

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Teologická fakulta
Katedra pedagogiky

Diplomová práce

JAKÝM ZPŮSOBEM ADOLESCENTI PREZENTUJÍ VLASTNÍ OSOBU NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH?

Vedoucí práce: doc. Michal Kaplánek, Th.D.

Jméno: Bc. Lucie Růžičková

Studijní obor: Pedagogika volného času, prezenční forma

Ročník: 2.

2019

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

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

30. 3. 2019

.....
Bc. Lucie Růžičková

Poděkování:

Ráda bych touto cestou vyjádřila poděkování panu doc. Michalu Kaplánkovi, Th.D. za jeho odborné vedení, cenné rady a trpělivost, kterou při vedení mé diplomové práce projevoval. Dále bych chtěla poděkovat svým blízkým, kteří mi byli oporou a přispěli tak ke zvládnutí náročných okamžiků, které se během studia vyskytly.

Obsah

Úvod.....	6
1 Motivy adolescentů k trávení volného času online.....	9
2 Sebe prezentace adolescentů na sociálních sítích	13
2.1 Sociální síť Facebook	13
2.2 Sociální síť Instagram.....	14
2.3 Sebe prezentační prostředky na sociálních sítích	15
3 Důvody virtuální sebe prezentace adolescentů na sociálních sítích	27
3.1 Důvody otevírání soukromí adolescenta	31
4 Na koho chtějí svou virtuální sebe prezentací adolescenti zapůsobit?	32
5 Virtuální identita	39
6 Experimentování s virtuální identitou.....	44
6.1 Příčiny změny adolescentovi identity ve virtuálním prostředí	47
7 Pozitiva a negativa virtuální identity	49
7.1 Negativní aspekty virtuální identity	49
7.2 Pozitivní aspekty virtuální identity.....	61
8 Výzkumná část.....	65
8.1 Cíl výzkumu a výzkumné otázky	65
8.2 Metoda výzkumu	70
8.3 Metoda sběru dat	72
8.4 Výzkumný vzorek.....	73
8.5 Metoda analýzy získaných dat.....	74
8.6 Diskuze	78
Závěr	83
Přílohy	85
Seznam použitých zdrojů	94
Abstrakt	99

Abstract 100

Úvod

V tento okamžik se v dlaních vašich rukou nachází diplomová práce s názvem „*Jakým způsobem prezentují adolescenti vlastní osobu na sociálních sítích?*“, jež je zkompletizována celkem z osmi tematických celků. Abychom porozuměli skutečnosti, proč si dospívající jedinci mnohdy nedokážou bez prostředí internetu svůj život představit, měli bychom v první řadě porozumět motivům. Z tohoto důvodu byla v této předkládané diplomové práci vytvořena první kapitola, která je pojímána jako základní přehled motivů a potřeb adolescentů.

V druhé kapitole se staly ústředním tématem sociální sítě. Vzhledem k tomu, že se z jejich pestré škály v životě jedince nacházející se ve věku mezi dospělostí a pubertou nejvíce zasadily sociální platformy označující se jako Facebook a Instagram, je jim v rámci této kapitoly věnována dostatečná pozornost. Upozorněno je především na vznik, vývoj a jejich rozšíření do celého světa. Nutno podotknout, že součástí této výše popsané kapitoly je rovněž podkapitola, prostřednictvím které je detailním způsobem charakterizován výčet funkcí a sebeprezentačních prostředků sociální sítě Facebook a Instagram.

Pozoruhodnou otázkou, proč vůbec dospívající jedinci na těchto již výše zmíněných sociálních platformách své osobní příspěvky v takové míře zveřejňují, se zabývá třetí kapitola této diplomové práce. A protože se tak děje vždy za určitým účelem, jsou ve zjednodušeném pojetí tři hlavní důvody v rámci této kapitoly přiblíženy. Dále na ní navazuje třetí kapitola, která se ve srovnání s ní zabývá otázkou, na koho chtějí svou virtuální sebeprezencí adolescenti zapůsobit.

Pakliže jsou výše vyřčené otázky prostřednictvím těchto kapitol pomyslně zodpovězeny, můžeme v následující chvíli soustředit svůj zájem na kapitolu pátou. A jak už její název sám o sobě vypovídá, bude nezbytné pojednat o virtuální identitě. Konkrétně pocítuji potřebu zmínit se především, co se jejího definování týče. A vzhledem k tomu, že jsem tuhle nutkavou potřebu zaznamenala i v případě konstrukce virtuální identity, stala se v závěru páté kapitoly diplomové práce centrálním tématem její podkapitoly.

A zatímco se šestá kapitola této předkládané magisterské práce soustředí na experimentování s virtuální identitou, v kapitole sedmé se budu zabývat tím, jaké klady a zápory nám identita online přináší. Shrnutí faktů o rizicích i výhodách virtuální identity je dle mého osobního názoru cílem kapitoly s názvem „*pozitiva a negativa virtuální identity*“.

Osmá kapitola bude pojednávat o hlavních složkách výzkumu, které povedou k vytvoření praktické části této magisterské práce. Uvnitř této kapitoly jsou vymezeny základní výzkumná otázka včetně vedlejších výzkumných otázek, které jsou v rámci této kapitoly důkladně vysvětleny. Dále je hlavní náplní praktické části této diplomové práce popis výzkumných metod a technik, prostřednictvím kterých bylo výzkumné šetření uskutečněno. V neposlední řadě zde dojde k ucelenému představení výsledků výzkumu, přičemž budou zodpovězeny všechny stanovené výzkumné otázky.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 Motivy adolescentů k trávení volného času online

„Zamysleme se nad základními potřebami a motivy adolescentů. Právě tyto dobře známé principy mohou být užitečným nástrojem k pochopení toho, proč adolescenti dělají to, co dělají, v té zdánlivě exotické a zvláštní zemi jménem „cyberspace“.“¹

Chceme-li porozumět skutečnosti, proč si dospívající jedinci mnohdy bez internetového prostředí nedokážou svůj život představit, měli bychom v první řadě porozumět motivům. Do základní kategorie motivů a potřeb adolescentů patří:

- **Hledání a experimentování s identitou** – Fáze, kdy nastává dospělost je obdobím experimentování, hledání sebe sama. Nalézt své skutečné „já“ je poučnou zkušeností, ke které není jednoduché dospět. V hledání vlastní identity pomáhají aktivity prováděné v kyberprostoru a umožňují s ní současně experimentovat.
- **Intimita a pocit začlenění** – Dospívání ohlašuje nástup intenzivního zájmu o druhé pohlaví. V této životní etapě se objevují první skutečné vztahy, v nichž se zívadí chlapci i dívky ujišťují o vlastní ceně a své atraktivitě. Rovněž probíhá navazování vztahů ke svým vrstevníkům – jedná se o sklon vytvářet skupiny, ve kterých si dospívající navzájem vyměňují a sdílejí nejsoukromější vlastní pocity či osobní zkušenosti. Díky svému „online životu“ mohou adolescenti naleznout neomezený počet lidí, se kterými smějí navázat nové intimní vztahy nebo získat pocit, že někam patří.
- **Separace od rodičů, primární rodiny** – Postupné osamostatňování a odloučení dětí od rodičů je proces, který se nazývá separace. Při vnitřním odpoutávání se od rodičů se adolescent musí postavit na své vlastní nohy a otevřít se „dospělému životu“.

Na cestě, jak se stát samostatnou dospělou bytostí může pomoci prostředí internetu, jelikož teenagerovi poskytuje prostor stát se nezávislým, dělat si věci po „svém“ a současně prožívat dobrodružství, o kterém rodiče nemají tušení – a přitom tak zůstat v bezpečí domova.

¹ SULER, John. *The Psychology of Cyberspace*. 1. vyd. New Jersey: Rider university, 2002, s. 41. ISBN 978-0-521-87301-7.

- **Odreagování frustrací** – Nejdramatičtější psychickým i fyzickým podnětům je jedinec vystaven ve věku dospívání. Psychické a fyzické zranění s sebou přináší chování, které se pohybuje od emocionálního zmatku, trudnomyslnosti, introvertní uzavřenosti až po nezávazné hazardování, chůtění po silných prožitcích a vytváření nových zážitků.

K internetu a jeho aplikacím se mnoho adolescentů dostává z důvodu, aby tyto nepříjemné pocity vyplývající z této životní dospívání překonali. Navíc vypořádat se ve světě lehce dostupného a anonymního internetu vyžaduje mnohem méně námahy, než se snažit odstranit výše zmíněné obtíže jinak, třeba cvičením.

- **Sociální učení** – V dnešní době představuje internetová komunikace nejběžnější způsob poznávání druhých. Vyhledávání nových kontaktů v kyberprostoru je typické především pro období adolescence. V oblasti navazování sociálních vztahů přináší dospívajícím internet cenné zkušenosti – ztrácejí ostych a zvyšují své komunikační dovednosti.

Nejlákavější jsou chaty, jelikož představují možnost přímé komunikace. Jedinec, který má problém ve společnosti navázat konverzaci nebo se stydí oslovit neznámé lidi, je chráněn do jisté míry svou přezdívkou před identifikací. Z tohoto důvodu může bez jakéhokoliv postihu ve virtuální společnosti libovolně projevovat své názory a realizovat své sociální potřeby. Optimální je, když se tato schopnost přenesení i do reálného života.

- **Sexuální aktivita** – Již v pubertě s plným pohlavním dozráním přichází i plné uvědomění vlastní sexuality. Avšak až v průběhu adolescence se probouzí vnitřní (duševní) potřeba intimního vztahu. Novou a vzrušující dimenzi intimity dospívající objevuje, když ji, většinou poprvé v životě, vědomě navazuje s někým mimo primární rodinu.

V této fázi života zkouší i takzvaný „cybersex“, což je „virtuální sexuální setkání dvou či více lidí spojených na dálku přes počítačovou síť, kdy si tito lidé vzájemně posílají nesporně sexuální zprávy popisující erotické zkušenosti a fantazie. Je to forma RPG („divadélka“), ve kterém účastníci předstírají skutečný pohlavní styk pomocí popisování svého jednání a odpovídání partnerovi, přičemž využívají hlavně psaného projevu sestaveného tak, aby stimuloval vzájemné sexuální pocity a fantazie.²

² Lupa.cz – server o českém Internetu [online]. Praha: Lupa.cz – server o českém Internetu, © 1998 – 2019 [cit. 2018-11-10]. Dostupné na: WWW <<https://www.lupa.cz/clanky/cybersex-svudne-moznosti-internetu/>>.

Názory zákonných zástupců na „cybersex“ jsou protichůdné. Na jedné straně se setkáváme s přesvědčením, že dospívající budou při pátrání a objevování vlastní sexuality experimentovat bez ohledu na to, co dospělí říkají, a proto není důvod zakazovat tento potencionálně bezpečný způsob. Na straně druhé narážíme na postoj, že je to směšná, nepřírozená a nesmyslná aktivita. To, jestli rodiče pokládají „virtuální sex“ za špatný či nikoliv se odvíjejí od systému jejich hodnot.

Dalším motivem stále častějšího pobytu ve virtuálním světě je, že prostřednictvím online aktivit mohou být nasyceny téměř všechny potřeby.

Představu o uspořádání lidských potřeb si v roce 1943 vytvořil americký psycholog Abraham Harold Maslow. Jeho nejvýznamnějším příspěvkem je teorie lidské motivace, podle níž tvoří lidské potřeby hierarchickou strukturu. Potřeby graficky uspořádal do tvaru pětipatrové pyramidy, jelikož se domníval, že tímto způsobem vypadá jejich provázanost. Dle jeho teorie jsou potřeby uspokojovány od nejnnutnějších fyziologických. Teprve pokud máme dostatečně zabezpečeny základní potřeby, jsou postupně aktivizovány směrem nahoru potřeby vyšší. Při postupování na vyšší úroveň už nevnímáme předchozí stupně jako svou prioritu.

Na modelu Maslowovi pyramidy potřeb se pokusím ve své diplomové práci ukázat, jaké potřeby jedince mohou být prostřednictvím internetového prostředí naplněny:



Obrázek č. 1: Maslowova pyramida lidských potřeb

- **Fyziologické potřeby** – Mezi základní potřeby našeho organismu náleží jídlo, pití, dýchání, vylučování a sex. Ve virtuálním prostředí může být z těchto fyziologických

potřeb naplněn především sexuální pud. Prostřednictvím erotického chatu či prohlížením webových stránek s pornografickým obsahem může docházet k uvolnění sexuálního napětí.

