

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLMOUCI

PEDAGOGICKÁ FAKULTA

Katedra českého jazyka a literatury

**MLUVA A KOMUNIKACE SOUČASNÉ
GENERACE ŽÁKŮ II. STUPNĚ ZŠ**

Diplomová práce

Bc. Jarmila Kulová

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně pod vedením Mgr. Michala Kříže, Ph.D. K práci jsem použila literatury a pramenů uvedených v seznamu citované literatury.

V Olomouci dne 20. dubna 2022

Ráda bych poděkovala Mgr. Michalu Křížovi, Ph.D. za vedení a cenné rady při zpracování této diplomové práce. V neposlední řadě také děkuji všem respondentům, kteří mi poskytli potřebné informace pro zdárné dopracování mé práce. Poděkování patří také celé mé rodině a přátelům za jejich podporu, kterou mi projevovali během celé délky mého studia.

Anotace

Jméno a příjmení:	Bc. Jarmila Kulová
Katedra:	Katedra českého jazyka a literatury
Vedoucí práce:	Mgr. Michal Kříž, Ph.D.
Rok obhajoby:	2022

Název práce:	Mluva a komunikace současné generace žáků II. stupně ZŠ
Název v angličtině:	Speech and communication of the current generation of pupils at lower secondary schools
Anotace práce:	Diplomová práce se zabývá jazykovými zvláštnostmi a způsobem komunikace žáků II. stupně ZŠ. Součástí práce je základní teoretické vymezení, empirická část se zaměřuje na preferované sociální sítě a komunikační platformy současné generace mládeže, dále na jazykovou analýzu konkrétních promluv uživatelů – mluvených i psaných. Součástí práce je slovníček základních pojmů, jehož smyslem je přispět k usnadnění a pochopení komunikace mezi generacemi.
Klíčová slova:	český jazyk, slovní zásoba, komunikace, sociální síť, aktuální tendence, 2. stupeň ZŠ, slovníček
Anotace v angličtině:	The diploma thesis deals with language peculiarities and the way of communication among pupils at lower secondary schools. This diploma thesis consists of two parts, a theoretical part, and an empirical part which is focused on the preferred social networks and communication platforms of the current generation of youth, as well as on the linguistic analysis of specific user speeches in spoken and written language. Part of

	the work is a glossary of basic terms, the purpose of which is to contribute to facilitating and understanding communication between generations.
Klíčová slova v angličtině:	Communication, current trends, glossary, vocabulary, social networks, Czech language, lower secondary school
Přílohy vázané v práci:	Ukázky komunikace ze sociálních sítí a komunikačních nástrojů
Rozsah práce:	95
Jazyk práce:	český jazyk

Obsah

Úvod	8
1 Český jazyk	10
1.1 Čeština a její stratifikace	10
1.2 Slovní zásoba	13
2 Komunikace	15
3 Jazyk a komunikace současnosti	17
3.1 Vývojové tendence v současné češtině	17
3.2 Specifika jazyka mládeže	18
3.3 Specifika komunikace mládeže ve virtuálním prostředí	22
4 Sociální sítě	26
4.1 Discord	29
4.2 Facebook a Messenger	30
4.3 Instagram	32
4.4 Snapchat	33
4.5 TikTok	35
4.6 YouTube	36
4.7 WhatsApp	38
Empirická část	39
5 Výzkumné šetření	41
5.1 Cíle výzkumu	41
5.2 Metody výzkumu	41
5.3 Formulace očekávání	42
6 Výsledky výzkumu	43
6.1 Charakteristika respondentů	43
6.2 Analýza dat	47
6.3 Vyhodnocení využívání sociálních sítí a dalších nástrojů komunikace	51

6.4	Mluvená komunikace a její analýza.....	53
6.5	Psaná komunikace a její analýza.....	59
6.6	Slovníček současné slovní zásoby mládeže.....	71
7	Shrnutí výzkumu	80
Závěr.....		81
Seznam použité literatury		83
Seznam elektronických zdrojů.....		86
Seznam příloh.....		88
Přílohy		89

Úvod

V rámci vývoje společnosti, růstu poznatků v mnoha oblastech a přibývání nejrozmanitějších jevů reaguje na tento fakt i slovní zásoba českého jazyka. Specifickou oblastí, která se vyvíjí a mění velice rychle, je slovník mládeže. V poslední době pod tíhou změn dochází k zásadní proměně i ve způsobu komunikace mezi mladými uživateli.

Tyto skutečnosti jsou jednou z příčin, které vedou k omezené srozumitelnosti mluvy současné generace mládeže pro svět dospělých a pro seniory. Jedním z činitelů této změny jsou sociální sítě. Svět se pod jejich tíhou tak rychle mění – neustále se prodlužuje čas, který uživatelé stráví u počítače, mění se slovní zásoba i priority ve způsobu komunikace. Současnou mluvu mládeže silně zasáhla také vlna anglicismů. Jejich užití působí módně a originálně, vyjádření je jasné a stručné. Avšak neznalost či pouhé omezené pasivní znalosti anglického jazyka přispívají k tomu, že je většina přejatých výrazů pro příslušníky starších generací nesrozumitelná.

Z pozice učitelky českého jazyka na základní škole musím konstatovat, že specifická mluva současné generace mládeže proniká i do jejich životního stylu a vyjadřování mimo zájmovou oblast sociálních sítí, stává se nedílnou součástí jejich normálního života, běžné komunikace. Osobní zkušenost ze školního prostředí byla impulzem pro zpracování této práce, která se věnuje mluvě a komunikaci současné generace žáků II. stupně ZŠ.

Cílem této práce je zjištění aktuálně preferovaných nástrojů komunikace současné generace mládeže. Konkrétní komunikační situace, které probíhají prostřednictvím komunikačních nástrojů, podrobit jazykovému rozboru s cílem zaměřit se na specifika jazyka mládeže a komunikační zvláštnosti, které jsou pro současnou mládež typické. Zároveň přispět k usnadnění a pochopení komunikace mezi generacemi vytvořením slovníčku aktuálně používaných pojmů mládeže.

Teoretická část je věnována českému jazyku a jeho stratifikaci, slovní zásobě, komunikaci, sociálním sítím a dalším komunikačním nástrojům. Jednotlivé kapitoly jednak definují základní pojmy související s tématem práce, především se ale zabývají aktuálními vývojovými tendencemi výše uvedených oblastí.

Empirická část je zaměřena na mluvenou i psanou komunikaci mezi žáky II. stupně ZŠ Šanov – je charakterizován výzkumný vzorek, interpretována data plynoucí z výzkumného šetření a analyzovány konkrétní projevy mládeže – mluvené i psané. Závěr této části je reakcí na aktuální trendy slovní zásoby mládeže, přičemž přináší vhled do jejich slovní zásoby – je tedy

představen slovníček mluvy současné generace mládeže s vysvětlením, jehož cílem je eliminovat alespoň částečně nedorozumění napříč generacemi.

Teoretická část

1 Český jazyk

1.1 Čeština a její stratifikace

Český jazyk označujeme jako jazyk národní. Národním jazykem rozumíme široký souhrn výrazových prostředků, které příslušníci určitého národa využívají ke svým komunikačním potřebám. Český národní jazyk je jazykem obyvatel domácích i těch, jež žijí v zahraničí. Obdobně jako u jiných jazyků ani čeština nemá jen a pouze jednu existující formu. Nejvýznamnější postavení – respektive jádro národního jazyka představuje spisovná čeština, která se řídí kodifikací a plní reprezentativní funkci. Dle Havránka „je jazykovým výrazem kulturního a civilizačního života, vyjadřuje postup a výsledky myšlení filosoficko-náboženského, vědeckého, politického a administrativně právního, a to nejen s cílem praktického sdělování, nýbrž i odborného poučení a kodifikujícího formulování. Tato odlišná funkce spisovného jazyka a potřeba vyhovět jí odlišila spisovný jazyk od ostatních forem jazyka.“ (Havránek, 1963, s. 13). Z čehož vyplývá, že pro spisovný jazyk je charakteristická stabilita, složitost, propracovanost, kompaktnost. Pro Čechy představuje hlavní nástroj vzdělávání a společenského uplatnění, její užívání se předpokládá ve školách, úřadech, hromadných sdělovacích prostředcích, ve vědě apod.

V rámci spisovného jazyka – ten bývá často označován jako standardní jazyk – rozlišujeme tři vrstvy jazykových prostředků – označujeme je jako hovorové, neutrální, knižní.

Protipólem spisovné češtině stojí čeština nespisovná. Nespisovné jazykové útvary diferencujeme dle horizontálních (teritoriálních) a vertikálních (sociálních) kritérií.

Teritoriálně vymezenými jazykovými útvary jsou dialekty (neboli nářečí) a interdialekty. Představují jednu z nejstarších forem existence národního jazyka, která byla utvořena ještě před zformováním spisovného jazyka. Jejich oblast působení není však omezena jen územně, nýbrž také funkčně. Jsou totiž využívány pouze ústně, v neveřejné spontánní komunikaci, postrádají kodifikaci. Pro současnou jazykovou situaci je příznačný ústup těchto útvarů.

Mezi slovní zásobu, jejíž užívání je místně omezeno, řadíme dále ještě obecnou češtinu. Jedná se o nespisovnou formu českého jazyka používanou zejména v běžné ústní komunikaci.

Původně šlo o interdiáлект využívaný především v Čechách, nyní se rozšiřuje i do sfér vymezených jazyku spisovnému – jak do mluvné podoby, tak i psané – například do literatury. V podstatě představuje jazykový most mezi spisovnou češtinou a uživateli jazyka. Spisovný jazyk má totiž pro běžnou komunikaci řadu nevýhod a úskalí, obecná čeština je v tomto ohledu k mluvčím vstřícnější.

Faktory sociální (profesionální, skupinové, věkové rozlišení společnosti) klasifikují dle Grepla a kol. (2008, str. 94) útvary: profesní mluva, slang a argot. Profesní mluva představuje souhrn výrazů a frází, které jsou specifické pro skupinu zaměstnanců při výkonu povolání (např. zedníci, zdravotníci, ...).

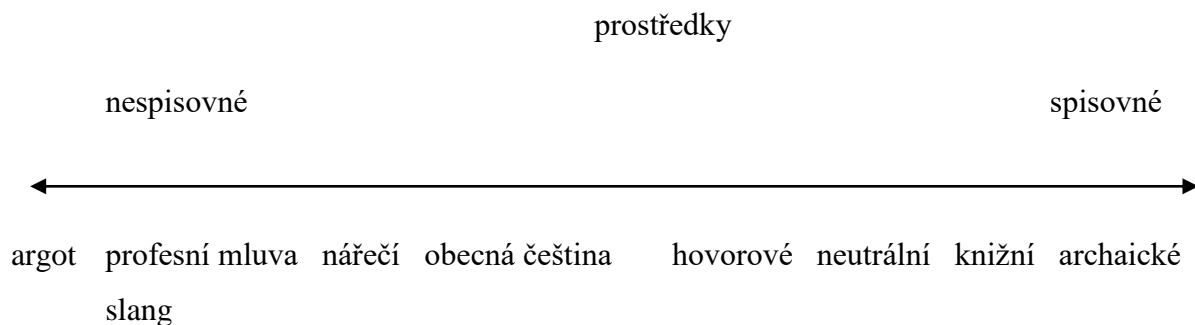
Slang vyjadřuje způsob projevu skupiny lidí, které pojí stejný zájem (např. studenti, sportovci, ...). Rozdíly oproti spisovné češtině spočívají především ve slovní zásobě. „Slang je svébytná součást národního jazyka, jež má podobu nespisovné vrstvy speciálních pojmenování realizované v běžném (nejčastěji polooficiálním a neoficiálním) dorozumívacím styku lidí vázaných stejným pracovním prostředím nebo stejnou sférou zájmů a sloužící jednak specifickým potřebám jazykové komunikace, jednak jako prostředek vyjádření příslušnosti k prostředí či zájmové sféře“ (Hubáček a kol., 1998, str. 24).

Argot mnohé odborné publikace (například Příruční mluvnice češtiny) definují jako mluvu „společenské spodiny“, tento termín mi však nepřipadá korektní, řekněme tedy, že je to neprestižní vrstva slovní zásoby používaná lidmi (zpravidla izolovanou skupinou) s negativní „nálepkou“ (např. zloději, narkomani, ...), již společnost odmítá. V souvislosti s argotem často nalézáme spojení „tajná řeč“ – z čistě praktického hlediska – aby informace této skupiny lidí zůstaly utajeny před veřejností. Z tohoto důvodu je pro argot charakteristické obrovské množství synonym, které se neustále vytvářelo potom, co bylo slovo prozrazeno veřejnosti. Hranice mezi slangem a argotem je velmi tenká.

V souvislosti se slovní zásobou je pro profesní mluvu charakteristická jednoznačnost a tendence k jednoslovným pojmenováním, pro slang i argot je příznačná expresivita, uplatňuje se hra s jazykem, metaforičnost.

Hranice mezi spisovností a nespisovností však není jasná, ostrá, jedno přechází do druhého, navzájem se ovlivňují, obojí se vyvíjí.

Graficky bychom mohli rozvrstvení jazykových prostředků zobrazit jako Čechová (2011, s. 231) na následující ose:



Přestože jazyk, kterým lidé běžně hovoří, reaguje na změny flexibilně, „spisovný jazyk musí smiřovat dva protikladné požadavky. Z jedné strany musí udržovat souvislost s jazykem předcházejících generací (neboť jejich literární dílo je pevnou složkou národní kultury) a musí být ustálen, aby mohl dobře plnit svou funkci nástroje dorozumění. Z druhé strany se musí přizpůsobovat měnícím se vyjadřovacím potřebám, nejen intelektuálním, ale i citovým. Nesmí ustrnout.“ (Šmilauer, 1972, s. 21-22). Změny jsou patrné zejména ve slovní zásobě.

1.2 Slovní zásoba

Veškeré lexikální jednotky – tedy slova a ustálená spojení – tvoří slovní zásobu daného jazyka. Přesný počet těchto jednotek není v žádném jazyce exaktně zjistitelný, neustále se mění. To souvisí s tím, že jazyk reaguje na proměny života společnosti, vyvíjí se, není stabilní.

Čeština patří mezi jazyky s bohatou slovní zásobou. Orientační představu o šíři slovní zásoby nám podávají výkladové slovníky. Náš nejrozsáhlejší výkladový slovník *Příruční slovník jazyka českého, 1935 – 1957* sestává z přibližně 250 000 heslových slov, ani on však nezachycuje lexikální bohatství češtiny v úplnosti (Salaquardová a kol., 2014, str. 18).

Předpokládá se, že (samozřejmě v závislosti na věku, mentálních schopnostech, vzdělání, sociálním zařazení apod.) aktivní individuální slovník (tedy slovní zásoba, kterou jedinec aktivně užívá ve svých mluvených a písemných projevech) je tvořena zhruba 5 000 – 10 000 slovy. Pasivní slovní zásoba (tedy ta, které je jedinec schopen porozumět, ale aktivně ji nevyužívá) představuje zhruba 40 000 slov (Grepl a kol., 2008, str. 92).

Nejaktuálnější přehled výskytu slov nám podává Český národní korpus – volně přístupná databanka souboru textů v jejich autentické podobě. Mapuje český jazyk a poskytuje tak možnost podrobit ho dalšímu studiu.

Základní faktory, které ovlivňují vývoj a proměny slovní zásoby, rozděluje Grepl a kol. (2008, str. 96) na:

Mimojazykové (souvisí se změnami ve společnosti a v přírodě, kdy se z jazyka vytrácí pojmenování jevů zanikajících a zároveň vzniká pojmenování skutečností nových)

Psychické (slovník je obohacen o pojmenování nově se konstituujících termínů vyplývajících z lidského poznání, myšlení, citového života)

Jazykové (vývoj lexikálních jednotek podléhá proměnám jazykového systému).

Zpravidla dochází k prolínání všech těchto (a řady dalších) faktorů.

Slovní zásoba se může měnit několika způsoby:

1. Tvořením nových slov

- odvozováním – v češtině se jedná se o nejrozšířenější slovotvorný způsob, kdy spojením slovotvorného základu a předpon, přípon, koncovek (případně jejich kombinací) vzniká nové slovo

- skládáním – kdy spojením dvou a více slovotvorných základů vzniká nové slovo označované jako kompozitum či složenina
 - zkracováním – ze slov již existujících vzniká zkrácením zkratky a zkratková slova
2. Významovými změnami existujících slov – slova postupem času mění svůj původní význam, případně jsou obohacovány o nové významy (například metafora či metonymie)
 3. Vznikem ustálených slovních spojení
 4. Přejímáním slov – mezi vrstvami národního jazyka, častěji však přejímáním slov z cizích jazyků, což je podmíněno celospolečenskými změnami a pokrokem; jednotlivá slova jsou pak různou měrou adaptovaná do českého jazykového systému
 5. Zánikem slov – vzhledem k tomu, že některé skutečnosti zanikají, mizí i jejich označení ze slovní zásoby. V případě, že se pak taková slova v některém ze současných projevů vyskytnou, jsou označována jako historismy. Existují však i slova, která z aktuálního slovníku nevymizela z důvodu zániku reálií, ale proto, že byla nahrazena novým pojmenováním. V tom případě mluvíme o archaismu.

2 Komunikace

Slovo *komunikace* pochází z latinského slova *communicare* a obecně jej lze přeložit jako sdílení. Patří k nejdůležitějším lidským schopnostem. Interakce mezi lidmi je označována jako komunikace sociální. Sdělování můžeme pojmut jako výměnu informací, v širším kontextu pak jako společnou činnost, v jejímž průběhu si lidé vyměňují i představy, ideje, nálady, pocity, postoje apod. (Mareš a Krivohlavý, 1995, s. 15), které ostatní inspirují, instruuji, vzdělávají a vychovávají, baví.

Komunikaci můžeme dělit na základě několika hledisek – například dle počtu účastníků, stěžejní dělení však komunikační proces dělí na verbální a neverbální.

Verbální komunikaci dělíme na mluvenou (ústní komunikace) a psanou (písemná komunikace). Obě formy mají svá specifika.

Prostředkem verbální komunikace mluvené je řeč. Mluvená řeč je zpravidla neformální, emocionální a spontánní. Od svého vždy sloužila jako okamžitá reakce na skutečnost. Není založená pouze na výměně informací, ale vstupuje do ní mnoho paralingvistických aspektů – Mareš a Krivohlavý (1995, s. 59) uvádí, že je to intenzita hlasového projevu, tón hlasu, barva hlasu, délka, rychlost a přesnost projevu, přestávky v projevu a jejich akustická náplň, celkový způsob předávání informací. Základním předpokladem pro kvalitní a srozumitelnou komunikaci je shoda kódování a dekódování – tedy požadavek na promluvu ve stejném jazyce, aby význam použitých slov byl pro mluvčího i posluchače totožný, nezbytným předpokladem je tedy zvládnutí slovní zásoby a gramatiky.

Dále je to prolomení komunikačních bariér, které do komunikace vstupují. Základní dělení rozlišuje bariéry vnitřní a vnější. Vnitřní se dále člení na bariéry na straně komunikátora - narušení či vada řeči, afázie či odlišný jazykový styl, špatná formulace myšlenek, případně zahlcení či zkreslování informací, emoční bariéry, kulturní rozdíly. I na straně příjemce komunikace shledáváme překážky, které mohou v průběhu komunikace nastat - fyzické, psychologické obtíže, zkreslené vnímání, nezájem, nesoustředěnost. Mezi vnější komunikační bariéry řadíme nevyhovující prostředí, nedostatečný časový prostor, vyrušování ostatními osobami.

V mluvených projevech nejsou vždy všechny věci řečeny přímo, některé vyplnou ze situace, mají na mluvčího větší nároky, tyto projevy bývají obsírnější.

Vyjadřovacím prostředkem psané komunikace je písmo. V klasických případech (není tím myšlena elektronická psaná komunikace) se jedná o promyšlené texty, jejichž příprava je obvykle časově náročnější. Tento projev musí být formulován co nejpřesněji, musí být konkrétní, propracovaný, musí být pečlivě zvoleny jazykové prostředky, aby bylo zřejmé, co tím autor míní.

Přestože rozdíly mezi těmito dvěma formami vyjadřování jsou nezpochybnitelné, existuje mezi nimi kontinuum, nelze mezi nimi uvést ostrou hranici, přičemž existují projevy, u kterých spatřujeme kombinované rysy mluvenosti i psanosti. Současná doba využívající informačních a komunikačních technologií s sebou totiž přináší nové způsoby a požadavky na písemnou výměnu informací – spontánní, rychlé, velkého rozsahu, kdekoliv a s kýmkoliv. Široké spektrum vizuálních prostředků pak doplňuje kvalitu komunikace. Obě tyto formy se tedy kříží a nelze je klást do protikladu (Hoffmannová, 1994, str. 51 – 57).

Vztah mezi mluveností a psaností podléhá obecným pravidlům, jejichž souhrn nazýváme pravopisem.

Neverbální komunikace nepoužívá slova, informace přenáší jiným způsobem – pohledem, výrazem obličeje, pohyby, fyzickými postoji, gesty, dotekem, vzdáleností mezi komunikujícími, úpravou zevnějšku. Často je označována jako řeč těla. Přestože toto mimoslovní sdělování zaujímá v komunikaci nezastupitelné místo, má také své hranice – ne vždy jsou jednoznačná (např. slzy radosti i smutku).

K tomuto klasickému rozdělení Mareš a Křivohlavý (1995, s. 18) uvádí ještě třetí druh sdělování – často opomíjený, přitom v běžném životě tak využívaný – jedná se o komunikaci činem. Prostředkem této komunikace je konkrétní jednání, čin, kterým signalizujeme náš názor, postoj, vztah. Tento typ komunikace o naší osobě mnohé vypovídá. Při jeho interpretaci je však nutné být obezřetný. Jeden konkrétní příklad nemůže sloužit k unáhlenému vyvozování závěrů, je nutné brát ohled na kontext, na předcházející situaci, na vzájemné vztahy osob.

3 Jazyk a komunikace současnosti

3.1 Vývojové tendence v současné češtině

Jazyk je živý organismus, který se jednak vyrovnává s dědictvím totalitní epochy, jednak v souvislosti s informační explozí a progresivním vývojem kultury, vědy, politiky, hospodářství, ekonomie, techniky a celkově společenskou proměnou v mnoha sférách prochází vývojovými změnami, musí reagovat na množství nových podnětů, což se pochopitelně nejmarkantněji odráží ve slovní zásobě, kdy dochází k nezbytnosti rozšiřovat slovní zásobu (nejen) českého jazyka o nové termíny z cizích jazyků (Daneš, 1997, str. 12 – 24).

Hlavní tendencí v současné češtině je internacionalizace – tedy snaha o využívání mezinárodních jazykových prostředků, dále také narůstá počet přejatých slov. Z dalších podstatných tendencí je třeba zmínit demokratizaci – snaha o „zhovorovění“ jazyka – tedy zvýšená míra hovorovosti a její pronikání do spisovného jazyka. Tato tendence je patrná jak v přemíře slangismů a profesionalismů, tak okazionalismů (Svobodová, 2007, str. 6).

