková věková hranice? N: Aby tam... třeba menší děcka někdo nějak nezneužil. A: Jak? N: Třeba by jim tam napsal nějaký neznámej člověk, domluvili by se, že by se setkali.

	<p>A: A myslíš, že ve 13 je to v pohodě? Nechala bys to tak, kdybys mohla rozhodnout? Nebo by to mohly mít děcka dřív?</p> <p>N: Od 13 je to dobrý, ale mohlo by to být... někdo by to mohl mít dřív. Já jsem měla ten Facebook dřív, ale jako nechodila jsem na něho moc, když jsem byla malá. Zas tak mě to nezajímalo. Ty menší děcka asi hrají hlavně hry, píšou si s kámošema, ale moc věci nesdílí, ale hlavně ty hry.</p>
Ondřej	<p>A: Proč to není 12 nebo 11? Neumí s tím pracovat? Jsou neopatrní?</p> <p>O: Až třeba kolem 11, 12 jo, to bych dovolil, ale ne děti v první třídě a tak.</p> <p>A: Co by se jim tam tak mohlo dít nebo - ?</p> <p>O: Mohly by skočit na to, co my. Mohly by mít z toho problém (podrobněji 7.4.5.3. poznámka). A jsou na to malí, ne dost jako chytrý.</p>
Pavel	<p>Já bych s tím souhlasil (s věkovou hranicí 13 let, poznámka). A je to proto, že malí si můžou dopisovat s někým, koho neznají. Já jsem na Facebook jako malej chodil s rodičema nebo s babičkou, takže s dozorem.</p>
Sebastián	<p>A: Proč teda myslíš, že dali 13 let?</p> <p>S: Od 13 mají lidi rozum. Jakože tam nebudeš dávat osobní fotky, bydliště.</p> <p>A: Tak to myslíš, že ty na to ještě nemáš rozum?</p> <p>S: Já tam nic osobního nedávám, takže...</p>
Zuzana	<p>A: A máš dojem, že když jsi ho měla dřív, dělala jsi něco neopatrně?</p> <p>Z: Asi jo, přidávala jsem si hodně lidí, co jsem neznala nebo tak.</p>

7.4.4. Přátelství a uživatelství Facebooku

Jak již bylo výše zmíněno, zásadní důvody, které děti na Facebook přitahují, jsou přátelé a sledování toho, co se v jejich životě děje. Je proto třeba soustředit se na skupinu přátel, a to z hlediska jejich počtu, který mimo jiné souvisí s tím, jak „interní“ jejich příspěvky zůstanou, a také na jejich charakter – zda se jedná o vrstevníky, třídní kolektivy, kamarády a kamarádky z aktivit, rodinu. Shodně převažují ve struktuře spolužáci a spolužačky a další vrstevníci obohacení o známé z kroužků. Všichni přidávají do přátel, kterých mají povětšinou do sta, členy a členky rodiny.

Problematika přidávání cizích lidí, před kterou nejvíce varují rodiče, není zcela jednotná. Vyskytují se případy dětí, které neznámé uživatele a uživatelky do přátel na základě jejich žádosti přidávají, ale k žádnému kontaktu nedochází. Obecně však děti kladou velký důraz na podrobný průzkum, zda žadatele/ky o přátelství přeci jen neznají. Ptají se příbuzných, kamarádů, prohlíží si profil osoby.

Následuje hodnocení ostatních uživatelů a uživatelék, a to jak z genderového pohledu, tak i podle skladby jejich činností či kritiky jejich aktivity a charakteru příspěvků. Obecně je možné konstatovat, že s věkem přibývá počet vrstevníků s facebookovým profilem. Pakliže jmenují děti nějaké rozdíly mezi chlapci a dívkami, většinou se u mladíků zmiňují hry a u dívek chatování a fotografie. Negativně pak respondenti a respondentky nahlíží na ty, kteří mají spoustu přátel, falešně lidem na Facebooku lichotí a příliš často něco zveřejňují, hlavně selfie fotografie.

7.4.4.1. Přátelství na Facebooku

Jde-li o počet přátel, které děti na Facebooku mají, informace se různí. Vůbec nejméně jich má Erika, kolem dvaceti, nejčastěji ale děti zmiňovaly číslo pod sto. Více přátel mají Ondřej a Natálie, kolem dvou set. Nejvíce jich pak přiznala Zuzana. „*A: Tys říkala, že máš kolem 500 přátel. Znáš je všechny? Víš u všech, o koho jde? Z: Všechny asi ne. Většinou jsou asi z okolí nebo tak. A: Jako třeba - Z: Třeba je z Brna. A: A není to tak, že by to byl kamarád kamaráda nebo tak. Z: To ne, no.*“ (Zuzana, 151-156) Kromě Zuzany a Sebastián, který má kolem stovky přátel, všichni shodně tvrdili, že své přátele na Facebooku znají i v offline životě. Poněkud paušální tvrzení sdělila Kateřina, která řekla, že zná i vrstevníky, kteří mají 500 přátel a více, ale že je nemá ráda, proto si je odstranila z přátel. Což ale není zcela pravda, například proto, že má mezi přáteli i Zuzanu, která takovým počtem přátel disponuje.

Nelze automaticky dedukovat, že u dětských uživatelů a uživatelék, jejichž počet přátel převažuje dvě sta, roste riziko, že všechny osobně nebudou znát. Přitom Sebastián například naznačil, že podle něj si jej přidávají cizí lidé jenom tak, „ze srandy“. Může se prý jednat o sbírání co největšího počtu přátel. Nikdy jej totiž údajně nekontaktovali, ani nekomentují nebo nelajkují jeho příspěvky. Aktivitu neznámým lidem v přátelích nepřipisuje ani Zuzana.

Nikdo z informantů/tek nepoužívá žádnou filtraci přátel, tedy například rozdělení na Blízké přátele a Známé, ani nevytváří zvláštní skupiny, ačkoli povědomí nebo i zkouška tohoto dělení se u někoho objevila. „*Když jsem byla mladší, tak jsem si rozdělila jako kdyby do kategorií mamku a tak, a kamarádky, jakože jsou bližší a tak. Ale teď už to tak nedělím. A: Proč to má ten účel? Proč už to neděláš? Je to k něčemu? Z: Nedělám to, protože na to třeba zapomenou. Nijak nad tím nepřemýšlím.*“ (Zuzana 182-184)

Kritérium pro přidání nových známých lidí se liší. Ve svých počátcích si většina chlapců a dívek přidala své spolužáky a spolužačky, jedinou výjimkou je Erika, která nikoho ze třídy na Facebooku nemá, přidala si pouze členy a členky rodiny a kamarádky z gymnastiky. Poměrně shodně si také rozšiřují všichni okruh přátel o příbuzné. Pokud děti potkají někoho

nového v offline životě, velmi často si nového kamaráda či kamarádku přidají mezi přátele. Obvykle se na tom ale předem nijak zvlášť nedohodnou. „A: *A domluvíte se na tom s tím novým kamarádem, že se přidáte na Facebooku?* O: *Ne. Ani to nevím, třeba hraju a zobrazí se mi žádost člověka, co jsem s ním byl venku, o přátelství.*“ (Ondřej, 159, 160)

Prvořadě a v mnoha případech jediné pravidlo pro užívání Facebooku ze strany rodičů je zákaz přidávání cizích lidí. Děti ho ovšem někdy porušují. Důvody jsou různé. Ti, které nikdo cizí na Facebooku nijak neobtěžoval a ani si jejich aktivity na sociální síti nevšímá (opačná zkušenost viz kapitola 7.5.4.3.), si občas někoho cizího přidají. Přesto však nepřidávají zcela bezhlavě. „*Jakože určitě si tam dávám kámoše. A pak teda ostatní, ale zase jako úplně každýho ne. Na ty profily se lidem, co pošlou žádost, dívám. Když to vypadá fakt jako divně, třeba má málo fotek, nebo nějaký... jakože... (smích) sprostý, tak si ho nepřidám. To zas ne.*“ (Sebastián, 138)

Všichni se shodli, že si při obdržení žádosti o přátelství člověka, kterého na první pohled nepoznají podle profilové fotky nebo jména, prohlédnou jeho profil. Pakliže jim není povědomý/á, velká část dětí přistupuje k napsání zprávy cizinci/e s otázkou, zda se znají a odkud. Případně konají další kroky, které jim mají pomoci dotyčného identifikovat. „*Zeptám se kamarádek, jestli toho člověka nějak neznají. Třeba jestli se o mně nebavili, ať si mě přidá. Nebo tomu člověku napíšu, jestli se známe. Ted' mi poslal žádost jeden kluk. Podle fotky jsem ho nepoznala. Zjistila jsem, že hraje se mnou v kapele.*“ (Matilda, 72) Z toho je patrné, že děti v takových situacích automaticky žádost neodmítají, ale podnikají kroky, aby se ujistily, že dotyčná osoba jim není známá. Ostatní okruh přátel sehrává důležitý vliv při přidávání. Třeba Natálie si přidala dívku, kterou z běžného života nezná, ale všimla si, že se často vyskytuje na Facebooku na fotografiích s jejími kamarádkami, což ji vedlo k přidání, a teď ji označuje jako svou „kamarádku“, přestože se s ní doposud nesešla osobně. Nové kamarádce díky Facebooku vzrostl sociální kapitál.

Při rozhodování o přidávání přátel se ještě několikrát vyskytl jeden zajímavý aspekt, a to vliv toho, odkud žadatelé a žadatelky o přátelství pochází. Například Zuzana si přidává cizí lidi jenom z okolí, například z Brna. Ondřej, který je ze stejného města jako Zuzana (Boskovice), si neznámé lidi nepřidává, a pokud jej požádá někdo, kdo tvrdí, že se znají, ještě to pro něj není dostatečný důvod, rovněž zohledňuje to, odkud člověk je. „A: *A když i napíše, že jo, tak si ji přidáš?* O: *Ne dycky. Zeptám se, kolik jí je, jestli je z Boskovic. Kdyby byla z Brna, tak si ji asi nepřidám, ale z Boskovic jo.*“ (Ondřej, 171-172) Chlapec ale může být ovlivněn předchozí negativní zkušeností, byl totiž na Facebooku sexuálně obtěžován (podrobněji kapitola 7.4.5.3.).