- **Potřeba bezpečí a jistoty** – Jedním z důvodů, proč dochází k úniku do online světa, je jistota. Úzkost spojenou s nepříjemnými zážitky zvenčí jedinec tlumí vědomím, že hra nebo virtuální přátelé tu pro něj budou vždy k dispozici. Jistotou je i to, že kdykoliv by zažíval nepříjemné pocity nebo se nacházel v přímém ohrožení, lze ze situace jednoduše odejít, nereagovat a vypnout počítač.
- **Potřeba sounáležitosti a lásky** – Pro uspokojení potřeby sounáležitosti a lásky představují ideální místo internet a sociální sítě, kde jedinec pociťuje, že někam patří, cítí se být pozitivně přijímán, umožňuje mu být v kontaktu s druhými lidmi, komunikovat a navazovat přátelství.
- **Potřeba uznání** – Ti, kteří respekt či pocit vlastní sebedůvěry nepociťují nebo jim ve vytváření sebeúcty brání psychické nerovnováha (například deprese), vyžadují uznání. Jestliže tato potřeba (cítit se užitečně, přijímán a pozitivně oceňován) není uspokojena, způsobuje v reálném životě nízké sebevědomí a komplexy méněcennosti.

Výše zmíněnému stavu může jedinec předejít naplněním potřeby uznání v prostředí internetu. Například na diskusním serveru získá jedinec určitou prestiž a současně tím posílí své sebevědomí. Avšak dle mého osobního cítění je důležité, aby jedinec v první řadě vnitřně přijal sám sebe, a teprve poté mu mohou podobné on – line aktivity dodávat pocit vnitřní důvěry.

- **Potřeba seberealizace, sebeaktualizace** – v případě, že jsou předcházející základní potřeby nasyceny, na řadu přicházejí takzvané metapotřeby. Patří sem například pravda, spravedlnost, estetické potřeby, tvořivost, vnímat a poznávat. Na internetu mohou být téměř beze zbytku naplněny – kde jinde se nám naskytne tolik příležitostí na jednom místě sdílet svůj názor, být hravý, zastávat se slabších, sledovat to, co se nám jeví jako krásné, negativní a špatné jednoduše přehlížet.

2 Seběprezentace adolescentů na sociálních sítích

Přestože sociálních sítí s celosvětovou popularitou existuje samozřejmě daleko více, nejvíce se zasadily sociální platformy s názvem Facebook a Instagram. Právě z tohoto důvodu jsem dospěla k přesvědčení, že si výše uvedené fenomény zaslouhují více pozornosti. Následkem toho, se tedy staly ústředním tématem v *Kapitole č. 1* – ta se Facebookem a Instagramem zaobírá i proto, že tyhle sociální sítě se svou velmi rychlou expanzí do celého světa umožňují adolescentům prezentovat svou vlastní osobu virtuálně.

2.1 Sociální síť Facebook

Věřím, že se mezi recipienty této magisterské práce nenachází nikdo, kdo by nejvíce používanou sociální síť neznal. I přes tuhle skutečnost, si pojdme Facebook přeci jen více přiblížit. V první řadě bych se ráda zaměřila na jeho historii, která začala na elitní americké univerzity Harvard. Za jeho zdmí Mark Zuckerberg, tehdejší student psychologie, rozvíjel nápad vybudovat stávající sociální sítě jako webovou stránku, a sice nikoliv jen s fotografiemi, ale i s profily a různými aplikacemi. Každý uživatel měl mít k dispozici stránku s profilem, na které se může představit a nahrát na ni fotografie nebo videa. Na nástěnce měli mít návštěvníci možnost zanechávat veřejně viditelné vzkazy a zveřejňovat poznámky.³

Tento svůj projekt, který založil a spustil dne 4. února 2004, pojmenoval Facebook. Samotný název vznikl podle letáčků, zvaných „*Facebooks*“ – ty dostávají studenti prvních ročníků na univerzitách ve Spojených státech amerických, kde plní především seznamovací funkci a usnadňují novým studentům seznámení mezi sebou.⁴

Počátky slavných dnů byly pozvolné. V době, kdy Facebook směli využívat jen studenti Harvardovy univerzity, by jeho zakladatel jen těžko řekl, že kvůli němu bude jednou pozván prezidentem Spojených států amerických do prostor Bílého domu.⁵ A nejen to – po otevření pomyslných bran této sociální sítě i pro široký okruh veřejnosti, se podle časopisu *Forbes* stal nejmladším miliardářem v historii, který se vypracoval od píky.

³ Srov. ZITELMANN, Rainer. *Proč jsou úspěšní lidé úspěšní*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, s. 141. ISBN: 978-80-247-4187-1.

⁴ Srov. Zdeněk Blažek [online]. Praha: ZdeněkBlažek.cz – marketingový konzultant, © 2016 – 2017 [cit. 2019-02-24]. Dostupné na: WWW <<https://www.zdenekblazek.cz/vznik-a-historie-facebooku/>>.

⁵ Srov. *Expres* [online]. Praha: Expres.cz – zprávy, které baví. © 1999 – 2019 [cit. 2019-02-24]. Dostupné na: WWW <https://www.expres.cz/pred-12-lety-vznikl-facebook-dds-/svet.aspx?c=A160201_083629_dx-svet_anna>.

A přestože se Facebook vypracoval až k nejznámější a největší sociální síti současnosti (jen v Česku je k ní registrováno přes 5 milionů uživatelů a 77% z nich se přihlašuje na svůj profil každý den), stále méně mladých ho využívá. Klesající trend je jasně viditelný. Možným vysvětlením je „cool efekt“ – na Facebooku dnes může být každý, ale jen málokdo vlastní úspěšný účet na Instagramu, kde je vše krásné a úžasné. Facebooku to tolik vadit nemusí, protože Instagram spadá pod jeho křídla.

2.2 Sociální síť Instagram

Využití mobilních zařízení pouze k psaní a telefonování přestávalo stačit. V reakci na rostoucí požadavky, kdy vlastníci mobilních telefonů vyžadovali stále více přidanych funkcí, jako je kvalitní fotoaparát nebo připojení k Internetu pro stále monitorování sociálních sítí a e – mailů, přišla společnost Apple na trh s novinkou, která svět chytrých telefonů změnila daleko více než cokoli předtím. Představila svůj *iPhone* – ten svým uživatelským prostředím určil směr, kterým se vydaly všechny chytré telefony v dalších letech, jehož součástí byla služba *App Store*, která umožňovala instalovat do zařízení aplikace vyvinuté třetí stranou.

Vzhledem k tomu, že této službě bylo věnováno stále více pozornosti ze strany developerů, vyvíjení aplikací se stalo businesssem. V návaznosti na to se dne 6. 10. 2010 v rámci *App Store* zrodila aplikace s názvem Instagram, jejímiž autory byli Mike Krieger a Kevin Systrom.⁶

Jedná se o sociální síť, která je určena ke sdílení převážně vizuálního obsahu. „*Instagram představuje jednoduchý způsob, jak můžete sdílet svůj život a mít přehled o tom, co dělají ostatní. Vyfoťte fotku nebo natočte video a pomocí filtrů a kreativních nástrojů svůj snímek upravte. Pak ho zveřejněte na Instagramu a rovnou ho sdílejte i na Facebooku, Twitteru, Tumblru a dalších sítích – nebo ho pošlete přímo v soukromé zprávě. Vyhledejte lidi, které chcete sledovat, podle toho, co vás zajímá. A staňte se tak členem inspirativní komunity.*“⁷

Platforma Instagramu byla koupena za jednu miliardu dolarů – v roce 2012 to oznámil Mark Zuckerberg. U uživatelů Instagramu se to nesetkalo s přílišným nadšením, neboť se obávali zhoršení či změny podmínek užívání. Nutno podotknout, že tyto zmíněné obavy uživatelů se vyplnily dne 18. prosince 2012, kdy Instagram skutečně změnil podmínky užívání. V rámci nových podmínek měly být všechny fotografie, které byly uživateli na Instagram nahrány, použity k reklamní činnosti, a to bez nároku na honorář. Proti této změně se uživatelé

⁶ MILES, Jason. *Instagram power: build your brand and reach more customers with the power of pictures*. 1. vyd. New York: McGraw-Hill Education, 2014, s. 4 – 6. ISBN 978-00-718-2700-3.

⁷ *Instagram* [online]. Praha: Instagram, © 2019 [cit. 2019-02-25]. Dostupné na: WWW <<http://www.instagram.com/about/faq/>>.

Instagramu začali bouřit, proto své rozhodnutí Instagram přehodnotil a vrátil se k původním pravidlům.⁸

2.3 Sebeprezentační prostředky na sociálních sítích

- **Fotografie:** Zlaté doby vyvolávání fotografií jsou minulostí. Zatímco ještě před několika lety bylo prohlížení pečlivě vyskládaných papírových alb všední záležitostí, v současnosti to může být pro spoustu dnešních mladých lidí zážitek, se kterým se setkávají poprvé v životě. Tato skutečnost je dle mého osobního názoru zapříčiněná především tím, že stále více lidí inklinuje k pořizování snímků pomocí fotoaparátu na svém mobilním zařízení. Důvodem, proč lidé k fotografování využívají nejčastěji své mobilní telefony, je, že ve světě, v němž žijeme, jsou to technologie, které máme neustále u sebe – jsou vždy po ruce, a proto je velmi jednoduché zachytit s nimi to, co v danou chvíli potřebujeme. Zatímco výrobci kompaktních fotoaparátů si tento fakt nebyli schopni dlouho připustit, sociální sítě díky tomu zažívají revoluční rozmach. Přesněji řečeno, vzhledem k tomu, že si lidé uchovávají své vyfotografované snímky pouze v elektronické podobě, pro jejich předvádění následně využívají sociální sítě. Dalo by se říci, že chytré mobilní telefony je k výše uvedenému kroku přímo vybízejí, neboť v rámci svého nastavení nabízejí možnost okamžitého publikování fotky na sociálních sítích.

Na myšlence sdílet fotografie, které byly zachyceny prostřednictvím objektivu chytrého mobilního telefonu, byla založena sociální platforma s názvem Instagram. S jejím objevením se současně vynořuje i otázka, zda se z této výše zmíněné sociální sítě zaměřené převážně na sdílení fotografií stane nový trend nebo se bude jednat jen o další hvězdu, která krátce zazáří a rychle vyhasne. Dnes se této obavě můžeme už jen smát, jelikož zájem veřejnosti od spuštění služby rostl raketovým tempem. Není tedy překvapením, že první milion uživatelů si aplikace získala již po necelém půl roce svého fungování a o rok později už se vyšplhal na deset milionů.⁹

Příchod takzvaných smartphonů nejen, že umožnil pořízené snímky sdílet na sociálních sítích, ale rovněž umožňuje zachycené fotografie na stejném zařízení

⁸ *Instagram* [online]. Praha: Instagram, © 2019 [cit. 2019-02-25]. Dostupné na: WWW <<http://www.instagram.cz/jak-vznikl-instagram-od-nuly-az-k-facebooku/362>>.

⁹ Srov. *Lupa.cz – server o českém Internetu* [online]. Praha: Lupa.cz – server o českém Internetu, © 1998 – 2019 [cit. 2019-02-25]. Dostupné na: WWW <[psahttps://www.lupa.cz/clanky/prvni-fotka-na-instagramu-byl-portret-psa-a-uz-je-tam-ctyri-roky/](https://www.lupa.cz/clanky/prvni-fotka-na-instagramu-byl-portret-psa-a-uz-je-tam-ctyri-roky/)>.

editovat. A protože sociální platforma Instagram se snaží jít s dobou, přináší několik nástrojů sloužící k úpravě fotek. „*Vesměs jde o nástroje, které jsou součástí každého slušnějšího editoru fotografií. Tím, že je Instagram zahrnul do své výbavy, snižuje potřebu uživatelů využívat k editování snímků jiné aplikace.*“¹⁰ Nutno podotknout, že tahle vychytávka přibyla za účelem přilákání nových uživatelů. Dle mého osobního názoru byl pomyslně vytyčený cíl ze strany Instagramu naplněn, neboť v prostoru této sociální sítě fotografie, které byly upravené přímo na displeji mobilního telefonu pomocí nejrůznějších filtrů a dalších triků, stále přibývají. Jak počet vylepšených snímků v masovém měřítku vzrůstá, tím častěji se v kyberprostoru setkáváme s lidmi, kteří se snaží ukázat vždy jen v tom lepším světle a neukazují skutečnou realitu. Avšak myslím si, že není potřebné za každou perfektní fotkou hledat neupřímnost či podvod. Pro každého tvora je totiž přirozené ukazovat se a integrovat jen tehdy, když se cítí ve své síle. Dokonce i zvíře, které se necítí dobře, se uchyluje do své nory a vylézá až v okamžiku, kdy se cítí opět ve své kondici.¹¹ Je potřebné si uvědomit, že obdobným způsobem to funguje i ve světě virtuálním – v případě, že se lidé necítí dobře, jsou zranitelní a tím pádem i opatrnější ve svém sdílení. A naopak, cítí-li se skvěle, promítají tento pocit následně i do svých příspěvků.