S příchodem nových reálií se rozšiřuje vznik hybridních kompozit (*ekofarma*) a kompozit tvořených spojením počátečního písmene jednoho slova s dalším slovem (*i-Phone*).

Prostředky veřejné i soukromé komunikace jsou si téměř rovny, dochází k uvolněnosti, neformálnosti, ve sféře jazykového vyjadřování tak dále dochází k familiarizaci, konverzacionalizaci – jedná se o přenos z původně soukromé, osobní sféry do sféry veřejné (Čmejrková a Hoffmannová, 2011, s. 283).

Pro odbornou sféru a publicistiku je charakteristická intelektualizace – tendence charakterizující spisovný jazyk, která je schopna zachytit určitost, přesnost, srozumitelnost složitých, odborných projevů a myšlení. Projevuje se různými způsoby – zvyšuje se podíl odborného jazyka, narůstá počet abstrakt ((Daneš, 1997, str. 68 – 83).

Nutno podotknout, že tyto hlavní tendence nepůsobí proti sobě, ale naopak – v mnoha aspektech se prolínají.

3.2 Specifika jazyka mládeže

S ohledem na téma diplomové práce se v této kapitole zaměříme výlučně na jednu skupinu uživatelů – současnou generaci mládeže – a její typické jazykové zvláštnosti jak v mluvené, tak i psané komunikaci. Sledujeme-li však otázku věkové hranice této skupiny, narážíme na složitý problém. Názory sociolingvistů, jazykovědců a dalších odborníků na věkové vymezení skupiny mládeže nejsou jednotné.

Leonid Petrovič Krysin za nositele mluvy mládeže považuje jedince do 35 let věku, A. K. Babinová pak pouze jedince ve věku 12-30 let, J. G. Borisovová lidi od 14-30 let, A. Jaklová příslušníky od 6 do 25 let. M. M. Kopylenko tvrdí, že mluvu mládeže užívají mladiství ve věku 14-25 let, dle našich platných zákonů se pak mládeží rozumí osoby, které nepřekročily 18. rok věku (Havrlíková, 2007, str. 42).

Pro potřeby této práce, kdy budeme pracovat s termínem mládež, nebude striktně vymezena věková hranice. Kromě věkového podmínění tvoří mládež specifickou skupinu jedinců, která je dále charakterizována určitými společnými fyziologickými, psychickými, sociálními, osobnostními, ale také jazykovými příznaky, které souvisí s jejich životním stylem, chováním, sociální aktivitou. Vycházíme v této práci z toho, že za mládež jsou považováni žáci II. stupně základní školy.

Vyvstává však otázka, zda je nutné zmiňovat se o jazyku mládeže jako o samostatné oblasti? Představuje současná generace mládeže natolik specifickou skupinu? Kdo tedy vlastně jsou?

V prvé řadě je nutné vymezit a definovat samotný pojem generace. McCrindle (2014) o pojmu generace hovoří jako o „*kohortě lidí narozených v určitém časovém rozpětí (cca 15-20 let), kteří jsou stejně staří, v podobné fázi života, a které ovlivnily stejné události, trendy a vývoj.*“

V tomto případě se jedná o generaci narozenou od poloviny 90. let po r. 2015. Do této generace tedy spadají i žáci II. stupně ZŠ, kteří jsou předmětem tohoto výzkumu.

Tato generace je označována jako internetová generace iGen, nazývána také Generace Z či děti nového tisíciletí. Oproti starším generacím mají jiné ambice, jiný pohled na svět. Dle výzkumu Aktuálně.cz z roku 2019, který zpracovala agentura Behavio, tuto generaci nezajímá politika, jsou netrpěliví, nestálí, práce jim musí dávat smysl a musí se pro ně stát zábavou. Avšak hlavním důvodem, který ji odlišuje od předchozích generací, je vystavení vlivu internetu v poměrně útlém věku. Tato generace v podstatě v on-line prostředí vyrostla, stává se pro ně druhým domovem. Nezná život bez internetu a „chytrých“ telefonů, je globálně propojená.

Jejich volný čas i vzdělání je spjat s počítačem, cesty do ciziny pro ně nejsou atraktivní a lákavé, protože veškeré informace a zajímavosti jsou stejně dostupné na internetu. Je pro ně zcela přirozené své myšlenky, dojmy, zážitky, nálady bezprostředně sdílet on-line na sociálních sítích, s některými z jejich přátel se nikdy ani neviděli – znají se pouze přes internet. Jejich názory jsou ovlivňovány Youtubery a dalšími influencery, jejich společenský život je realizován přes dotykové displeje. Součástí běžné výuky je pro ně jakákoliv práce s internetem – hudba, videa, gaming. Nerozumí tomu, proč se učit psát rukou, když mají Word? Proč se učit pravidla, když si je můžu vygooglit? Tato generace vyrostla v době technologií a sociálních sítí, zcela jinak přistupují k mezilidským vztahům, kontroverzním tématům, ... Způsob jejich vyjadřování je natolik poznamenán účastí na sociálních sítích, že tyto jazykové prostředky přenáší do své slovní zásoby a používají je nejen v komunikaci mezi svými vrstevníky, ale i ve školním prostředí.

Svět dospělých považují za nudný, svázaný a stereotypní. Jejich životním stylem, postoji, komunikací se odlišují, jsou výjimeční. Stejně jako jejich vlastní jedinečnost, tak také slovní zásoba a mluva mohou být jedním z prostředků vyjádření osobitých specifických hodnot, představ, zájmů, pocitů. Jedná se v podstatě o takový svébytný protest proti přijatým normám, o jistý druh revolty. Vlastním, specifickým jazykem signalizují sounáležitost, odlišnost od pravidel a norem, světa dospělých/“starých“ (Kuchař a kol., str. 84).

Právě širší veřejnost (především starší generace) totiž považují kultivovaný způsob řeči za pozitivní vizitku člověka. Znalost dostatečného množství výrazových prostředků, dodržování pravidel, výstižné formulování myšlenek apod. Současný stav se však s příchodem mladé generace jejich nárokům a standardům postupně vzdaluje. Nelpí na náležité úrovni vyjadřování, gramatické správnosti, stylisticky vhodném vyjadřování (Hoskovec a kol., str. 49 – 57).

Mluvená i psaná varianta jazyka jsou dnes rovnocennými prostředky soukromé i veřejné komunikace, spisovný standard ztrácí oporu v aktivní mluvní praxi (Hoffmannová, 2003, str. 57-70).

Mládež ztrácí cit pro rozlišování jazykových vrstev, projevy (ať už písemné, či mluvené) se vymykají oficiálnosti, složitosti. Módním trendem je vyjadřovat se expresivně, registrován je zvýšený podíl vulgarismů, projevení své vlastní fantazie, hraní si s jazykem. V oblíbě mají rýmovaná spojení, humor, ironii, vyjadřují se bezprostředně, bez rozpaků. Neformálnost jejich komunikace ovšem často způsobuje nevhodný výběr lexikálních prostředků, na dospělé reagují

jako na své vrstevníky, což může vyvolat nepochopení, často i konflikt (Hoffmannová a kol. 2016, str. 22 – 29).

Vliv na jazykové kompetence člověka má jednak jeho vlastní práce s jazykem, jednak jakákoliv řeč, se kterou přijdeme do styku v našem okolí (jak v podobě psané, tak zvukové) – řečový úzus rodiny, osob – profesionálů v zacházení s jazykem, jejichž projevy zaznívají z médií. Současný trend však poukazuje na přibývání faktorů, které nejsou kultuře řeči příliš nakloněny – ubývá projevů realizovaných ve spisovném jazyce, vzory pro současnou generaci iGen, které mají podstatný vliv na kulturu řeči, k ní nejsou příliš vlídní. Přesto je ale nakonec praktické využití jazyka stejně individuální odpovědností každého z nás.

Základní odchylky jazyka mládeže vidíme převážně v intonaci jejich promluvy, barvě hlasu a nedbalé výslovnosti, kdy v některých případech dochází k redukci hlásek i části slov, záměrné (mnohdy až přehnané) prodlužování hlásek – především v první slabice slova, což může souviset s jejich snahou vytvářet neotřelé varianty, expresivně reagovat.

Nejmarkantnější rozdíl je však patrný ve slovní zásobě. Na jádro lexika mládeže působí takové tematické okruhy, které jsou spojeny s jejich stylem života, zájmy, potřebami – vliv má především škola, neformální sdružení, internet, média, počítačové hry, hudba, sport, móda. Používají citově zbarvená slova – mluví v nadsázkách, vytváří novotvary, nezvyklá idiomatická spojení. Patrný je sklon k ironii (včetně sebeironie), smysl pro humor (Müllerová a kol, 1992, str. 45).

Nedílnou součástí zaujímají také vulgarismy, které se v jazyce mládeže objevují velmi často, respektive nadměrně moc. A právě tato v této skupině slov projevuje mládež až nebyvalou vynalézavost a fantazii jak, kdy a jaké slovo použít. Ne vždy jsou však vulgarismy použity jako nadávka, jsou využívány i jako oslovení či parazitní slova.

Z důvodu narušení standardu, dosažení větší expresivity, vložení něčeho překvapivého, neočekávaného používá mládež i knižní termíny, které stojí v opozici s jejich běžnými jazykovými prostředky. Mnohdy je však tento pojem užit v nesprávném kontextu, což pro ně ale nepředstavuje žádnou překážku.

Hojným používáním některé z typických výrazů jazyka mládeže pronikají do obecné češtiny (například *hejbní kostrou, kalit, vole*) a mizí tak jejich původní záměr odlišnosti. Mládež je však schopna vymýšlet další a další obměny, jak se jazykově diferencovat, a celý proces může opětovně započít (Fialová, 2012, str. 15 – 16).

Z důvodu jazykové ekonomie – tedy tendence vynaložit co nejmenší řečové úsilí při vyjadřování se, je dalším charakteristickým znakem současného jazyka mládeže univerbizace a užívání zkratk a zkratkových slov – a to jak slov původních, tak slov přejatých. I tento trend nabízí příležitost pro různé jazykové hry. Zejména anglická akronyma jsou typicky kombinována s písmeny či číslicemi (např. *skate* – *sk8*), využívají alternativního zápisu homofonních slov (*4@ll* – *for all*). V souvislosti s těmito komunikačními obraty se začalo užívat kompozitum e-čeština (například Čmejková a kol., 2019, str. 361–376) tedy varianta češtiny, která přichází s érou technologií. Mohutný rozvoj počítačových a telekomunikačních technologií a sociálních sítí a jejich vliv na komunikaci mládeže včetně příkladů bude podrobněji zkoumán níže.

V češtině obecně v souvislosti s technickým rozvojem narůstá množství přejatých slov. Ta rozlišujeme dvojího typu: slova, která se již zařadila do našeho lexika – ta jsou obecně používána; a slova, která vnímáme stále jako cizí – ta představují nedílnou součást vzájemné komunikace (ústní i písemné) mládeže. Jedná se především o anglicismy. Do české slovní zásoby je začleňují bez ohledu na jazykovou správnost – ta často ustupuje do pozadí. Přisuzováno je to především z důvodu znatelnějšího ovládní anglického jazyka současnou mladou generací, z čehož také plyne, že nad slovy většinou nepřemýšlejí a používají je automaticky.

3.3 Specifika komunikace mládeže ve virtuálním prostředí

V důsledku prudkého rozvoje technologií v současné společnosti pozorujeme také důsledky změn ve způsobu komunikace. Pro současnou mládež, která je „osvícená“ displejem mobilních telefonů, se stávají hlavním kanálem pro komunikaci sociální sítě a další komunikační platformy. Čím prudší je jejich rozvoj, tím je rozšířenější škála sociálních sítí a zároveň spektrum funkcí a aktivit, které jsou nabízeny, a tím zároveň úměrně roste obliba ze strany uživatelů. Přestože je obecně rozšířen názor, že je současná společnost natolik ponořena do virtuálních světů, že osobní – tváří v tvář – komunikace je omezena na minimum a postupně bude vlivem komunikačních sítí nahrazena, je potřeba si uvědomit, že nová společnost s sebou samozřejmě přináší i nové způsoby komunikace, které však tu osobní neodstraňují, ale doplňují. Samotná komunikace na sociálních sítích, případně dalších komunikačních platformách, je výrazně odlišná od té osobní, do které jsou ale prvky internetové komunikace stále častěji implementovány. A protože se svět tak rychle mění, mění se i vztah, postoj a snaha o přizpůsobení se různých generací k těmto technologiím. Současná generace mládeže má diametrálně odlišný vztah k novým technologiím než jejich rodiče a prarodiče, roste nepochopení (Friedlová, 2002, str. 53 – 56; Šmahel a kol., 2003, str. 299 – 314).

Komunikaci ve virtuálním prostředí můžeme dělit na základě několika hledisek. Základní rozdělení koreluje s rozdělením běžné komunikace. Souvisí s časovým hlediskem, přičemž rozlišujeme komunikaci na synchronní a asynchronní. Rozhodujícím kritériem je přítomnost nebo naopak nepřítomnost účastníků komunikačního procesu ve stejný okamžik a na stejném místě. V tomto případě je stejným místem myšlena tatáž platforma. Pokud se jedná o synchronní komunikaci, ta je podmíněna přítomností účastníků komunikace ve stejný čas na stejném místě. Asynchronní typ komunikace je takový, kdy není nutná přítomnost komunikujících na síti ve stejný čas. Zprávu lze odeslat i za předpokladu, že příjemce (eventuálně více příjemců) není právě připojen k síti, je tedy ve stavu off-line. Ve chvíli, kdy se připojí k dané síti, může si zprávu přečíst a případně odpovědět (Komrsková, 2010, str. 13).

V rámci komunikace rozlišujeme i kanály, kterými jsou informace předávány (optický, sluchový), a široké spektrum kódů (text, obrázky, fotky, gify, samolepky, nálepky, emotikony, memoji, digital touch, zvukové nahrávky, multimediální soubory, videohovory), prostřednictvím kterých se uskutečňuje komunikace.

Co se týče obrazu, skýtá v rámci komunikace ve virtuálním prostředí větší výpovědní hodnotu než souvislý text. Jsou pořizovány fotografie a videa různého typu, významné postavení zaujímají emotikony. Jedná se o grafický symbol často označovaný jako smajlík – ačkoliv ne vždy má podobu úsměvu, sestávající z grafických znaků (interpunkční znaménka, číslice, písmena), nebo obrázek. Představuje neodmyslitelnou součást písemné elektronické komunikace, již uživatelé pohotově reagují a vyjadřují své názory, pocity, hodnotí skutečnost, nahrazují paralingvistické prostředky. Tento znak je s digitální komunikací natolik spjat stejně jako skutečná mimika s verbálním projevem (Jandová, 2006, str. 101 – 102).

Vzhledem k tomu, že se jedná o expresivní výrazový prostředek, měl by být uživatel s jejich používáním obezřetný. Baránek (2000, str. 11) doporučuje řídit se následujícím pravidlem: „Koho neznám, na toho se neksichtím.“ Není žádoucí zasílat v jednom příspěvku velký počet emotikonů (znesnadňuje to čtení nebo rychlou orientaci v příspěvku), spíše jich využívat k dokreslení situace, doplnění či upřesnění významu.

Nástrojem zintenzivnění reakce, respektive k upozornění abnormálnímu významu, speciálního důrazu s oblibou využívají psaní velkými písmeny. V mluvené komunikaci je to ekvivalent ke zvýšenému hlasu, křiku.

Obecně lze říci, že pro způsob této komunikace je příznačná nepřipravenost – spontánnost, autoři jsou limitováni časem – jedná se totiž o rychlou komunikaci/reakci, přičemž vzniká mnoho překlepů a chyb. Z rychlosti, s jakou účastníci reagují na příspěvky ostatních, také vyplývá nízký stupeň uspořádání a organizování. Mnohokrát je totiž vedena diskuze na více témat souběžně. Dále se zde projevuje neformálnost, účastníci chatu si často tykají, je patrná silná vazba na situaci, dynamičnost, subjektivnost, otevřenost, emocionální zaujetí (Bartošek, 2008, str. 120 – 121).

Důvodů, které vedou mládež k velké oblibě a stále častějšímu využívání komunikace prostřednictvím sociálních sítí, je hned několik. Upozorňuji, že se nejedná o výčet výhod a nevýhod sociálních sítí, to není předmětem této práce.

Bezesporu nejzásadnější výhodou je samotný způsob komunikace – možnost jednoduše, pohotově, rychle komunikovat, zdarma. Zároveň je pro tento typ komunikace příznačná časová a prostorová neomezenost – uživatelé mohou komunikovat kdykoliv a odkudkoliv s lidmi po celém světě, přináší jim to zábavu a odreagování. Komunikace v on-line prostředí může

zároveň probíhat s několika lidmi najednou. Tuto vlastnost označujeme jako multiplicita (Hašová, 2002, str. 207 – 212).

Charakteristický rysem pro komunikaci prostřednictvím sociálních sítí je nespisovnost, požadavky na stylistickou, estetickou a pravopisnou úroveň jsou minimální. V souvislosti s požadavky na rychlost komunikace jsou příznačné překlepy, zkomoleniny, narušení pořádku slov ve větě, často neukončené věty. Využívány jsou novotvary, přejatá slova. Ve snaze o stručné vyjadřování využívají uživatelé zkratky – jak českého, tak cizího (zpravidla anglického) původu. Jednotlivé zvláštnosti jsou předmětem jazykové analýzy v praktické části.

Uživatelé sledují novinky ze života slavných osobností, inspirují se v různých oblastech – v módě, oblasti vaření, bydlení, práce, cestování, kosmetiky, designu a mnohých dalších. Poznávají tak nové možnosti, které by v reálném životě nebyly možné (například navštívit nějakou zemi, připravit a ochutnat exotické jídlo, ...), vyměňují si zkušenosti a názory.

Každý sleduje téma, které ho zajímá, má povědomí o množství akcí a událostí, které jsou pořádány, v neposlední řadě pak sdílí své zážitky – jakéhokoliv charakteru. V tomto případě se stále větší oblibě těší sdílení videa – vizuální zpracování totiž mnohem lépe vystihne emoce a nálady uživatele než prostý text, je pro ostatní jednoznačně pochopitelný.

Dalším důvodem, který kyberprostor nabízí, je vytváření vlastní identity. Ta vždy nemusí odpovídat té skutečné. Neexistují zde totiž žádné sociální rozdíly ani předsudky, závazky. Sebe prezentace je jen a pouze v rukou uživatele. Což s sebou ale samozřejmě může nést i značné hrozby. Toho, že si uživatelé mohou vytvářet různé identity, mohou někteří jedinci pozitivně využívat. „*Introvertní a sociálně úzkostnější jedinci mohou hledat na internetu snadnější možnost kontaktu s druhými*“ Blinka (2015, s. 14). Mohou tak navazovat kontakty a otevřeně hovořit s ostatními lidmi, což by v reálném světě naživo nedokázali. Prolomit bariéry a komplexy. Mohou najít lidi, které mají podobné zájmy a názory, a mohou tak „někam patřit“, být členem nějaké skupiny. Zkušenosti s interakcí s dalšími lidmi a zlepšení sociálních dovedností pak mohou přenést do reálné komunikace a seznamování se s ostatními, může se tak zvýšit jejich sebevědomí a spokojenost. Nebo naopak využívat této anonymity, kterou on-line prostor nabízí, k hledání vlastní identity, k dosahování svých cílů. Zároveň jsou separováni od rodiny, nejsou pod kontrolou rodičů.

Současně si uživatelé mohou předávat své zkušenosti a, neustálý informační tok a nepřeborné množství informací jim rozšiřuje obzory a vědomosti, v neposlední řadě uživatelé rozvíjí své technické dovednosti.

4 Sociální sítě

Termín sociální sítě – anglicky Social Network Sites – zpopularizovaly americké výzkumnice danah boyd a Nicole Ellison, podle kterých se jedná o internetové služby, díky nimž si můžou registrovaní uživatelé vytvářet profily (ty jsou jakousi sebe prezentací) v rámci uzavřeného, virtuálního systému. Umožňují vytvořit si vlastní seznam dalších uživatelů, se kterými navazují a udržují různé druhy kontaktů, se kterými jsou ve spojení bez ohledu na jejich vzdálenost – napříč celým světem - a s nimiž sdílí různé druhy informací – včetně fotografií, videí, hodnocení příspěvků apod. Vše probíhá ve virtuálním světě (Boyd a Ellison, 2007).

Dle současného pohledu na sociální sítě můžeme jako první sociální síť považovat stránku SixDegrees (1997), která zaregistrovaným uživatelům umožňovala prostřednictvím profilů navazovat vztahy s ostatními (Člověk v tísni, *V digitálním světě*, 2020). Rozmach sociálních sítí souvisí s obdobím „neomezeného internetu“, který byl do té doby pro většinu uživatelů příliš drahý a prakticky nedostupný. Největší zlom v oblasti sociálních sítí je spjat s rokem 2004 a vznikem Facebooku (Kožíšek a kol., 2016, str. 24).

Díky prudkému rozvoji technologií se dnes sociální sítě rychle rozšiřují. Současně je však trend nejoblíbenějších a nejvyužívanějších sociálních sítí neustále měněn. Sociální sítě pružně reagují na potřeby svých uživatelů, přichází s novinkami v oblasti nabízených služeb i vizuálního zpracování, chtějí uspět v konkurenčním boji. Avšak základním a zcela přirozeným znakem všech sociálních sítí je nepřetržitá propojenost, neustálá interakce, okamžité sdílení a reakce, úspora času, rozšiřování sociálních okruhů (Šmahel a kol., 2003, str. 299 – 314).

To, jak moc roste síla a vliv sociálních sítí, nabízí následující přehled (LerStudio, 2021):

- V roce 2015 používalo sociální sítě 2,07 miliard lidí, v roce 2021 je to 3,96 miliardy lidí
- 50,64 % ze 7,77 miliardy lidí na světě používá sociální sítě
- Z 3,96 miliard uživatelů má 99 % přístup k aplikacím nebo webu prostřednictvím mobilního zařízení, zbytek výhradně přes počítač

V souvislosti se zaměřením této práce uvádím výsledky šetření *EU Kids Online 2020: Survey results from 19 countries*, ze kterého vyplývá, že české děti stráví denně online průměrně:

- 114 minut děti ve věku 9-11 let
- 182 minut děti ve věku 12-14 let

- 252 minut děti ve věku 15-16 let

Nejčastěji využívaným digitálním zařízením jsou mobilní telefony – 82 % dětí ve věku 9-16let je denně využívá.