Velmi specifickou situací, při které si přidávají děti i neznámé lidi, například i z jiné země, je při hraní her. Ostatní uživatelé a uživatelky totiž mohou poslat dítěti životy, když je potřebuje. Do této situace se v minulosti dostal Pavel. „*Kolik tam mám přátel, nevím. Udělal jsem tu chybu, že na začátku jsem hrál ty hry a posílal jsem žádosti o životy ve hrách, takže mi tam naskočilo 176 přátel, potom jsme to s tátou promazávali, teď jich mám asi o 80 míň.*“ (Pavel, 34)

Z výsledků výzkumů vyšlo najevo, že není možné oddělovat přátelské vazby a vztahy v offline životě a na Facebooku. „*Třeba s mou nejlepší kamarádkou, ta tam hodně přidává fotky se mnou, tak se na to kouknu, jakou přidala.*“ (Daniela, 109)

Zejména děti zdůrazňovaly rozdílnosti vztahů a to, jak se obě tyto oblasti vzájemně ovlivňují. Matilda dokonce popsala přetvářku. „*Já ostatní holky ze třídy... moc nesnesu. My jsme se dřív kamarádily. A hlavně ony se na Facebooku chovaly, jakože mi říkaly, jak jsem hodná, a byly milé. A v reálu mi pak neřekly ani ahoj.*“ (Matilda, 90, 92)

Běžné je také to, že se konflikty z reálného kolektivu přenáší do prostřední sociální sítě. Hádky se dostane na Facebook, kde se „řeší“ nejen v konverzacích, ale třeba i prostřednictvím příspěvků (Ona je blbá) nebo komentářů. „*Ale pokud třeba... kamarád tam třeba dá fotku, jinej kamarád je na něho naštvanej, tak tam může dát, že je ta fotka blbá, ale jinak ne. Jinak tam píšou kamarádi pěkný komentáře.*“ (Pavel, 70) Sám Pavel si vzpomněl na situaci, kdy on sám napsal na základě hádky z reálného života nepříjemný vzkaz svému kamarádovi přes Messenger, ale nakonec jej smazal dřív, než jej adresát stačil zobrazit.

Může rovněž nastat situace opačná, tedy že interakce na Facebooku vyústí natolik, že se přenesou i do běžného života. S tím se setkala zprostředkovaně v třídním kolektivu Matilda. „*Ono to bylo tak, že vlastně některý holky ze třídy posílaly přes Facebook fotky a psaly starším klukům a takhle. Pak si u psychologů stěžovaly, že je ti kluci otravujou.*“ (Matilda, 184)

7.4.4.2. Ostatní uživatelé a uživatelky

Zkoumaná věková skupina dětských uživatelů a uživatelek od 10 do 12 let má ve většině případů okruh přátel právě v tomto věku. Byly proto při rozhovorech kladeny také otázky týkající se ostatních přibližně stejně starých dětí na Facebooku. Někdy však toto téma zanesli do rozhovoru sami dotazovaní a dotazované, například když chtěli uvést nějaký příklad.

Obecně se však děti shodly, že s věkem v jejich třídě přibývalo těch, kteří si Facebook zařídili. U všech informantů a informatek se v rámci třídy objevil alespoň někdo, kdo účet neměl. Například proto, že doma nemají počítač nebo „neví, co by na zeď přidávaly“. Děti se

ale ve většině případů shodly, že takoví jedinci nejsou ze sociálního kolektivu nijak vyčleňováni. Výjimkou byla Kateřina, jejíž jediný spolužák není na Facebooku, a dívka o něm hovořila negativně, prý je na všechny zlý, takže se s ním ostatní příliš nebaví.

Výraznou kritiku směrem k rozdílnému chování některých vrstevníků na Facebooku a v běžném životě vyznívala Matilda. Kromě jejich stížností na to, že takzvaní kamarádi a kamarádky jsou k ní na Facebooku milí, hlavně když něco potřebují, ale ve škole ji ani nezdraví, se soustředila i na problematiku těch, kteří mají velké množství přátel. Důvod je podle ní jasný. „*Asi aby si zvyšovali svou vlastní popularitu? V reálu je podle mě jinej a chce, aby si o něm lidi na Facebooku mysleli, jak je oblíbenej, kolik má kamarádů.*“ (Matilda, 84) Skutečnost nekorespondence oblíbenosti na Facebooku a v běžném životě potvrdil i Pavel.

Matilda stejně jako třeba Kateřina nebo Natálie naznačily, že zveřejňování neurčitých statusů typu „cítím se nešťastní“, „ona je blbá“ a další, vedou k vyvolání pozornosti. „*Ale třeba jak jsou tam nějakí smajlíci, jakože jak se cítíš, tak... Když tam někdo přidá, že se cítí šťastně, tak to moc jako neřekne, je to takový divný. Pak se všichni ptají proč a tak... On napíše do komentáře ‚běž do chatu‘, tak to je jako celkem zbytečný. Proč to tam psat?*“ (Natálie, 142) A přetvářka se podle Matildy objevuje i v komentářích. „*Když někdo něco komentuje, tak ty komentáře vypadají asi takto: jsi moc krásná, láska, mám tě nejradši na světě, princezno. Přitom ve skutečnosti se ti lidi skoro nesnáší.*“ (Matilda, 136)

Většinou se respondenti a respondentky shodovali v tom, že mladší děti spíše hrají hry, starší se zase orientují na komunikaci přes chat, případně přidávání fotek. Většina interviewovaných vnímala i genderové rozdíly v užívání Facebooku, ty však nezaznamenává Sebastián. Podle něj jsou klíčové zájmy jednotlivců, které poté na Facebooku bez ohledu na gender následují. Dívky podle zjištění zakládají profil dříve, potvrzuje to například Erika, která sice své spolužáky a spolužačky do okruhu přátel nepřidává, má však přehled o tom, zda vlastní účty nebo ne a podle ní převažují profily u děvčat.

Značnou a vůbec nejsilnější genderovou kritiku směrem k dívkám projevil Ondřej. Některé uživatelky podle něj přidávají příliš často, denně, příspěvky, hlavně selfie fotografie, které jeho Facebook zahlcují. Negativní zkušenost ve vztahu k dívčímu selfie chování připustila i Natálie. „*Mám kamarádku ze třídy, která přidává každý den třeba tři svoje fotky, selfička. Ale vypadají všechny skoro stejně. Akorát s jiným efektem. To mě štve. A tak jsem si ji... jakože ne odebrala z přátel, ale sledování. Nezobrazuje se mi to už.*“ (Natálie, 80) Sebastián zase zastává názor, že pořizování a publikování selfie fotografií převažuje u dívek, zhruba o rok starších, což tvrdil, přestože obecně rozdíly mezi uživatelským chováním dívek a chlapců nepozoruje. Podle Ondřeje se navíc dívky často uráží, pokud jim na jejich zprávu nedůležitého typu (jak se

máš) odepíše, že momentálně nemá čas. To může být třeba jeden z projevů počínající puberty nebo zhrzené zamilovanosti.

7.4.5. Mediální výchova, rizika a Facebook

Mediální výchova v oblasti Facebooku se z pohledu rodičů soustřeďuje takřka výhradně na možná rizika a nebezpečí, mezi nimiž matky a otcové zaměřují pozornost na kontakt s jinými lidmi a s tím dávají do souvislosti možnost, že se jejich dítě stane obětí pedofila. Z hlediska mediálně-výchovných taktik, které k tomu používají, převažuje skupina, kterou Barcus (1969) označuje jako pozitivní a formální, jejíž základním nástrojem je diskuze.

Zatímco samy děti využívají některá bezpečnostní pravidla, jako třeba odhlašování z účtu, jejich rodiče kromě pravidel bezpečnostních zavádí mnohdy i behaviorální, tedy výchovná, která v zásadě spočívají v zákazu užívání média za špatné známky, neplnění domácích povinností nebo drzost. Jedná se tedy o jedinou formu restrikcí vůči Facebooku z těch, které jmenuje Sloboda (2013), částečně lze hovořit o obsahových omezeních. A to v případě rodičů, kteří nechtějí, aby děti vkládaly na Facebook například své fotografie v plavkách. Ovšem důležité je zohledňovat, že někteří otcové a matky již nepřistupují ke kontrole tohoto doporučení (pravidla). Poněkud zvláštní je, že při vlastnění nejrůznějších médií i profilů na sociální síti rodiče zdůrazňovali věkovou restrikci (výzkum Děti, rodiče a nová média), ale pokud se zkoumaný vzorek obracel s dovořením o zřízení Facebooku na rodiče, nikdy nezazněla reakce typu „jsi na to moc malý/á“.

Controlling a monitoring v klasickém smyslu (viz výše) není možné v souvislosti s Facebookem spojovat. Rodiče však provádí mnohdy jakousi kombinaci těchto možností, a to například společným prohlížením facebookových přátel spolu s dítětem nebo skrze vlastní profil si prochází facebookovou zeď svého potomka. Toto jednání se blíží jakési formě spoludívání. (Valkenburg, 1999) Obecně však zaujímají rodiče v oblasti mediální výchovy související s Facebookem spíše strategii rozostřené mediace (Bybee, 1982), která je velmi uvolněná, což odpovídá tomu, že uplatňují jako hlavní nástroj diskuzi. To zjistil i tým Livingstone v rámci výzkumu EU Kids Online (2014), tedy že jednou z možností aplikování mediální výchovy je mluvení o aktivitách a nebezpečích.

Kromě rodičů působí na mediálně-výchovné úrovni škola, která kromě negativ a odstrašujících příkladů, které působí na děti nejvíce, přistupuje i k prevenci. Děti se pravidelně setkávají ve školním prostředí s přednáškami zaměřenými na kyberšikanu.

Děti mají povědomí o rizikových situacích, častým zdrojem těchto informací jsou zprostředkované zkušenosti, některé se však setkaly s obtěžováním i samy. Problém je, že ačkoli umí situaci vyřešit vzhledem k sobě, nepodnikají žádné další kroky.

Povědomí o závislosti na Facebooku mezi dětmi je, jeho základními charakteristikami je čas strávený na Facebooku a četnost přidávání příspěvků. Nevylučují, že závislí uživatelé a uživatelky existují i mezi jejich vrstevníky. Čas strávený bez Facebooku děti zvládají, na osobních setkáních s kamarády sociální síť nekontrolují.