„*Jenže čím dokonalejší svět kolem sebe na sociálních sítích vidíme, tím větší tlak cítíme. Můžeme nabývat dojmu, že ostatní mají mnohem zajímavější a zábavnější život než my. Stíhají více věcí, mají nejlepšího partnera na světě a každý měsíc navštíví jinou zemi.*“¹² Následkem toho, spousta lidí z na první pohled naprosto dokonale vypadajících snímků zažívá pocit méněcennosti. Především generace mladých dívek má v době, která by měla být pro ženy tou nejradostnější, nedostatek sebevědomí a důvěry v sebe samu, jak ukázal nedávný výzkum. Ze studie vyplývá, že nejvíce negativní vliv na jejich mentální stav má Instagram, který je prý nejčastěji vede k tomu, aby samy sebe porovnávaly s nereálnými fotografiemi celebrit, modelek a bloggerek. Navzdory tomu, že se obecně ví, že jsou tyto snímky před svým zveřejněním všemožně upravovány a korigovány, i tak vedou ženy k pocitu

¹⁰ Lupa.cz – server o českém Internetu [online]. Praha: Lupa.cz – server o českém Internetu, © 1998 – 2019 [cit. 2019-02-25]. Dostupné na: WWW <<http://www.lupa.cz/clanky/aktualizace-instagramu-prichazi-s-novymi-nastroji-na-upravu-fotek/>>.

¹¹ Srov. Lucie Kolaříková [online]. Praha: LucieKolarikova.cz – návraty k sobě, © neuvedeno [cit. 2019-02-26]. Dostupné na: WWW <<https://luciekolarikova.cz/socialni-site/>>.

¹² Bud' krásná [online]. Praha: Bud'krásná.cz – portál pro ženy, které chtějí být krásné, © 2013 – 2019 [cit. 2019-02-26]. Dostupné na: WWW <<http://www.budkrasna.cz/magazin/1154-sebevedomi-na-socialnich-sitich/>>.

méněcennosti a ke všem dílčím a dalším problémům s ním spjatým.¹³ Nejen z tohoto důvodu se rozhodla své zkrášlené identity vzdát autorka populárního profilu (v této chvíli již zrušeného) Essena O’Neillová. Tímto svým počinem chtěla své fanoušky, upozornit na to, že za každou uveřejněnou fotografií stály hodiny příprav, desítek snímků, které neodpovídaly jejím představám a taktéž obavy a stres plynoucí z toho, že nebudou dostatečně lichotit jejím obdivovatelům.

Vzhledem k tomu, že skrze své příspěvky ukazovala především život ve lži, většinu svých příspěvků smazala, nebo k nim přidala nové popisky hovořící třeba o tom, jak kvůli fotografiím celý den nejedla a nutila svou sestru, aby nepřestávala s focením, dokud se jí výsledek nebude líbit. Když opouštěla Instagram, její vzkaz na rozloučenou se nesl ve znění – „*Sociální sítě nejsou reálný život.*“, čímž chtěla své fanoušky motivovat zejména k tomu, aby doopravdy žili a méně trávili svůj čas na sociálních sítích.¹⁴

Stejně jako Essena O’Neillová jsem zastáncem názoru, že trocha abstinence od sociálních sítích, která jsou používána každý den milióny lidmi po celém světě, nikomu neublíží. Rozhodně není pochyb o její prospěšnosti, jenže přiznejme si, že virtuální svět se stal nedílnou součástí našich životů a opakované zadávání nových podnětů k získání „like“¹⁵ a komentářů, jež pro nás mají mnohdy až absurdní hodnotu, se stalo naším denním chlebem. Z tohoto důvodu tedy dospívám k přesvědčení, že cílená pauza od sociálních médií se může mnohým jevit jako nerealizovatelná. Hlavní problém lidí, v jejichž přirozenosti je chtít vědět, co se děje a komunikovat s okolím, spočívá ve stanovení hranice. Namísto toho, aby se odpojili od internetové sítě, vypnuli své mobilní telefony a dopřáli si tímto způsobem takzvaný „digitální detox“, mají stále větší tendenci podléhat trendům, které se v rámci sociálních sítí šíří. Nejen, že mají podstatný vliv na uživatele, ale jejich následkem se postupem času Instagram, jenž před lety začal jako místo, kde mohou lidé sdílet své výjimečné zážitky z běžného

¹³ Srov. *Studenta* [online]. Praha: Studenta.cz – největší portál pro studenty v ČR, © neuvedeno [cit. 2019-02-26]. Dostupné na: WWW <<https://www.studenta.cz/negativni-pozitiva-socialni-site-plne-rozporu/r~st:article:3399/>>.

¹⁴ *Radio Wave* [online]. Praha: RadioWave.cz – rádio pro mladé: progresivní hudba, společnost, kultura, © 1997 – 2019 [cit. 2019-02-26]. Dostupné na: WWW <<https://wave.rozhlas.cz/dokonale-profilu-jsou-iluze-tvrdi-popularni-australanka-a-konci-na-instagramu-5230068>>.

¹⁵ V internetovém prostředí, zejména pak zejména pak na sociálních sítích, je like tlačítkem, jehož stisknutím vyjadřuje uživatel zalíbení či podporu s označeným obsahem (myšlenka, text, obrázek apod.). Jedná se o zkrácenou alternativu písemného vyjádření souhlasu či podpory. Nejznámější sociální sítí s takovým tlačítkem je Facebook. V tomto případě ikonka "palce nahoru" symbolizuje to, že uživateli se příspěvek líbí. Ostatní sociální sítě mají své obdoby like tlačítka, například Instagram používá srdíčka.

života, proměňuje v sociální síť, kde každý hledá umělou dokonalost a lidé neustále napodobují své idoly. Z důvodu, že si lidé chtějí být se svými internetovými vzory podobní, začínají všechny publikované fotky na Instagramu vypadat stejně. I proto na této sociální síti vznikl profil s názvem *Insta Repeat*, který na tento patrný trend poukazuje. Na základě jeho tvrzení, čím více se nejoblíbenější sociální platforma na sdílení obrázků plní uživateli, tím více jí opouští kreativita, což je zapříčiněné především skutečností, že lidé na svůj profil uveřejňují jen snímky garantující úspěch. Následkem toho, je mnoho na prvních pohled atraktivních fotografií ve skutečnosti pouze kopií toho, co se dá v prostoru této sociální síti nalézt v mnoha téměř identických podobách. Na tento fakt, že lidé využívají spíše identických konceptů při fotografování, upozorňuje i anonymní autor výše zmíněného profilu. Své prohlášení následně potvrzuje tím, že bez sebevětších problémů na svém instagramovém účtu tvoří koláže o 4 x 3 snímcích, na nichž je to viditelně prokazatelné.

Z výše uvedeného textu tedy vyplývá, že prostřednictvím nápodoby se lidé touží co nejvíce přiblížit svým vzorům a inspiracím. Na tomto místě diplomové práce se nyní zamysleme nad otázkou, proč se vlastně pokoušejí být někým úplně jiným? Dle mého osobního názoru jedním z hlavních důvodů je, že sociální sítě zesilují tlak na sebehodnocení – „*Když něco zveřejním na Instagramu, tak to uvidí skoro všichni lidé z mého offline života. Posoudí, jestli se jim to líbí, a podvědomě mě budou soudit. Instagram tedy určuje, kdo vlastně jste.*“¹⁶ Prostřednictvím těchto zmíněných slov, dospívám k přesvědčení, že uživatelé sociálních sítí potlačují v tomto prostředí samy sebe, jelikož se obávají negativní zpětné vazby. Nutno podotknout, že tento strach je mnohdy silnější než víra v sama sebe, a proto, aby získali pozitivní ohlasy neboli pozitivní zpětnou vazbu zvyšující sebehodnocení, napodobují. Dalo by se říci, že kopírování stylu, s nímž se podařilo jiným prorazit, pokládají za osvědčený recept k tomu, jak bez vynaloženého úsilí zaručeně uspět. Avšak dle mého mínění by se měli spíše soustředit na to, v čem se od jiných odlišují, neboť to mohou proměnit ve svou největší přednost a stát se tím v kyberprostoru zapamatovatelnými a oblíbenými.

¹⁶ *Radio Wave* [online]. Praha: RadioWave.cz – rádio pro mladé: progresivní hudba, společnost, kultura, © 1997 – 2019 [cit. 2019-02-26]. Dostupné na: WWW <<https://wave.rozhlas.cz/zustanou-jen-vzpominky-a-100-tisic-fotek-jak-dostupnost-digitalni-fotografie-7553723>>.

- **Hastag:** Pojem, jenž vznikl spojením slov „*hash*“ (= symbol křížku „#“) a „*tag*“ (= značka nebo označení)¹⁷, se v současné době stal kvůli jeho používání v rámci sociálních sítí velice oblíbeným mezi širokou veřejností.

Původně vše začalo na sociální síti Twitter, kde se tohle drobné znaménko objevilo poprvé. Tehdy, aby se neseříděnému proudu zpráv kolující skrze tento veřejný virtuální prostor dal smysl, navrhl v srpnu roku 2007 Chris Messina přidávat ke slovům značící předměty zájmů symbol „#“. Ten se chvíli po svém zavedení stal neodmyslitelnou součástí tohoto světa. Zatímco zde se *hashtagy* i nadále využívají nejčastěji především k označení konkrétního tématu konverzace, rozšířily se z toho místa, které je zodpovědné za to, že je dnes *hashtag* tím, čím je, i na další sociální platformy.¹⁸

Stejně populární jsou i na nejmladší sociální síti – Instagramu. Připomeňme si, že tato aplikace funguje jako pomyslné „online album“, do něhož dospívající jedinci vkládají fotografie zpravidla upravené filtrem. Ke každému obrázku poté napíší nějakou vztahující se myšlenku a tímto způsobem již zhotovený příspěvek zveřejní.¹⁹ Aby se pracně vytvořené snímky dostaly ke správnému publiku, přidávají se k nim klíčová slova, tedy *hashtagy*. Ty se na Instagramu, jak bylo výše naznačeno, využívají k pojmenování toho, co se na dané fotografii nachází za účelem získání co největšího oslovení dalších uživatelů (publika) a shromáždění co nejvíce „like“.

Pro přirovnání – vy, recipienti této magisterské práce, když chcete prostřednictvím internetového prohlížeče nalézt žádoucí informaci, zadáváte rovněž do webového vyhledávače slova na základě, kterých vám najde přesně to, co potřebujete. A tak to funguje i na Instagramu. Tam v případě, že lidé chtějí vidět konkrétní obsah, jsou pro ně klíčová slova jediný nástroj, který jim to umožní.

Na rozdíl od Twitteru a Instagramu, kde je *hashtag* nepostradatelná věc, jejich aplikace na sociální síti Facebook není už tolik populární. I přes skutečnost, že používání *hashtagů* zde není mezi uživateli až tak časté, Facebook je podporuje. Díky tomu je tedy možné stejně jako na výše jmenovaných sociálních sítí umístit symbol

¹⁷ Srov. Proudly [online]. Praha: Proudly.cz – život na plný úvazek, © 2019 [cit. 2019-02-26]. Dostupné na: <<https://blog.proudly.cz/nesmi-me-minout/hashtag-zbatecnost-nebo-uzitecna-vec>>.

¹⁸ Srov. REINHARDT, Wolfgang. WHEELER, Steve. EBNER, Martin. *All I Need to Know about Twitter in Education I Learned in Kindergarten*. 1. vyd. Boston: Springer Boston, 2010, s. 20 – 23. ISBN 978-3-642-15377-8.