Nejčastější se věnují těmto aktivitám:

sledování videí:

- 65 % dětí ve věku 9-11let
- 79 % dětí ve věku 12-14let
- 81 % dětí ve věku 15-16let

hraní online her:

- 45 % dětí ve věku 9-11let
- 45 % dětí ve věku 12-14let
- 39 % dětí ve věku 15-16let

využívání internetu k plnění domácích úkolů:

- 10 % dětí ve věku 9-11let
- 21 % dětí ve věku 12-14let
- 37 % dětí ve věku 15-16let

využívání sociálních sítí:

- 40 % dětí ve věku 9-11let
- 77 % dětí ve věku 12-14let
- 93 % dětí ve věku 15-16let

Dalšími aktivitami, kterými se děti ve věku 9-16let zabývají, jsou:

poslech hudby online – 68 % dětí

komunikace s přáteli nebo rodinou – 70 % dětí

vyhledávání si cen věcí, které by si chtěly koupit – 27 % dětí

zájem o zpravodajství – 19 % dětí

Jak již bylo zmíněno, předpokladem pro využívání sociálních sítí je vytvoření si vlastního profilu. K vlastnímu pojmenování není nutné využívat pouze svého jména, uživatel si může zvolit jakýkoliv *nick*. Přestože se do češtiny tento termín překládá jako přezdívka, z pohledu onomastiky není tento překlad zcela správný. Tvůrcem nicku na sociálních sítích je sám nositel, přezdívku vytváří někdo jiný na základě určité charakteristiky, pojmenování. Pro potřeby této práce však vycházíme z toho, že nick a přezdívka, která zastupuje skutečné jméno uživatele, jsou synonyma.

Nick tedy plní funkci podobnou jako osobní jméno. Výběr nicku poskytuje uživatelům určitý prostředek anonymity, zároveň produkt jazykové hříčky, sebeprezentace, která odkazuje k inspiračním zdrojům, exkluzivitě, jedinečnosti. Volba je však omezena technickými a grafickými limity (omezený počet znaků, nepovolení některých znaků, zákaz paralelního používání stejného nicku).

Preference ve výběru sociálních sítí a ostatních nástrojů komunikace se liší v různých státech i věkových skupinách uživatelů. Následující kapitoly jsou věnované stručné charakteristice nejvyužívanějších sociálních sítí a komunikačních platforem se zaměřením na způsob komunikace, které dané platformy nabízí. Následující výběr vyplynul z výzkumu, který byl proveden pro potřeby této práce mezi žáky II. stupně ZŠ Šanov. Jednotlivé sítě a platformy jsou seřazeny dle abecedy, bez ohledu na jejich umístění v žebříčku oblíbenosti.

4.1 Discord

Nadšení pro hraní videoher přivedlo Jasona Citrona a Stana Vishnevskiyho k založení komunikační platformy, která umožňuje hráčů i jejich přátelům po celém světě komunikovat během hraní on-line her. Historie Discordu sahá do roku 2005, prvotně tedy byla určena hráčům her, na platformu určenou pro komunitní komunikaci byla upravena a změněna v roce 2020 (Discord, 2022). V této skutečnosti zároveň tkví originalita a jedinečnost této aplikace – kromě přímé konverzace mezi uživateli či případně skupinovému chatu je možné založit si „server“, případně se k již vytvořenému připojit. Jedná se o soukromé komunity, ke kterým se mohou připojit stovky uživatelů. Ti se mohou připojovat k hlasovému hovoru či sdílet videoobsah. Konverzace na těchto skupinových serverech je pro větší přehlednost strukturována do kategorií. Ačkoliv se jedná o servery soukromé, přijmutím pozvánky v podobě odkazu bude uživatel registrován jako člen.

K dispozici je ještě předplacená úroveň Discord Nitro, která tímto placeným členstvím umožňuje širší působení (emoji, vylepšení serveru apod.). Existuje v několika variantách.

Ojedinělé je u této aplikace také to, že může více uživatelů používat stejný nick name – přezdívku. Každý z těchto uživatelů však obdrží čtyřmístný kód, který je nutný pro vyhledání správného uživatele. Mezi nick a kód se vkládá #.

Po založení účtu je možné jako profilovou i hlavní fotografii využít nejen klasickou fotografii či obrázek, ale i gif či animaci.

4.2 Facebook a Messenger

V čele zakládání této sociální sítě stál Mark Zuckerberg. Ten založil Facebook roku 2004 – tehdy jako student Harvardu - jako síť přístupnou pouze studentům této univerzity, později se z něj stala síť přístupná veřejnosti (Treadaway, 2011, s. 28) a nyní zahrnuje tak velké publikum, že se řadí mezi jednu z nejpoužívanějších sítí vůbec. Dle portálu statistika.com k prvnímu čtvrtletí roku 2022 překonal počet aktivních uživatelů této sociální sítě hranici 2,9 miliardy.

Facebook slouží pro komunikaci mezi uživateli, ke sdílení multimediálních dat, uzavírání přátelství a udržování vztahů, zábavě. Přestože většina uživatelů sociálních sítí využívá přístup prostřednictvím mobilní aplikace, Facebook je možné využívat i jako webovou stránku.

Komunikace a sdílení informací na Facebooku je realizováno prostřednictvím různých kanálů – na chatu, dále pak prostřednictvím statusů, příběhů a „zdi“.

Na chatu dochází ke komunikaci prostřednictvím zpráv, hovorů, videohovorů, hlasových zpráv, různých obrázků, odkazů, sdílení geografické polohy uživatele. K tomuto typu komunikace se využívá chatovací aplikace Facebook Messenger. Ta byla původně součástí koncernu Facebook, později se oddělila a nyní je prezentována jako samostatná aplikace, nicméně pro její užívání je bezpodmínečně nutné mít založený účet na Facebooku.

Je možné být v kontaktu s jednou osobou napřímo, nebo si vytvořit skupinu několika uživatelů. Zprávy mohou být zaslány příjemcům, kteří jsou jak on-line, tedy aktuálně připojeni, tak off-line, tedy momentálně nejsou přihlášení, či neznámým uživatelům, kteří nejsou v seznamu „přátel“.

Status či příběh je rychlá reakce na aktuální činnost, sděluje pocit, myšlenku, postoj, kdy zároveň může uživatel odkazovat na aktuální téma. Zeď si lze představit jako vizitku, volný prostor uživatele zobrazující jeho aktivity (k jaké skupině se přidal, čeho se stal fanouškem, s kým se spřátelil apod.), zveřejňující informace a novinky, ostatní uživatelé sem vkládají různé vzkazy, ke kterým se může rozvést diskuze.

Nedílnou součástí internetu se staly „lajky“ – tedy palec nahoru jako ukazatel popularity vloženého obsahu. Přestože byl lajk poprvé představen v roce 2005 na videoplatformě Vimeo, do širšího povědomí vstoupil v okamžiku, kdy byl přijat Facebookem v roce 2009. A tento jednoduchý záměr – zbavit se přebytečných duplicitních komentářů jako *gratuluji, dobrá práce, super, souhlasím, taky si myslím ... apod.* a nahradit je jedním tlačítkem vystihujícím oblíbenost

příspěvku – se stal fenoménem celého internetu (Člověk v tísní, *V digitálním světě*, 2020, str. 88).

4.3 Instagram

Mike Krieger a Kevin Systorm proměnili svou zálibu ve fotografování v realitu, a tak přichází v roce 2010 na trh sociální síť Instagram, v současnosti jedna z nejoblíbenějších a nejdynamičtějších sociálních sítí (Ptáček, 2015) sloužící k chatování (včetně krátkých zvukových zpráv) a živému vysílání, primárně ale k nahrávání a sdílení fotografií a krátkých videí. Jedná se o druh internetové komunikace mezi lidmi – komunikace obrazem. Fotografie totiž už neslouží k uchovávání vzpomínek, ale nyní se stávají nástrojem, který slouží jedincům ke komunikaci, sebeprezentaci, formování identity. V současnosti tuto platformu vlastní společnost Facebook (Holzman, 2019).

Na základě posledních statistik portálu statista.com bylo v roce 2021 1,2 miliardy aktivních uživatelů této sociální sítě, tedy více než 28 % světových uživatelů internetu a obliba této sociální sítě stále roste. Dle prognóz by měl celkový počet uživatelů do roku 2025 přesáhnout 1,4 miliardy.

Aplikace poskytuje nepřeborné množství filtrů, díky nimž uživatelé vytváří malá umělecká díla, která slouží k jejich vizuálnímu sebevyjádření, prezentaci postoje prostřednictvím fotografií a videa, zábavě, sociální interakci s uživateli či komunitou, se kterou je majitel účtu ve spojení (Kulhánková a kol., 2010, str. 9). V tom spočívá síla této sociální sítě – v jednoduchém, aktuálním sdělení prostřednictvím obrázků, označení a krátkých popisků bez potřeby lpět na dokonalosti. V souvislosti s nimi se rozšiřuje (ve skutečnosti vzniká dříve, ale Instagram jej zviditelnil) fenomén „hashtag“ – znak # a po něm následuje slovo, ev. několik po sobě jdoucích slov, která nejsou oddělena mezerou. Uživatelé tak kategorizují své příspěvky pomocí klíčových slov, čímž usnadní orientaci v záplavě příspěvků a zvyšují také pravděpodobnost, že daný příspěvek zaujme větší počet „followers“ – tedy sledující uživatelé.

Neodmyslitelnou součástí jsou i „stories – instastories“ – storýčka – příběhy, které jsou ostatním k dispozici pouze 24 hodin. Jedná se o aktuální novinky v podobě fotek, videí, časové smyčky či živého vysílání, kterými uživatelé vyjadřují naléhavost, vážnost.

Snadno a rychle tak uživatelé Instagramu pořídí snímek či natočí video (ev. vyberou z galerie), upraví, přidají popisek, označí jinou osobu či geografickou polohu, kde byl snímek pořízen a sdílí na svém profilu.

4.4 Snapchat

Sociální síť, v prvopočátku opět školní projekt studentů – tentokrát Stanfordské univerzity, vznikla v roce 2011 (Kubala, 2019). Jejími zakladateli jsou Američané Evan Spiegel, Bobby Murphy a Reggie Brown a původní název aplikace zněl Picaboo (Němcová, 2017). Tato aplikace je v mnoha ohledech totožná jako Instagram, několik odlišností by se však přece jen našlo.

Ke změně oproti ostatním sociálním sítím dochází již při zakládání profilu – uživatelé si nemohou jako profilovou fotografii zvolit svou fotku či svůj obrázek, ale tvoří si vlastní animovanou postavičku.

Komunikace je realizována klasickým způsobem - formou chatu, kdy si uživatelé posílají zprávy, fotografie, videa, komunikují prostřednictvím video/hovoru či příběhů. Specifickou vlastností Snapchatu je však, například oproti již zmiňovanému Instagramu, omezený čas odeslaných multimediálních souborů či zpráv samotných. Po vypršení časového limitu zasláná zpráva zmizí, je smazána, nikam se neuloží a není dohledatelná. Pro to, aby byla zpráva uchována, musí uživatel zprávu označit poklepním, eventuálně si nastavit v daném chatu povolení pro ukládání zpráv. To je však nutné nastavit v každém chatu zvlášť (neplatí obecně) a maximální povolená doba, po kterou jsou zprávy ukládány, je 24 hodin. Poté automatické ukládání vyprší. Snapchat tak oproti ostatním sítím vytváří jednak méně virtuálního odpadu (například třeba Facebook ukládá všechna data i po jejich smazání), jednak jedinečnost zasláného obsahu, který není možné dále využívat/zneužívat. Avšak v případě, že se jedná o výhrůžné zprávy, představuje tato funkce značné nebezpečí.

Jedinečnost této funkce však má slabé stránky – respektive vynalézavost mládeže nezná hranic – a tak kouzlo nebylo prolomeno ničím jednodušším než obyčejným screenshotem obrazovky a uložením fotografie do paměti telefonu. Příjemce zprávy je však na tento skutek upozorněn.

Určité fotografie a videa je možné si ukládat, avšak neukládají se do paměti telefonu, ale do Snapchatového alba, ke kterému má přístup pouze uživatel aplikace – přihlášením do aplikace, případně zaheslováním alba (a ne třeba rodiče, kteří dětem kontrolují fotoalbum v telefonu).

Ojedinelá je také funkce, která umožňuje uživatelům sledovat polohu ostatních na mapě. Uživatelé tak mají mezi sebou přehled, kde se kdo nachází.

Pro to, aby byla aplikace využívána na denní bázi, využili tvůrci „soutěž“ v podobě sbírání „ohýnků“. Za každodenní posílání fotografií mezi uživateli obdrží zúčastnění „ohýnek“. Čím

víc jich nasbíráte, tím lépe. Pokud jeden den zapomenete zprávu poslat, vaše konto dosud nasbíraných „ohýnků“ se vymaže. Uživatelé jsou tak podněcováni k tomu, aby aplikaci využívali na denní bázi (viz příloha č. 1).

4.5 TikTok

Předchůdcem mobilní aplikace TikTok byla aplikace Musical.ly. Ta byla spuštěna v roce 2014 a umožňovala zveřejňovat krátká videa na principu lip-sync, tedy vystupování do melodie známých písní. Zrod samotného TikToku byl ale ovlivněn platformou Douyin, která však sloužila výlučně čínským uživatelům. Enormní zájem o tuto aplikaci přiměl tvůrce aplikace o další vývoj, a tak byl v roce 2017 oficiálně spuštěn TikTok – identická platforma pro celý svět (Kopecký, 2019).

Jedná se tedy o aplikaci vlastnící čínskou společností, která svým uživatelům umožňuje natáčet a sdílet krátká videa, jejichž obsahem je zpěv, tanec, lip-sync, humor různého druhu a tipy z oblasti módy, rady do kuchyně apod.

Komunikace je realizována prostřednictvím chatu, největší obliba této aplikace však tkví ve sledování a tvorbě videí a jejich úpravách (k dispozici je uživatelům celá škála filtrů), sdílení a komentování. Aplikace poskytuje ohromné množství videí, je tak velice nepravděpodobné, že by uživatelé všechna videa zhlédli. Příspěvky jsou pro větší přehlednost řazeny do dvou kanálů.

Poslední zveřejněný údaj na serveru statista.com o počtu uživatelů této sociální sítě ze září roku 2021, kdy byla překročena hranice 1 miliardy aktivních uživatelů měsíčně, vypovídá o tom, že se řadí TikTok mezi nejrychleji rostoucí sociální síť na světě.

V souvislosti s touto sociální sítí vyvstává hojně diskutované téma bezpečnostní hrozby, přičemž státy přichází s kroky vedoucími k omezení TikToku.

4.6 YouTube

YouTube je server sloužící ke sdílení a sledování videonahrávek, jeden z nejoblíbenějších portálů na internetu (Kožíšek a kol., 2016, str. 26). Byl založen roku 2005 trojicí Chadem Hurleym, Stevenem Chanem a Jawedem Karimem. O rok později byla společnost odkoupena Googlem (Papadopulos, ČT24, 2020).

Původním záměrem bylo volné sdílení domácích videí. Historicky první video bylo na YouTube umístěno v dubnu 2005, mělo název Me at the zoo, jeho tvůrcem byl Jawed Karim (Papadopulos, ČT24, 2020). Postupně se však obsah tohoto serveru rozšířil o hudební klipy, výukové materiály, filmy, videohry. YouTube tak v podstatě představuje revoluční médium, které denním počtem přehraných videí po celém světě v řádech miliard (Papadopulos, ČT24, 2020) přetahuje značnou část diváků od televizních obrazovek.

V souvislosti s tímto portálem vznikl fenomén YouTubersví, potažmo Youtubeři – tedy lidé, kteří tvoří videa a s určitou pravidelností je publikují na serveru YouTube (Papadopulos, ČT24, 2020). Profesionální Youtubeři – ti, kteří si zveřejněnými videi vydělávají peníze, a jedná se tak o jejich živobytí, se stávají vzorem a inspirací pro mládež, jsou jimi obdivováni. Nejvlivnější a nejoblíbenější čeští Youtubeři dosahují sledovanosti v řádu statisíců, světoví v řádu desítek milionů. Dle obsahu a zaměření videí má pak každý YouTuber svoji fanouškovskou základnu, každý uživatel si pro sebe může najít to pravé. Následující část práce je věnována výčtu nejčastějších youtuberských obsahů včetně konkrétních ukázek českých YouTuberů (Chvála, 2015).

- **unboxing**¹ – Youtubeři se natáčejí při rozbalování balíčků jakéhokoliv charakteru, které jim zasílají různé e-shopy, ve videu jsou tyto předměty představeny, popsány; jedná se v podstatě o prvotní recenzi představovaného produktu.
- **haul**² – velice podobný typ videa jako unboxing, rozdíl tkví v tom, že produkty jsou před natočením rozbaleny. Jedná se většinou o videa zaměřená na sledování trendů v oblasti módy a kosmetiky.

¹ <https://www.youtube.com/watch?v=erOKkhSAKHc>

² <https://www.youtube.com/watch?v=8f4IVHhn-F0>

- **DIY**³ videa – zkratka pro název „do it yourself“, tedy „udělej si sám“. Jedná se o rady, tipy a návody pro ty, kteří jsou kreativní, kteří si chtějí zhotovit nějaký výrobek. Návod to může být opravdu na široké spektrum výrobků.
- **vlog**⁴ – YouTubeři zaznamenávají průběh svého dne, nechávají nahlížet uživatele do jejich osobního života, permanentně své diváky informují, což je zároveň se svými fanoušky sblížuje.
- autoři videí se dále zaměřují na **make-up** – tedy způsoby líčení – a to jakéhokoliv, na zmapování svého **bytu** či **domu**, kdy mohou diváci vidět, jak jejich oblíbený YouTuber bydlí, prezentují svůj **životní příběh**, případně život celebrit a sportovců.
- zvláštní kategorií jsou pak videa zábavné povahy – **prank**⁵, **challenge**⁶, eventuálně **sociální experiment**⁷ – jedná se o videa, jejichž cílem je pobavit – v prankových videích si tvůrci videí přichystají na nic netušící osobu past a „vystřelí si z nich“; challenge – kdy se uživatelé navzájem nominují ke splnění nějakého úkolu, nějaké výzvy – většinou humorné povahy; sociální experiment – kdy se autoři videí snaží nějakou speciální akcí vyvolat reakci okolí.
- **live stream** – neboli živé vysílání – tedy vysílání v reálním čase; často bývá v živém přenosu využíváno **Q & N** – jedná se o zkratku „questions and answers“, v češtině tedy „otázky a odpovědi“, kdy YouTuber ve svém videu odpovídá na zvědavé otázky fanoušků. Ti mohou získat odpověď na otázky, po kterých prahnou.
- **let's play**⁸ - komentované hraní počítačových her

Komunikace zaregistrovaných uživatelů spočívá v komentování, hodnocení videí, sdílení svých vlastních videí.

³ <https://www.youtube.com/watch?v=kZbZ8Yu0oW8>

⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=v0B8GCmEGgY>

⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=JqQTVacml7o>

⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=gfGskToaauU>

⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=mGSO5Zz-HNs>

⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=U175wOkUtvk>

4.7 WhatsApp

Mobilní aplikace založená v roce 2009 Američany Brianem Actonem a Janem Koumem. Název vznikl jako slovní hříčka odkazující na anglickou frázi „What’s up?“ – tedy: „Co je nového?“ nebo „Jak se daří?“ V roce 2014 byla společnost zakoupena Facebookem (WhatsApp, 2022). Tato aplikace umožňuje jednoduše a bezplatně výměnu zpráv, multimediálních souborů jako obrázky, gify, videa, zvukové zprávy, také různých dokumentů, kontaktů a polohy na mapě s jedním či více dalšími uživateli. Po odeslání je možné sledovat, zda je zpráva příjemcem přečtena. Současně ale není možné odesílání zprávy zrušit.

V podstatě představuje samostatnou aplikaci pro chat/skupinový chat. Zároveň však umožňuje aplikace zdarma volat – a to i videohovorem. WhatsApp je možné si stáhnout také jako počítačovou aplikaci, nebo můžete využít webové stránky. Chatovat tak můžete na jakémkoliv zařízení.

WhatsApp o jednu z oblíbených komunikačních platforem. Podmínkou pro založení účtu je stejně jako u sociálních sítí registrace uživatele a vytvoření si vlastního profilu, který lze do jisté míry upravovat (vložit fotografii či stav – ten je možný sdílet na Facebooku). Po instalaci se aplikace synchronizuje s telefonními čísly v seznamu kontaktů uživatele. Není tedy nutné někoho „přidávat do přátel“. A účastníci tak spolu mohou bezplatně komunikovat – a to téměř ze všech zemí světa (některé země pod záminkou bezpečnostní hrozby tuto aplikaci zakázaly).

Empirická část

Jako začínající učitelka na základní škole jsem byla v počátcích své učitelké praxe ledasčím překvapena. Bohužel v mnohém ve špatném slova smyslu. Opakované neúspěchy svých žáků jsem považovala za své selhání, poskytovala jsem jim další a další šance s tím, že dojde ke zlepšení, hledala jsem možnosti a způsoby, jak je omluvit. Avšak stále častěji jsem slýchávala: „*To jste předem neřekla! To si už nepamatujeme! O tom jsme nikdy neslyšeli. Kdy jsme to brali?*“ a podobně. To v lepším případě. V tom horším jsem ani neporozuměla jejich argumentům, nedokázala jsem se s nimi domluvit, nechápala jsem, o čem mluví, proč mi tykají, přišlo mi, že se vymlouvají a k tomu se mi ještě vysmívají, protože používají výrazy, kterým nerozumím, čemuž odpovídal můj překvapený výraz. Ten jim byl samozřejmě k smíchu.

Dlouho mi trvalo, než jsem pochopila, že současnou generaci mládeže nelze se starší (byť jen o pár let) generací srovnávat. I za několik málo let lidé změnilí životní postoj a styl, módu, proběhl rapidní rozvoj vědy, techniky, zkrátka vývoj ve všech směrech. Jen pohled na žáky tyhle změny zcela nezasáhly. Máme od nich očekávání stejná, jako byla očekávání od našich generací. *Tohle za nás nebylo! My jsme byli jiní. To kdybychom řekli/udělali my, to by ... Jak tohle může napsat?* Ano, je tomu skutečně tak, ale každá generace je spjatá s dobou a podmínkami, v nichž žije.

Na jedné straně je učíme pracovat s moderní technikou, která nám napomáhá při výuce i práci, na druhou stranu kroutíme hlavou nad tím, že nemůžou bez telefonu a internetu vydržet. Stejně jako je učíme cizí jazyky a je naší prioritou, aby se žáci dorozuměli s cizinci, zároveň ale nedokážeme pochopit, proč si píšou s někým, kdo bydlí v zahraničí a nikdy se nesetkali tváří v tvář, proč používají anglická slova, když přece náš jazyk je tak bohatý, proč do slohové práce uvádí slova a zkratky, která nejsou česká. Žáci slyší zaznívat vulgární slova v médiích, na sociálních sítích a mnohdy i ve svých domácnostech, když je ale pak používají v konverzaci se svými vrstevníky, je jim ze strany učitelů vyhubováno.

Postupem času, kdy jsem jako učitelka sledovala názory, reakce a především vyjadřování současné mládeže, dospěla jsem ke smutnému závěru. Podmínky, očekávání, jazyková a komunikační bariéra mezi současnou mládeží a ostatními generacemi je natolik velká a tak rychle se prohlubuje, že snad k porozumění nemůže dojít.

To byl také impulz k sepsání této práce. Představit pohled na to, kdo a jaká je současná generace žáků základní školy, jakým způsobem vedou konverzace, jakým způsobem spolu komunikují, o co se zajímají, snaha o pochopení napříč generacemi.