7.4.5.1. Pravidla týkající se Facebooku

V případě pravidel na Facebooku výzkum přichází s dvojitým dělením, a to na pravidla od druhých osob a pravidla, která si děti nastavují samy. Práce se zaměřuje především na pravidla od druhých, respektive od rodičů. Ovšem z těch vlastních musí být zmíněno třeba odhlašování z účtů, které děti využívají na nejrůznějších zařízeních, ale na smartphonech obvykle ne. Zároveň používají zaheslování svých mobilů, tabletů i počítačů. Mnohdy hesla neznají rodiče, a to jak přímo do zařízení, tak do facebookového účtu dítěte. Výjimkou nejsou ani situace, kdy je děti svým matkám nebo otcům sdělily, ale oni je zapoměli. Nejvyšší ochranu hesla měl Ondřej, který využíval sms zprávu pro potvrzení při přihlášení. Za formu bezpečnosti lze považovat i záměrné zveřejnění nepravého jména na Facebooku (viz výše).

Co se týká poučení i pravidel v souvislosti s Facebookem, vždy záleží na povědomí rodičů. Například Danielina matka nemá o rizicích a Facebooku příliš velké povědomí, a tak ani nepoučila svou dceru. V tomto případě tuto roli přejala sestra. Stejně to bylo u Štěpána, jeho instruoval v otázkách souvisejících s Facebookem bratr, a to i obecně. Obvykle se však postupně dítě separuje od vlivu sourozence, i když s ním účet zakládá.

Klíčová oblast, které se rodič z mediálně-výchovného hlediska věnuje, je především ta týkající se nebezpečí a rizik spojených se Facebookem. Matky a otcové jakoby tedy byli podvědomě sžiti s představou, že dítě je na sociální síti v ohrožení. Největší nebezpečí pro rodiče představuje kontakt s cizími lidmi, dle vyjádření děti kvůli vidině toho, že je osloví nějaký pedofil. Nezřídka ale rodič vydává varování, zákazy a poučky, aniž by je odůvodnil. To se děje zejména u menších dětí. Důvodem může být obava, že problematika je pro dítě příliš složitá. Například Štěpán varování svého bratra pasivně přijímal, nepokládal zvědavé „proč“. „Protože jsem je neznal, ptal jsem se i bráchy, ten říkal, že to mám odmítnout a že cizím lidem to mám dycky odmítnout.“ (Štěpán, 140)

Ve velmi specifické situaci byla Erika. Její rodiče jsou totiž velmi často a důkladně instruováni ve škole, jak mají na své potomky mediálně-výchovně působit v otázkách Facebooku. „*Na začátku, když jsem měla Facebook. To mě požádali o přátelství i lidi, co jsem neznala. Tak jsme to s našima promazali. Mamka s tatškou to hlídají. Nemáme taky mít nějaký aplikace.*“ (Erika, 78) Škola možná selhává, proto přešla k této taktice, v níž přesouvá zodpovědnost na rodiče. V případě Eriky je ale možná klíčový problém v tom, že je ještě velmi dětská, o čemž svědčí i skutečnost, že na Facebooku převážně sleduje „kočky“ nebo píše sestře, běžně si ještě často hraje s hračkami, její sociální život je velmi omezený.

Pokud rodiče ví o tom, že si dítě pořizuje Facebook, a žádá je o svolení, obvykle rodič přichází se základní podmínkou, a to je nepřidávat si cizí lidi. Další ve své podstatě podřazenou podmínkou bývá nepsat si s cizími lidmi. S rozhovorů však vyplynulo, že děti tyto dvě věci vnímají jako jednu. Přitom se ukázalo, že přidávání si cizích lidí nevedlo vždy k dalšími kontaktu. „*Táta s tím přišel, ať jich nemám tolik, že nevím, kdo tam je, neznám je, mám tam třeba Američany nebo Čňany. A tak jsem si promazával přátele. Ale vůbec jsem si s nimi nikdy nedopisoval. Dopisoval jsem si akorát s těma kamarádama, co znám.*“ (Pavel, 36) Sebastián to potvrdil, zmiňoval, že si také občas přidá mezi přátele ty, které nezná, ale ti si jeho aktivit na Facebooku nijak nevšímají.

Případná kontrola ze strany rodičů se rovněž orientuje těmito dvěma směry. Jedna část rodičů se zaměřuje na prohlížení lidí přidanych mezi přátele a tato „čistka“ probíhá ve spolupráci s dětmi. „*A: Jak to kontrolovala? Řekla ti, že se na to podíváte nějak nebo? Z: No, to jsme byly spolu a ona se dívala jakože a ptala se, jestli toho člověka znám.*“ (Zuzana, 15-16) Přičemž jakási měkčí forma kontroly spočívá v tom, že rodič, který je v okruhu přátel dítěte, prochází jeho přátele skrze vlastní profil, jak je tomu u Kateřiny nebo momentálně Pavla. Žádné z dětí v této souvislosti nesdělilo, že by znal rodič heslo a mohl kontrolu provádět sám, či že by matky nebo otcové chodili na profil dítěte bez jeho vědomí.

Další část rodičů se při kontrole orientuje přímo na chatovou komunikaci svých potomků, rodič se však nesnaží narušovat soukromí dítěte na sociální síti, alespoň ne otevřeně s vědomím dítěte. „*A: Mamka třeba někdy to kontrolovala? Co na Facebooku děláš? Ptala se tě? S: Jo. Chtěla vědět, s kým si píšu a tak.*“ (Štěpán, 179-180) Přesto však třeba Kateřina přesvědčivě tvrdila, že na Facebooku nic tajného nemá, takže by jí nevadilo, kdyby si matka bez jejího souhlasu prohlížela její konverzace na Facebooku, přesto by jí své heslo nesdělila.

Poslední skupina rodičů se soustřeďuje na osobní informace a po svých dětech vyžaduje, aby je na Facebooku nezveřejňovaly. Kromě údajů o bydlišti a škole, do které chodí, sem

spadají i „osobní“ fotky. *„Naši říkali, že tam nemám dávat nějaký takový... osobní věci, třeba fotky, kde jsem v plavkách taky ne. To by mě ani nenapadlo.“* (Erika, 16)

Vedle způsobů kontroly založených na společném nebo vzdáleném (skrže vlastní profil rodiče) prohlížení Facebooku dítěte uplatňují někteří rodiče kontrolu formou hovoru o činnostech a aktivitách dítěte na Facebooku. *„Mamka se mě zeptá, zajímá ji, jaký tam mám fotky. Ona se o mě docela bojí. Já jí to všechno tak zhruba říkám. A když je tam něco zajímavého, tak jí to přečtu.“* (Matilda 169-170)

Další kategorie pravidel, které rodiče v souvislosti s médii používají, jsou ta behaviorální. Odlišit pak lze různé specifické typy, převažuje však zákaz médií za špatné školní výsledky. *„Když mám blbou známku, musím si ji opravit, jinak mi mamka zabaví počítač.“* (Ondřej, 228) Stejnou formu trestu uplatňují rodiče v případě Daniely. Zatímco pro tyto děti to je velká forma potrestání, například pro Sebastiána, který mívá zakázaný počítač i na týden, by však bylo větším trestem, kdyby mu matka zakázala chodit ven. Podobně to má i Zuzana, ta je ovšem zabavením tabletu trestána nikoli za školní, ale spíše domácí prohřešky. *„Když jsem si neuklidila pokoj, tak mi mamka vzala mobil a tablet.“* (Zuzana, 238) Tatáž pravidla platí u Natálie doma.

Kombinaci obou výchovných pravidel ve vztahu k technologiím, tudíž i Facebooku, uplatňuje matka Matildy, ovšem u ní je ještě důležitým faktorem pocit, že její dcera tráví na Facebooku a nových médiích obecně příliš mnoho času. *„Takhle... třeba jednou jsem měla mobil na sedačce. Už nevím, co jsem udělala. Mamka mi ten telefon vzala, protože si myslela, že jsem na telefonu. Přitom jsem si četla. Ona si vlastně myslí, že na tom mobilu trávím hodně času, ale já se třeba jenom dívám na rozvrh a ona mě vidí a hned si myslí, že jsem na tom mobilu pořád.“* (Matilda, 173)

Sociální forma trestu ve spojení s novými technologiemi se vyskytuje u Pavla, kterému otec vyměňuje dotykový smartphone za obyčejný tlačítkový, na němž mimo jiné nemá přístup na Facebook ani Messenger. *„A: A byl by to pro tebe trest, kdybys měl tlačítkovej telefon?
P: Byl, protože všichni ve škole mají dotykovéj.“* (Pavel 107-108)

7.4.5.2. Poučení o rizicích na Facebooku

Jak již bylo zmíněno výše, mediální výchova se zaměřuje v souvislosti se sociálními sítěmi především varovným směrem a připomínáním rizik. A to v obou základních úrovních, kde se s ní děti setkávají, tedy doma i ve školním prostředí.

Rodičovské rady a poučení o rizicích se od založení účtu dítětem soustřeďují na komunikaci a kontakt s cizími lidmi (viz výše). Menším dětem obvykle nebývají sdělovány konkrétní důsledky. Zdá se, že tato metoda se osvědčuje, protože dotazované 10leté děti poučení berou vážně a dodržují. Ty starší jsou obeznámeny s tím, že jim hrozí nějaký forma sexuálního obtěžování. „A: Když ti mamka říká, nepřidávej si někoho cizího, tak tam... to končilo? Nebo řekla proč? Z: Neřekla mi, proč. Já věděla proč. Kvůli těm úchylákům.“ (Zuzana, 247-248) Výjimečné nejsou situace, kdy rodič přistupuje k názorným příkladům. Například dávají dětem přečíst články na internetu, v nichž se popisuje to, jak nějaké dítě posílalo neznámým lidem své fotky nebo došlo k setkání a ohrožení dítěte. Konkrétní možnosti, jak podobné situace mají děti řešit, ovšem z úst rodičů nezaznívají. Matky a otcové se zaměřují na prevenci, reálnost situací jakoby si nepřipouštěli. Z příkladů konkrétních forem zneužití hovoří rodič obvykle velmi obecně. „*Ptala jsem se taťky, jak jsme to spolu zakládali. Ale byl to i můj nápad, nechtěla jsem, aby si mě někdo cizí takhle mohl zobrazit. Třeba si uložit mou fotku, nějak ji upravit, zneužít.*“ (Matilda, 118)

Všechny děti se během své školné docházky setkaly s přednáškami na téma kyberšikany, a to i na sociálních sítích. S rostoucím věkem intenzita těchto přednášek narůstá. Školní přednášky o kyberšikaně se orientují na negativní příklady, ale nabízí i preventivní rady. „A: *Jak taková přednáška vypadá? Říkají vám jenom negativní věci? Způsoby, jak fb zabezpečit? Uvádí reálné příklady, co se komu stalo?* Z: *Říkají, co se komu stalo, jak si udělat soukromý profil, aby si tě nemohl nikdo přidat. A co je dobrý a co špatný je na Facebooku.*“ (Zuzana, 139-140)