¹⁹ Srov. Hardyn [online]. Praha: Hardyn.cz – zkušenosti ze světa nákupů, financí, pojištění cestování, © neuvedeno [cit. 2019-02-26]. Dostupné na: <<https://www.hardyn.cz/hashtag/>>.

„#“ před slovo, čímž se tento konkrétní výraz změní na odkaz, na který lze „kliknout“. V případě, že uživatelé sociálních médií na tento odkaz „kliknou“, jsou následně přeměrováni na stránku zobrazující všechny příspěvky, které také *hashtag* využívají. Jednoduše řečeno, je to způsob, jak společně třídit a seskupit podobný obsah.

Vzhledem k tomu, že při tvorbě *hashtagů*, kdy je často využívána takzvaná velbloudí notace²⁰, žádná pravidla neexistují, může v někom *hashtag* evokovat dojem, že se jedná pouze o zběsilou a naprosto zbytečnou směs slov. Nemusí se ale nutně jednat o zbytečnost nebo noční můru všech lingvistů, protože pokud s ním umíme pracovat, může být i užitečný – třeba jako prostředek k sebeprezentaci. Dle mého osobního názoru lze *hashtag* využít k takovému prospěchu, tedy k odprezentování sám sebe, neboť:

- Bez *hashtagů*, jejichž síla spočívá právě v tom, že je používají tisíce nebo miliony lidí, nemáme šanci na sociálních sítích uspět. V takové mase lidí se lehce náš profil ztratí. Jsou tu ale i tací, kteří vidět jsou, a to nejen u nás v tuzemsku, ale i v zahraničí. Jak se tito uživatelé liší od nás, jak se jim podařilo získat velký počet odběratelů a jak bychom se mohli zařadit mezi ně?²¹ Kouzlo spočívá v použití *hashtagů* – ti usnadňují uživatelům zviditelnit se. Přesněji řečeno, chceme – li se úspěšným způsobem virtuálně odprezentovat, přidáme ke svému příspěvku *hashtag*. Na něj se vždy někdo „chytne“, následkem toho návštěvnost na našem profilu posléze stoupá, což prospívá celému našemu účtu, který jsme si na sociální síti vytvořili.
- To, že o příspěvky, které používají symbol „#“ před slovy je mnohem větší zájem potvrzují i studie. Podle nich příspěvky obsahující minimálně jeden *hashtag* mají o 12,6% větší angažovanost.²²

Přestože se jedná o poměrně jednoduchý způsob, jak se mohou adolescenti odprezentovat a současně tím zvýšit povědomí o své osobě, musejí se pro dosažení co nejlepších výsledků řídit následujícími pravidly. Dle mého osobního názoru by měli

²⁰ Velbloudí notace (anglicky Camel Case) označuje způsob psaní víceslovných frází a nadpisů, v nichž jednotlivá slova nejsou oddělena mezerami, ale každé z nich začíná velkým písmenem – nezávisle na tom, zda by tomu tak podle pravidel pravopisu mělo být.

²¹ Srov. *Wild Culture* [online]. České Budějovice: WildCulture.cz – divoce, ale zodpovědně, objevuj, inspiruj, poznávej, © 2017 [cit. 2019-03-03]. Dostupné na: WWW <<https://www.wildculture.cz/5-tipu-uspet-instagramu/>>.

²² Srov. *Sked Social* [online]. Melbourne: SkedSocial.com – the world's best Instagram scheduler , © neuvedeno [cit. 2019-03-03]. Dostupné na: WWW <<https://skedsocial.com/blog/everything-to-know-instagram-hashtags/>>.

věnovat dostatečnou pozornost především výběru klíčových slov, neboť právě ona rozhodují o tom, zda se jejich příspěvek zobrazí správným lidem. Jejich správný výběr a použití je absolutně kruciólní k tomu, aby teenageři našli a zároveň byli nalezeni.²³

Dále by měli mít na paměti, že ve věci aplikace *hashtagů* někdy méně znamená více. Ačkoliv u jednoho příspěvku jich smějí mít až třicet (konkrétně na sociální síti Instagram), analýzy doporučují používat maximálně 12 *hashtagů*. Když je jich méně nebo více, údajně ztrácí na své efektivitě.²⁴

- 1. Stories:** Ještě předtím než sociální síť Snapchat vstoupila na burzu, svůj zájem o koupi vyjádřil Facebook. Se svou lukrativní nabídkou však nepochodil, a tak nakonec přišel s vlastním řešením – Instagram, který patří pod střechu Facebooku začal kopírovat funkce konkurenčního Snapchatu a nabízet je ve vlastních aplikacích. Bohužel pro Snapchat, který je založen na principu, že svým přátelům (odběratelům) zašlete pořízený obsah a jim se zobrazí pouze po dobu nastavenou odesílatelem, se tato funkce v Instagramu velmi uchytila. To se ukázalo jako problém, protože tím přebral značnou část jeho uživatelů. A vzhledem k tomu, že se napodobené funkce setkaly s příznivou odezvou, Facebook příliš dlouho neotálel a snaží se následovat tento úspěch tím, že je přidal i do své oficiální aplikace – Messengeru.

Zdá se, že soupeření mezi Snapchatem a Instagramem, potažmo Facebookem sklidilo své ovoce. Zatímco chatovací aplikaci Snapchat, která s konceptem zasílání dočasných zpráv a obrázků přišla, používá přibližně 158 miliónů lidí, na Instagramu si z celkových 600 miliónů uživatelů tato funkce získala oblibu u takřka 200 miliónů.²⁵ Na základě těchto posledních statistik lze tedy říci, že její potenciál je větší než by se mohlo zpočátku zdát. Mezi těmi, kdo podleli jejímu kouzlu, se nacházejí i dospívající jedinci. A vzhledem k tomu, že jí dali šanci především jako sebeprezentačnímu prostředku, pojďme si jí na následujících řádcích přiblížit.

²³ Srov. *Úspěšný marketing na Instagramu* [online]. Praha: ÚspěšnýmarketingnaInstagramu.cz – sociální síť pro firmy, © 2017 [cit. 2019-03-03]. Dostupné na: WWW <<https://socialni-site-pro-firmy.cz/uspesny-marketing-na-instagramu/>>.

²⁴ Srov. *Bussiness Gram* [online]. Praha: BussinessGram.cz – učíme firmy a podnikatele používat Instagram, © 2015 – 2019 [cit. 2019-03-03]. Dostupné na: WWW <<https://businessgram.eu/jak-a-kdy-pouzivat-hashtagy-na-instagramu/>>.

²⁵ Srov. *Letem světem Applem* [online]. Praha: LetemSvětmapplem.cz – magazín o apple a jeho produktech, © 2015 – 2019 [cit. 2019-03-03]. Dostupné na: WWW <<https://www.letemsvetemapplem.eu/2017/04/13/instagram-stories-maji-nyni-vice-aktivnich-uzivatelu-nez-snapchat/>>.

V první řadě je důležité zmínit, že funkce, o níž je po celou dobu řeč, je obecně známa pod označením *Stories*. „Domnívám se, že je to jistý způsob, jak omezit příliš časté sdílení obsahu jednotlivými profily, kdy dochází k takzvanému „floodingu“ neboli „zaplavování“ homepage.“ V rámci tohoto nového nástroje smějí adolescenti zveřejňovat na sociálních sítích, jak často chtějí a to bez sebemenších obav z toho, že by ostatní uživatelé, kteří se v tomto prostoru taktéž nacházejí, přesytili. Nemusejí mít strach, jelikož nahrané příspěvky se zobrazují pouze po dobu 24 hodin (výjimkou jsou *Stories Highlights*, které umožňují uchovat vybrané pomíjivé *Stories* natrvalo). Hned poté zmizí a již není možné je znovu přehrát. Tím pádem se mladistvým naskýtá ještě více prostoru, kde mohou vyjádřit sebe sama. Tento fakt včetně těch výše uvedených je možnou příčinou toho, proč organický dosah klasických příspěvků klesá, zatímco u *Stories* naopak stoupá.

Je více než zřejmé, že *Stories* se těší obrovské popularitě. Není potřeba se této skutečnosti dlouze divit, neboť jejich princip je skutečně jednoduchý. Stačí jen vybrat fotografii nebo video, které se po sdílení na sociální síti zobrazí ve formátu prezentace jako náš „denní příběh“. Do něho můžeme až neuvěřitelně dobře promítat veškeré okamžiky ze svého dne – díky tomu je *Stories* skvělým místem pro sebevyjádření a přiblížení se ostatním.

Dále, nejen, že tato funkce dospívajícím jedincům přidává ve virtuálním světě na autentičnosti, ale prostřednictvím tohoto nového nástroje, mohou zároveň ukázat svou kreativitu.

- **Obličejové filtry:** Skutečnost, že dnešní mládež sdílí své autoportréty v prostředí sociálních médií, není žádnou novinkou. Nicméně v tom, jakým způsobem je mohou pořizovat a vylepšovat, se jednotlivé aplikace nepřestávají předhánět. Instagram v tomto směru však nevykazuje ani špetku originality a pokračuje tak v masivním konkurenčním útoku na službu Snapchat.

S tempem, jakým si Instagram „půjčuje“ od Snapchatu jeho funkce, bylo jen otázkou času, kdy nejpoblábnější sociální síť na sdílení obrázků zavede obličejové filtry. A jelikož Instagram patří právě pod Facebook, není takovým překvapením, že se před nedávnem objevily filtry i v sociální síti Facebook. Setkáváme se tedy opět s kopií funkce, kterou známe již od konkurenčního Snapchatu. Málokdo ale tušil, že se jim to povede tak dobře, že ohrozí samotné základy Snapchatu.

Vzhledem k tomu, že výše zmíněné sociální sítě jsou mimo jiné populární i zásluhou svých filtrů, nastal pravý čas, aby byly v rámci této magisterské práce řádným způsobem představeny.

Jak bylo již výše naznačeno, funkce obličejových filtrů pracuje přesně tak, jako na Snapchatu. Chceme – li tedy na svou tvář umístit některý ze speciálních efektů, nasměrujeme před svůj obličej fotoaparát. Ten v rámci *Stories* provede vše ostatní za nás – za pomoci oskenování je nejprve provedeno rozpoznání tvaru našeho obličeje, na který je následně adaptován některý ze zvolených filtrů. S filtry, které přidávají předměty na naši tvář nebo jsou schopné proměnit nás například ve zvíře, mytickou bytost či monstrum, si nejprve naši pozornost získala mobilní aplikace Looksery. Tato společnost vytvořila funkci, která je ve skutečnosti kombinací technologie rozpoznávání obličejů, statistického modelování lidské tváře a 3D mapování – tohle všechno se jí podařilo zakomponovat do mobilní aplikace tak, aby vše fungovalo během několika vteřin. Přesto, ale přidávání animací na obličej zpopularizoval až Snapchat, když za společnost Looksery zaplatil 150 miliónů dolarů.

Díky této minulosti je možné, aby náctiletí uživatelé obličejových filtrů upravovali své „selfie“ fotografie. A vzhledem k tomu, že se tyto efekty, jejichž nabídka je skutečně pestrá, dokážou adaptovat v reálném čase, lze s nimi natočit i video, kde se v průběhu vyjadřování a projevování emocí různě mění mimika. Tímto způsobem vylepšený obličej pak mohou teenageři sdílet samozřejmě ve *Stories*, nebo ho rovnou zveřejnit na profilu, který vlastní na Facebooku či Instagramu.

- **Boomerang:** „*Není to fotka, není to GIF, je to Boomerang.*“ – tehdy tímto výrokem představila sociální síť Instagram svou novou aplikaci. Tu v rámci jedné aktualizace přidal i do *Stories*, kde tahle novinka prostřednictvím stisknutí jedno tlačítka nasnímá sérii 10 snímků. Ty posléze automaticky pospojuje a převede je na skvělé minivideo, které se ve smyčce přehrává tam i zpět, čímž ze zachycených každodenních a běžných okamžiků ze života teenagera dle slov Instagramu vznikne něco „zábavného a naprosto neočekávaného“.
- **Přehrávání pozpátku:** Mají – li dospívající jedinci chuť více experimentovat, mohou v průběhu pořizování svých video záznamů použít funkci označovanou

jako „přehrávání pozpátku“. Jedná se o nový přírůstek mezi formáty fotoaparátu jako je Boomerang, a jak již vypovídá název sám o sobě, tato funkce umožňuje vytvářet videa přehrávající se pozpátku.