V rámci pedagogické praxe jsem tak měla k dispozici – co se týče této práce – opravdový poklad, vycházela jsem z toho, co jsem přímo viděla a slyšela. Jak již bylo naznačeno výše, sesbíraný materiál jak mluvených komunikací, tak psaných, by vystačil na nejednu práci. Odráží tak skutečnost, jak moc je mluva a způsob komunikace současné mládeže pro tuto generaci specifická, že míra jejího užívání přesahuje hranice úzkého kruhu uživatelů sociálních sítí.

5 Výzkumné šetření

Výzkumné šetření bylo realizováno u žáků II. stupně ZŠ Šanov. Výzkumu se zúčastnilo celkem 87 žáků ve věku 11 – 15 let. Výzkumné šetření započalo 1. 4. 2021, přičemž preference žáků v oblasti využívání sociálních sítí a dalších komunikačních platforem byly zjišťovány v průběhu měsíce dubna 2021, veškeré projevy mládeže byly sledovány od 1. 4. 2021 po dobu jednoho roku.

5.1 Cíle výzkumu

Výzkumné šetření této diplomové práce si klade za cíl zjistit, jaké komunikační nástroje současná generace žáků II. stupně ZŠ Šanov preferuje k internetové komunikaci se svými přáteli.

Vzhledem k tomu, že komunikace současné generace mládeže oproti způsobu komunikace starších generací prošla proměnou, což se odráží především ve způsobu vyjadřování, stanovuje si tato diplomová práce jako další cíl provedení jazykové analýzy konkrétních komunikátů se zaměřením na specifickou slovní zásobu současné generace žáků II. stupně ZŠ Šanov. Ta je nástupem nových technologií, mobilních aplikací a účastí na sociálních sítích hojně rozšiřována a stále častěji nachází uplatnění i mimo běžnou komunikaci, což jako učitelka na základní škole pozoruji stále častěji – například při komunikaci žáků s vyučujícím či v jejich písemných projevech (slohové práce).

Dále si tato diplomová práce klade za cíl vypracování slovníčku specifické slovní zásoby současné generace žáků II. stupně ZŠ Šanov s vysvětlením. Ten bude vycházet z autentických komunikátů, bude sloužit k většímu pochopení mluvy současné mladé generace a pokusí se alespoň částečně zabránit generačnímu odcizení přinejmenším v jazykové oblasti.

5.2 Metody výzkumu

V této diplomové práci bylo použito několik výzkumných metod.

V první řadě byl se všemi 87 žáky II. stupně ZŠ Šanov veden polostrukturovaný rozhovor (viz příloha č. 12), jehož cílem bylo zjištění, zda vůbec a jaké sociální sítě či jiné komunikační nástroje současná generace mládeže ZŠ Šanov k internetové komunikaci využívá. Bylo tak

možné utřídit nejpoužívanější sociální sítě a další nástroje komunikace a zároveň zjistit, jaký názor mají žáci na oblibu či nevýhody konkrétních sítí.

S ohledem na povolání učitelky základní školy jsem pozorovala konverzace mezi žáky v době přestávek, zároveň jsem byla přizvána do interních komunikačních sítí, kde byly vedeny konverzace mládeže. Na základě systematického, zúčastněného pozorování těchto mluvených i psaných komunikací jsem tak byla přímo součástí promluv, které budou analyzovány. Výběr sítí, na kterých probíhala komunikace, korespondoval s oblibou konkrétních sítí a mobilních aplikací plynoucí z prvního kroku výzkumného šetření.

Jako materiál pro výzkum tedy sloužily texty psané (konverzace na chatech a komunikace na vybraných sociálních sítích a mobilních aplikacích). Veškeré projevy mládeže byly sledovány od 1. 4. 2021 po dobu jednoho roku. Vybrány jsou pro potřeby této práce ty nejadekvátnější. V některých případech se jednalo o přepis těchto konverzací (byly nutné úpravy z hlediska přílišné vulgarity či útoky na jiné osoby), jindy jsou komunikace vloženy jako print screen obrazovky bez úprav.

Dále také projevy mluvené (aktuální, spontánní, nepřipravené), jež probíhaly v době přestávek mezi vyučováním a jež jsem pozorovala jako účastník – dění jsem se účastnila pouze okrajově, plnila jsem spíše roli tazatele. Z těchto promluv byly pořízeny audionahrávky. Záznamy byly pořízeny pro studijní účely a zveřejněny v podobě přepisů – se souhlasem všech zúčastněných. Vzhledem k časové i technické náročnosti jsou pro tuto práci vybrány pouze ty nejkompexnější.

5.3 Formulace očekávání

V souvislosti s enormním rozmachem technologických vymožeností očekávám, že současná generace mládeže podlehla nejnovějším trendům a denně využívá nejednu sociální síť či jinou komunikační platformu. Očekávám také, že mladá generace využívá ty nejmodernější sítě, servery a aplikace včetně všech vymožeností a nástrojů, které jsou k dispozici. Proto se domnívám, že se v žebříčku nejpreferovanějších komunikačních platforem objeví takové, které jsou jedny z nejnovějších, vizuálně nejlákavějších či nejoriginálnějších.

S ohledem na změny napříč společnostmi a oborů očekávám množství takových konverzací, která budou zahrnovat specifika v oblasti slovní zásoby a způsobu komunikace u současné generace mládeže.

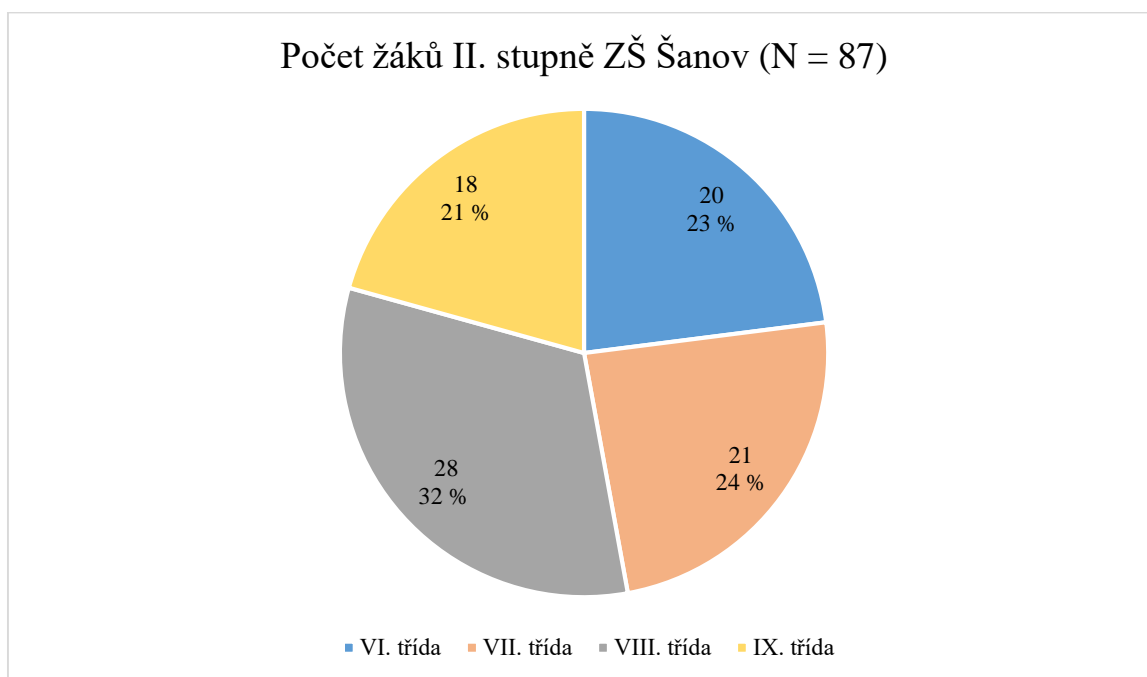
6 Výsledky výzkumu

Výzkumného šetření se zúčastnili všichni žáci II. stupně ZŠ Šanov. Celkem se jednalo o 87 respondentů ve věku 11 – 16 let.

6.1 Charakteristika respondentů

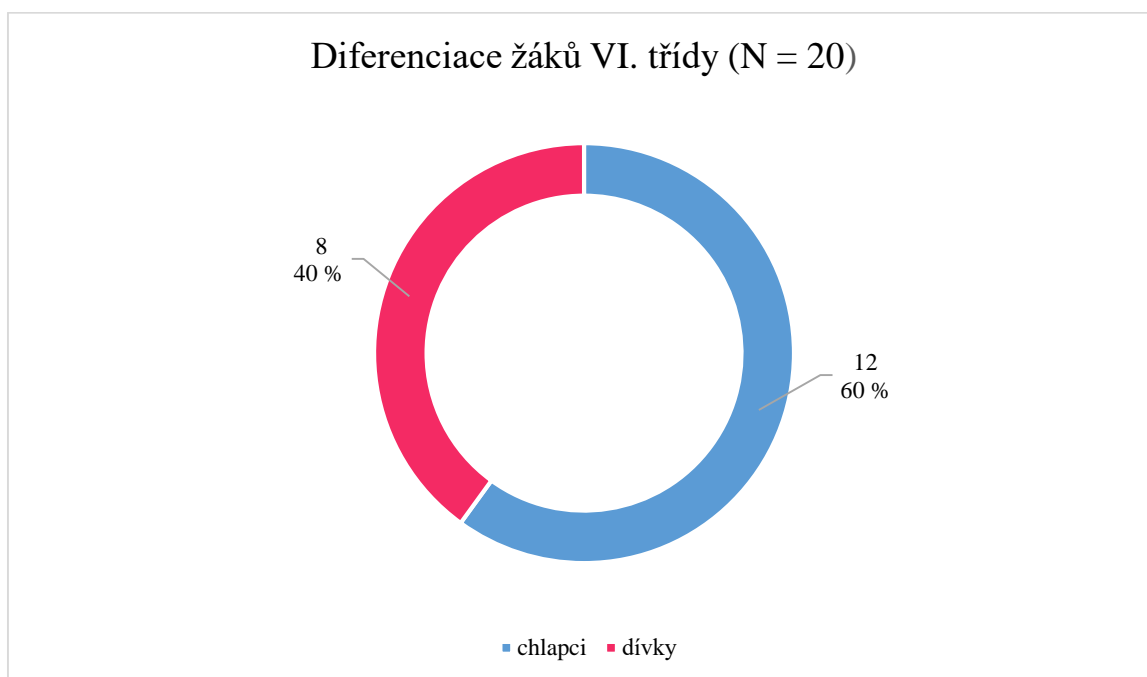
Z výzkumného šetření vyplývá následující charakteristika respondentů – součástí výzkumu bylo celkem 87 žáků, přičemž z VI. třídy se zúčastnilo 20 žáků, což představuje 23 % z celkového počtu, ze VII. třídy 21 žáků – tedy 24 %, z VIII. třídy 28 žáků – tedy 32 % a z IX. třídy 18 žáků – tedy 21 % z celkového počtu respondentů.

Graf č. 1: Počet žáků II. stupně ZŠ Šanov

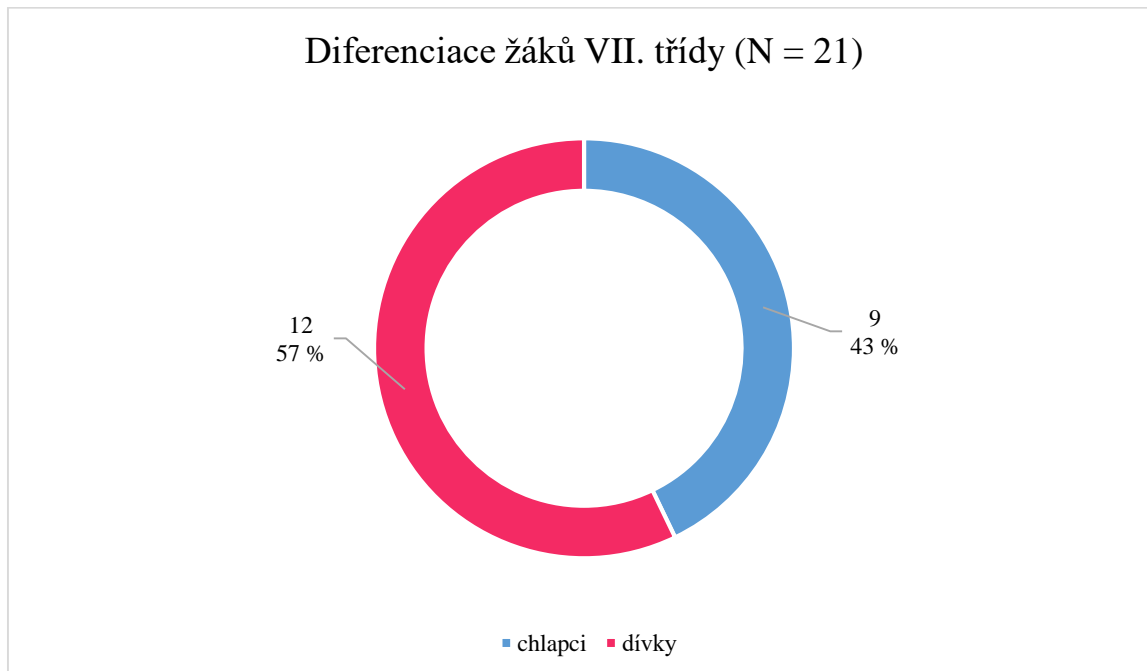


Co se týče pohlaví respondentů, v VI. třídě z celkového počtu 20 žáků tvoří 60 % chlapci, 12 žáků, a 40 % zastupují dívky, tedy 8 žákyň. VII. třídu z celkového počtu 21 žáků tvoří 9 chlapců, tedy 43 %, a 12 dívek, tedy 57 %. V VIII. třídě z celkového počtu 28 žáků převažuje ve větší míře počet chlapců – a to 18, tedy 64 %, počet dívek je 10, tedy 36 %. IX. třída je složena z 11 chlapců, což představuje 61 % z celkového počtu, a 7 dívek, tedy 39 %.

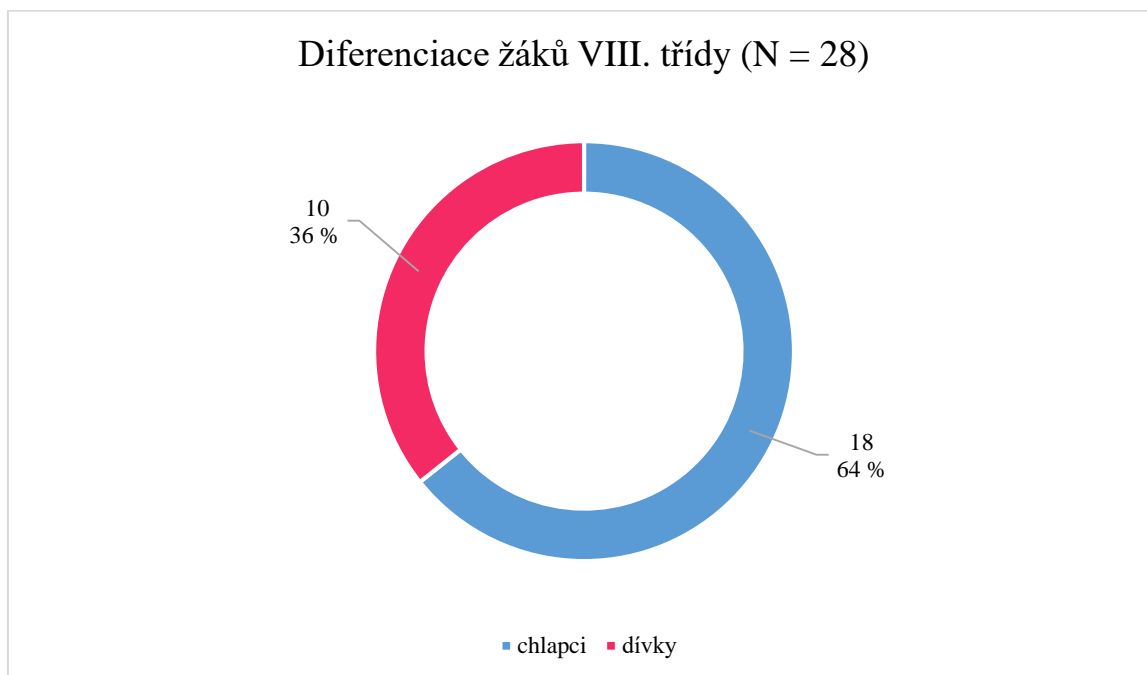
Graf č. 2: Diferenciace žáků VI. třídy



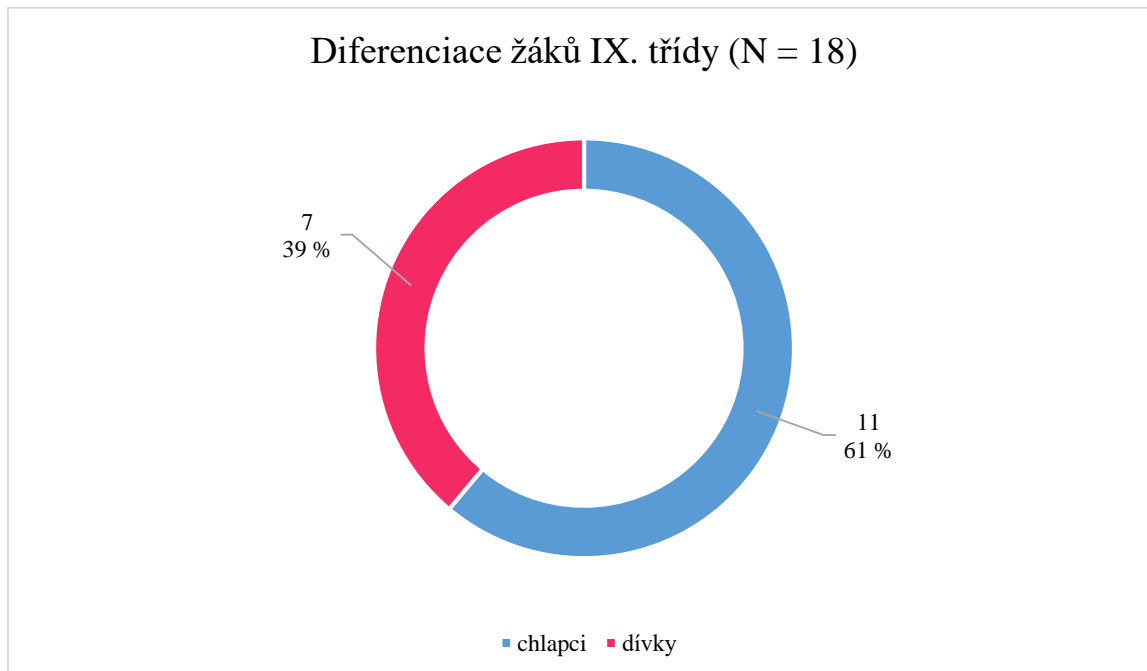
Graf č. 3: Diferenciace žáků VI. třídy



Graf č. 4: Diferenciace žáků VIII. třídy

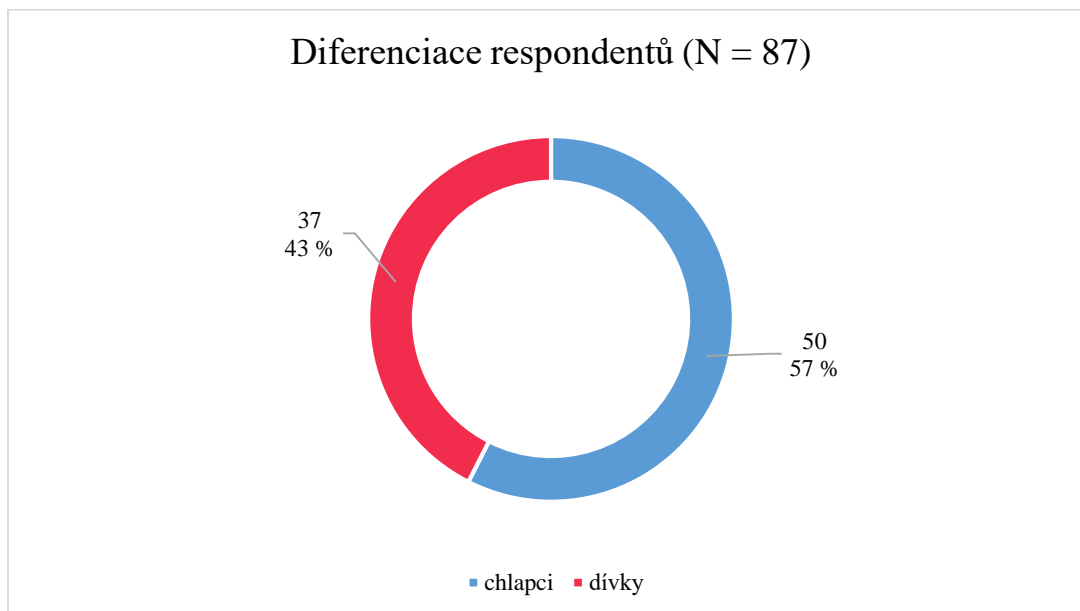


Graf č. 5: Diferenciace žáků IX. třídy



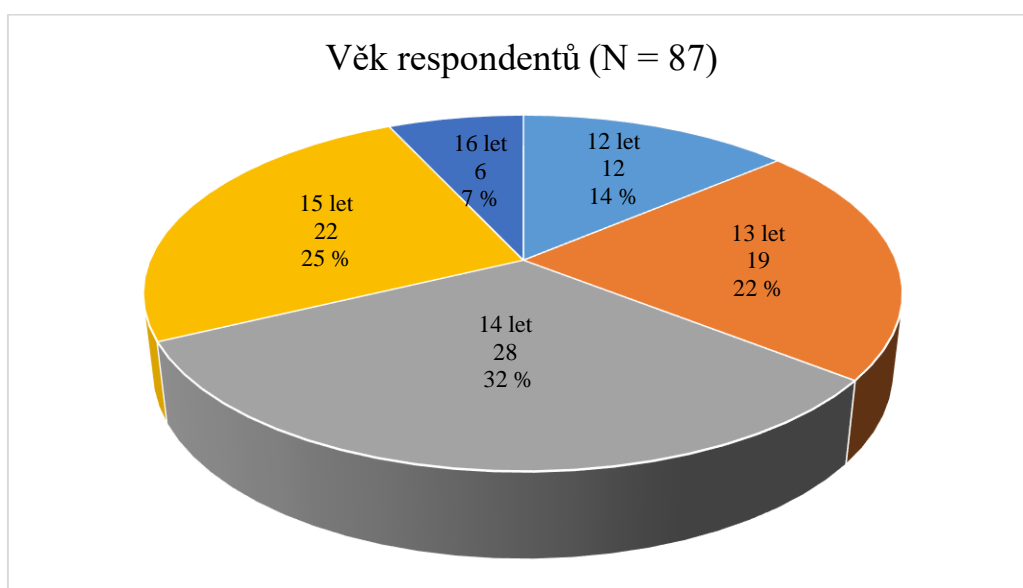
Z celkového počtu respondentů je tedy patrné, že se výzkumu účastnilo 50 chlapců, tedy 57 % z celkového počtu, a 37 dívek, tedy 43 %.