Na formu mediální výchovy, která je založená na spolupráci školy a rodičů, se soustředil pedagogický sbor ve škole u Eriky. „*No, mamka říkala, že starší děcka... že je tam ta kyberšikana. Jakože natočí video nějakýho spolužáka, dají to na youtube, jak tam něco říká a někdo se to pak na internetu tomu vysmívá. Třeba i s těma telefonama a tak. Prostě některý holky mají drahý telefony a tak a třeba se můžou smát těm, co nemají.*“ (E80)

Zuzana stejně jako velká spousta dalších dětí sice zmiňuje, že varování před riziky na Facebooku se jim dostává, pokud ne ze strany rodičů, tak většinou ve škole, ovšem konkrétní rizika nebo bezpečnostní problémy většinou nejsou schopné jmenovat. Obvykle si děti nejvíce pamatují konkrétní příklady. „A: *Myslíš, že jsi nějaká věkově ohrožená skupina? Že se tyhle věci dějou a často? Nebo že se to trochu jako přehání to varování? Je to účinný, co vám říkají?* Z: *Jo, ale jak u koho.* A: *Na koho si myslíš, že to neúčinkuje.* Z: *Třeba na kluky.* A: *A jsou ohroženější víc nebo míň?* Z: *Tak kluci to maj u těch fotek lepší, většinou se to chce po holkách.* A: *Když vás takhle někdo varuje třeba v té škole nebo doma? Co ti nejvíc utkvěje v paměti?*

Z: *Většinou ty konkrétní případy, no.*“ (Zuzana, 249-256) To potvrzuje i Matilda, kterou „výstražné“ video o šikanované uživatelce Facebooku vyděsilo natolik, že zvažovala, že si účet preventivně zruší. Nakonec to ale neudělala.

Informace ohledně nebezpečí na Facebooku, které děti jmenují, se tak orientují zejména směrem k cizím lidem a možnostem komunikace s pedofily. Zajímavá je jakýsi primárně heterosexuálně zaměřená forma varování, jak dokladuje právě Zuzanino tvrzení, že fotografie se chtějí většinou po děvčatech, přitom ve výzkumu se s podobným obtěžováním setkal pouze chlapec (podrobněji kapitola 7.4.5.3). Občas v jiné souvislosti si vybaví hlavně starší děti další možná opatření nebo problémy, ačkoli v jiném kontextu. U Zuzany to bylo nastavení fiktivního jména, u Daniely zase zkušenost z okolí, kdy účet její tety napadl hacker a rozesílal žádosti o zaslání nevelké sumy peněz přes internetové bankovníctví, v takových situacích hrozí napadení a vykradení účtu.

Ze zjištění vyplývá, že poučení ohledně Facebooku soustředěné na rizika uplatňují i starší sourozenci, kteří své mladší bratry a sestry v oblasti Facebooku poučují a vzdělávají. Důvodem je pravděpodobně to, že jim samým se dočkalo této formy varování, kterou přenáší na ostatní. Přílišné opakování rizik a odstrašujících příkladů se však může ukázat i jako kontraproduktivní. „*Myslím si, že je to dobře, že nám to říkají. Ale když to říkají často, tak už je to ohraný. Protože už to prostě všichni ví. Je to zbytečný.*“ (Kateřina, 96) Z druhé strany starší děti, které zažily více přednášek, jsou přeci jen schopné jmenovat více rizik než ty mladší, které měly třeba jen jedinou přednášku.

7.4.5.3. Rizikové situace

Právě díky varováním ze strany rodičů a školy děti získávají povědomí o rizikových situacích, které by se mohly na Facebooku stát. Logicky tak odpovídá jejich povědomí tomu, jakým směrem se varování ubírají, tedy nejvíce problematizují děti kontakt s cizími lidmi. Přesto u těch, kteří přidávali zcela cizí uživatele a uživatelky, ke kontaktům nedošlo. Z konkrétních problémů pak zmiňují fotografie, které po nich tyto osoby mohou chtít. Vše však v mnoha případech směřuje k tomu, že jejich úvahy jdou dále, tedy nejenže nebezpečné může být posílání intimních fotografií, ale ve většině případů zvažují i samotnou prezentaci podobně orientovaných fotek na svém profilu, zdi. Například nikdo nedává na Facebook své fotky v plavkách a podobně.

Ovšem Matilda přiznává, že se s takovým chováním setkává u svých kamarádek (dívek). Veškeré rizikové situace a chování dětí zmiňují v souvislosti s jinými uživateli a uživatelkami.

Ovšem ne všichni nahlíží na děti, které například fotografie pošlou, jednostranně jako na oběti. „*Může dát nějaký kluk... jim tam píše, ať píšou nahá fotky, to mi přijde nebezpečný. Někdo... nechci říct, že je blbej, ale že by poslal a ten kluk by to mohl dat veřejně na fb, i proto tu holku, co mu to pošle. Ale neměla mu to posílat.*“ (Matilda, 173) Zde je patrné také to, že ne vždy může jít o zneužívání, ale Matilda připouští i nepříjemné následky v kontaktu s vrstevníky, opět zejména opačného pohlaví. Jistou vlastní míru viny obětí šikany naznačuje i Ondřej. „*Tak to jo, ale může se to stát, nemusí. Než se to člověku nestane... Když má hodně přátel, tak si o sobě hodně myslí. Někdo nemá, tak může poznat urážky a tak, tu šikanu. Když si někdo myslí, tak až ho někdo šikanuje, tak se zklidní, si myslím.*“ (Ondřej, 240)

Další úroveň rizik je kromě negativních soukromých konverzacích a komunikaci, na úrovni veřejnější. Tedy formou negativně zabarvených komentářů, dnes lze také využít nepozitivní formy tlačítka „To se mi líbí“. V takových situacích se mohou stát komentáře účinným nástrojem kyberšikany. V této souvislosti je třeba zmínit, že ačkoli děti potvrzují, že absolvovaly mnohdy i několik přednášek na toto téma, nikdo z nich negativní útočné komentáře jako formu internetové šikany nejmenoval. Naznačila to pouze Natálie. „*Mohla by tam být šikana. Třeba že by někoho vydírali kamarádi. Že třeba proč to sdílí, že je to zbytečný, proč tam dává blbý fotky.*“ (N244) Osobní zkušenosti děti s touto formou děti nemají, ovšem jsou obvykle přesvědčeni, že k nim dochází.

Z hlediska konkrétních případů lze problematiku rizik dělit podle toho, zda se s ní setkaly děti zprostředkovaně nebo přímo. Přitom, jak bylo popsáno výše, mají poměrně četné zkušenosti o problémech ostatních. Výjimkou však nebyly ani vlastní poměrně závažné zkušenosti. Danielu obtěžoval na Facebooku někdo, kdo po ní požadoval fotografie. Situaci probrala s kamarádkou, i tu stejný člověk kontaktoval s podobnými požadavky. „*A: Psali ti někdy něco ti lidi, co neznáš? D: Jo. A: A co? Přátelsky nebo po tobě něco chtěli? D: Chtěli, hodně. Ale já jsem si ho potom blokla, tak nemohl psát. A: Tak co po tobě chtěl? D: Fotky. A: A myslíš, že ten jeho profil byl reálný? D: Nebyl. Měl tam jednu fotku.*“ (Daniela, 122-129)

Další podobnou zkušenost má Ondřej. Toho ovšem neobtěžoval nikdo cizí, ale člověk, který jej trénoval ve fotbale. Podobně si vytipoval i další chlapce fotbalisty, kontakt pak provedl přes Facebook. „*Protože je třeba... jakože... psal mi jeden úchyl. To byl kluk, úplně mentální, vydával se za holku. Paní od policie byla u nás a vyptávala se a bylo nás takových víc a všichni budem vypovídat, co nám psal. Tím větší bude mít trest. Všechno jim budu muset říct, co psal a tak. Mají tam konverzace naše. Ale ještě to budu říkat.*“ (Ondřej, 200)

Ve spojení s rizikovými situacemi děti dokážou popsat, jak by se bránily, jaké kroky by učinily. Obvykle zmiňují, že by se obrátily na kamarádky nebo rodiče. Ovšem pokud už takové

situace nastanou přímo vůči jedincům, obvykle situaci řeší tak, že si daného člověka zablokují, nikde už věc neříkají, takže hrozí, že se obětí může stát někdo jiný. To je v rozporu s tím, že děti shodně tvrdí, že na Facebooku jsou i mnohem mladší uživatelé a uživatelky, než jsou oni, a že jsou hloupější a náchylnější takovému chování podlehnout. Žádné kroky, aby tomu bránily, však neučiní. To je případ Daniely, která se s obtěžováním svěřila jen kamarádce. Ani Ondřej by o tom, že se stal na Facebooku terčem obtěžování svého bývalého trenéra, nejspíš nikomu nic neřekl, kdyby jej nekontaktovala policie. Matce to nechtěl podle svých slov říct proto, že by „vyšilovala“. Což jen dokazuje, že rodič se zaměřuje spíše na prevenci, ale skutečnou rizikovou situaci by podle odhadu dítěte nedokázal řešit vhodným způsobem.

Někdy nalézají v rizicích hlubší spojitosti. Ačkoli jsou totiž například obeznámeny s tím, jak někoho blokovat, neznamená to, že již nezískal další informace, které může zneužít. „A: Proč? Říkala jsi, že když tě někdo obtěžuje, můžeš si ho blokovat. A tečka. To můžeš tak jako tak. Proč by měl někdo mít zabezpečení profilu, že to nikdo neuvidí? Z: Protože si tam o něm může přečíst, co je zač, kde bydlí, nějak ho najít. A když ho zablokuješ, stejně to ví.“ (Zuzana, 219-220)

Z dalších rizikových situací zmiňuje například Kateřina, že se na Facebooku setkala s obsahy rasistického nebo pornografického charakteru. Zuzana zase podlehla reklamě, vyhledávala si přes Google boty, nakonec si objednala ty, na které se objevila reklama na její facebookové stránce. Kateřina upozorňuje na nebezpečí, že si někdo vytvoří fejkový (falešný) účet někoho, koho ona sama má v přátelích. Přes něj může zavírovat jiné účty, ale také se může snažit osobu, jejíž účet napodobuje poškodit, šikanovat. Ondřej zmiňuje, že je nepříjemné, když se člověk dostane na Facebooku do situace, která jej dostane do nezáviděníhodné pozice v běžném životě mimo sociální síť. „Třeba ty fotky... takový... si s někým píšete a ta holka je úplně... vygumovaná a (smích) po vás něco chce, líbíte se jí, vy to nechcete, nasere se a pak vás pomlouvá.“ (Ondřej, 220)

Problematika závislosti na Facebooku je u dětí obecně vnímána poměrně negativně. Ovšem je těžké říci, zda samy děti jsou na Facebooku závislé. Oblast, přes kterou lze tento problém zkoumat, je kromě času stráveného na Facebooku, jež nebylo u někoho příliš vysoké, potřeba v pravidelných intervalech kontrolovat dění na sociální síti. Jedním typem situací, kdy jsou děti odtrženy od Facebooku, jsou rodinné dovolené nebo tábory. „A: A představit si život bez Facebooku by šlo? Někde mimo civilizaci? M: Jo, já jsem byla s rodiči 14 dní na horách, bez mobilu bez všeho, přežila jsem.“ (Matilda 199-200) Podobnou zkušenost mají i ostatní. Obecně si svět bez Facebooku umí představit, kdyby jej však neměli mít jenom oni sami, uvědomují si, že by jim to některé oblasti života ztěžovala. Například komunikaci s přáteli nebo

zjišťování informací týkajících se školy. Že by jim ale chyběly hry, zveřejňování fotografií nebo sledování života přátel, nezmínil nikdo.