- **Superzoom:** Ve *Stories* si náctiletí se svým příspěvkem kreativně vyhrávají i prostřednictvím funkce *Superzoom*. Přesněji řečeno k vylepšení svého obsahu využívají jejích možností. Ty spočívají především v tom, že automaticky přiblíží neboli „zoomuje“ určitý předmět, přičemž přehrává působivé zvuky.

Přestože jsem se již několikrát během své návštěvy na sociálních sítích setkala s množstvím krátkých klipů upravených efekty v *Superzoom*, jedná se dle mého osobního názoru o funkci, která se v porovnání oproti ostatním drží spíše v pozadí. Podle statistik, ale mělo očividně smysl pokračovat v jejím vývoji. A tak se oddělení vývoje sociální sítě Instagram opět „zapotilo“ a připravilo pro uživatele, kteří do této chvíle *Superzoom* úspěšně ignorovali, nové efekty přiblížení. Zatímco kdysi byl *Superzoom* především o dramatickém přiblížení scény za přítomnosti stejně dramatické hudby, dnes je možností mnohem více. Z tohoto důvodu si smejí adolescenti plnými doušky užívat další „zoomy“, jež budou ve *Stories* zachovány nejspíše natrvalo.

Mezi novými efekty lze nalézt například romantický *Superzoom*, který je tematicky doprovázený růžovou barvou, srdíčky a retro hudbou. Mimo to, je čerstvě k dispozici rovněž *Superzoom* s blesky fotoaparátů ve stylu paparazzi nebo třesoucí se ohnivý *Superzoom* podbarvený metalovou hudbou. A v neposlední řadě se do výčtu novinek řadí i melancholicky laděný *Superzoom* nazývaný Emo. To i jiné varianty nabízí v rámci *Superzoom* funkce *Stories*, která je dostupná jak na sociální síti Instagram, tak i na Facebooku.

- **Živé vysílání / video:** Ve snaze neustále se zlepšovat je bezpochyby trefou do černého přidání možnosti pořádat živá vysílání v rámci *Stories*. Zcela prvně s nápadem na software, který bez obtížného nastavení vytvoří „livestream“ neboli živý video přenos natáčený kamerou mobilního telefonu či tabletu, přišla aplikace Meerkat. Vyvolala tím značný zájem, dokonce tak veliký, že se objevilo hned několik jejích klonů. Od spuštění tohoto relativně mladého formátu se inspirovala sociální síť Twitter – v návaznosti na to představuje aplikaci Periscope sloužící jako platforma pro vysílání živého přenosu. Stejně jako Meerkat i ona tedy umožňuje živě vysílat záběry pořízené z chytrého

mobilního telefonu nebo tabletu. Vůči němu se však aplikace Periscope vymezuje tím, že po skončení vysílání dočasně přenos uchovává – konkrétně po dobu 24 hodin. Dle mého osobního názoru se jedná o užitečnou funkci, jejíž přínos spočívá v rozšíření okruhu diváků i na ty, kteří žijí v jiném časovém pásmu než ten, kdo živý „livestream“ vytvořil.

Inspiraci z Meerkat, ale také Periscope si bere Facebook. Následkem toho vstupují i do prostředí této sociální sítě živé přenosy, kde jsou nazývané jako *Facebook Live*. Zatímco zde se staly dominantou, po příchodu konkurence ze strany Facebooku a Twitteru začal rychle klesat zájem o aplikaci Meerkat, a proto se vývojáři rozhodli, že jí stáhnou. A přestože na světě služby fungující na podobném principu již existují, pomyslnou díru chce zaplnit nejpopulárnější sociální síť na sdílení obrázků – Instagram. Vzhledem k tomu, že se prostřednictvím různých aktualizací snaží neustále se vyvíjet k lepšímu, představuje možnost živého vysílání jako další krok, který podnikl k tomu, aby byl zbožňován ještě mnohem více. Po vlně kritiky poukazující na to, že společnost patřící Facebooku vykrádá konkurenční Snapchat, tak Instagram konečně přinesl nějakou funkci, kterou konkurence nemá.

Zahájit vlastní „livestream“ může v podstatě každý majitel chytrého mobilního telefonu nebo tabletu. V okamžiku, kdy je v rámci *Stories* veřejné vysílání započato, vyše příslušná sociální síť ostatním uživatelům upozornění o tom, že prostřednictvím svého profilu právě živý video přenos pořádáte. Jakmile ho obdrží – ovšem není to nutnou podmínkou, mohou si takové vysílání na svých přístrojích „naladit“. Vzhledem k tomu, že „živá videa“ byla představena v prostředí sociálních sítí, není tedy překvapením, že do živého vysílání byla přidána možnost chatu, do kterého smějí diváci přispívat. Kromě komentářů smějí rovněž v jeho průběhu opakovaně hodnotit aktuální dění prostřednictvím emotikonů – dle uskutečněných studií to totiž zvyšuje jejich aktivitu přibližně desetkrát. Po skončení vysílání živého přenosu se záznam z něho nikam neuloží, podívat se na něj je tedy možné pouze v okamžiku vysílání. To platí především v případě populárního Instagramu, kde se předpokládá, že výše uvedenou službu budou využívat uživatelé primárně k bezprostřednímu kontaktu s přáteli. Je však možné, že v budoucnosti bude možné video uložit,

neboť na Facebooku, jenž Instagram vlastní, se záznam ze živě odvysílaných videí ukládá a jsou k dispozici i později, tedy nastálo.

Tento relativně mladý formát by mohl výrazně ovlivnit komunikaci i způsob, jakým se lidé prezentují – právě v tomto směru totiž představuje pro dospívající jedince jedinečnou příležitost. Je pouze na nich, jestli lidem odhalí, kde se právě nacházejí nebo co v danou chvíli dělají. Ovšem jeden z nejpoblárnějších formátů videí je takzvané Q&A – jde o mezinárodně používanou a ustanovenou zkratku, která značí „*Questions and Answers*“, což v překladu znamená „Otázky a Odpovědi“. Při této události mohou lidé pokládat své zvidavé otázky, na které se jim v rámci veřejného vysílání dostanou odpovědi.

Stories se staly opravdovou interaktivní vizitkou profilů na sociálních sítích. Jsou efektivním způsobem, kterým se adolescenti prezentují ostatním uživatelům prostřednictvím vyprávění svých zajímavých příběhů. Není tedy překvapením, že *Stories* jsou právem řazeny mezi jeden z nejmocnějších nástrojů.

3 Důvody virtuální sebe prezentace adolescentů na sociálních sítích

Člověk je tvor společenský, tak zní jedno okřídlené heslo. Chce se tím zdůraznit, že lidé mají od nepaměti potřebu s druhými sdílet své myšlenky, názory a zkušenosti. Na tomto jednoduchém „pudu“ je založen celý úspěch sociálních sítí. V tomto prostoru je publikováno poměrně velké množství osobních dat, která o sobě uživatelé předkládají zcela dobrovolně. Na tomto místě diplomové práce se vynořuje pozoruhodná otázka, proč vůbec dospívající jedinci na této internetové službě, která umožňuje zpravidla registrovaným členům sdílení informací mezi sítí svých přátel, v takové míře své osobní příspěvky zveřejňují?

Dle mého osobního názoru o sobě rádi mluví z různých důvodů, přesněji řečeno v tomto kontextu o sobě něco sdílí. Ovšem nutno podotknout, že se tak děje vždy za určitým účelem. Ve zjednodušeném pojetí se jedná o tři důvody, proč se sami a dobrovolným způsobem nechávají ostatními sledovat. Pojdme si je tedy v rámci této kapitoly magisterské práce trochu přiblížit:

- 1) **Společenská měna:** Vše je řízeno základní touhou být uznáván, ba i obdivován. V době, kdy se naše reálné životy pomalu stěhují za obrazovku smartphonů a notebooků, je přesně tento druh odměny prostřednictvím našeho mozku a povědomí vyhledáván i na sociálních sítích.

Aby dospívající jedinci získali digitální ocenění, které je dnes bohužel často cennější než pochvala tváří v tvář, musejí si v prostředí tohoto virtuálního světa utvořit vlastní image. Vzhledem k tomu, že na platformě těchto internetových služeb, jsou adolescenti tím, co sdílí, vytvářejí pro společnost obraz toho, jací jsou nebo jací chtějí být tím, o čem mluví. Nejen, že si na základě toho, o čem s ostatními mluví, budují vlastní image, současně je to i osvědčený recept k získání společenské měny. Tento společenský kredit – měna připisující osobnosti mladistvého hodnotu ve společnosti, je tím nejčastějším účelem sdílení, který se dnes na sociálních sítích dá rozpoznat.²⁶

Jedním z důvodů, proč chtějí teenageři pozvednout skrze sdílení svůj společenský kredit, je dle mého osobního názoru snaha zviditelnit se. Pozornost na sebe přitom strhávají za pomoci sdílení takových událostí jako je například úspěšné zvládnutí přijímacích zkoušek na vytouženou střední školu nebo setkání s významnou osobností

²⁶ Srov. *Aira Bloguje* [online]. Praha: AiraBloguje.cz – články ze světa IT a online marketingu, © 2018 [cit. 2019-02-23]. Dostupné na: WWW <<https://blog.aira.cz/psychologie-sdileni-na-socialnich-sitich-co-nas-prozrazuje>>.

v podobě „selfie“ fotografie – to vše má vysoký společenský status, který vytváří dojem na okolí. Stane-li se výše uvedené zviditelnění skutečností, je vysoce pravděpodobné, že ostatní k nim začnou vzhlížet a nebudou přitom šetřit svým obdivem. Následkem toho, mohou patřit k vyhledávaným „*opinion leadrům*“, tedy autoritám, které mají ve své moci ovlivnit názory mas surfujících internetem.

Zařadit mezi ně smíme „*bloggery*“ a „*vloggery*“. Ti se stali skutečnými celebritami jen díky tomu, jak vypadají, jaký žijí životní styl, kam cestují nebo čemu se věnují. Právě z tohoto důvodu je Facebook a Instagram svým způsobem výjimečným online místem, kde si někdo, koho sledují miliony lidí, může změnit svůj život.²⁷ „*Takoví „influenceři“ uzavírají s nejrůznějšími firmami a podniky placená partnerství, v rámci nichž dostanou za reklamu buď přímo zaplacené, nebo jim je věcnou odměnou například kabelka, se kterou se vyfotí a ztratí o ní na Instagramu pozitivní zmínku, či třeba právě víkend zdarma v nějakém penziónu. Firmy si je předcházejí, zvou je na nejrůznější exkluzivní testovací a předváděcí akce.*“²⁸ Není tedy překvapením, že jsou čím dál tím více napodobovány právě ze strany dospívajících jedinců.

Poptávka po tom, jak se stát „hvězdou“ sociálních sítích, je v současné době tak vysoká, že se na internetu objevuje velké množství článků vztahující se k tomuto tématu. Obvykle obsahují pestrou škálu doporučení, jak si tento druh internetové slávy včetně rudého koberce, limuzíny, drahého šampaňského a blesků fotoaparátů přivodit. Pro zajímavost, ale i pro případ, že by některý z recipientů této magisterské práce projevil o takovéto proslavení zájem, může nalézt dostatečnou inspiraci v samotném závěru. Nutno podotknout, že někteří zacházejí se svými radami tak daleko, že dokonce pro ty, kteří v této věci očekávají uznání a obdiv, připravují pracovní sešity a šablonu publikačního kalendáře.

Jestliže se adolescenti rozhodnou na základě těchto dostupných materiálů v tomto pomyslném oboru zazářit, pocítují nutkavou potřebu je v závěru této kapitoly varovat před poruchou, kterou trpí drtivá většina komunity na sociálních sítích. „*Vztahuje se k něčemu, co vytušili již staří Řekové a zanechali nám to, co zjistili, v podobě báje. Hovoří o řeckém mládenci jménem Narcis, který se jednou podíval do studánky a tam*

²⁷ Srov. *Letem světem Applem* [online]. Praha: LetemSvěttemApplem.cz – magazín o apple a jeho produktech, © 2015 – 2019 [cit. 2019-02-19]. Dostupné na: <<https://www.letemsvetemapplem.eu/2017/01/01/instagram-jak-se-stat-hvezdou-instagramu/>>.