Graf č. 6: Diferenciace respondentů



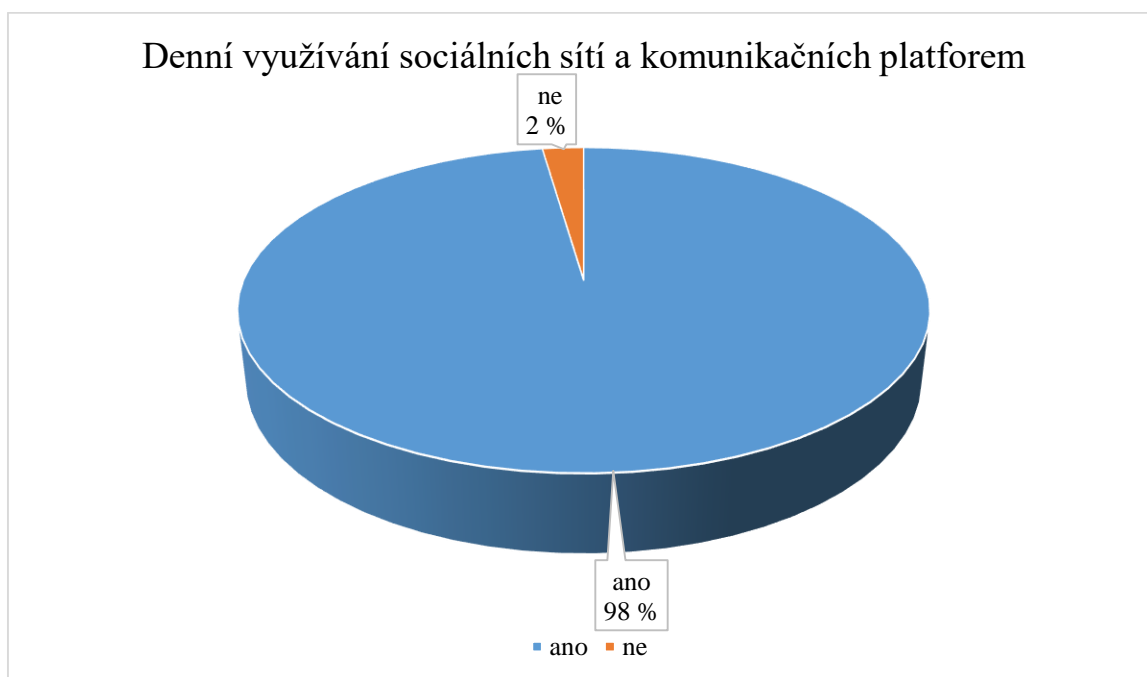
S ohledem na věkovou diferenciaci respondentů zjišťujeme, že v dubnu roku 2021, kdy byl výzkum prováděn, bylo 12 žáků ve věku 12 let, tedy 14 % z celkového počtu dotazovaných, 19 žáků ve věku 13 let, což představuje 22 % z celkového počtu, 28 žáků ve věku 14 let, tedy 32 % z celkového počtu dotazovaných, 22 žáků ve věku 15 let, což je 25 %, 6 žáků ve věku 16 let, tedy 7 % z celkového počtu dotazovaných.

Graf č. 7: Věk respondentů



6.2 Analýza dat

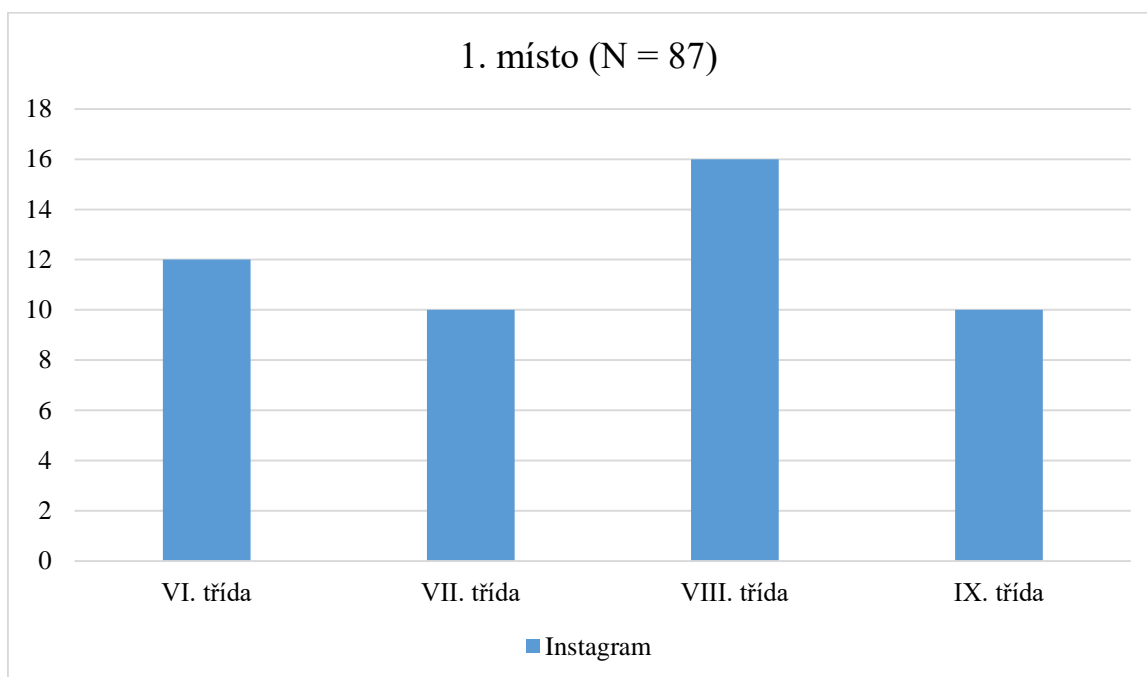
Graf č. 8: Denní využívání sociálních sítí a dalších komunikačních platforem



Graf č. 8 absolutně potvrzuje současný trend – oblibu sociálních sítí a internetových komunikačních platforem. Přestože je v České republice stanovena minimální věková hranice pro používání služeb sociálních sítí na 15 let věku (Kopecký, 2020), z celkového počtu 87 žáků ve věku do 15 let pouze 2 vůbec nepoužívají sociální sítě. Zbývajících 85 žáků každý den – bez ohledu na dobu trvání – využívá alespoň jednu (zpravidla více) sociální síť či internetovou komunikační platformu. Nutno podotknout, že výzkumu se účastnili všichni žáci II. stupně ZŠ Šanov bez ohledu na jejich případnou pedagogickou diagnostiku.

Následující grafy zobrazují oblibu jednotlivých sociálních sítí a komunikačních nástrojů v jednotlivých třídách. Pro potřeby této práce jsou vyobrazeny první tři nejvyužívanější sociální sítě či komunikační platformy

Graf č. 9: Nejvyužívanější sociální sítě a komunikační platformy – 1. místo

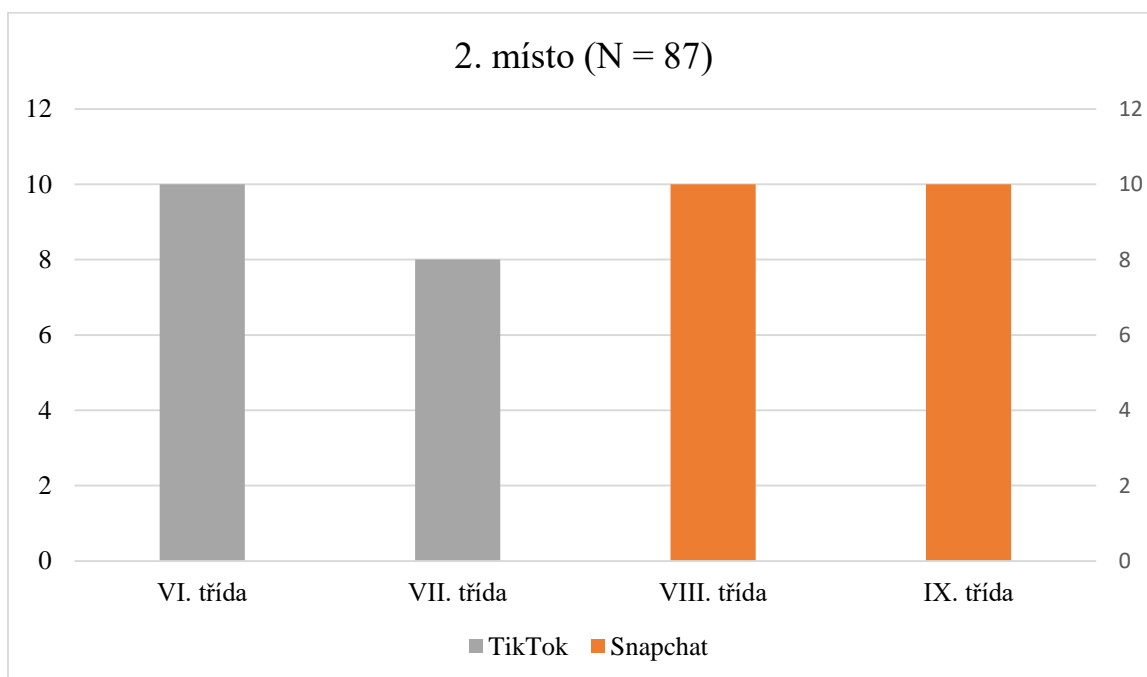


Jak je z výše uvedeného grafu patrné, co se týče preferencí žáků II. stupně ZŠ Šanov, tak panuje shoda – absolutně nejvyužívanější sociální sítí je napříč II. stupněm ZŠ Šanov sít' Instagram. Z celkového počtu 87 respondentů 48 z nich (tedy 55 %) označilo Instagram za sít', kterou nejčastěji používá k virtuální komunikaci. V VI. označilo Instagram za nejvyužívanější sít' 12 respondentů z 20, v VII. třídě 10 respondentů z celkového počtu 21 uvedlo, že nejvíce využívají Instagram, avšak 2 žáci nepoužívají žádnou sociální sít' či komunikační platformu, v VII. třídě označilo Instagram za nejvyužívanější sít' 16 žáků z 28, v IX. třídě pak 10 žáků z celkového počtu 18.

V VI., VII. i VIII. třídě označilo shodně – vždy osm žáků – jako svého pomyslného vítěze v žebříčku oblíbenosti a využívání sociálních sítí a komunikačních nástrojů TikTok. V VII. třídě dal jeden respondent svůj hlas Snapchatu, v VII. třídě získaly zbývající body taktéž Snapchat (celkem 2 z 28) a Messenger (2 z 28).

V IX. třídě uvedlo na prvním místě 6 respondentů z celkového počtu 18 Snapchat, 1 respondent uvedl na 1. místě TikTok a 1 respondent Messenger.

Graf č. 10: Nejvyužívanější sociální sítě a komunikační platformy – 2. místo



V žebříčku oblíbenosti na druhém místě nepanuje absolutní shoda jako u prvního místa. Žáci VI. a VII. třídy označili shodně jako druhou nejpoužívanější platformu TikTok. Žáci VIII. a IX. třídy pak jako druhou nejvyužívanější sociální síť či komunikační nástroj označili Snapchat.

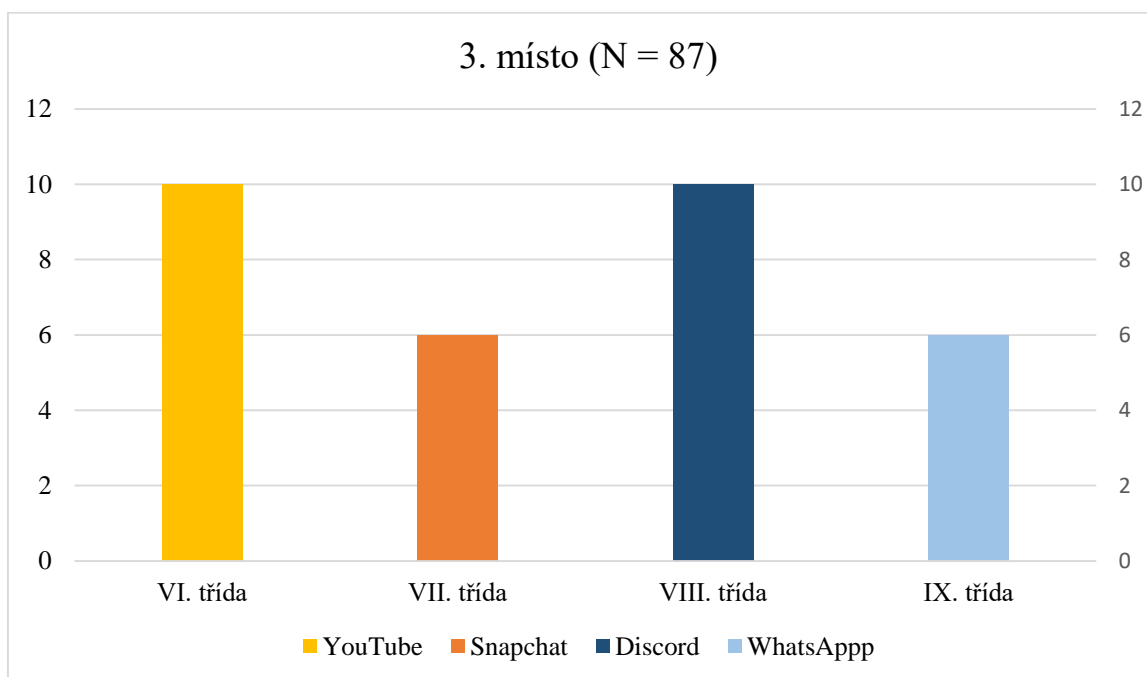
V VI. třídě označilo TikTok na druhém místě 10 respondentů z 20, ostatní rozdělili své hlasy mezi YouTube (celkem 5 z 20), Instagram (celkem 3 z 20) a WhatsApp (2 žáci z 20).

V VII. třídě se na druhém místě umístil taktéž TikTok – celkem 8 žáků z 21, zbývající respondenti uvedli na druhém místě Instagram (celkem 4 z 21) či Snapchat (celkem 3 z 21), dále po dvou hlasech získal YouTube, WhatsApp a dva žáci nevyužívají žádné komunikační platformy.

10 žáků z 28 v VIII. třídě označilo na druhé nejvyužívanější pozici sociální síť Snapchat. Dalšími platformami, které byly taktéž označeny na druhém místě, byly Instagram (7 hlasů z 28), TikTok (5 hlasů z 28), Discord (4 hlasy z 28) a dva hlasy připadly Messengeru.

Více jak polovina respondentů IX. třídy označila na druhém místě v žebříčku oblíbenosti sociálních sítí a komunikačních platform Snapchat. Získal 10 hlasů z 18, tedy 55 %. Ostatní hlasy byly rozděleny mezi Instagram (6 hlasů z 18), po jednom hlasu získal Messenger a Discord.

Graf č. 11: Nejvyužívanější sociální sítě a komunikační platformy – 3. místo



Jak je na první pohled patrné, třetí nejoblíbenější a nejvyužívanější sociální síť či komunikační platforma je v každé ze tříd, která se výzkumného šetření účastnila, odlišná.

Pro 10 žáků z celkového počtu 20 v VI. třídě je třetí nejvyužívanější platformou YouTube, další hlasy byly rozděleny mezi Instagram (5 hlasů z 20), TikTok (2 hlasy z 20), Messenger (2 hlasy z 20) a Snapchat získal jeden hlas z 20.

V VII. třídě se na pomyslném třetím místě umístil Snapchat s 6 hlasy z 21, avšak těsně za Snapchatem se objevuje Messenger (celkem 5 hlasů z 21), WhatsApp (4 hlasy z 21). Ostatní platformy získaly zanedbatelné množství hlasů – 3 hlasy Instagram a 1 respondent uvedl na 3. místě TikTok. Dva žáci nevyužívají žádnou sociální síť či komunikační platformu.

V VIII. třídě se na 3. místě umístil s 10 hlasy z 28 Discord, hned za ním Snapchat (8 z 28 hlasů), po třech hlasech získal WhatsApp a Messenger, po dvou hlasech Instagram a TikTok.

V IX. třídě označilo 6 respondentů z 18 jako bronzového vítěze tohoto výzkumného šetření WhatsApp. 4 respondenti z 18 označili jako svou třetí nejvyužívanější komunikační platformu Messenger a Discord, 2 respondenti z 18 na třetí příčku přiřadili Snapchat a Instagram.

6.3 Vyhodnocení využívání sociálních sítí a dalších nástrojů komunikace

Z provedeného výzkumu jasně vyplývá, že sociální sítě mají v životě současné generace žáků ZŠ nezastupitelnou roli. 98 % uživatelů ZŠ Šanov dnes a denně využívá sociální síť (zpravidla více sociálních sítí) či jinou komunikační platformu. Absolutně zarážející je fakt, že všichni dotazovaní uvedli, že první pomyslný vstup na sociální síť je ve všední den uskutečněn v čase mezi probuzením a první vyučovací hodinou. O víkendu zpravidla ihned po probuzení berou do ruky mobilní telefon a otevírají jednu ze svých oblíbených sociálních sítí. Musím ale konstatovat, že v rámci dotazování bylo zase pro současnou generaci mládeže zarážející, že starší uživatelé využívají sociální síť až v průběhu dne.

Dle výsledků šetření lesk dříve velice oblíbené sítě Facebook bledne, respektive vyhasnul. Hvězdou se stává Instagram. Ačkoliv 80 % respondentů uvádí, že na Facebooku mají vytvořený profil, aktivně jej nevyužívají, jsou pasivními uživateli, ke svému profilu se nepřihlašují měsíce. Mnohokrát zazněl argument, že *Facebook je pro starý a nic tam není*. Obsah Facebooku se omezil na záplavu reklam, sdílení nápadů a triků. Jsou tak potvrzena oficiální data, dle kterých se Facebook posledních pár let potýká s pasivitou svých uživatelů, kdy jen zhruba polovina uživatelů vytváří, komentuje či sdílí obsah, zbývající část je pouhými konzumenty obsahu.

To, že je Facebook nahrazován Instagramem, dle provedeného výzkumu kromě nezáživného obsahu a pasivity ostatních vrstevníků tkví především v nudném, neatraktivním vizuálním obsahu. Instagram založený především na vizuální komunikaci má na základě sdíleného obsahu vysokou vypovídací schopnost, dokáže zaujmout více než text. Dotazovaní dále uváděli, že další z příčin, proč upouštějí Facebook, jsou vytvořené profily členů rodiny. Éra „sbírání“ a přidávání co největšího počtu přátel již odezněla, většina starších uživatelů je zpravidla na Facebooku aktivní, dle dotazovaných však *sdílí jen samé nesmysly a mají nás pod kontrolou*. Mladší generace tak nemají dostatek „prostoru“ na svůj projev, což je značně omezuje, chtějí být „inkognito“, komunikovat a prezentovat se bez zábran a to jim poskytuje právě Instagram. Většina starších rodinných příslušníků je totiž aktivní pouze na Facebooku a nevytváří si profil na další – pro ně podobné – sociální síti.

Důležité je podotknout, že dotazovaní nepovažují platformu Messenger jakou součást Facebooku, ale za samostatnou aplikaci. Nabízenými možnostmi je velice podobná WhatsAppu. S tím souvisí i fakt, že žádný z uživatelů aktivně nepoužívá obě tyto platformy.

Bezesporu velké oblíbenosti dotazovaných se těší také sociální síť Snapchat. Uživatelé jej po vizuální propracovanosti srovnávají s Instagramem, avšak nelze je srovnávat, podstata

Snapchatu je na rozdíl od Instagramu odlišná; tkví prioritně v zasílání multimediálních zpráv s omezenou dobou pro zhlédnutí. Odpovědí na takovou zprávu je opět fotografie či krátké video. Uživatelé za tuto aktivitu získávají obrázky „ohýnků“. Aniž by tak bylo nutné komunikovat prostřednictvím textu, uživatelé sami sebe prezentují, navzájem se ovlivňují, navazují a utužují sociální vztahy s ostatními. Tomu, kdo se v třídním kolektivu slovně neprojevuje, zdá se být zdrženlivý a plachý, umožňuje sociální síť Snapchat vytvořit si své druhé já – denně zasílá fotografie/video, nikdy nezapomene, nepokazí tento pomyslný řetězec. Prostřednictvím této specifické funkce Snapchatu mu je tedy umožněno být velice oblíbeným, je na něj pohlíženo jako na spolehlivého, společenského člověka, který je „in“. Jak mnohokrát od uživatelů zaznělo, *„je jedno, s kým jste v kontaktu, hlavně, že posílá fotky/video. Jde prostě o ty ohýnky“*. Uživatelé považují tuto funkci za atraktivní, neotřelou, zábavnou.

Co se týče Discordu – aplikace dříve známé především pro tu skupinu uživatelů, která převážnou část svého volného času trávila hraním počítačových her, roste počet uživatelů, kteří ji využívají k jiným účelům než ke hrám. Umožňuje totiž uzavřené skupině uživatelů sledovat například film, přičemž mohou v jeho průběhu komunikovat. Tato funkce má především v době poznamenané pandemickou situací velký ohlas, určitým způsobem totiž alespoň zčásti nahrazuje uživatelům pocit společné návštěvy kina.

Server YouTube je uživateli hojně využíván a byl častokrát uveden jako síť, na které jsou respondenti aktivní. Není využívána ke konverzování prostřednictvím chatu či skupinové diskuze, přesto poskytuje uživatelům možnost komunikace. Uživatelé se vyjadřují k obsahu videí prostřednictvím komentáře, „palcem“ nahoru nebo dolů hodnotí kladně nebo záporně příslušné video, případně ho sdílí na ostatních sociálních sítích. Zároveň se videa stávají inspirací k životnímu stylu, ovlivňují i způsob vyjadřování. Další z možností, jak s ostatními uživateli komunikovat, je natočení vlastního videa. Pro uživatele má kanál YouTube významnou roli.

Současná rychlost pokroku ale stále přináší nové a nové produkty, objevují se nové vlastnosti, které uživatelům nabízí rozličné služby a možnosti související s čím dál tím větším komfortem při jejich používání. Všechny generace jsou ovlivněny podmínkami, v nichž žijí, a bude zajímavé, jaké další obzory se nám v průběhu několika málo let otevrou.

6.4 Mluvená komunikace a její analýza

Rozhovory, které zde budou analyzovány, byly zachyceny ve školním prostředí – během přestávek mezi vyučováním, případně po skončení výuky. Přestože byli žáci seznámeni s pořizováním záznamu a přestože byla učitelka součástí některých z konverzací, neovlivnilo to nijak atmosféru, žáci byli uvolnění, bez zábran, chovali se zcela přirozeně. V závorkách budou v případě nutnosti uvedeny pro lepší pochopení kontextu poznámky autorky. Za mnohaměsíční pozorování je nasbíráno mnoho materiálu, který prezentuje změny mluvené komunikace, avšak ten by vystačil na samostatnou práci. Proto je představen výběr komunikací napříč ročníky, vždy jeden, který zahrnuje co největší množství specifických jevů. Následně je provedena jejich jazyková analýza.

Přepis rozhovorů

V rozhovoru č. 1 komunikují čtyři žáci šesté třídy v době přestávky. Středem zájmu je hraní her.