Děti se bez výjimky shodly na tom, že pokud si ven nosí mobilní telefony, tak při setkání s přáteli je nevytahují a takřka nekontrolují, odpovídají obvykle jen na sms a hovory od rodičů, kteří se zajímají, kde jsou, kdy se vrátí apod.

Obecně dávají možnou závislost na Facebooku do souvislosti s jinými lidmi ve svém věku. Charakteristickým rysem podle nich je neustálá potřeba být online a přidávat příspěvky. „A: *Myslíš, že jsou někteří lidé na Facebooku závislí? Jak si takového člověka představuješ?* D: *Je tam prostě pořád, pořád něco přidává, má to všude, kde může, na počítači, na tabletu, na mobilu i ve škole je na tom a tak.*“ (Daniela, 226-227) Samy děti však obvykle takové typy na Facebooku nemají, pokud ano, otravují je a případně mají jako Natálie nastaveno, aby se jim jejich příspěvky nezobrazovaly.

8. Shrnutí a triangulace výsledků

Hlavní výzkumnou otázku „*Jak a proč děti ve věku od deseti do dvanácti let využívají sociální síť Facebook?*“ se podařilo na základě rozhovorů s dětskými uživateli a uživatelky sociální sítě Facebook v daném věku zodpovědět. Začít je třeba u důvodu jeho pořízení, který spočívá zejména v tom, že se s lidmi s facebookovým profilem děti setkávají ve svém životě, ovlivňuje je hlavně **vrstevnická** skupina, což je pro danou věkovou skupinu z psychologického vývoje zcela typické. Případně se prvotní kontakt s Facebookem odehrál přes členy rodiny, hlavně starší **sourozence**. Není pravidlem, že by byli rodiče aktivní na Facebooku, pokud ano, děti je mají v přátelích. To odporuje výsledkům výzkumu Purcell (2012), podle nichž si do okruhu přátel přidává matky a otce jen 39 % dětí od 12 do 17 let. U českých dětí je však podle Kopeckého (2015) je situace jiná, rodiče má v přátelích 65 % dotázaných.²⁴ Pakliže si respondenti a respondenty v diplomové práci pořídili účet v raném věku, například v 6 letech, se stejně starými lidmi se na Facebooku setkávali výjimečně a přes sociální síť hráli hry.

V části výzkumné otázky, proč děti Facebook používají, vyplynulo, že důvody lze dělit na dvě roviny, a to zaměřenou **interně**, tedy pro vlastní potřeby, a **externě**, ve vztahu k okruhu přátel. Mezi interní potřeby je možné řadit potřebu po *komunikaci* a vlastní *sebe prezentaci*, protože právě přidávání fotografií, typický způsob sebe prezentace, je nejčastější formou sdílených příspěvků na Facebooku, a tedy zásadním prostředkem seberealizace. Dítě při této činnosti pečlivě zvažuje, jak bude působit, například chytře, a zároveň se snaží vyvarovat tomu, co samo i ostatní kritizují na druhých – příliš častého zveřejňování fotek, přidávání lascivních fotek v plavkách, což platí především pro dívky.

Stylizaci při vytváření identity na sociální síti u teenagerů zmiňuje Livingstone (2008), přičemž i zásadním kritériem sebe prezentace se v jejím výzkumu ukázala snaha vypadat a působit dobře, hlavním nástrojem jako v případě výzkumu diplomové práce jsou pak právě fotografie. Přestože Papacharissi a Mendelson (2010) se zabývali ve svém šetření fotografiemi vysokoškoláků na sociální síti, paralelu lze spatřit i u dětí mladších. Často totiž přidávají skupinové fotky s přáteli z offline života, v čemž se obě skupiny shodují. Pakliže jde o četnost sebe prezentace skrze přidávání příspěvků, Yang (2012) u zhruba dvacetiletých zjistila týdenní interval, mladší děti většinou podle předkládaného výzkumu publikují jednou měsíčně, ovšem obě skupiny vyvěšují na zeď hlavně své fotografie (to je rovněž v souladu se závěry Seidman, 2013), ideálně z nějakých událostí, jako jsou výlety. Strategičnost při výběru fotografií se

²⁴ Není však jasné, zda se v Kopeckého výzkumu jedná o 65 % celkově nebo jen z počtu dětí, jejichž rodiče Facebook mají.

v případě výzkumu pro diplomovou práci potvrzuje stejně jako u Siibak (2010), což dokladují názory na jednotlivé potencionálně zveřejnitelné fotky, které děti požadují.

Mezi interními důvody užívání Facebooku je i touha po *zábavě*, kterou děti realizují hrami nebo častěji sledováním vtipných videí a gifů. Zásadní externí potřebou je snaha mít *přehled o životě svých přátel*, tato obeznámenost je založená na informacích z fotek přáteli vytvořených. Na hraně mezi interní a externí potřebou se ocitají *školní důvody*, které dětské jedince často na Facebook přivádí, zjišťují úkoly, co bude na testu. Někteří se na Facebooku záměrně soustředí také na naučné informace, které mohou mít charakter školních znalostí, jedná se například o zajímavá místa na světě.

Při srovnání s výsledky kvantitativního šetření dětských facebookových uživatelů a uživatelek Kopeckého (2015) se v oblasti důvodů užívání Facebooku potvrdila především komunikace s přáteli, hraní her, sdílení fotografií, možnost sledování celebrit, naopak strach ze sociálního vyloučení při nevlastnění Facebooku se neprokázal stejně jako potřeba psát si s cizími lidmi. Potvrzuje se však závěr šetření Schorba (2010), že děti na sociální síti komunikují a domlouvají se na společném trávení volného času, tradiční otázkou českých dětí je „půjdem ven“. Na rozdíl od Schorba však zkoumanou skupinu nevede na Facebook snaha poznávat nové, respektive cizí lidi. Zatímco Yang (2012), která se však soustředila na starší věkovou skupinu, zaznamenala trend klesání chatové komunikace s věkem, respondenti a respondentky v této práci hovoří o opaku. Významnost chatování, respektive jeden z hlavních motivů užívání sociálních sítí, naopak potvrzuje Seidman (2013).

Nejrůznější výše uvedené druhy potřeb zjištěné touto diplomovou prací odpovídají zároveň na skupinu dílčích výzkumných otázek, a to:

- Jakou roli má Facebook v kontextu vrstevnické skupiny a v rodině participantů/ek výzkumu?
- Jak probíhá seberealizace a sebeprezentace dětí na Facebooku?
- Co a proč děti na Facebooku zveřejňují (texty, fotografie, videa aj.)?
- Jak využívají děti Facebook ke svému vzdělávání?

Důvody toho, proč děti Facebook používají, se přímo odráží v druhé části hlavní výzkumné otázky, tedy jak. Nejčastěji se věnují chatové komunikaci, sledování fotek přátel a přidávání fotek vlastních, případně je zajímají facebookové hry, na ty se soustředí spíše chlapi, u dívek zájem o hry postupně opadá. Další rovinnou otázky, jak Facebook děti používají, je zařízení, které k těmto účelům využívají. Převažují děti, které mají Facebook a Messenger

ve svém chytrém telefonu, ale k fungování aplikací potřebují připojení k wi-fi. Poměrně oblíbeným zařízením jsou tablety; notebooky či stolní počítače preferují facebookoví hráči.

Přímou souvislost lze spatřovat mezi druhy aktivit a časem stráveným na Facebooku. Pokud nejsou dětští uživatelé či v menší míře uživatelky orientováni zejména na hry, obvykle činností na Facebooku věnují **přerušované kratší časové úseky**. Výjimkou je Messenger, na zprávy reagují obvykle děti takřka vzápětí po jejich obdržení, pokud jsou tedy připojeni k internetu. Běžný/á dětský/á uživatel/ka má čas věnovaný Facebooku rozptýlený po celém dni, kromě doby strávené ve škole, což může ovlivňovat nedostupnost wi-fi. Značný prostor zaujímá Facebook po škole a splnění školních povinností a poté jsou děti neaktivnější večer. Přímou souvislost s množstvím času na Facebooku má *množství volného času dítěte* obecně. Pokud má hodně aktivit (kroužky, doučování apod.) a intenzivně se věnuje školním povinnostem, volný čas na Facebook nezbývá. Naopak pakliže od těchto zájmů v minulosti dítě ustoupilo, získaný čas vyplnilo počítačem, respektive intenzivnějším užíváním Facebooku. Tato pasáž tedy odpovídá na výzkumnou otázku:

- Kolik času tráví děti na Facebooku a jakou část tohoto času věnují jednotlivým činnostem?

Výsledky neumožňují obecně paušalizovat odpověď na výzkumnou otázku: Jakou roli má Facebook v životě dětí? U dětí se ale za krátkou dobu po založení účtu projevuje **fáze fascinace**, během níž používají Facebook poměrně často a jsou jím nadšení. Později tato fáze začíná vyprchávat. Až na výjimky se však Facebook začlení do života dětí a stává se jeho součástí. Dle dětí s věkem obecně, vyjma fáze nadšení, postupně narůstá intenzita uživatelství, o čemž svědčí i to, že Facebook si postupně začínají více pořizovat i vrstevníci. Dochází tedy k **internalizaci** Facebooku do života. Shodnou se ale na tom, že krátké období bez Facebooku zvládají a v případě, že by přestal existovat zcela a pro všechny, nebyl by to problém. Pakliže by se bez něj měli obejít pouze oni, situaci by jim to poněkud zkomplikovalo ve vztahu k sociálnímu životu. Na ty, kteří nemají v jejich věkové skupině Facebook, nenahlíží negativně.