²⁸ *Novinky.cz* [online]. Praha: Novinky.cz – nejčtenější zprávy na českém internetu, © 2003 – 2019 [cit. 2019-02-19]. Dostupné na: WWW <<https://www.novinky.cz/kultura/salon/465573-katerina-smejkalova-o-fenomenu-influenceru.html>>.

*v klidné vodě uviděl svůj vlastní obličej jako v zrcadle. Tak se mu zalíbil, že se sám do sebe zamiloval. Svou podobu považoval za tu nejkrásnější na světě. Vše ostatní považoval za méně dokonalé a sám sebe za zosobněný ideál.*²⁹

Oč při narcismu skutečně jde, nám může blíže představit následující: *„V případě narcistické poruchy osobnosti jde o dlouhotrvající a neustálou potřebu obdivu, respektive potřebu být středem pozornosti za každou cenu. Narcis, tedy člověk trpící takovou poruchou osobnosti, má o sobě častokrát vyšší mínění, na některé lidi se dívá jako na méněcenné a navíc zcela postrádá empatii. Takový člověk věří, že je tou nejdůležitější osobou v životě každého, koho pozná. Často si doslova monopolizuje rozhovory, má pocit nároku, a když nedostane zvláštní zacházení, je netrpělivý či rozzlobený.*³⁰

- 2) **Emoce:** Připusťme si – v naší kultuře se vyjadřování emocí moc „nenosí“. Projevování emocí není lidmi v našem okolí podporováno, jelikož žádoucí schopností současné doby je sebeovládání. Následkem toho, jsou lidé dávající své pocity příliš najevo označováni pejorativní nálepkou jako labilní, cholericí, přecitlivělí, neurotičtí... Z tohoto důvodu, ve snaze vyhnout se takovému označení, se raději ovládají. Ovšem takové maskování emocí je vyčerpávající a stresující. Aby v konečném důsledku nahromaděný stres nevedl k projevení emocí v okamžiku, kdy se to nejméně hodí, odhalují své pocity v online prostředí.³¹

Když jsem v okruhu svých známých vznesla otázku, proč mají potřebu sdílet své emoce na sociálních sítích, od většiny případů jsem obdržela odpověď, že je to taková forma terapie. Ta funguje na základě toho, že se v rámci kyberprostoru vypíší z toho, co cítí, co si myslí, nebo co se jim stalo a následně očekávají, že se najde někdo, kdo to uvidí stejně, kdo je bude chtít vyslechnout. *„Sdílení emoce a poskytnutí útěchy posilují pouto mezi dvěma lidmi, přičemž na straně povzbuzujícího jde často o*

²⁹ KŘIVOHLAVÝ, Jaro. *Stárnutí z pohledu pozitivní psychologie*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, s. 102. ISBN 978-80-247-3604-4.

³⁰ *Refresher* [online]. Praha: Refresher.cz – hudba, móda, lifestyle, © 2011 – 2019 [cit. 2019-02-24]. Dostupné na: WWW <<https://refresher.cz/43420-Narcista-veri-ve-svuj-neomezeny-uspech-potrebuje-obdiv-a-citi-se-nadrazeny-Jake-dalsi-symptomy-zaziva-kdyz-se-na-nej-nikdo-nediva>>.

³¹ Srov. *DreamLife* [online]. Praha: DreamLife.cz – online magazín luxusu a motivace, © 2018 [cit. 2019-02-24]. Dostupné na: WWW <<https://dreamlife.cz/vyjadrete-sve-emoce/>>.

značnou psychickou investici.“³² Z toho tedy vyplývá, že se při sdílení emocí vzájemně sblížíme i v kontextu virtuálního světa.³³

Dále ke sdílení emocí, přičemž nutno podotknout, že tohle sdílení je na rozdíl od systematicky utvářeného obrazu sebe sama v matrixu sociální sítě čistě spontánní, svádí dospívající jedince také pocit výjimečnosti. Ten je obvykle ze strany jedince vnímán jako určitý druh odměny a k adolescentům přichází tehdy, když jsou to právě oni, kdo ostatním zprostředkoval informaci se silnou emoční vazbou. Tím se myslí právě ten pocit, kdy jsou svědky něčeho, co je větší, než oni sami, co je neopakovatelné (takzvaný „wow“ efekt). A stejně tak to může být i emoce z opačné strany emoční škály – zlost či pocit křivdy. Takové informace přímo vybízí teenageři k tomu, aby ji sdíleli.³⁴

- 3) Veřejné mínění:** *„Když člověk neví jak se v dané situaci chovat, či reagovat, snaží se napodobovat chování ostatních ve svém okolí. Upíná se k názoru ve svém podvědomí, že když to dělají všichni, tak je to nejspíš správně. Pokud všichni v okolí začnou nosit nějaký módní doplněk či značku, podvědomě se o ní začneme zajímat a chceme ji nosit taky. Stejně je tomu i v případě sdílení na sociálních sítích.“*³⁵

Je – li člověk od přírody obdařen vnímavostí, snadno v průběhu svého brouzdání na platformě těchto internetových služeb pocítí, že za obrazovkou smartphonů a notebooků jsou nejčastěji předmětem nápodoby fotografie. Ty jsou kopírovány především ze strany ženského pohlaví, o němž je známo, že má větší tendenci inklinovat k zveřejňování svých snímků.

Mnohdy si na jejich profilu, kam jsou mimochodem tyto obrázky umístěny, můžeme povšimnout, že se velice nápadným způsobem podobají něčemu, co jsme již v prostředí sociálních sítí spatřili. Obvykle nám připomínají fotografie, které pocházejí z „dílny“ populárních „influencerů“. Ti vzhledem k tomu, že je sleduje významný počet lidí, snaží se svou virtuální sebe prezentaci v rámci Facebooku a Instagramu neustále vylepšovat. V praxi to znamená, že přicházejí s novými nápady, jež jsou projektovány zpravidla do jejich snímků. A vzhledem k tomu, že jsou tito jedinci ve

³² SLAMĚNÍK, Ivan. *Emoce a interpersonální vztahy*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, s. 127. ISBN 978-80-247-3311-1.

³³ Srov. *Aira Bloguje* [online]. Praha: AiraBloguje.cz – články ze světa IT a online marketingu, © 2018 [cit. 2019-02-24]. Dostupné na: WWW <<https://blog.aira.cz/psychologie-sdileni-na-socialnich-sitich-co-nas-prozrazuje>>.

³⁴ Srov. Tamtéž

³⁵ Tamtéž

svém oboru skutečně významní, málokdy se stane, že se s úspěchem nesetkají. Právě z tohoto důvodu, jsou dospívajícími jedinci napodobováni.

Domnívají se totiž, že prostřednictvím toho, co pomohlo jiným sklidit úspěch, mohou také zazářit. Chtějí – li si recipienti zpestřit čtení těchto řádků a současně si utvořit bližší představu o tom, co je v internetovém prostředí nejvíce napodobováno, doporučuji jim shlédnout profil na sociální síti Instagram s názvem „*InstaRepeat*“. Na tomto místě magisterské práce, tedy v samotném závěru této kapitoly, bych chtěla tuhle problematiku obohatit o své vyjádření – dle mého osobního názoru je největší chybou začít bezhlavě kopírovat vše, co „*influenceri*“ dělají. Myslím si, že adolescenti by se měli snažit najít svůj osvědčený recept, jenž by měl být postaven na základě objevení vlastních kvalit. Jejich cílem by mělo být smysluplně zaplnit na sociálních sítích pomyslnou díru a dělat věci ještě lépe než jejich konkurenti.

3.1 Důvody otevírání soukromí adolescenta

V počátku této kapitoly byla vznesena otázka týkající se sebe prezentace ve virtuálním prostředí. A vzhledem k tomu, že je tato otázka mnohdy spojována i s otázkami soukromí, hledání její odpovědi mě současně přivedlo i k pátrání po možných důvodech adolescentovi otevřenosti, které se pokusím v této kapitole magisterské práce také nastínit.

Objasnit možnou příčinu, proč dospívající jedinci otevírají své soukromí na sociálních sítích, mi v několika následujících řádcích pomůže realizovaný výzkum, jehož výsledky ukázaly, že publikování klíčových informací ve větší míře vede k rozsáhlejšímu propojení uživatele internetových sociálních sítí s ostatním světem. V návaznosti na to bylo současně prokázáno, že větší objem zveřejněných informací rovněž usnadňuje prvotní spojení, přesněji řečeno zjednodušuje navázání virtuálního přátelství mezi uživateli. Lze tím tedy říci, že ti, kteří jsou na sociálních sítích otevřenější, mají obecně více internetových kamarádů.

Získané poznatky vyplývají z výzkumu, jenž byl uskutečněn na v současnosti nejznámější a největší internetové sociální síti na světě – Facebooku, jehož popularita z něj samotného činí téma vhodné k průzkumu. Jako místo bohaté pro vědce byl vyobrazen i v očích Cliffa Lampeho, Nicole Ellisonové a Charlese Steinfelda, jejichž již výše jmenované závěry je možné dle mého osobního cítění pokládat za přijatelné argumenty toho, proč jsou teenageři na sociálních sítích přílišně sdílní.

Zmiňovaná trojice vědců to interpretuje takzvaným modelem transakčních nákladů. To znamená, že když o sobě uživatelé uvádějí detailnější informace, působí na druhé jednak důvěryhodněji a zároveň tímto způsobem snižují i potenciální náklady na to, aby je někdo vyhledal. Současně také mohou uživatelé snadněji nalézt relevantní kontakty i pro svou vlastní osobu.³⁶

4 Na koho chtějí svou virtuální sebe prezentaci adolescenti zapůsobit?

1) Vrstevnická skupina: Situace, kdy se rodiče vyrovnávají se ztrátou vlivu na své dítě, je charakteristická pro období dospívání – v tomto čase, kdy se z dítěte stává dospělý člověk, dochází k uvolňování vztahů jedinců s rodinou. A zatímco se od ní odpoutává a jeho závislost na ní se snižuje, začíná narůstat význam vrstevníků, tedy jedinců přibližně stejného věku. S nimi následně vytvářejí na základě své dobrovolnosti malé skupiny, přičemž jednou z nich bývá i takzvaná parta, kde jako její členové prožívají přátelství a uznání, ale také spory a soupeření. Vrstevnická skupina nahrazující rodičovskou péči tak sehrává v životě adolescenta významnou roli.

Není tedy překvapením, že se jedná o kolektiv, do kterého by rád „zapadl“. O přijetí se může pokusit, ale je dobré vědět, že se mu to nemusí podařit – zatímco někteří uspějí téměř okamžitě, jiní mají se začleněním a získáním svého místa s tím spojeným problém. Zkrátka každý z nás je jiný a všichni nedisponují stejnými schopnostmi zapůsobit na ostatní a získat si tak jejich přízeň. Možná právě proto, že neovládají „správnou techniku integrace“, využívají k učinění dojmu svou virtuální sebe prezentaci na sociálních sítích.

Na tomto místě magisterské práce se vynořuje otázka, co dospívajícím jedincům náležitost ke skupině přináší? Proč mají snahu prostřednictvím svého online obrazu zaujmout její pozornost?

Dle mého osobního cítění, pevné vztahy s příslušníky stejné věkové kategorie dychtivě navazují, protože v této vztahové vazbě získávají pocit vlastní hodnoty. Tímto nabytím je rovněž naplňována potřeba být kolektivem akceptován, přijímán, což je pro úspěšné

³⁶ Srov. POSPÍŠILOVÁ, Marie. *Facebooková (ne)závislost: Identita, interakce a uživatelská kariéra na Facebooku*. 1. vyd. Univerzita Karlova: Karolínium, 2016, s. 28. ISBN: 978-80-246-3306-0.

zařazení se do jeho struktury pomyslným vstupním lístkem. Dalším silným motivem může být i sociální status. Přesněji řečeno, hnacím motorem, aby skrze Facebook či Instagram vynakládali úsilí na ohromení party stejně starých kamarádů je, že v této společenské skupině chtějí získat prestiž svého postavení a rovněž svou roli.

V neposlední řadě se mezi důvody, proč touží teenageři ve virtuálním světě uchvátit své vrstevníky, řadí i skutečnost, že vztah s nimi jim slouží jako prostředkem k hledání a ujasňování vztahu k sobě samému. Nutno ještě v této věci podotknout, že vrstevnická skupina je neocenitelným pomocníkem i při realizování sebe sama. A proto jistě stojí za to, zaujmout!