M = Maxim, S = Sebastian, O = Ondřej, V = Viktor

1 S: hej, bukvo, pocem

2 M: komu říkáš bukvo, ty smažko?

3 S: drž pysk, tvoje máma je smažka; jak se dostanu do dalšího levlu?

4 O: musíš furt grandit?

5 M: ukaž

6 V: Sebastian je no lifer

7 M: neasi (míněno né asi)

8 S: lmao

9 M: na - ty seš nube, muses ses swipnout

10 S: ajó

Přepis rozhovoru č. 2 zachycuje konverzaci žákyň sedmé třídy po ukončení vyučování, konkrétně při přesunu ze třídy do šatny, kdy je jejich rozhovor přerušen a vstupuje do něj další osoba.

P = Petr; K = Kateřina; S = Sára; N = neidentifikovatelní žáci

1 K: ukážu ti ten novej ...

2 P: neflexuj

3 K: drž hubu debile

4 P: cos říkala? mám tě hitnout?

5 S: nesockuj se a táhni nakonec

6 N: ou

7 P: sto pro, nesor mě, už sem zmlátil nejednu týpku

8 S: si zkus

9 K: ser na něj

10 N: pocém

Rozhovor č. 3 proběhl v době přestávky v osmé třídě. Byla zaznamenána komunikace mezi dvěma žačkami.

L = Linda; M = Michaela

1 L: co máš na fór jú (*miněna kategorie for you na TikToku*)?

2 M: já ted'ka mám na fór jú ee nic, protože mi nefrčí net

3 L: tak to refrešni

4 M: ee ty seš fakt skiller, to by mě nenapadlo

5 L: sheesh, tak soráč no

6 L: hej stejně sou tam dneska samý sračky

7 M: ck

8 L: hej a co ten Likehouse, čekala sem, že tam budou větší srajdy

9 M: už chytám nerva, s tím founem jebnu

10 L: můžeš mi říct, proč je Domča úplně ubrečená (*míněno influencerka Dominika*)

11 M: nvm

12 L: nechce sdílet kódičky kvůli Rusku (*míněna válečný konflikt Ukrajiny a Ruska*)

13 M: ta je fakt mega moc boží

14 L: fuck

Rozhovor č. 4 proběhl v době přestávky v osmé třídě. Byla zaznamenána komunikace mezi třemi žáky.

Š = Šimon; J = Jan; N = Nikolas

1 Š: dneska fifa?

2 J: jj, vás zničim jak sviň

3 N: co budete smažit?

4 Š: tvou mámu a vysmahni

5 N: lmao

6 J: ty seš fakt kid

7 N: spíš cringe

8 Š: jasný borci!

V rozhovoru č. 5 je zachycena konverzace dvou žáků deváté třídy, kteří konverzuji o testu z přírodopisu, který bude po skončení přestávky následovat.

O = Ondřej; V = Viktor

1 V: sem to nevěděl voe

2 O: bruh

3 V: vás killnu

4 O: cheatni to

5 V: nemám už time

6 O: třeba to neposereš

7 V: rip jednotko

V rozhovoru č. 6 je zaznamenaná komunikace žáků deváté třídy v době přestávky, do které vstupuje i učitelka. Ta připravuje on-line procvičování slovní zásoby do hodiny německého jazyka, která bude následovat. Ostatní žáci připravují cvičení na tablety, mobilní telefony.

U = učitelka; R = Radek; P = Patrik; M = Michal

1 U: funguje to všem?

2 P: sem měl malou speed

3 R: mě to nejde loadnout ta sračka

4 P: ou nebreč, ty nube

5 R: tě killnu, ty kokot

6 P: uvědom se

7 U: tak co, Rád'o, už si to rozjel?

8 R: ani hovno, nejde mi se loadnout, to prostě nefičí, shit! Se na to vyjebu.

9 M: tak si vem foun, tam máš data

10 P: hmmm, good nápad. A jakej na to máme time?

11 U: kolik budete potřebovat

12 P: óóó, tak v poho

Snaha o neotřelost vyjadřování v kombinaci s tendencí ke zjednodušování a pohotovou reakcí uživatelů se projevuje v redukci vyjadřování (*net - internet, kůli - kvůli, ty kokot - ty kokote, v poho - v pohodě, foun - telefon, pocem - pojd' sem, sviň - sviňa, voe - vole apod.*). Sklon k redukci hlásek včetně nedbalé výslovnosti je patrný i v souvislosti s vyslovováním slovesa *jsem - sem, jsi - si*. Často dochází k narušení, případně nedokončení vět, pro které je typická strohost.

V souvislosti s nespisovností je jedním z nejčastějších jevů změna *y > ej* u adjektivní deklinace na konci slova (*jakej, novej*).

Stále častěji je ve slovníku současné generace mládeže využíváno slov, která jsou užitá v přeneseném významu (*smažit, vysmahnout, borci*).

Přímé, jednoznačné a pohotové vyjadřování vede jednoznačně k nadměrnému užívání zkratk. Jedná se o zkratky českých slov (*ck - čekej, nvm - nevím, jj - jojo*), značná část je ale cizího původu – především se jedná o zkratky anglických slov (*gl - good luck, gm - good morning, idk - I don't know, lmao - laughing my ass off, rip - rest in peace*). Z těchto zkratk jsou odvozena další slova (*OK - OKáčko, OKe, sorry - soráč*). Nutno podotknout, že uživatelé pro označení zkratk používají malá písmena.

Adjektiva, která jsou mezi mladými lidmi rozšířená, nezastávají primárně určenou funkci, ale fungují v přeneseném významu (*hustej, jinej, boží, libová*). Velice často jsou, ačkoliv se jedná o slova s pozitivní konotací, používána s nadsázkou, ironií, eventuálně v záporném smyslu (*mega moc boží*). K tomu slouží i slova zdrobnělá (*kódičky*) a další obrazná pojmenování (*chytat nerva*). Kromě adjektiv domácího původu jsou velmi často využívána adjektiva odvozená – zpravidla z angličtiny (*cool, good, best, ezz - easy*), které se v komunikaci vyskytují v původním, nepřizpůsobeném tvaru.

Velmi často jsou využívána slovesa odvozená od slov cizího původu – patrný je výrazný vliv angličtiny (*killnout, refrešnout, loadnout, swipnout se, grandit, flexovat, hitnout, cheatnout*).

Angličtina se stala nezbytnou součástí světa kolem nás – zastává výsadní postavení ve výuce cizího jazyka, uživatelé se s ní setkávají v oblastech jejich zájmu (hudbě, knihách, sportu, módě apod.). V porovnání s českými výrazy jsou slova cizího původu atraktivnější, „trendy“. Vliv anglického jazyka je však patrný nejen u sloves, ale napříč celým lexikem. Uživatelé anglická slova používají k označování osob (*skiller, nube, no lifer, kid, cringe*), přičemž se setkáváme s nejrůznějšími způsoby jejich počestění. Mnohdy není tvar anglicismu adaptován a je tak ponechán výraz v původním tvaru, přestože existuje v českém jazyce ekvivalent tohoto slova (*speed – rychlost, time – čas*).

Přestože poukazujeme na růst frekvence užívání anglicismů, je nutno podotknout, že mladá generace nepovažuje tato slova za cizí, nepozastavují se nad přemírou jejich používání, ale vnímají je jako standardní součást jejich slovní zásoby a jejich používání implementují i do oblasti tradičních psaných textů a školní komunikace. S anglickým jazykem souvisí ještě další poznatek – a tedy, že pravidla angličtiny pronikají do českého jazyka natolik, že se mládeži často stává, že lidem bez ohledu na postavení, zdvořilost a úctu tykají. Nejedná se však o urážku či nerespektování autority, původ tkívá právě v anglickém jazyce, kterým jsou obklopani.

Obecná tendence stále častějšího užívání vulgarismů výše uvedené ukázky jen potvrzují (*sračka, kokot, hovno, vyjebat se, smažka, bukva, drž pysk, debile, neser*). Negativní postoj a emoce jsou vyjadřovány i vulgarismy anglickými, jejichž význam nebývá pro ostatní uživatele (především starší generace) pocíťován tak silně hrubý (*fuck, shit, vyfuckovat*).

V mluvených projevech se obecně velice často objevují citoslovce – jak českého, tak anglického původu (*óóó, ee, hmm, sheesh, ajó, ou, bruh*), které jsou jednoznačnými prostředky pro vyjádření emocí, pocitů, případného ne/souhlasu.

Za zmínku stojí ještě způsoby, kterými se komunikující oslovují. S oblibou je využíváno obecného oslovení *hej*, v mnohých případech je vzájemné oslovování však výrazně expresivní až vulgární.

Co se týče slovní zásoby, celkově lze konstatovat, že jednoznačně odráží styl života mládeže a jejich zájmy (*for you, Likehouse, influencerka Domča*).

6.5 Psaná komunikace a její analýza

Mluvená komunikace je založena na slovním sdělování prostředků, komunikace tváří v tvář je zároveň doprovázena prostředky vizuálními, které mohou mít pro celkové pochopení promluvy klíčový význam. Protože by byla písemná komunikace o tyto prostředky ochuzena, ustálily se určité způsoby psaní, které je alespoň částečně nahrazují. Vzhledem k cílům práce – tedy jazykové analýze – jsou vybrány takové komunikace, které jsou bohaté na jazykové zvláštnosti. Představeny jsou psané komunikace napříč sociálními sítěmi. V rámci přepisu však dochází k eliminaci vizuální stránky, nejsou zaznamenány všechny grafické prvky, které se v psané komunikaci projevují. Z toho důvodu je u vizuálně nejoblíbenějších sítí screenshot obrazovky jakou součástí přílohy této práce.

Nutno podotknout, že prvotní odtazitost a rezervovanost žáků ke zveřejnění soukromých komunikací související s obavami z narušení jejich soukromí vystřídal enormní zájem podílet se na tomto výzkumu. Při představě, že se někdo zajímá o způsob jejich oblíbené komunikace a význam jimi užívané slovní zásoby, že se mohou osobně podílet (prezentací jejich vlastní konverzace) na práci, která bude prezentována na akademické půdě VŠ, je zaplavila vlna nadšení a spolupráce probíhala nad očekávání. Dokonce některé žáky natolik zaujala, že je inspirovala k vytvoření seznamu zkratk a jejich vysvětlení, bez kterého bych slovník, který je součástí práce, nedokázala vytvořit. Stejně tak bez jejich ochoty sdílet část jejich soukromí. Proto jim patří ohromné díky!

Přepis č. 1 – platforma Discord

Janny: Karolino?
Přes aku tu stranku sis stahovala songy?
kajush: mp3juices.cc
Janny: thx
kajush: www.mp3juices.cc
nejak tak
xddd
Janny: oh okee
XD
tgx

Přepis č. 2 – platforma Discord

kajush: UUU

HEJ JANUS VIDELA SI UZ TURNING
RED???

Janny: NOPE

kajush: tak pome kukat

Janny: VIDIM TEN NAZEV VSUDE ALE IDK CO
TOE

kajush: mam to tu loadnuty chci ti ukazat ty

EMOS

XDDDDDDDDDD

Janny: OKAYYYSSSSYY

Pojdd vc

Přepis č. 3 – platforma Messenger

epicFortniteMoment: OKK

vole

tak se napoj

TubaLP: jj

ckj tak 5 min

nebo 3

nebo prostě chvílku

a fakt

chvílku

BitType: ckm

Přepis č. 4 – platforma Messenger

Tomiiiiino: Roušku si asi brát nemáme
ne?

Tom: Já nwm

4d1na: Já si ji pro jistotu vemu

t.e.r.e.z.k.a_8: Já taky

Kajdulka: Já taky

Tomiiiiino: Já taky

adushka: No já teda taky :D :D

Přepis č. 5 – platforma Messenger

Tomiiiiino: Imaooo dislike tam hodil chudák učitel

Nikolasiq: Lmao nebeč

Tomiiiiino: Proč bych měl lol

Nikolasiq: Idk

Tomiiiiino: Jakoby nechápu proč bych měl brečet kvůli
tomu že jsi dal dislike učitelovi alee okeee xd

Přepis č. 6 – platforma WhatsApp

Učitelka: Od zítřka jste v karanténě. Jirka je pozitivní.

Klára: umm

hmm

Sára: Hm

Lukáš: Bomba eňo ňuňo

Sára: Hmm výborný

Lukáš: Jj moc, o5

Klára: Mě by zajímalo jesi se vůbec přihlásím zpátky na teams

Lukáš: Lol

Hej

Wtf

Přepis č. 7 – platforma Instagram

adinaa..: ona už s nim zase je?

Soňa: Jjj

lilianka631: WTF?!?!?!?

vlada_brum: Šimon smrdí

bigeye_el: vc HNEEEEEEEEEEEEEED!!!

simon: woe

Přepis č. 8 – platforma Instagram

Učitelka: Zítra má referát Soňa?

Pavel: Nn já xd

Honzik: to su stresy

Soňa: true

xx.luky.xx: IJEEIJEEEEIJEEYOOOO

Učitelka: ok

Přepis č. 9 – platforma Instagram

-_-Minty: sem si ztasil tvoje hovory

simonbartik10: Wtf proč

-_-Minty: protože si říkal že stišit nějaké zvuky
tak nebudeme volat

simonbartik10: jzs pod volat

-_-Minty: NE

simonbartik10: wtf

až v 10

nebuď nasranej

-_-Minty: Ok ale ne

simonbartik10: lol

Kreativita a hravost se projevuje již při vytváření profilu na sociální síti – uživatelé dbají na neotřelé nicky - jména osob, které spolu komunikují. Mládež využívá při tvorbě nicku různých symbolů (podtržítka, zavináč, tečky, čísla - *t.e.r.e.z.k.a_8, 4d1na, _adinaa._., lilianka631, --Minty, simonbartik10*), kombinuje velká a malá písmena a počet znaků (*epicFortniteMoment, TubaLP, Tomiiiino*). Fenomémem nejen v této oblasti, ale obecně, se stává nahrazování některých grafémů české soustavy – namísto *š* je psáno *sh, sch* (*kajush, adushka*), namísto *k* pak *q* (*Nikolasiq*), namísto *v* je psáno *w* (*nwm*), často dochází k nahrazování částí slov číslicemi či znaky (*o5*). Jejich fantazie se projevuje také při volbě fotky, kterou profil doplňují. Měla by být atraktivní, zajímavá. Je to způsob jejich sebe prezentace, zobrazují svoji osobnost.

Pokud se uživatelé dobře znají, většinou se oslovují přátelsky, avšak některá oslovení, ačkoliv je chápeme jako výrazy s pozitivní konotací (*borec, king*), jsou používány i v negativním slova smyslu. Velmi často se projevují výrazné emoce a častokrát dochází ke vzájemnému hanlivému oslovování (*bukva, exot, degen, ichtyl*). Zároveň i do oblasti oslovování pronikají anglicismy (*nube, skillere, true*) či citoslovce (*UUU, hej, oh*). Těchto zvolání a výkřiků, jimiž přibližují „zvukovou“ komunikaci, využívají v hojně míře, případně jsou kombinovány s dalšími typy oslovení (*UUU hej Januš*).

Z výše uvedených ukázek je na první pohled patrná obliba psaní velkými písmeny. Tento způsob představuje nástroj k zintenzivnění reakce, respektive k upozornění abnormálního významu, souhlasu či jako prostředek přivítání. Často je kombinován se zmnožením grafémů (*OKK*) či interpunkčních znamének, přičemž je naznačený důraz umocněn (*HNEEEEEEEEEEEEEED!!!*). V mluvené komunikaci představuje psaní velkými písmeny ekvivalent ke zvýšenému hlasu, křiku.

Pro texty je typické vypouštění znaků s diakritickými znaménky (*videla, mam, ukazat, nim*). Používáním vrchní řady písmen na klávesnici zřejmě zbytečně ztrácí uživatelé čas. Objevují se zde také přepisy zjednodušené výslovnosti (*vemu – vezmu, kůli – kvůli, nebeč – nebreč, jesi – jestli, pome – pojd'me, pod – pojd'*).

Frekventovaným prostředkem jsou zkratky – jak českých slov (*nwm – nevím, nn – ne, ne, jj – jojo, woe – vole, ckj – čekej, ckm – čekám, jzs – ježíš*), tak především slov cizích – v naprosté většině se jedná o slova původem z angličtiny. Tyto zkratky vznikají z počátečních písmen víceslovných názvů, avšak většinou nejsou dodržena pravidla a jsou psány malým písmenem (*vc – voice chat, idk – I don't know, lol apod.*), pokud se nejedná o emocionální vyjádření (*WTF*), či vzniká z iniciálové zkratky zkratkové slovo (*lmao – laughing my ass off – „strašně*

vtipné, umřu smíchy“). Zajímavé je, že ačkoliv se uživatelé překliknou či slovo jakkoliv ozvláští, navzájem si rozumí. Vzhledem k tomu, že je totiž u anglických slov rozdílná grafická a zvuková podoba, mládež si opravdu velmi často vymýšlí svůj vlastní, osobitý zápis. Ten je mnohokrát u stejného slova rozdílný. Přesto však komunikace není ohrožena a uživatelé si navzájem rozumí, případně smysl vydedukují (*namísto thx – txx – thanks*).

Jak v mluvené, tak i psané podobě shledáváme jednoznačně velkou oblibu vulgarismů, hanlivých slov a urážek (*woe, vole, Šimon smrdí*), dále také popularitu anglického jazyka (*songy, dislike*). Jak již bylo zmíněno, angličtina je neodmyslitelnou součástí dnešní generace. Dalšími důvody, proč stoupá obliba anglických slov a frází je fakt, že mládež nemá potřebu přemýšlet nad interpunkcí, pravopisem slov, konkrétně psaní i, y. Využívání anglický výrazů považují v tomto ohledu za efektivnější a šetří tedy čas, zároveň jim připadají atraktivnější a modernější. Důvodem ale také může být eventuální bezradnost a neznalost pravidel. Obdobně jako v mluvené formě jsou anglicismy využívány jak v původním tvaru, tak v jejich adaptovaných podobách.

Co se týče interpunkce, její využívání je zajímavé. Uživatelé vzhledem k povaze komunikace téměř vždy používají krátké repliky, které začínají jak malým, tak velkým písmenem. Pokud nemají potřebu zdůraznění a nepoužívají otazník či vykřičník na konci věty (zpravidla ve zmnoženém počtu), tak tečkou nekončí žádná z konverzací. Také je v drtivém počtu případů vypuštěna interpunkce uvnitř souvětí. Když už uživatel vytvoří delší repliku, potřebu vnitřního členění ignoruje.

V souvislosti s nespisovností je jedním z nejčastějších jevů změna *y > ej* u adjektivní deklinace na konci slova (*jakej, novej*).

Přestože se může jevit, že je postoj účastníků vůči pravopisu a korektuře zcela imunní, nutno podotknout, že tvary slovesa *být* byly většinou napsány spisovně, stejně jako zájmeno *já* v ostatních pádech.

V souvislosti s komunikací nelze opomenout jeden z klíčových prostředků internetové komunikace a těmi jsou emotikony. Jak je z uvedených konverzací patrné, uživatelé nerespektují žádná „nepsaná“ pravidla, právě naopak. Nepoužívají je pouze v neveřejné komunikaci, ale jejich užívání přechází i do komunikace veřejné, mají tendenci šířit se i do ručně psané komunikace. A to i bez znalosti příjemce. Nadměrným používáním vyjadřují expresivitu, emoce, zastupují nejazykové prostředky (gesta, mimiku, intonaci a výšku hlasu), které psaný jazyk nemá. Emotikony zastávají hned několik funkcí – emotikon bývá přidán ke

slovu, pisatel tak 2x „napíše“ – jen jiným způsobem – totéž slovo, dále nahrazují interpunkční znaménka či celé slovo, případně upřesňují či doplňují význam textu. Uživatelé mají emotikony v oblibě hned z několika důvodů – těmi hlavními jsou ozvláštňování textu a „*užití emotikonů souzní dále se snahou, která je typická pro celou elektronickou komunikaci jako celek, totiž vyjadřovat se rychle a s co nejmenší námahou*“ (Hoskovec a kol., 2006, s. 157).

Podobnou tendenci jako u emotikonů – tedy přechod z komunikace neveřejné do veřejné - lze spatřovat i u nejužívanějšího prostředku internetové komunikace – a tím jsou výše uvedené zkratky.

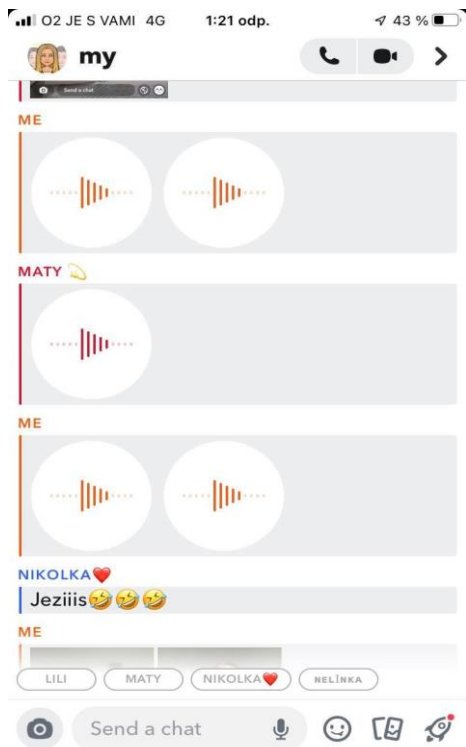
K oživení textu využívají uživatelé vícero prostředků, v některých případech i slova smyšlená (*IJEEIJEEIJEEIYYOOOO*). K doplnění, konkretizování a vyjádření bezprostřední zvukové reakce mezi komunikujícími slouží citoslovce. Jak je patrné z výše uvedených textů, stávající se nedílnou součástí psaného textu (*hmm, hej*). Ke zvýraznění také slouží nadměrné užívání stejných slov. Zajímavé je, že ačkoliv je pro psanou komunikaci na sociálních sítích charakteristická především úspora času, uživatelé jsou schopni několikrát za sebou vyjádřit stejný názor k jedné věci (*já taky – já taky – já taky*). Souvisí to zřejmě s osobní potřebou každého z účastníků komunikace vyjádřit se.

Za zmínku stojí i neotřelost vyjadřování v podobě pokusu o využití slovenského jazyka, ačkoliv uživatelé jsou Češi (*aku tu stranku, to su stresy*)

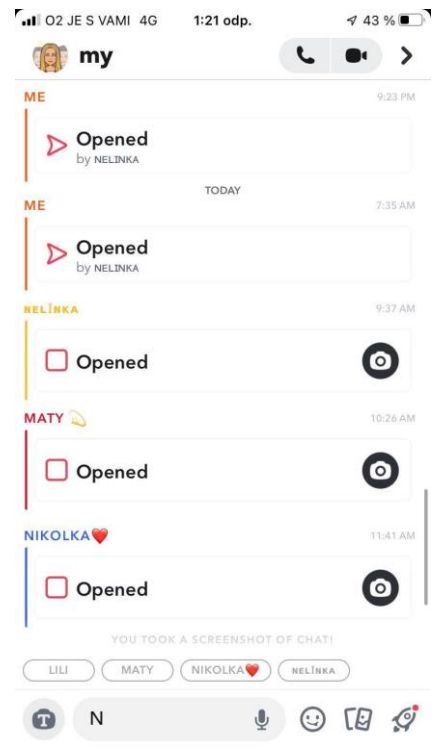
Komunikace na ostatních platformách, které zde doposud nebyly představeny, probíhá poněkud specifickým způsobem a její analýza přináší spoustu úskalí.