Ačkoli jistou míru sebekritičnosti ve vztahu ke svým činnostem na Facebooku děti přiznávají, obvykle je orientována na činnosti realizované v minulosti. A většinou svou chybu nejmenují přímo, ale popisují ji slovy „dřív jsem dělal/a, teď už ne“. Obecně lze zmínit zejména přidávání cizích lidí, přílišnou častost zveřejňování příspěvků. Ale zásadní je spíše kritika činností druhých. Jiným uživatelům vyčítají **přetvářku**, tedy rozdíl v chování a přátelství na Facebooku a v offline životě, **častost přidávání příspěvků**, se soustředěním na selfie fotografie, a také **chování** na Facebooku obecně, například neustálou přítomnost na Facebooku,

nepřetržité dopisování. Nelze ale vyloučit, že na ostatní jaksi přenáší vlastní „chyby“. Protože například při komparaci údajů respondentů a respondentek o četnosti přidávání příspěvků a zejména fotografií a skutečném stavu jejich profilu bylo zjištěno, že četnost je minimálně dvojnásobná, než přiznávají.

Při reflektování skutečnosti, že samy děti ve vymezené věkové skupině mají profil, ačkoli by ještě neměly, panuje shoda. S nastavenou 13letou hranicí děti souhlasí, protože mladší děti jsou zranitelnější, méně opatrné a obecně „hloupější“, proto by se mohly stát obětí rizik na Facebooku, především při interakcích s cizími lidmi. Naproti tomu sami dotazovaní a dotazované jsou dostatečně **chytrí a opatrní** a vždy se tak na Facebooku chovali. Ukazuje se, že mezi zkoumanými dětmi mají jejich vrstevníci Facebook častěji, než odhalil výzkum EU Kids Online, který hovořil o zhruba 60 %, což děti vyvrací, účet má podle nich takřka „celá třída“.

S tím přímo souvisí i povědomí dětí o rizicích. Na rozdíl od výsledků EU Kids Online nebo Schorba (2012), podle něhož se každé dítě osobně setkalo s psychickou šikanou na sociální síti, přichází diplomová práce se závěrem, že forem kyberšikan na sociální síti si sice děti vědomé jsou, ale nesetkávají se s nimi, zkušenost mají pouze s hádkami a krátkodobými konflikty. Respondenti a respondentky v diplomové práci zároveň odmítli, že oni sami by se dopouštěli nějaké formy šikany, dokonce shodně tvrdili, že přidávají spíše pozitivní ohlasy, ačkoli se jim třeba zveřejněná fotografie příliš nelíbí. O zkušenostech s kyberšikanou hovoří i další výzkumy, jejichž výsledky nebyly diplomovou prací potvrzeny. Obcházení věkové hranice se dle očekávání potvrdilo.

Největší riziko spatřují děti v kontaktu s cizími lidmi, respektive s **přidáváním a psaním si s cizími lidmi**. Je to téma, na které se soustředují i rodiče, případně sourozenci, pokud ve vztahu k dětem provádí jakoukoli formu mediální výchovy (rodiče nejčastěji v podobě zákazu). Směrem k rizikům při interakci s cizími lidmi je i prováděna případná kontrola, která podle dětí vždy probíhá s jejich vědomím, většinou také v jejich přítomnosti, případně je kontrola založená na konverzaci o tomto tématu. Ostatní rizika rodiče podceňují, což je i závěr Livingstone a Bober (2006).

Problém však je, že poměrně zřídka rodič uvádí **důvod a následek**, který chování v rozporu s radami a varováními může mít. Děti však obecně, stejně jako ve výzkumu Kopeckého (2015), vědí, že se jedná o sexuální charakter obtěžování od cizích osob.

Obecně lze vyvodit, že rady rodičů, které ne vždy dospívají do podoby pravidel, zahrnují čtyři níže uvedené oblasti:

- a) *přátelství*: rodič požaduje, aby si dítě nepřidávalo cizí osoby
- b) *komunikace*: rodič odrazuje dítě od komunikace s cizími osobami
- c) *informace*: rodič nechce, aby dítě zveřejňovalo osobní informaci, čímž se rozumí údaje v profilu, jako je bydliště, škola, kterou navštěvuje apod.
- d) *obrazy*: rodič si nepřeje, aby dítě zveřejňovalo fotografie intimního charakteru (například v plavkách), což je ve vztahu k bodům a) a b)

Děti si na základě těchto doporučení obvykle vytvoří reakci, kterou je **bezpečnostní pravidlo**, které se týká hlavně přihlašování na účet. Souvisí však také s touhou po soukromí a obavou ze zneužití svého účtu. Tento krok může ovlivnit škola v oblasti mediální výchovy, přednášky na téma kyberšikany absolvují všechny děti, s věkem roste jejich četnost. Přestože přednášející jmenují rovněž značné množství rizik a odstrašujících příkladů, určitý prostor dávají i konkrétním preventivním krokům, které mají zabránit tomu, aby se děti do těchto situací dostaly.

Tato forma prevence se zcela odlišuje od té, kterou nabízí rodiče, ti totiž varují, nejčastěji před cizími lidmi. Už ale děti neinformují o tom, jak by měly řešit situace, kdy je někdo osloví a obtěžuje je. Brání jim v tom nejspíš neochota připustit si, že by se to jejich dítěti mohlo stát. To však vede k tomu, že děti, které mají osobní zkušenost s obtěžováním na Facebooku, tuto informaci rodičům nesdělily, pravděpodobně v obavě z jejich reakce.

Další formou mediálně-výchovného působení rodičů ve vztahu k Facebooku je základní behaviorální pravidlo, tedy **zákaz média**, které kromě jiného umožňuje užívání Facebooku. Zahraniční výzkumy (Livingstone a Bober, 2006) odhalovaly ve vztahu k sociálním sítím i další, především časová omezení. Mobily, tablety nebo počítače jsou českými rodiči zakazovány za tři typy prohřešků, a to *špatné školní výsledky, neplnění domácích povinností a drzé chování*.

Rozepsaná pasáž zahrnuje odpovědi na poslední skupinu výzkumných otázek:

- Jaká mají děti ze strany rodičů pravidla užívání Facebooku?
- Jaké nevýhody, případně nebezpečí děti vnímají, zažily při užívání Facebooku?

9. Závěr

Moje jedenáctiletá neteř se během štedrovečerní večere podívala na svůj Facebook prostřednictvím mobilní aplikace v telefonu sedmnáctkrát proto, že ji zajímaly fotky těch, které má v přátelích, a chtěla s nimi komunikovat. Alespoň to vyplývá ze zjištění výzkumu této diplomové práce, která si pokládala otázku, jak a proč děti mladší 13 let, které ještě oficiálně nemají mít facebookový účet, tuto sociální síť používají.

K tomuto, na uvedených řádcích poněkud zjednodušenému poznatku, bylo třeba dospět realizací kvalitativního výzkumu prostřednictvím polostrukturovaných rozhovorů s dětmi od 10 do 12 let, které užívají sociální síť Facebook, přestože tím porušují věkové omezení. Toto pravidlo obchází uvedením jiného věku narození stejně jako většina jejich vrstevníků.

Zásadní bylo si nejprve vymezit dílčí výzkumné otázky, které směřovaly do oblasti sebeprezentace na sociální síti, množství času a formě aktivit, kterým se na Facebooku zvolená věková skupina věnuje, a také mediální výchově, se níž se v souvislosti s Facebook setkává.

Právě na tyto oblasti a výzkumy s nimi souvisejícími se soustředila pozornost při vytváření teoretického základu a mapování stávajícího stavu zvolené problematiky. Nutné bylo kromě mediální perspektivy zahrnout i psychologický aspekt vývoje dítěte v daném věku. Ve zvolené věkové kategorii diplomové práce je charakteristický vliv vrstevnické skupiny a utváření vlastní osobnosti. Realizované výzkumy se na takto nízkou skupinu uživatelů a uživatelek nesoustředily, což má logický důvod – těchto dětí, jak potvrdila novější šetření, začalo rychle přibývat až v posledních letech, což dokládá např. longitudinální EU Kids Online.

Pokud jde o konkrétní výsledky dostupných šetření, vždy se orientovaly na starší teenageři a přicházely zejména s důležitostí sebeprezentace, a to prostřednictvím fotografií, potřebou chatové komunikace a nutkáním mít skrze sociální síť přehled o svých přátelích. V oblasti rizik přinášely alarmující výsledky spíše z hlediska forem kyberšikany na sociálních sítích. Značnou pozornost také věnovaly kontaktům s cizími lidmi na sociální síti a případnou formou sexuálního obtěžování, především formou požadavků o zasílání intimních fotografií. Tyto aspekty byly při vytváření scénáře rozhovorů zohledněny. Jednotliví informanti a informantky byli získáni metodou sněhové koule.

Z výzkumu diplomové práce vyplynulo, že zájem dětí o Facebook vzbuzuje buď vrstevnická skupina, mezi níž se začíná uživatelství této sociální sítě v určitém okamžiku (kolem 11 let) výrazněji šířit, nebo starší sourozenci. Ti poté ze zřízením účtu pomáhají a jsou v otázkách Facebooku pro dítě autoritou. Děti láká dopisování s přáteli nebo, hlavně v nižším věku, hraní her. Ne všichni dětské uživatelé a uživatelky však žádají rodiče o svolení zřídit si

Facebook, pokud k tomu dítě přistoupí, je mu vyhověno. Určí-li rodič nějaké pravidlo či spíše udělí radu, orientuje se směrem k zákazu přidávání, respektive komunikace s cizími lidmi.

Zásadní důvod a zároveň i nejčastější aktivita dětí na Facebooku je komunikace s přáteli, jejíž obsah má charakter klábosení, ale i domlouvání aktivit nebo zjišťování školních povinností. S tím koresponduje skutečnost, že přes chatovací aplikaci Messenger odpovídají obratem. S touto interní potřebou souvisí i další, kterou děti explicitně nepřiznávají, je jí potřeba se sebezpůsobit, hlavně skrze fotografie, a to záměrně a řízeně s určitým cílem pro své facebookové obecenstvo. Zásadní externí potřebou je pak sledování novinek v životě přátel. Na Facebooku se chlapci a dívky také soustřeďují na zábavné obsahy a to, co je zajímavé, což reflektuje záliby z běžného offline života.