- 2) **Kolektiv školní třídy:** Součástí přerodu, kdy se z poddajného dítěte, stává osoba mající svou vlastní hlavu, je odpoutání se a opuštění rodinného kruhu. A zatímco se dospívající jedinci distancují od osob svého dětství a vzdálenost mezi generacemi se zvětšuje, kamarádi nabývají na své ceně. Dochází ke změně hodnot, kterou lze v této životní etapě pokládat za zcela normální – nejprve přátelé, až na druhém místě je rodina. Tato skupina vrstevníků může zastávat poněkud jiné normy, než které jim byly vštěpovány v rodinách. Čím jsou děti starší, tím více se s těmito normami ztotožňují.

Se zvyšujícím se věkem, stoupá také význam školní třídy. V ní získávají adolescenti „určité sociální postavení, které signalizuje, jaká s největší pravděpodobností bude jeho budoucí sociální pozice v jiných skupinách.“³⁷

Odhalit místo, které v této malé sociální skupině teenager zaujímají, je možné prostřednictvím výzkumné metody sociometrie. Ta je využívána při nejrůznějších příležitostech, kdy potřebujeme zjistit vztahy uvnitř malé sociální skupiny. Úroveň popularity ve skupině odráží takzvaný sociometrický status. Dále se pozitivní a negativní statusy vyčleňují do jednotlivých pozic, přičemž profesor M. Nakonečný shledává tyto jako nejdůležitější.³⁸

- **Hvězda („star“):** Nejoblíbenější je jedinec, který by v rámci dotazování obdržel od svých spolužáků nejvyšší počet voleb, a to voleb negativních i

1) ³⁷ Srov. VÁGNEROVÁ, Marie. *Kognitivní a sociální psychologie žáka základní školy*. Praha: Karolinum, 2002, s. 255. ISBN 80-246-0181-8.

1 ³⁸ Srov. NAKONEČNÝ, Milan. *Encyklopedie obecné psychologie*. 1. vyd. Academia, 2001, s. 230. ISBN 80-200-0625-7.

pozitivních – ty však převažují. Nejen, že má v třídním kolektivu nejvýznamnější místo, vedle toho je tento držitel takzvaného smíšeného sociometrického statusu zároveň i vůdcem („leadrem“) skupiny.

- **Outsider:** Stejně tak jako má každá školní třída svého favorita, je v ní přítomen i „outsider“. Dítě, které je postihnuo tímto sociometrickým statutem, vykazuje v prostředí školního kolektivu malou sociální interakci. To se projevuje tím, že přestože o členství ve skupině má zájem, není ostatními členy vyhledáván. Vzhledem k tomu, že ostatní v jeho přítomnosti zažívají nepříjemné pocity, sehrává z tohoto důvodu podřízenou roli. Mimo to, navíc v této malé sociální skupině evokuje pocit nespokojenosti.

Co se týče sociometrického dotazníku, v této věci se jedná o osobu, která hodně volí. Ona sama však od ostatních zúčastněných obdrží minimum hlasů. A přestože mají získané volby negativní charakter, jedná se dle mého osobního názoru v tomto případě o lepší variantu. Horším případem je situace, kdy nedostane od druhých hlasy žádné a je tím pádem odmítána.

- **Zavržený („antihvězda“ / „antistar“, „černá ovce“):** Rozhodneme – li se využít sociometrii jako výzkumnou metodu, kdy potřebujeme zjistit vztahy uvnitř malé sociální skupiny (v našem případě se jedná o školní třídu), lze zjistit, že v ní můžeme spatřit také jedince zastávající roli, která je velmi podobná „outsiderovi“.

Přesněji řečeno jedná se o roli „antihvězdy“ neboli zavržené osoby. V případě, že se v průběhu dotazování odpovídá na otázku „s kým byste nechtěl...“, získává tento člen od kolektivu nejvyšší počet negativních voleb. Na základě toho si lze následně odvodit, že se jedná o osobu s minimálním smíšeným sociometrickým statutem.

- **Izolát:** Vedle již výše uvedeného, můžeme dále ve skupině žáků základních a středních škol, kteří se společně učí a postupují z ročníku do ročníku, naleznout i dítě vyznačující se tím, že se o společenský život probíhající uvnitř školní třídy nezajímá. Tato „potřeba“ mít zřetelný zájem o lidi mu zkrátka není vlastní, a proto je následkem této skutečnosti ignorován. Z tohoto důvodu žije izolovaně, tedy „na okraji“ školní třídy.

Z těchto popsaných faktů je odvozen název pro další roli – „izolát“. Pokud je dítěti připisována tato sociometrická pozice, znamená to, že nikoho nevolí a ani není nikým voleno.

- **Ambivalentní status:** V rámci tohoto textu, nesmíme vynechat ani představení této komplikované sociometrické pozice. Dostane – li se jedinec do této role, zaujímá pozornost především proto, že ve školní třídě tvořené obvykle z 15 až 30 žáků, chlapců i dívek přibližně stejného věku, má maximální počet získaných pozitivních i maximální počet negativních hlasů. Získává tedy ambivalentní status.
- **Šedá eminence:** V této chvíli si přiblížíme již poslední roli, s níž se můžeme ve školní třídě setkat. Pojmenovali ji jako „šedá eminence“ a jak už název sám o sobě vypovídá, osoba sehrávající tuhle roli, není v kolektivu příliš nápadná. To je dle mého osobního názoru zapříčiněno skutečností, že se nejčastěji pohybuje „v pozadí“ této malé sociální skupiny.

Je zajímavé, že přestože je „šedá eminence“ od skupiny izolována, je pozitivně volena ze strany „hvězdy“, prostřednictvím které může „tok událostí“ ve školní třídě velmi ovlivnit. Dalo by se říci, že na „oplátku“ toho i ona sama oficiálního vedoucího této skupiny podporuje (volí).

Z vymezení skupinových rolí tedy vyplývá, že v prostředí školy, která není jen místem, kde má dospívající jedinec získávat vědomosti, ale je i místem společenského života³⁹, můžeme přijít do styku s oblíbenými žáky. Ti, na rozdíl od dětí kolektivem odmítaných, mají možnost školní třídu ovlivňovat. Je to především z důvodu, že je ostatní mají rádi, důvěřují jim a v neposlední řadě dají i na jejich názory. *Avšak každá mince má dvě strany!* A tak zatímco oni se svou schopností uspět v této malé sociální skupině a zapadnout do jejího kolektivu slaví úspěch, jiným tento talent nebyl přidán „do vínku“. Není tedy překvapením, že v důsledku toho narážíme i na žáky, kteří na rozdíl od svých vrstevníků s pozitivnějšími názory na své společenské postavení, nejsou příliš oblíbení.

V návaznosti na to, se na tomto místě magisterské práce vynořuje otázka, proč někteří adolescenti stojí mimo kolektiv a jsou ostatními odmítáni? I zde platí, že nic se neděje pouhou náhodou a každý následek má svou příčinu. Obvykle „*děti, které se nějakým*

³⁹ Srov. MATĚJÍČEK, Zdeněk. *Co, kdy a jak ve výchově dětí*. Praha: Portál, 2007, S. 62. ISBN 978-80-7367-325-3.

způsobem liší od kolektivu, jsou ostatními vnímány jako „divné“, a jsou ze skupiny vylučovány mimo jiné prostřednictvím šikany.“⁴⁰ Jakákoliv odlišnost jako nejpravděpodobnější odpověď na výše vyřčenou otázku, se může stát příčinou konfliktu ve školní třídě.

V dnešní postmoderní době jsou sociální sítě fenoménem. Pro generaci náctiletých platí, že kdo není alespoň na jedné z nich, jako by ani neexistoval – mít profil na nejrozšířenějších sociálních sítích světa, se stalo normou. Ti, kteří se jeho vytvoření vyhýbají, se stávají „podivný“.

Jakmile začne třídní kolektiv vnímat určité dítě jako „jiné“, přičemž co je vnímáno jako odlišnost, je stanovováno obvykle vlivným členem této skupiny, je velmi obtížné se této nálepky zbavit.⁴¹ Jelikož společnost a lidé v ní jsou mnohdy nekompromisní a zlí, je vysoce pravděpodobné, že teenager lišící se od průměru malé sociální skupiny, by mohl být na základě jeho absence na sociálních sítích, vystaven šikaně. Tato odlišnost totiž představuje hlavní důvod, kterým agresori zdůvodňují a omlouvají jednání, jehož záměrem je ohrožit, ublížit, ponížit nebo zesměšnit oběť.⁴² Z tohoto důvodu by ti, kterým je tato problematika věnována, měli ve své paměti uchovat následující: „*Popichování a škádlení mezi žáky patří k běžné zábavě a zároveň k důležité škole sociální komunikace, vzájemného poznávání a sblížování. Problém je ale v rozdílech ve vnímání toho, co je ještě legrace a co je již „přes čáru“. Neboť to, co pro jednoho může znamenat vcelku vítaný projev pozornosti, se druhému může jevit již jako urážení či ponižování. Pokud se takové chování opakuje, je více než pravděpodobné, že má jasný cíl.*“⁴³

Jako smutná se mi jeví skutečnost, že právě proto, aby někteří jedinci v době dospívání nevyčnivali z davu a nezažívali tak peklo ve skupině svých spolužáků, sebezprezentují se na Facebooku nebo Instagramu. To mě přivádí k otázce: Skutečně jsou sociální sítě natolik mocnou silou dnešního internetu, že se lidé bez založených profilů na nich, stávají podezřelými? Podle mého osobního názoru se spíše jedná o problém spočívající v nerespektování odlišností. Přestože dokážu počínání těchto

⁴⁰ JANOŠOVÁ Pavlína, KOLLEROVÁ Lenka, ZÁBRODSKÁ Kateřina, KRESSA Jiří, DĚDOVÁ Mária. *Psychologie školní šikany*. Praha: Grada, 2016, s. 47 – 48. ISBN 978-80-247-2992-3.

⁴¹ Srov. Tamtéž, s. 83

⁴² Srov. HAŠKOVCOVÁ Hana. *Manuálek o násilí*. Brno: Národní centrum ošetřovatelství a nelékařských zdravotnických oborů v Brně, 2004. 83 s. ISBN 80-7013-397-X.

⁴³ *Deník.cz* [online]. Praha: Deník.cz, © 2015 – 2019 [cit. 2019-02-17]. Dostupné na: WWW <<https://www.denik.cz/zdravi/sikana-ve-skole-horsi-nez-facky-je-izolace-20151114.html> >

„pubertáků“ pochopit, je důležité si uvědomit, že touhle cestou nectíme potřeby své, ale potřeby a požadavky určitého systému.

Dále se k virtuální sebe prezentaci uchylují nejen proto, že móda a trendy fungují i na internetu, a tak, když všichni ze třídy profily na sociálních sítích mají, nechtějí v této věci zůstat pozadu, ale také proto, aby jejím prostřednictvím udělali dojem. Do „wow“ efektu investují svou energii s nadějí, že jim pomůže zvýšit jejich oblíbenost. Vzhledem k tomu, že mám sama zkušenost se skutečností, kdy ti, kteří skrze své vytvořené profily na Facebooku či Instagramu bodují, sklízí úspěchy i v reálném životě, musím tuhle strategii vyhodnotit jako skutečně účinnou.