Co se týče sociální sítě Snapchat a její povahy, kdy nejsou (pokud uživatel nepovolí jinak) zprávy automaticky ukládané (případně pouze jejich část) a zároveň je v případě této aplikace velká obliba zvukových nahrávek, archivace komunikace a její následná důkladná analýza tak nebyla možná (obr. 1 a 2). Kromě chatování je tato sociální síť oblíbena pro sbírání „ohýnků“ – tedy dennodenní kontakt v podobě posílání fotek či krátkých videí, za což uživatelé sbírají „ohýnky“ (obr. 3). Pokud sdílení fotografií na den přeruší, jejich vzájemné konto je vynulováno. Velice oceňováno je z pohledu uživatelů i sdílení polohy ostatních uživatelů aplikace (obr. 4).

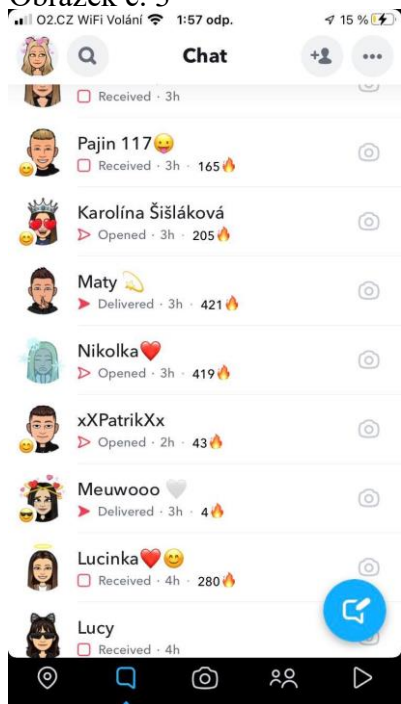
Obrázek č. 1



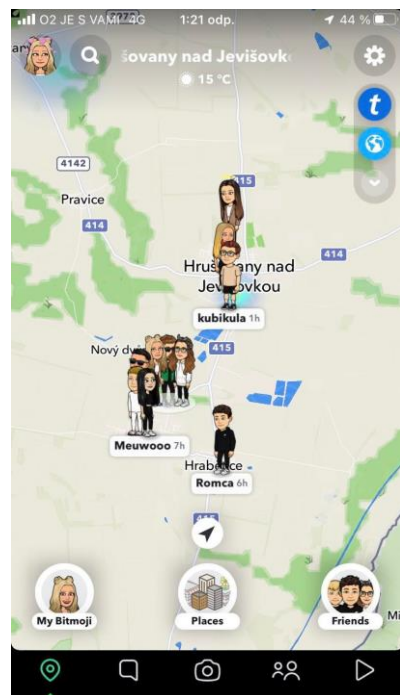
Obrázek č. 2



Obrázek č. 3



Obrázek č. 4

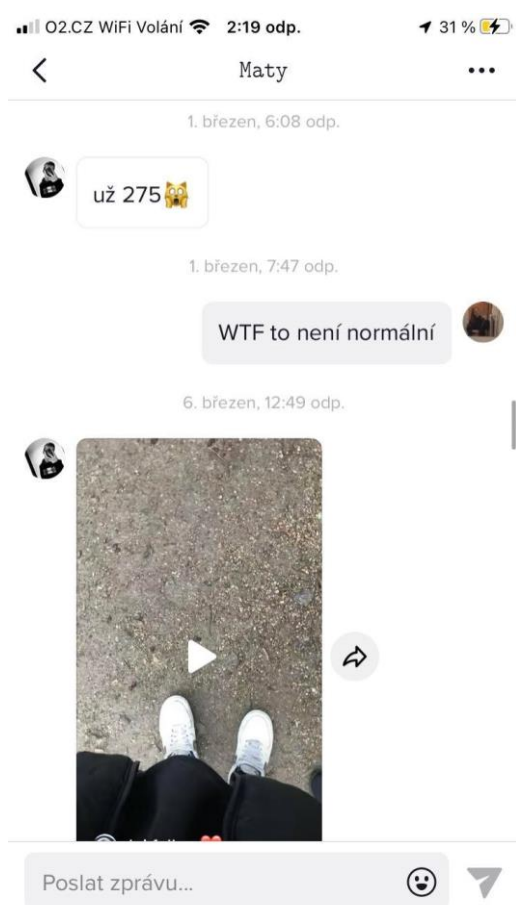


Komplikace nastala i při analýze komunikace prostřednictvím TikToku a YouTube. Na obou těchto sítích tráví uživatelé spoustu svého volného času, sdílejí videa s ostatními uživateli, ale prioritně je nevyužívají ke konverzování na soukromém/skupinovém chatu.

Síť YouTube nenabízí možnost chatu vůbec, komunikace probíhá formou komentování videí – graficky či v podobě diskuze. Do té však vstupují i další uživatelé mimo náš sledovaný okruh, analýza těchto promluv by tak nebyla komplexní.

Chat TikToku je uživateli primárně využíván k zasílání takových zpráv, které se vztahují k poslaným sdíleným příspěvkům, k nimž je přidán krátký komentář (*například číselný údaj o sledovanosti – 78, 140K, 30 000 IQ*) využívající takovou slovní zásobu, která koresponduje s výsledky tohoto šetření - vulgární slova (*srát*), zkratky (*WTF*), případně emotikony (viz obrázek č. 5-8).

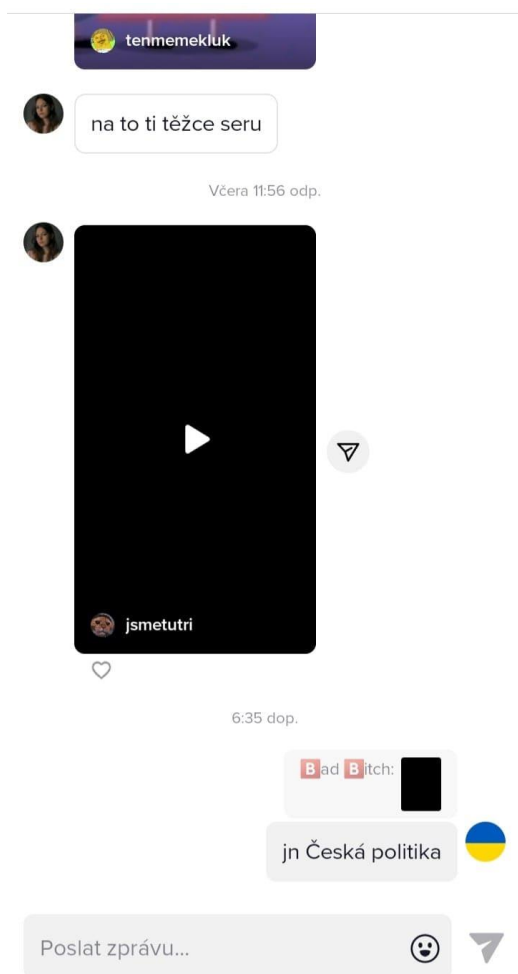
Obrázek č. 5



Obrázek č. 6



Obrázek č. 7



Obrázek č. 8



6.6 Slovníček současné slovní zásoby mládeže

Jedním z cílů této práce bylo vytvoření slovníčku (podobně jako u Rysové, 2003), který by alespoň částečně přispěl k pochopení mluvy a komunikace napříč generacemi. Při tvorbě tohoto slovníku jsem vycházela z mluvených i psaných komunikací současné generace mládeže, které byly předmětem výzkumu této práce. Jednotlivé termíny byly roztrženy do skupin na základě společných vlastností, byly seřazeny abecedně, bez ohledu na to, zda se vyskytují více v mluvené či psané podobě, mnoho slov je totiž používáno v obou formách.

Podstatou slovníčku je samozřejmě výrazivo, které vede k nepochopení. Nejedná se o soupis nejčastěji používaných slov současné generace mládeže. Významnou součástí lexikální zásoby českého jazyka jsou přejatá slova – zejména anglicismy. Staly se nedílnou součástí sféry techniky, vědy, médií, zasahují do oblastí zábavy, hudby a sportu a význačně ovlivnily slovní zásobu současné generace mládeže.

U slov (a níže i zkratkách vycházejících z angličtiny) cizího původu je uvedena v případě odlišnosti s psanou formou i výslovnost.

V první kategorii jsou zobrazena anglická slova, která se ustálila ve slovníku mládeže v původním tvaru, ačkoliv ne vždy jsou používána ve stejném smyslu, jako je jejich pravý význam.

best – hodnotící výraz – nejlepší

boys! [bojs!] – zvolání – hoši, borci!

bruh – zvolání – jééé

crazy [krejzy] – hodnotící výraz – hustý, cool, šílený

cringe [krinž] – trapák

flex – vychloubat se (Šimone, neflexuj! – Šimone, nevychloubej se!)

follow – sledovat

follower – sledující

good [gũd] – hodnotící výraz – dobrý

gril (přesmyčka), girl – dívka, holka

happy [hepy] – veselý, šťastný

hit – udeřit

cheat [čít] – podvod

imagine [imedžin] – překvapivý

jump [džamp] – výskok

kick [kik] – vyhodit

kid – děcko

kill – usmrcení

king – doslova král – používáno v kontextu: být nejlepší

loser [lůzr] – ztroskotanec, smolař

like/dislike [lajk/dyslajk] – rád, líbit se/nerad, nelíbit se, nesouhlasit

link – odkaz

love – peníze

no lifer [no lajfr] – ten, kdo 24/7 využívá internet

no scope [no skoup] – někdo nezamířil

nick [nyk] – jméno, přezdívka

nube [núb] – nezkušený člověk, začátečník

oukej – ok, ano, dobře

oldschool [oldskůl] – starý

opening [oupening] – otevírání

paste [pajst] – vložit

private [prajvit] – soukromí

rage [rejč] – rozčilovat se

rage quit [rejč kvit] – extra naštvaný a vykašle se na něco, co dělá

real [ríl] – skutečnost

room [rúm] – místnost

sheesh – [šíš] – hahahahaha

shit/ bullshit [šit/bulšit] – „hovadina“, vulg. hovno, sračka

shit on [šit on] – označení pro game over – konec hry

speed – rychlost

sus – podezřelý

sussy baka – podezřelý

swag [sweg] – cool, frajer (Nikča je swag – Nikča je super)

swip – změň (např. podobu, chování, odpověď)

toxic – nepříjemný, otrávený

update – aktualizace, obnova

Dále jsou představena slova, která z angličtiny pochází, ale jsou různým způsobem adaptovaná. Jak je patrné níže, v naprosté většině se jedná o začleňování sloves, nejproduktivnějším sufixem je *-ova(t)*. Frekventovaná je i adaptace substantiv, konkrétně pojmenování vzniklá formantem *-er*. Současná generace mládeže je při adaptování přejatých slov velice aktivní a v podstatě si dokáže v rámci adaptace poradit s jakýmkoliv cizím slovem.

boomer [búmr] – člověk, který se neorientuje, nerozumí novým hrám

callni mi [kólni] – zavolej mi

callnout [kólnout] – zavolat telefonem

comp [komp] – počítač

grandit – stále hrát

cheatnout – podvádět

joinout [džojnout] – připojit se

jumpnout [džampnout] – vyskočit

killnout – zabít

loadnout – načíst (například hra)

nerushuvat [nerašovat] – zůstat na svém místě, neodbíhat a nekazit hru

skiller – zkušený člověk

soráč – promiň

swipnout se – změnit se

upgradovat – obnovit, zlepšit

upgradni to! – zlepší to!

vyfuckovat [vyfakovat] – neformálně poslat pryč

vygooglit [vygúglit] – najít na internetu pomocí vyhledávače

Třetí kategorie stále souvisí s angličtinou (přičemž potvrzuje klíčovou roli anglického jazyka ve slovníku současné generace mládeže) a představuje zkratky a zkrácená slova, která jsou z anglicismů odvozena. V těchto případech je uveden i anglický význam. Přestože se může zdát, že zkratky jsou výsadou psaného textu, není tomu tak, mnoho z nich je používáno i v mluvené komunikaci.

afk – away from keyboard – pryč od klávesnice

brb – be right back – budu hned zpět

ezz – easy [ízy] – jednoduchý

foun – mobilní telefon

gg – good game – dobrá hra

gl – good luck – hodně štěstí

glhf – good luck have fun – hodně štěstí a zábavy

gm – good morning – dobré ráno

gn – good night – dobrou noc

gtg – got to go – musím jít

idc – i don't care – je mi to jedno

idk – I don't know – nevím

ikr – I know right – já vím, že ...

irl – in real live – ve skutečnosti

istg – I swear to god – já přísahám, že ho zabiju

jop – ano (odvozeno od „jo“)

lel, lol – laughing out loud /lots of laugh – smích

lmao – laughing my ass off – „strašně vtipné“

ngl – not gonna light – nebudu lhát

nt – nice try – dobrý pokus

n't – „ne“ – zápor – richn't – „nebohatý“ – použití jako „vtip“

OKáčko, OKe – ok, ano, dobře

omw – on my way – na cestě

PC [písí], [písíčko] – počítač

pls – please – prosím

pog – z twiche podle emoji svalnatce – např. vyhrál jsem pog

pov – point of view – z jeho pohledu

rip – rest in peace – odpočívej v pokoji

rn – right now – právě teď (např. je mi zima rn)

stfu – shut the fuck up – drž hubu

strx – označení pro udržení komunikace

tbh – to be honest – být upřímný, říct pravdu

thx – thank you – děkuji

vc – voice chat – hlasový chat

wdym – what do you mean? – co myslíš?

wp – well play – dobrá hra

wtf?! – what the fuck?! – co to kurva je?! Co to má doprdele znamenat? Cože?!

Z hlediska specifičnosti jazyka současné generace mládeže narážíme i na slova českého významu, která však mládež používá v jiném kontextu a vedou také k nepochopení. Většina z nich je hanlivá až vulgární.

borec – super x ironie – debil, trapný

bukva – gay

degén, degeš – hlupák, vypatlanec, blbec

drž pec/pysk – buď zticha, drž hubu, mlč

exot – hanlivé oslovení – divnej

felit se – mýlit se

fíčet – to fičí – to jede, funguje, je „in“, je trendy

hafo – hodně, velmi, příliš, mnoho

haksna – končetina (nejčastěji noha)

haluz – náhoda

hegeš – nepořádek

humáč – něco krajně nechutného, hnusného

hustý – hodnotící výraz – super, bezva

chlámat se – smát se

chytit nerv/a – rozčilit se

ichtyl – hlupák

jdi se zahrabat – stáhnout se do pozadí, nevyčnívat

jebnout – uhodit, bouchnout (někoho, něco)

je mi to šumák – je mi to jedno

je to krutý – je to skvělé, výjimečné

jinej – divný (on je jinej)

kekel – něco krajně nechutného, hnusného – viz např. humáč, kentus

kentus – něco krajně nechutného, hnusného

kokot – nadávka

kozy – legrace (dělat si kozy, prdel – dělat si legraci)

lama – amatér, nezkušený člověk

libový – více než dobré – např. ona je libová – krásná, „kost“

máčo – divný, jiný, blbý, hloupý (ty si máčo – ty jsi divný)

matroš – materiál (to je matroš – ve smyslu droga x ve smyslu materiál – žáci, osazenstvo ve třídě)

mektat – nemektej – mlč, nemluvit hloupě/hlouposti

mimoň – hlupák, blázen, je jiný

pařit na kompu – hrát na počítači hry

Pepík – hlupák, blázen, je jiný

pojd' na mit – pojd' doprostřed, na střed

posrat – zkazit (to mě poser – to mě podrž – výraz údivu)

prudit – otravovat

psycho – divný, jiný, labilní

socka – člověk, který se „vetřel“, přidal se/přišel bez pozvání

smažit – hrát, být závislý na počítač. hrách

smažka – člověk závislý na počítač. hrách

sračky – být na sračky – být opilý

sračky – mlet sračky – mluvit nesmysly

stěr – dobrý argument

tlemit se – smát se

týpek – kluk, muž

týpka – dívka, žena

uvědom se – zamysli se nad sebou

vyjebat se – vykašlat se, upadnout

vysmahni – jdi pryč

vyžírat – uzurpovat, ukrást

zevlovat – pozorovat, nudit se (to je zevl – to je nuda)

I v českém jazyce se vyskytují zkratky a zkrácená slova, která jsou mládeží běžně využívána:

ckj – čekej

cs – čau

Dis – Discord

jj – jo jo – ano

jn – jo no

jop – ano (odvozeno od „jo“)

kkt – kokot

kuju – děkuji

nn – ne ne

neasi – né asi

nwm – nevím

toe – to je

tpc – ty pičo (zvolání)

tv1, tw1 – ty vole (zvolání)

7 Shrnutí výzkumu

V závěrečné kapitole této diplomové práce bude shrnuto, jakých výsledků výzkumu bylo dosaženo.

Cílem výzkumu bylo zjistit, zda a jaké konkrétní sociální sítě a další komunikační platformy využívá současná generace mládeže pro komunikaci ve virtuálním prostředí. Zároveň byly na základě polostrukturovaného rozhovoru zjišťovány preference žáků II. stupně ZŠ Šanov v oblasti sociálních sítí a dalších komunikačních nástrojů. Bylo zjištěno, že z celkového počtu 87 žáků II. stupně ZŠ Šanov 98 % respondentů denně využívá sociální síť či jiný komunikační nástroj. Potvrdilo se tak jedno z očekávání, že většina současné generace mládeže podlehla vlivu nejnovějších trendů v oblasti technologií a ke své komunikaci využívá sociální sítě či jiné komunikační platformy.

Z výzkumu vyplynulo, že žáci VI. třídy řadí mezi nejpreferovanější platformy Instagram, TikTok a YouTube, v žebříčku nejoblíbenějších platform žáků VII. a VIII. třídy jsou Instagram, TikTok a Snapchat, žáci IX. třídy pak označili za nejpoužívanější platformy jednoznačně Instagram a Snapchat. Potvrdilo se tak další z očekávání, že současná generace mládeže využívá ke své komunikaci jedny z celosvětově nejpreferovanějších sítí a platform.

Dále byla systematickým pozorováním mluvených i psaných konverzací a následnou jazykovou analýzou zjištěna specifika v oblasti slovní zásoby současné generace mládeže, čímž bylo naplněno další z očekávání. Na základě těchto jazykových zvláštností byl naplněn další cíl této práce – vytvoření slovníčku s vysvětlením. Jeho podstatou je samozřejmě taková slovní zásoba, která vede k nepochopení napříč generacemi.

Závěr

Vliv prudkého rozvoje společnosti v mnoha oblastech podporuje mimo jiné oblibu využívání sociálních sítí a komunikaci prostřednictvím těchto médií a dalších komunikačních platforem. Přestože s sebou komunikace na sociálních sítích a dalších komunikačních nástrojích nese i značná rizika, poskytuje především pro mládež řadu výhod a možností – prostor pro sebe prezentaci – ať už reálného či ideálního já, anonymitu zbavenou sociálních, fyzických, kulturních hranic a předsudků. Zároveň zbavuje uživatele obav z vyjadřování se, kontaktu s kolektivem, zvyšuje sociální sebevědomí a spokojenost, podporuje sociální vztahy. Nejdůležitější je však zřejmě rychlost šíření a velký dosah, kdy si zprávy může přečíst prakticky kdokoli, kdekoliv a kdykoliv.

Shrneme-li poznatky, ke kterým tato práce dospěla, můžeme konstatovat, že drtivá část současné generace mládeže využívá ke komunikaci sociální sítě a další internetové komunikační platformy. 98 % dotazovaných využívá denně různé sociální sítě, což má významný podíl také na vyjadřování mládeže, kdy se slovní zásoba mladé generace neustále obměňuje, modernizuje, zároveň se ale oddaluje od spisovné podoby českého jazyka a především od mluvy starší generace.

Obecně lze říci, že současným trendem v oblasti obliby a využívání sociálních sítí je napříč ročníky II. stupně ZŠ Šanov jednoznačně Instagram. U žáků VI. – VII. třídy je dále populární TikTok, zatímco žáci VIII. a IX. ročníku jako druhou nejvyužívanější sociální síť uvádí Snapchat. Na pomyslném třetím místě se u respondentů VI. třídy umístil server YouTube, kde komunikace probíhá sdílením, případně natáčením videí a následnými komentáři, v VII. třídě Snapchat, v VIII. třídě je hojně využíváno platformy Discord, která prvotně sloužila pro komunikaci hráčů počítačových her, nyní si ale získává oblibu u širokého publika uživatelů, v IX. třídě se na třetí příčce umístil WhatsApp.

V souvislosti s výsledky šetření nelze opomenout jeden z klíčových faktů – a sice že po mnoho let oblíbená sociální síť – Facebook, ztratila u současné generace žáků II. stupně ZŠ sympatie. Její pomyslná hvězda vyhasla. Současná mládež považuje tuto kdysi trendovou sociální síť za platformu „pro staré“. Neshledává ji vizuálně atraktivní, obsah, který tato platforma zprostředkovává, pro ně není zajímavý. Zároveň uvádí, že většina starších členů rodiny Facebook aktivně využívá a oni jsou tak pod jejich dohledem, což je pro ně nepřijatelné.

Jazyk na sociální síti má svá specifika – v psané konverzaci provází současné užívání českého jazyka mnoho gramatických prohřešků, vědomé opomíjení interpunkce, interpunkčních i diakritických znamének, je stírán rozdíl v odlišování velkých a malých písmen. Výrazně je užíváno přejatých slov a zkratk – především z anglického jazyka. Anglicismy jsou adaptované na různých úrovních, přičemž mládež nepovažuje jejich přemíru užití za nijak zvlášť mimořádný jev, ale stávají se nedílnou a automatickou součástí jejich vzájemné komunikace. S výrazným pronikáním angličtiny do českého jazyka se prosazují stále častěji i některá pravidla – například tykání ostatním uživatelům bez ohledu na zdvořilost či jejich postavení.

V mluvené komunikaci je hojně užíváno nespisovných slov, slangových výrazů, přejatých slov, uživatelé se nezděraňují používat vulgární výrazy, dochází k redukci vyjadřování.

Mluvená i psaná podoba jazyka na sebe vzájemně působí a ovlivňují se, veškerá takhle specifika jazyka a komunikace proniká do projevů běžné mezilidské komunikace, veřejné komunikace, ale také psaných textů. Což způsobuje nepochopení ze strany starších generací.

Veškeré výše uvedené zvláštnosti jsou podpořeny systematickým pozorováním, dotazováním a analýzou konkrétních promluv. K většímu porozumění mluvy mládeže slouží slovníček, který je součástí této práce.

Seznam použité literatury

V digitálním světě: mediální vzdělávání s využitím audiovizuálních prostředků pro 1. stupeň základních škol: metodická příručka. Praha: Člověk v tísni, 2020. ISBN 978-80-7591-046-2

BARÁNEK, Tomáš. *Smileys: stručný průvodce emotivní elektronickou komunikací.* Praha: Computer Press, c2000. ISBN 80-7226-294-7.