Doba, kterou Facebooku věnují, se různí, avšak nejde o nepřetržité dlouhé úseky, ale spíš kratší intervaly během dne. Větší prostor dostává Facebook večer. Oslabují se tak dříve obvyklé aktivity s rodiči jako například sledování večerního filmu v televizi. Velmi zajímavé se v této souvislosti jeví skutečnost, že děti, které mívaly dříve větší množství volnočasových aktivit a opustily je, věnovaly tento nově získaný čas počítači, potažmo Facebooku. Zásadním motivem pro aktivity na Facebooku je tedy fakticky to, že zahání nudu.

Vývoj činnosti na Facebooku má společného jmenovatele, jímž je počáteční fascinace, jež slábne. Děti se však shodují, že po opadnutí nadšení postupně s věkem mírně facebooková činnost narůstá a sociální síť začíná zastávat pravidelné, mnohdy až rutinní místo v životě dětských uživatelů a uživatelky. Závislé se však děti necítí, umí bez Facebooku vydržet i dny, závislost ale spatřují u jiných – dle jejich názoru se projevuje častým přidáváním příspěvků a neustálou přítomností na Facebooku. K ostatním uživatelům a uživatelkám dokážou být kritičtí, zejména v kontextu přetvařování, neustálé facebookové aktivity a selfie fotek.

Strategie dětí v otázkách osobních informací jsou různé, nad touto oblastí přemýšlí nebo si nechají poradit. Mnozí nezadávají na Facebooku ani pravé jméno, nevyplňují osobní údaje, jako je například bydliště. V otázkách nastavení viditelnosti profilu a příspěvků však občas váhají, nejsou si jisti tím, jakou možnost aktuálně využívají. S ovládním ale nemají problém, umí si uživatele a uživatelky přidávat, blokovat apod.

Při reflexi svého nízkého věku coby uživatelů/ek Facebooku však zcela postrádají sebekritiku. Přestože vnímají, že věkový limit má svůj důvod, podle dětí se na ně osobně nevztahuje, protože jsou sami dost chytrí, aby se vyhnuly rizikům, za to největší považují (sexuální) obtěžování neznámými lidmi. Sami sebe umí ochránit a obtěžovatelů či obtěžovatelek se zbavit, ale postrádají zodpovědnost vůči dalším potencionálním obětem. S nepříjemnou zkušeností se svěří maximálně kamarádům či kamarádkám. Důvěru nemají ani

k rodičům. Pravděpodobně proto, že jsou děti mnohdy uživatelsky kompetentnější a jsou i více poučeny či poučky neberou dostatečně vážně. Navíc rodiče soustředují mediální výchovu výhradně k rizikům komunikace s cizími lidmi, na které uplatňují pouze obranu „nepřidávej si nikoho, koho neznáš a nepiš si s ním“. Co dělat, pokud taková situace nastane, neříkají, stejně jako nezmiňují konkrétní dopady takového chování. Mediální výchova realizovaná školou je v této oblasti častá, zásadní postavení ale rovněž zaujímá „strašení“ a děti si obvykle zapamatují pouze právě neustále opakované varování před komunikací s neznámými.

Zásadním limitem výzkumu byla skutečnost, že mladší děti nejsou intelektuálně, jazykově a ani svými zkušenostmi s Facebookem dostatečně vybavené, aby mohly uspokojivě odpovědět na všechny položené otázky, navíc ztrácí pozornost. Při práci s takto malými dětmi by bylo vhodné zapojit rodiče nebo starší sourozence. Metodou sněhové koule se navíc povedlo vyhledat relativně homogenní jedince, extrémní případy, tedy děti využívající Facebook několik hodin denně a přispívající stejně často, se nepodařilo vyhledat.

Zásadní však je, že v českém prostředí se doposud neuskutečnilo kvalitativní šetření s touto věkovou skupinou na téma Facebooku, což je zároveň směr, kterým by se mohlo téma dál vyvíjet. Zároveň by bylo zajímavé zkoumat právě rozdílnost vztahů v běžném životě a na Facebooku, včetně dynamiky těchto rovin vztahů například v třídních kolektivech. Výsledky jsou také výzvou pro ty, kteří na děti, hlavně ve škole, mediálně-výchovně působí, forma přednášek by měla být změněna, není dostatečně účinná.

Nejzásadnějším a poněkud překvapivým nastíněním dalšího vývoje užívání Facebooku dětmi je možnost, že v budoucnu dětské uživatele a uživatelky na sociální síť nepovede vlastně žádný zájem, ale půjde o nutnou každodenní činnost, jak poznamenala o užívání Facebooku Matilda (196):

„Je to taková rutina, trochu.“

10. Literatura a zdroje

Knihy:

CRESWELL, John W. 1998. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Traditions*. Thousand Oaks: Sage Publications. ISBN 07-619-0144-2.

DISMAN, Miroslav. 2002. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. Praha: Karolinum. ISBN 80-246-0139-7.

HENDL, Jan. 2005. *Kvalitativní výzkum*. Praha: Portál. ISBN 80-7367-040-2.

SEIDMAN, Irving. 2013. *Interviewing as qualitative research: a guide for researchers in education and the social sciences*. New York: Teachers College Press. ISBN 9780807754047.

SILVERMAN, David. 2005. *Ako robíť kvalitatívni výskum: Praktická príručka*. Bratislava: Ikar. ISBN 80-551-0904-4.

STRAUSS, Anselm. – CORBINOVÁ, Juliet. 1999. *Základy kvalitativního výzkumu*. Boskovice: Albert. ISBN 80-858-3460-X.

SURYNEK, Alois. 2001. *Základy sociologického výzkumu*. Praha: Management Press. ISBN 80-726-1038-4.

KOPECKÝ, Kamil – SZOTKOWSKI, René – KREJČÍ, Veronika. 2014. *Nebezpečí internetové komunikace IV*. Olomouc: Univerzita Palackého.

BOYD, danah. 2014. *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press. ISBN 978-0-300-16631-6.

LIVINGSTONE, Sonia. 2009. *Children and the Internet*. Cambridge: Polity Press.

PAPACHARISSI, Zizi. 2010. *A Network Self*. In: *A Network Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. New York: Routledge. Pp. 304-319. ISBN 0-203-87652-0.

ŠEVČÍKOVÁ, Anna – ŠMAHEL, David. 2010. *Konstrukce virtuální identity u dospívajících uživatelů internetu*. In: *Sebepojetí a identita v adolescenci: sociální a kulturní kontext*. Pp. 113–129. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 978-80-210-5107-2.

SOLOVE, Daniel J. 2010. *Speech, Privacy, and Reputation on the Internet*. In: *The offensive Internet: speech, privacy, and reputation*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press. ISBN 9780674064317.

VÁGNEROVÁ, Marie. 2008. *Vývojová psychologie I*. Praha: Karolinum. ISBN 9788024609560.

MATHESON, Kimberly – ZANNA, Mark P. 1988. *The Impact of Computer-mediated Communication on Self-awareness*. In: *Computer in Human Behavior (4)*. Pp. 221-233).

- SEIDMAN, Gwendolyn. 2013. „Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations.“ In: *Personality and Individual Differences*, č. 54
- LIVINGSTONE, Sonia. 2008. „Taking Risky Opportunities in Youthful Content Creation: Teenagers' Use of Social Networking Sites for Intimacy, Privacy and Self-expression.“ In: *New media & society*, č. 10 (3).
- KRČMÁŘOVÁ, Barbora a kol. 2012. *Děti a online rizika*. Praha: Linka bezpečí. ISBN 978-80-904920-3-5.
- SLOBODA, Zdeněk. 2013. *Mediální výchova v rodině: postoje, nástroje, výzvy*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. ISBN 978-80-244-4496-3.
- Valkenburg, Patti M. et al. 1999. „Developing a Scale to Assess Three Styles of Television Mediation: ‚Instructive Mediation‘, ‚Restrictive Mediation‘ and ‚Social Cowiewing‘.“ In: *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, č. 43 (1).
- LIVINGSTONE, Sonia – BOBER, Magdalena. 2006. „Regulating the internet at home: contrasting the perspectives of children and parents.“ In: Buckingham, D. – Willett, R. *Digital Generations: Children, Young People and New Media*. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum. Pp. 93-113.
- LIVINGSTONE, Sonia – HELSPER, Ellen J. 2008. „Parental Mediation of Children’s Internet Use.“ In: *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, č. 52(4). Pp. 581-599.

Online zdroje:

- ADAMS, Gerald R. 1998. *The Objective Measure of Ego Identity Status*. (Online). Dostupné z: http://www.uoguelph.ca/~gadams/OMEIS_manual.pdf [cit. 18. 2. 2016]
- Ditch the Label. 2013. *An Annual Cyberbullying Survey*. (Online). Dostupné z: <http://www.ditchthelabel.org/the-cyber-bullying-survey-2013/> [cit. 12. 2. 2016]
- KNOWTHENET. 2013. *Kids not equipped for coming of digital age at nine*. (Online). Dostupné z: <http://www.knowthenet.org.uk/articles/kids-not-equipped-coming-digital-age-nine> [cit. 11. 2. 2016]
- WELLMAN, Barry. 1996. *Computer Networks as Social Networks: Collaborative Work, Telework, and Virtual Community*. (Online). Toronto: University of Toronto. Dostupné z: <http://www.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev.soc.22.1.213> [cit. 11. 2. 2016]
- COENEN, Tanguy – KENIS, Dirk – van DAMME, Céline – MATTHYS, Eiblin. 2006. *Knowledge Sharing over Social Networking Systems: Architecture, Usage Patterns and Their Application*. In: *OTM'06 Proceedings of the 2006 international conference on On the Move to*