BARTOŠEK, Jaroslav a Helena DAŇKOVÁ. *Žurnalistika a škola: příručka pro učitele mediální výchovy.* Frýdek-Místek: Václav Daněk, 2008. ISBN 978-80-254-3020-0.

BLINKA, Lukáš. *Online závislosti: jednání jako droga? : online hry, sex a sociální sítě: diagnostika závislosti na internetu: prevence a léčba.* Praha: Grada, 2015. Psyché. ISBN 978-80-210-7975-5.

ČECHOVÁ, Marie. *Čeština - řeč a jazyk.* 3., rozš. a upr. vyd. Praha: SPN - pedagogické nakladatelství, 2011. ISBN 978-80-7235-413-9.

ČMEJRKOVÁ, Světlá, HOFFMANNOVÁ, Jana a Petr KADERKA, ed. *Jazyk a dialog: výběr z textů.* Praha: NLN, 2019. Sociolingvistická edice: jazyk, společnost, interakce. ISBN 978-80-7422-664-9.

ČMEJRKOVÁ, Světlá a Jana HOFFMANNOVÁ. *Mluvená čeština: hledání funkčního rozpětí.* Praha: Academia, 2011. Lingvistika. ISBN 978-80-200-1970-7.

DANEŠ, František. *Český jazyk na přelomu tisíciletí.* Praha: Academia, 1997. ISBN 80-200-0617-6.

FRIEDLOVÁ, Dita. *Kontaktné konektory v chatové komunikaci.* In: TICHÝ, M. Sborník prací Filozoficko-přírodovědecké fakulty SU v Opavě. Řada jazykovědná D2. 1. vyd. Opava: Slezská univerzita v Opavě, 2002. 124 s. ISBN 80-7248-167-3.

GREPL, Miroslav, KARLÍK, Petr, Marek NEKULA a Zdenka RUSÍNOVÁ, ed. *Příruční mluvnice češtiny.* Vyd 2., opr. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-980-5

CHVÁLA, Tomáš. *Já, JůTuber.* Praha: CooBoo, 2015. ISBN 978-80-7544-224-6.

HAŠOVÁ, Lucie. Lásky jedné esemesky. *Naše řeč.* 2002, 85.4: 207-212.

- HAVRÁNEK, Bohuslav. *Studie o spisovném jazyce*. Praha: Nakladatelství Československé akademie věd, 1963.
- HOFFMANNOVÁ, Jana. Čeština v současné soukromé korespondenci (dopisy, e-maily, esemesky). *Přednášky z xLVI. běhu Letní školy slovanských studií*. Praha: FF UK, 2003, 57-70.
- HOFFMANNOVÁ, Jana. Teorie kontextualizace: vzájemné působení jazyka a neverbálních prostředků. *Slovo a slovesnost*. 1994, 55.1: 51-57.
- HOFFMANNOVÁ, Jana, Jiří HOMOLÁČ, Eliška CHVALOVSKÁ, Lucie JÍLKOVÁ, Petr KADERKA, Petr MAREŠ a Kamila MRÁZKOVÁ. *Stylistika mluvené a psané češtiny*. Praha: Academia, 2016. Lingvistika. ISBN 978-80-200-2566-1.
- HOSKOVEC, Tomáš, Ondřej ŠEFČÍK a Radim SOVA. *Teorie a empirie: bichla pro Krčmovó*. Brno: Masarykova univerzita, 2006. ISBN 80-210-3955-8.
- HUBÁČEK, Jaroslav, Jana SVOBODOVÁ a Eva JANDOVÁ. *Čeština pro učitele*. Vyd. 2. Opava: Vademecum, 1998. ISBN 80-86041-30-1.
- JANDOVÁ, Eva. *Čeština na WWW chatu*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, Filozofická fakulta, 2006. ISBN 80-7368-253-2.
- KOŽÍŠEK, Martin a Václav PÍSECKÝ. *Bezpečně n@ internetu: průvodce chováním ve světě online*. Praha: Grada Publishing, 2016. ISBN 978-80-247-5595-3.
- KUCHAŘ, Jaroslav a Karel HAUSENBLAS, ed. *Čeština za školou*. 2. vyd. Praha: Panorama, 1979.
- KULHÁNKOVÁ, Hana a Jakub ČAMEK. *Fenomén facebook*. Kladno: BigOak, 2010. ISBN 978-80-904764-0-0.
- MAREŠ, Jiří a Jaro KŘIVOHLAVÝ. *Komunikace ve škole*. Brno: Masarykova univerzita, 1995. ISBN 80-210-1070-3.
- MCCRINDLE, M. 2014. *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*. Sydney: University of New South Wales Press. 208 s. ISBN 978-1742230351.
- MÜLLEROVÁ, Olga, Jana HOFFMANNOVÁ a Eva SCHNEIDEROVÁ. *Mluvená čeština v autentických textech*. Jinočany: H & H, 1992.

RYSOVÁ, Kateřina. *Slangový projev mládeže: slovník současné hovorové češtiny*. České Budějovice: Pedagogické centrum České Budějovice, 2003. Ediční řada C. ISBN 80-7019-013-2.

SALAGUARDOVÁ, Jiřina a Pavel SEDLÁČEK. *Současný český jazyk a stylistika*. Brno: Masarykova univerzita, 2014. ISBN 978-80-210-7928-1.

SVOBODOVÁ, Diana. *Internacionalizace současné české slovní zásoby*. V Ostravě: Ostravská univerzita v Ostravě, Pedagogická fakulta, 2007. Spisy Ostravské univerzity. ISBN 978-80-7368-308-5.

ŠMAHEL, David a Zbyněk VYBÍRAL. *Komunikace uživatelů internetu: Co výzkumy zjistily a jaký výzkum potřebujeme?* In *Modernizace a česká rodina*. Brno: Barrister & Principal, 2003. ISBN 80-86598-61-6.

ŠMILAUER, Vladimír. *Nauka o českém jazyku: pomocná kniha pro vyučování na školách 2. cyklu*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1972.

TREADAWAY, Chris. *Marketing na Facebooku: výukový kurz*. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3337-8.

Seznam elektronických zdrojů

AKTUÁLNĚ CZ, 2019. Ztracená generace Z: Jak přemýšlejí mladí Češi o životě, práci i budoucnosti. *Magazin.aktualne.cz* [online]. 2019. [cit. 2022-04-12]. Dostupné z: <https://magazin.aktualne.cz/zatracena-generacez/r~d1f1da48debd11e9926e0cc47ab5f122>

BOYD, Danah; ELLISON, Nicole. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007, vol. 13, n. 1. . [cit. 2016-01-17]. Dostupné z: [Microsoft Word - boydellison-FINAL.doc \(danah.org\)](#)

DISCORD. Náš příběh. *discord.com* [online]. [cit. 2022-04-12]. Dostupné z: <https://discord.com/company>

FIALOVÁ, Kateřina. *Čeština komunikace na blogu*[online]. Brno, 2012 [cit. 2022-01-20]. Bakalářská práce. Filozofická fakulta Masarykovy Univerzity. Vedoucí bakalářské práce Marie Krčmová. Dostupné z: https://is.muni.cz/th/yey2l/Cestina_komunikace_na_blogu.pdf

HAVRLÍKOVÁ, Zdeňka. *Současná mluva mládeže v ruštině a češtině*. Praha, 2008 [cit. 2022-02-25]. Diplomová práce. Pedagogická fakulta Univerzity Karlovy. Vedoucí práce Hana Žofková. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/handle/20.500.11956/14514>

HOLZMAN, Ondřej. Patří nám i WhatsApp nebo Instagram, chce ukázat Facebook. Mateřskou firmu proto přejmenoval na FACEBOOK. *czechcrunch.cz* [online]. 2019. [cit. 2022-04-15]. Dostupné z: <https://cc.cz/patri-nam-i-whatsapp-nebo-instagram-chce-ukazat-facebook-materskou-firmu-proto-prejmenoval-na-facebook>

KOMRSKOVÁ, Zuzana. *Emotikony a jejich využití v současných textech* [online]. Praha, 2010 [cit. 2022-04-04]. Bakalářská práce. Pedagogická fakulta Univerzity Karlovy. Vedoucí bakalářské práce Radka Čapková. Dostupné z: https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/36296/BPTX_2010_1_11410_0_19693_8_0_90444.pdf?sequence=1

KOPECKÝ, Kamil; JECHOVÁ, Kateřina. Slovní zásoba české mládeže se zaměřením na přejatá slova. *e-Pedagogium* [online]. 2007, 78-85 [cit. 2022-01-20]. Dostupné z: https://epedagogium.upol.cz/artkey/epd-200702-0007_slovni-zasoba-ceske-mladeze-se-zamerenim-na-prejata-slova.php

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

KOPECKÝ, Kamil. Jak zabezpečit online výuku. E-Bezpečí, roč. 5, č. 2, s. 32-39. Olomouc: Univerzita Palackého, 2020. ISSN 2571-1679. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php?view=article&id=2063>

KUBALA, Lukáš. Snapchat už nepřináší revoluční novinky, pouze rizika. E-Bezpečí, roč. 4, č. 1, s. 38-41. Olomouc: Univerzita Palackého, 2019. ISSN 2571-1679. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php?view=article&id=1441>

Ler.Studio. *Statistiky využití sociálních sítí: Kolik lidí používá sociální média v roce 2021?* In: LerStudio [online], 22.06.2021. [cit. 2022-04-04]. Dostupné z: <https://lerstudio.cz/statistiky-vyuziti-socialnich-siti-kolik-lidi-pouziva-socialni-media-v-roce-2021>

NĚMCOVÁ, Veronika. Nejmladší miliardář světa založil Snapchat, firma jde na burzu. *iDnes.cz* [online]. 12. 2. 2017 [cit. 2022-04-08]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/ekonomika/zahranicni/nejmladsi-miliardar-sveta-zalozil-snapchat-firma-jde-na-burzu.A170212_095939_eko-zahranicni_vem

O společnosti WhatsApp. WhatsApp [online]. [cit. 2022-04-10]. Dostupné z: <https://www.whatsapp.com/about>

PAPADOPULOS, Andreas. *Horizont ČT24*. TV, ČT24, 14. 2. 2020. Dostupné z: <https://edu.ceskatelevize.cz/video/8813-historie-socialni-site-youtube?backlink=zg6e3>

PTÁČEK, Michal. Jak vznikl a následně uspěl Instagram, jehož hodnota se dnes odhaduje na 35 miliard dolarů? *czechcrunch.cz* [online]. 2015. [cit. 2022-04-10]. Dostupné z: <https://cc.cz/jak-vznikl-a-nasledne-uspel-instagram-jeho-z-hodnota-se-dnes-odhaduje-na-35-miliard-dolaru/>

Smahel, D., Machackova, H., Mascheroni, G., Dedkova, L., Staksrud, E., Ólafsson, K., Livingstone, S., and Hasebrink, U. (2020). EU Kids Online 2020: Survey results from 19 countries. EU Kids Online. <https://doi.org/10.21953/lse.47fdeqj01ofo>

Seznam příloh

Příloha č. 1 a 2: Snapchat – ukázky zasílaných fotografií mezi uživateli, díky nimž sbírají symboly „ohýnků“ a udržují si komunikaci na denní bázi

Příloha č. 3: Snapchat – ukázka zaslané fotografie s komentářem Strx, který vyzývá k tomu, aby byli uživatelé v kontaktu, aby si udrželi konverzaci

Příloha č. 4: Snapchat – ukázka chatu, která dokazuje oblibu (a přemíru) používání emotikonů

Příloha č. 5 a 6: Instagram – ukázka chatu, z nichž je patrná obliba hlasových záznamů

Příloha č. 7 a 8: Instagram – ukázka chatu, ve kterém jsou užity specifické prvky komunikace současné generace mládeže

Příloha č. 9 - 11: Messenger – ukázka chatu, z nichž je patrná obliba přemíry emotikonů, opakování jedné a tytéž věci, expresivních výrazů, smyšlených slov psaných velkými písmeny

Příloha č. 12: Polostrukturovaný rozhovor – otázky

Přílohy

Příloha č. 1



Příloha č. 2



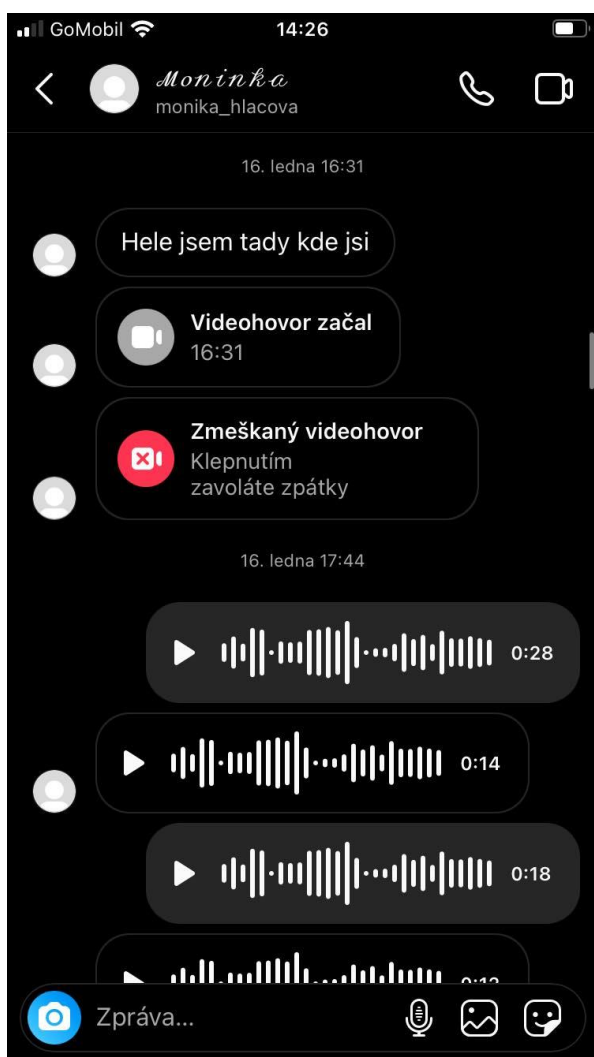
Příloha č. 3



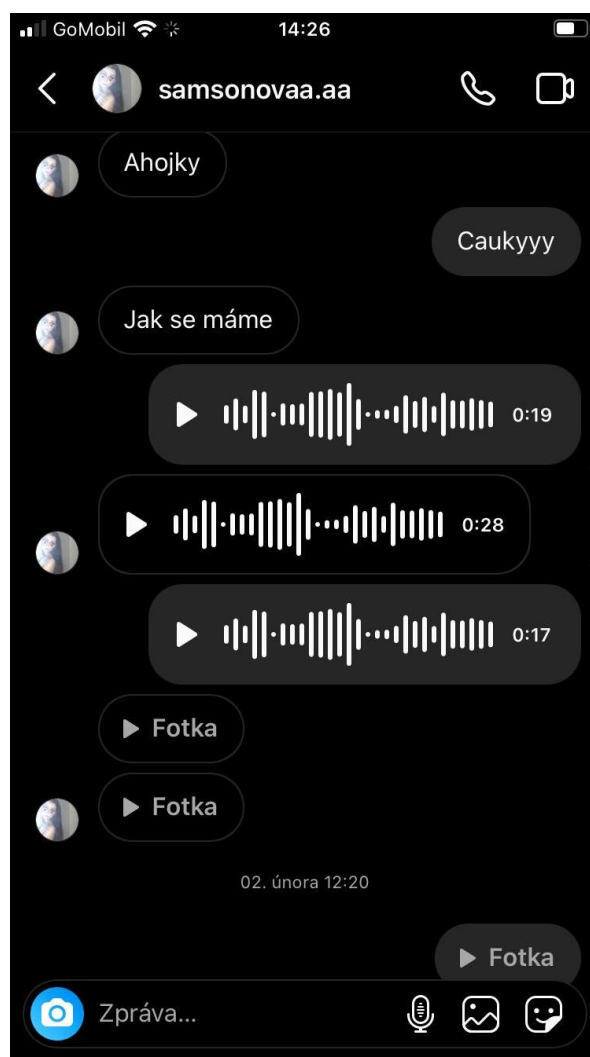
Příloha č. 4



Příloha č. 5



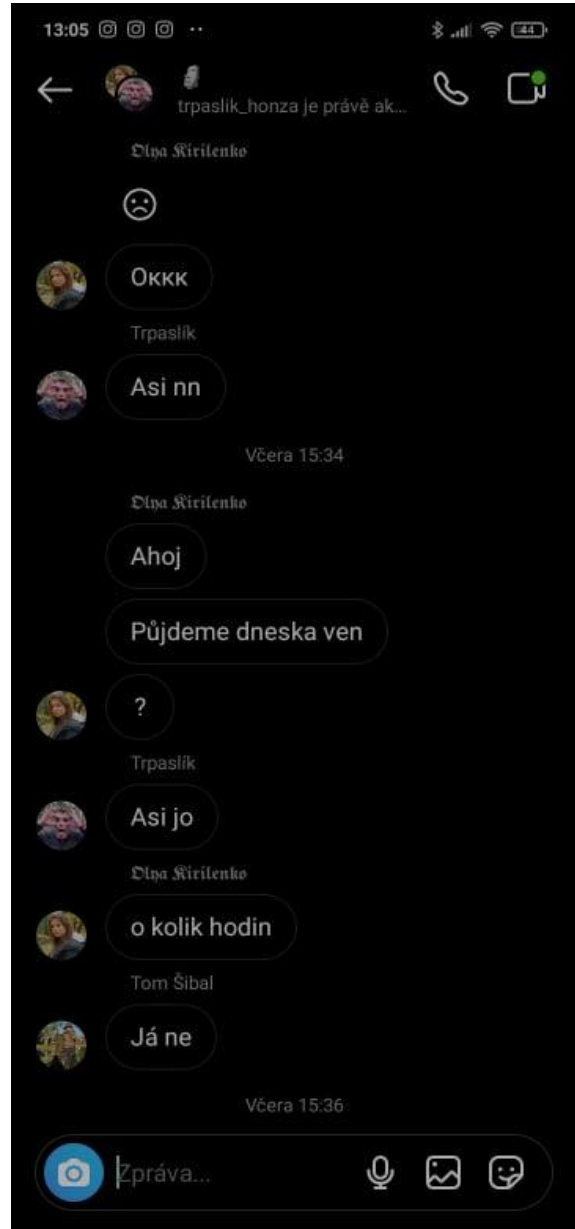
Příloha č. 6



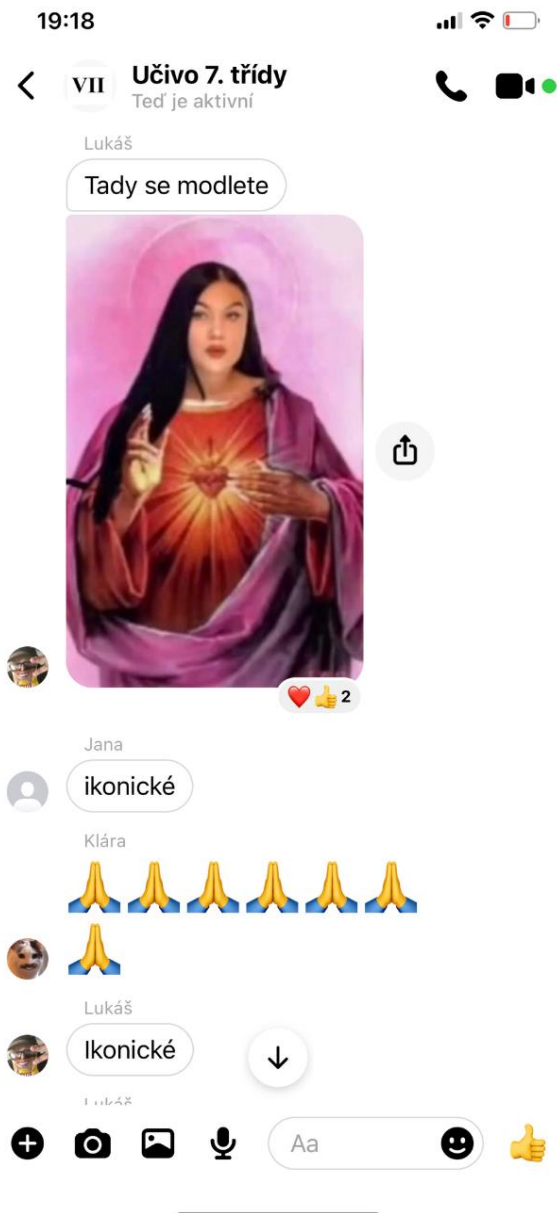
Příloha č. 7



Příloha č. 8



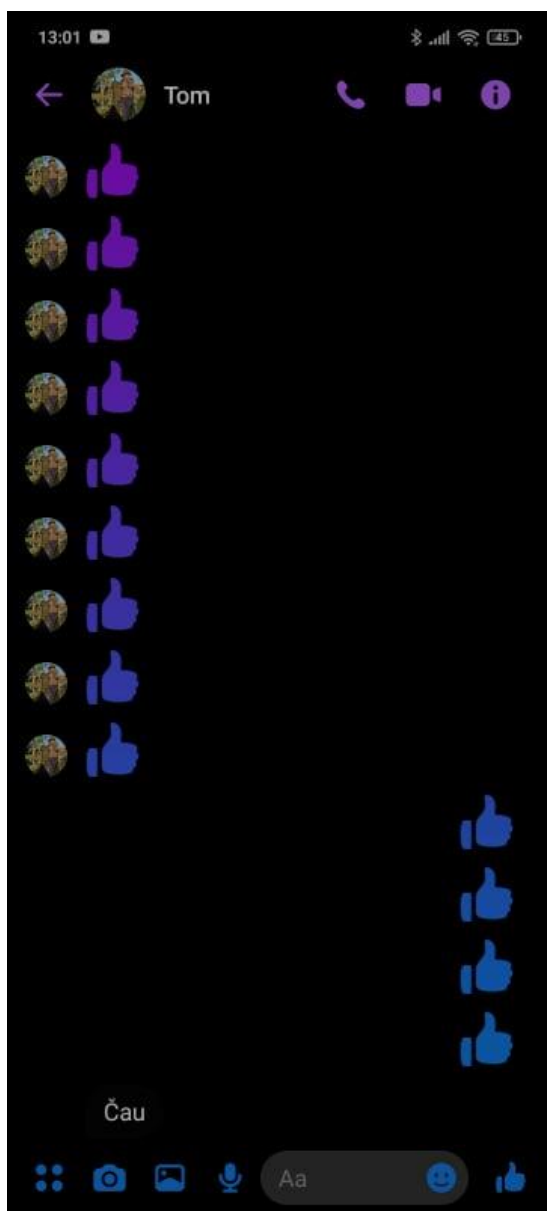
Příloha č. 9



Příloha č. 10



Příloha č. 11



Příloha č. 12

Polostrukturovaný rozhovor – otázky:

1. Kolik je ti let?
2. Používáš ke komunikaci sociální sítě či jiné komunikační platformy?
3. Využíváš tyto komunikační nástroje každý den?
4. Jaké konkrétní komunikační nástroje využíváš? Proč zrovna tyhle?
5. Pokus se seřadit komunikační platformy od nejpoužívanější po tu nejmén používanou.
6. Jaký máš důvod k tomu je takto seřadit?