- Meaningful Internet Systems: AWeSOMe, CAMS, COMINF, IS, KSinBIT, MIOS-CIAO, MONET. Berlin: Springer – Verlag. Pp. 189-198. [cit. 11. 2. 2016]
- KOPECKÝ, Kamil. 2015. České děti a Facebook. (Online). Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. Dostupné z: <http://e-bezpeci.cz/index.php/veda-a-vyzkum/1103-czech-children-facebook-research-report-2015> [cit. 11. 2. 2016]
- KWAN, Grace Chi En – Skoric, Marko M. 2013. Facebook bullying: An extension of battles in school. In: Computers in Human Behavior, 29 (1), Pp. 16-25.
- MCAFEE. 2012. The Digital Divide: How the Online Behavior of Teens is Getting Past Parents. (Online). Dostupné z: <http://www.mcafee.com/uk/resources/misc/digital-divide-study.pdf> [cit. 11. 2. 2016]
- PURCELL, Kristen. 2012. Teens 2012: truth, trends, and myths about teen online behavior. ACT anrollment planners annual conference.
- SUMMERS, Amy. 2011. Facebook Addiction Disorder – The 6 Symptoms of FAD. (Online). Dostupné z: <http://www.adweek.com/socialtimes/facebook-addiction-disorder-the-6-symptoms-of-f-a-d/61408> [cit. 11. 2. 2016]
- University College London. 2013. Global Social Media Impact Study. (Online). Dostupné z: <http://www.ucl.ac.uk/global-social-media> [cit. 11. 2. 2016]
- BOYD, danah – HEER, Jeffrey. 2006. Profiles as Conversation: Networked Identity Performance on Friendster. Danah.org (Online). Dostupné z: <http://www.danah.org/papers/HICSS2006.pdf> [cit. 11. 12. 2015]
- GREENE, Kathrine – DERLEGA, Valerian J. – MATHEWS, Alicia. 2006. Self-disclosure In Personal Relationship. In: The Cambridge handbook of personal relationships. Cambridge: Cambridge University Press. Dostupné z: <http://comminfo.rutgers.edu/~kgreene/research/pdf/Self%20Disclsoure%20in%20Personal%20Relationships%20copy.pdf> [cit. 15.2.2016]
- SULER, John. 2001. The Psychology of Cyberspace. (Online). Dostupné z: <http://users.rider.edu/~suler/psycyber/> [cit 18.2.2016]
- HASEBRINK, Uwe. 2012. „Young Europeans' Online Environments: A Typology of User Practices.“ In: Sonia LIVINGSTONE, Leslie HADDON, Anke GÖRZIG (eds.): Children, Risk and Safety on the Internet: Research and Policy Challenges in Comparative Perspective. Bristol: Policy Press. Pp. 127–139.
- KANE, Carolyn M. 2008. „I’ll see you on MySpace: Self-presentation in a social network
- SCHORB, Bernd. 2010. „SchülerVZ, MySpace, Wer kennt wen?“ In: Schattenblick, roč. 16, č. 9.

SIIBAK, A. (2009). Constructing the Self through the Photo selection - Visual Impression Management on Social Networking Websites. In: *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, č. 3(1).

YANG, Chia-Chen. 2012. Motives for Using Facebook, Patterns of Facebook Activities. and Late Adolescents' Social Adjustment to College. Springer.com (online). Dostupné z: <http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs10964-012-9836-x#page-1> [cit. 22. 3. 2015]

YANG, Chia-Chen. 2012. Motives for Using Facebook, Patterns of Facebook Activities. and Late Adolescents' Social Adjustment to College. Springer.com (online). Dostupné z: <http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs10964-012-9836-x#page-1> [cit. 22. 3. 2015]

LIVINGSTONE, Sonia – BOBER, Magdalena. 2006. Regulating the internet at home: contrasting the perspectives of children and parents. (Online). Dostupné z: <http://eprints.lse.ac.uk/9013/> [cit. 18. 2. 2016]

11. Seznam příloh a tabulek

11.1. Přílohy

- Příloha č. 1: Protokol rozhovoru, vzor (převzato od Zdeněk Sloboda)

PROTOKOL ROZHOVORU

1) Rámcové údaje

Datum	
Místo	
Čas	
Délka rozhovoru	

2) Údaje ke komunikační/mu partnerovi/ce

Jméno / Pohlaví	
Věk	
Škola (druhy, třída) studuje nebo nejvyšší dosažené	
Vzhled + oblečení komunik. partnera/ky	
Zajímavosti, pozn.	

3) Údaje k bydlišti a komunikační/mu partnerovi/ce

Druh bydlení	
S kým bydlí	
Okoli bydliště	
Jak vypadá byt?	
Jak vypadá místnost/pokoj?	
Zajímavosti, pozn.	

4) Průběh rozhovor

Atmosféra rozhovoru	
Problémy / Rušení	
Reakce a chování komunik. partnera/ky	
Verbalizační schopnosti	
Zájem komun. partnera/ky na tématu	
Další pozn. a zajímavosti	

- Příloha č. 2: Scénář rozhovoru

A) Já a FB – příběh

- moje začátky na FB
 - kdy pořízen
 - proč pořízen

- dovolení rodičů / pravidla
- jak jsem se s ním učil

B) Život na Facebooku

- kde všude nainstalovány FB
- kolik času trávíš na FB (aktivní, pasivní)
- proč tam jdeš? co tě zajímá
- co prohlížíš – čteš → statusy, fotky, komentování, články
- jaké stránky sleduješ
- FB ve škole (používáš? jak?)

C) Aktivity na FB

- statusy & sdílení
 - co sdílíš a proč?
 - informací o:
 - sobě,
 - druhých (členové rodiny, kamarádi)
 - vtipná videa, fotky, odkazy
 - osobní statusy (jaké – text, foto, proč, jak často)
 - sdílení cizích statusů, obrázků
 - sdílení zpravodajských informací
 - mažeš, upravuješ? proč?
- co děláš na FB a kolik času trávíš na FB jakou činností
 - videa
 - fotky
 - skupiny
 - šňouchnutí
 - chatování (půjdeme ven?, o čem chatuješ)
 - hry
 - sledování života jiných lidí
- školní využití
- lavinový efekt – fotky, videa
- sebe prezentace:
 - co si na FB dáváš a proč?
 - jak se snažíš působit na FB? x v offline životě?
 - fotky – působení, věk, stylizace
 - smazal/a jsi někdy něco? proč?

D) Politika FB

- FB a přátelství
 - kolik přátel
 - koho si přidá → podle čeho vybíráš?
- co přátelé a jejich užívání FB

- pohled na kamarády, co FB nemají (chtěli by?, nepřípadají zaostalí?)
- rodiče a příbuzní v přátelích (proč?)
- FB a anonymita
 - úvahy o fiktivní identitě
 - problematika nízkého věku
 - co si o tom myslíš? proč to je?
 - soukromí – kdo co vidí?

E) Život mimo FB

- rodinné zázemí (rodiče, sourozenci, vzdělání, soc. třída)
 - Rodiče a jejich užívání FB
- kroužky, záliby, koníčky, volný čas

F) Sebereflexe

- od kdy může FB být
- proč tato hranice? jakou bys dal ty?
- máš pocit, že jsi na FB dost stará? nevhodné?
- jaká číhají nebezpečí?
- ohrozilo tě někdy něco na FB nebo kamarády? Co?

G) Mediální výchova a FB

- zákazy, pravidla týkající se médií?
- Facebooku
- varování před aktivitami na FB?
 - ze strany rodičů
 - ze strany školy
 - vlastní vnímání nebezpečí?
- sebereflexe činností na FB
 - zhodnocení činností – zpětně před rokem dvěma a dnes (trapné, nevhodné apod., starší fotky z dnešního pohledu, změna pravidel ze strany rodičů ad.)

• Příloha č. 3: Kódovací kategorie

ČÍSLO KATEGORIE	NÁZEV KATEGORIE
1.	POČÁTKY NA FACEBOOKU
1.1.	Důvod pořízení Facebooku
1.1.1.	Informace o Facebooku
1.2.	Facebook a rodina
1.3.	Zakládání účtu a jeho nastavení

1.4.	Technologie a Facebook
2.	AKTIVITY NA FACEBOOKU
2.1.	Důvod, zájem
2.2	Aktivity na Facebooku
2.2.1.	Statusy
2.2.2.	Fotky a videa
2.2.3.	Chatování
2.2.4.	Sledované stránky
2.2.5.	Skupiny
2.2.6.	Hry
2.2.7.	Sdílení
2.2.8.	Lajkování
2.2.9.	Komentování
2.2.10.	Jiné
2.2.11.	Hodnocení Facebooku
2.3	Čas strávený na Facebooku
2.3.1	Množství času
2.3.2.	Čas podle aktivit
2.4.	Facebook a škola
3.	SEBEPREZENTACE NA FACEBOOKU
3.1.	Osobní údaje a Facebook
3.1.1.	Zveřejněné informace
3.1.2.	Vyplnění informací na profilu
3.1.3.	Nastavení zabezpečení, viditelnosti profilu a příspěvků
3.2.	Kritéria zveřejněných obsahů
3.2.1.	Vlastních
3.2.2.	Sdílených
3.3.	Uživatelský vývoj
3.3.1.	Mazání a hodnocení přidaných obsahů
3.4.	Facebook a věk

3.4.1.	Nastavená věková hranice
3.4.2.	Sebereflexe věkové hranice
4.	PŘÁTELSTVÍ A UŽIVTELSTVÍ FACEBOOKU
4.1.	Přátelství na Facebooku
4.1.1.	Počet a charakteristika přátel
4.1.2.	Přidávání neznámých lidí
4.1.3.	Přátelství na Facebooku a/vs. v offline životě
4.2.	Ostatní uživatelé a uživatelky
4.2.1.	Vlastnictví účtu
4.2.2.	Uživatelské chování
4.2.2.1.	Rodina a příbuzní
4.2.2.2.	Přátelé na Facebooku a ostatní
5.	MEDIÁLNÍ VÝCHOVA, RIZIKA A FACEBOOK
ČÍSLO KATEGORIE	NÁZEV KATEGORIE
5.1.	Pravidla týkající se Facebooku
5.1.1.	Pravidla bezpečnostní
5.1.2.	Pravidla jako výchovný prostředek
5.2.	Poučení o rizicích na Facebooku
5.2.1.	Od členů rodiny
5.2.2.	Ze strany školy
5.2.3.	Vnímání a reflexe mediální výchovy, poučení
5.3.	Rizikové situace
5.3.1.	Povědomí o rizicích
5.3.2.	Vlastní zkušenost
5.3.3.	Zprostředkovaná zkušenost
5.3.4.	Řešení rizikových situací
5.3.5.	Závislost na Facebooku

- Příloha č. 4: Hermeneutická jednotka z programu Atlas.ti včetně přepisů (na CD)

11.2. Seznam tabulek, grafů a obrázků

Tabulka č. 1: Přehled některých sociálních sítí (vyjma Facebook)

Tabulka č. 2: Teoretický model typů rodičovské kontroly sledování televize dětmi

Tabulka č. 3: Reakce dětí na téma věkové hranice na Facebooku

Graf č. 1: Studie v Evropě se zaměřením na děti a online/mobilní technologie

Obrázek č. 1: Vysvětlení rizik a možností – EU Kids Online model