Na základě této vydobyté popularity, mohou následně získat i lepší pozici v třídním kolektivu, což mohou shledávat jako silnou motivaci. Avšak, ať už je postavení adolescenta jako žáka ve školní třídě jakkoliv důležitým faktorem, myslím si, že *„každý žák by si měl mezi spolužáky najít své místo, které mu bude vyhovovat a kde se bude cítit dobře. Dobré vztahy ve skupině jsou důležité jak pro skupinu jako celek, tak pro každého jednotlivého člena.“*⁴⁴ Moc bych si přála, aby se jim podařilo výše uvedená slova uchovat ve své paměti. Možná by se tím dalo předejít situaci, kdy *„dítě prožívá své (nedobré) postavení ve třídě velmi intenzivně. Vnímá své postavení pochopitelně „po svém“, tedy subjektivně.“*⁴⁵

- 3) Lásky:** Na svět jsme se schopností projevovat někomu lásku přišli. V průběhu života se pouze mění druh a způsob citů a také ten dotyčný, komu jsou věnovány. Zpočátku jsou vyhledávány v úzkém rodinném či přátelském kruhu, ale v procesu dospívání to už přestává stačit. Adolescenti v tomto období nečekaně odhalují například na svých kamarádech, spolužácích nebo na úplně neznámých lidech, které jen letmo zahlédli, věci, které se jim prostě musí líbit. Nejistí z této nové a nezvyklé situace, před kterou byli postaveni poprvé, si chtějí náklonnost tohoto člověka získat.⁴⁶

Zatímco se předchozí generace snažila zapůsobit na idola svého srdce různými způsoby – ve volných chvílích, kdy to jen šlo, být mu co nejvíce nablízku, dozvědět se o něm co nejvíce informací a upoutat tak na sebe pozornost. V současné době

⁴⁴ HERMOCHOVÁ, Soňa. *Skupinová dynamika ve školní třídě*. Kladno: AISIS o. s., 2005, s. 16. ISBN 80-239-5612-4.

⁴⁵ ŘEZÁČ, Jaroslav. *Sociální psychologie*. Brno: Paido, 1998, s. 166. ISBN 80-85931-48-6.

⁴⁶ Srov. SCHUSTER, Gaby. *1 000 dívčích otázek*. Plzeň: NAVA, 1999, s. 33. ISBN 80-7211-056-X.

seznamování na veřejnosti prožívá obří pád, moderní technologie totiž zasáhly i tu nejzákladnější oblast lidské existence – lásku a sex.

A tak na rozdíl od jejich rodičů, kteří, když chtěli o sobě dát vědět, osobnímu setkání se nevyhnuli, dnešní mládež to má jednoduší. Stačí pouze usednout za obrazovku počítače a oslovit svůj protějšek z póza virtuálního světa. Ve srovnání s předchozí generací to navíc nevnímají jako věc, za kterou je potřeba se stydět. Seznamování přes internet už není zoufalé, ale vlastně normální. Navíc má celou řadu výhod: *„Sedíš v soukromí svého pokojíku, takže ztrácíš zábrany a ostych, který je přirozený při kontaktu tváří v tvář. I ty nejostýchavější typy se mohou na síti mnohem snáz projevit, takže je to vlastně takový ideální trénink seznamování. Navíc o svém protějšku toho můžeš hned od prvního kontaktu celkem dost vědět. Profily na seznamovacích a sociálních webech jsou plné fotek, videí, komentářů, charakteristik. O druhém tu máš jako na talíři celý jeho profil.“*⁴⁷

Otázkou je, proč ve chvíli, kdy jde skutečně jen o ně – o to, kdo jsou a co umí, nemají ve snaze zapůsobit spíše prostřednictvím svého charakteru a osobního šarmu? Je to prosté, největší roli zde hraje strach z odmítnutí. Volí tedy v situaci, kde jde především o to udělat dojem na svůj protějšek a přesvědčit ho tak o svých kvalitách, jednoduší formu oslovení a to takovou, která jim je bližší a méně bolestivá. Raději než osobní kontakt upřednostňují sociální sítě. Tam se mohou vyhnout vlastnímu selhání a případné ponížení u své lásky není tak bolestivé.

⁴⁷ *Krásná.cz* [online]. Praha: Krásná.cz – holky holkám, © neuvedeno [cit. 2019-02-22]. Dostupné na: WWW <<http://krasna.nova.cz/clanek/jaknakluky/seznamovat-se-na-internetu-ano-ci-ne.html>>.

5 Virtuální identita

Ke vstupu do virtuálního světa nevyužívají dospívající jedinci svou fyzickou identitu. K proniknutí do kyberprostoru si vytvářejí takzvané virtuální identity. A přestože je ve své podstatě tato digitální identita velmi podobná identitě pocházející z reálného světa, i tak nalezneme několik aspektů, ve kterých se odlišují.

Nejzásadnějším rozdílem se stává absence fyzického rozměru identity adolescenta. Nicméně moderní technologické inovace, mezi které se řadí především systémy pro rozpoznávání obličejů, čtečky otisku prstů nebo skenery očních sítnic, mohou tuhle nepřítomnost alespoň částečně vynahradit. Tyto novodobé trendy však nemají zatím pro běžné uživatele internetu příliš velké využití. Navzdory tomu, nutno podotknout, že tato biometrická technologie prošla během posledních let významným vývojem – nové a účinnější metody slibují průnik i dalších prvků tělesné identity do kyberprostoru. Jedná se ale spíše o otázku blízké budoucnosti, kdy s nástupem takzvané nositelné elektroniky, bude možné doplňovat internetové profily uživatelů o další tělesné a zdravotní údaje.

Po krátkém ohlédnutí za tím, co nás v nadcházejících časech čeká a pravděpodobně nemine, směřujeme nyní svůj zájem zpět k virtuální identitě. Na tomto místě magisterské práce se k ústřednímu tématu této kapitoly vracím s myšlenkou Davida Šmahela. Podle jeho osobního názoru je digitální identita pojem, který nemá sám o sobě smysl. Na základě skutečnosti, že reprezentace teenagerů v prostředí internetu přece nic neprožívá a ani prožívat nemůže, se s tímto tvrzením ztotožňuji. Pamatujme si tedy, že *„mluvíme – li o virtuální identitě, mluvíme vlastně o tom, co přiřazujeme (virtuální) identitě naší reprezentace v prostředí internetu.“*

5.1 Konstrukce virtuální identity

Tato virtuální reprezentace se vytváří veškerou činností, kterou v kyberprostoru mladiství vykonávají. Ti při každém pobytu na internetu provozují pestrou škálu aktivit. Důsledkem toho následně vzniká „stopa“, jež je utvářena digitálními daty nesoucí informace o tom „kdo jsou“. Přesněji řečeno, vzniká jakýsi shluk digitálních dat, který uchovává informace o tom, čím dospívající jedinci v online prostředí jsou, a jak se v tomto prostředí prezentují.⁴⁸

⁴⁸ ŠMAHEL, David. *Psychologie a internet: děti dospělými, dospělí dětmi*. Praha: Triton, 2003, s. 41. ISBN 978-80-7254-360-1.

Výše zmíněnou „stopu“ zanechávají na internetu adolescenti nejčastěji v podobě vytvořených „nicků“ a „avatarů“. A vzhledem k tomu, že jsou to dva hlavní nástroje virtuální identity, cítím potřebu je v této kapitole diplomové práce alespoň stručně charakterizovat:

- **Nick:** Zkrácenou verzí anglického slova „nickname“ se označuje přezdívka, kterou se teenageři nechávají ve virtuálním světě oslovovat. Nejhojněji je tento pojem aplikován v místech, kde není vyžadována skutečná totožnost dospívajícího. Mezi taková prostředí se nejběžněji řadí internetová diskusní fóra, chaty a komunikační programy. Setkat se s „nickem“ však můžeme i na webových stránkách. Tam označuje uživatelské jméno neboli „username“, v jehož kombinaci s heslem se lze dostat k vlastnímu vytvořenému účtu.

Důležité je říci, že volba přezdívky má vliv na budování virtuální identity. Přezdívka, která v sobě zahrnuje naši zálibu (například „HasičJenda“), rok narození (například „Jenda1985“) nebo povolání (například „BankéřJenda“) má nezpochybnitelně větší vliv na závěrečnou podobu, kterou si o nás vytvářejí jiní uživatelé internetových služeb než jednotvárná přezdívka (například „Jan“). V neposlední řadě svou roli v tom, jak na nás budou ostatní nahlížet, sehrává i to, jestli je na první pohled z utvořeného „nicku“ čitelné pohlaví.⁴⁹

Z předchozího textu je možné vypožorovat, že ve virtuálním jménu jsou velmi často obsaženy informace týkající se pohlaví, sexuální identity nebo třeba osobních zájmů. Mladiství tak prostřednictvím „nicku“ mohou prezentovat takové atributy vlastního „Já“, které jsou ochotni odhalit.

- **Avatar:** Tento termín pochází z hinduismu. Zatímco v této kultuře vyjadřuje pozemské vtělení duchovní bytosti, v počítačové terminologii se používá pro vizuální reprezentaci postavy uživatele, která může mít podobu buď trojrozměrného modelu, nebo dvojrozměrného obrazu. *„Avatar slouží k identifikaci, zosobnění uživatele nad rámeček prezentovaného jména nebo přezdívky.“*⁵⁰

⁴⁹ Některé aplikace na pohlaví uživatele odkazují například barvou - např. modře zvýrazňuje nicky mužů a růžově nicky ženy. Zejména v dobách, kdy byl Internet spíše výsadou mužské části populace, stávalo se, že objevila-li se na diskusním fóru nebo v chatu žena, věnovali jí tamní muži více pozornosti. Sám jsem se jednou setkal s případem, kdy uživatel – muž na diskusním serveru několikrát neúspěšně žádal ostatní o radu s technickým problémem. Když ani po opakované prosbě neuspěl, vytvořil si později alternativní účet s ženskou přezdívkou a svůj dotaz zopakoval. Odpovědi se dočkal záhy.

⁵⁰ Wikisofia.cz [online]. České Budějovice: Wikisofia.cz – portál psychologie, © 2013 [cit. 2019-02-15]. Dostupné na: WWW <https://wikisofia.cz/wiki/Virtu%C3%A1ln%C3%AD_identita>.

Těmito nejrůznějšími prostředky vyjadřují adolescenti svou přítomnost na internetu, přičemž to jakou konkrétní podobu „stopy“ si zvolí, závisí především na typu internetové aplikace. Mezi hlavní využití virtuální identity přitom patří:

- **Chat:** Pod tímto pojmem, který původem pochází z anglického jazyka, se skrývá označení pro nezávaznou a zábavnou konverzaci v prostředí, ve kterém je možné vést rozhovor s jedním nebo více lidmi najednou.

Pro zahájení komunikace, jež se uskutečňuje vždy v reálném čase, si v první řadě musí uživatel zvolit svou přezdívku. S tímto „nickem“, pod kterým je ostatními účastníky této komunikační sítě spatřen, následně vstupuje do místnosti, čímž se v dnešním slova smyslu rozumí diskusní skupiny. Rozhodnutí, do jaké „chat room“ vstoupit, návštěvníkovi usnadňují názvy včetně stručného popisu, o čem se v existující místnosti hovoří.

Ve chvíli, kdy uživatel vstoupí do místnosti zvolené na základě jeho vlastního vkusu, může začít komunikovat formou psaného textu. Odeslaný příspěvek si posléze mohou přečíst buď všichni návštěvníci dané místnosti anebo pouze jedna vyvolená osoba, přičemž pro ostatní zůstává skrytý. Tento jev se v tomto prostředí označuje jako šeptání.

Zvolit si k trávení svého volného času právě tuhle příležitost, mohou dospívající z několika následujících důvodů. Největším pokušením je dle mého osobního názoru naprostá anonymita tohoto prostředí. Díky této skutečnosti se na této komunikační síti můžeme stát tím, kým chceme a současně na jak dlouhou dobu si přejeme. Fantazii se meze nekladou, tudíž nově vytvořená virtuální identita může být jakákoliv.

Mimo jiné, si myslím, že se „chat“ v posledních pár letech stal synonymem pro dobrou zábavu i z důvodu, že je zde nesrovnatelně snazší být upřímný a říkat to, co si doopravdy myslíme. Ať už vlastníme jakékoliv názory, můžeme je zde „beztrestně“ prezentovat. Snad právě tyto vyjmenované příčiny utvořily „chat“ tolik populární.

- **Sociální síť:** Další virtuální prostor nabízející možnosti komunikace mezi adolescenty navzájem se nazývá sociální síť. Tento druh hojně využívané internetové služby jim umožňuje být ve spojení s ostatními uživateli prostřednictvím takzvaného profilu, který si musí pro přihlášení do konkrétní sociální sítě založit každý uživatel. Posléze se díky této vytvořené „virtuální vizitce“, jež zpravidla obsahuje osobní údaje,

prezentuje. A současně se na jejím základě stává dohledatelným a identifikovatelným pro ostatní.

Na webových stránkách sociálních sítí je možné se projevat i skrze příspěvky. Tyto takzvané „statusy“ se nejčastěji ve formě názoru, fotografie či videa, zobrazují ostatním uživatelům, kteří na ně mohou následně různými způsoby reagovat. Mezi nejběžnější reakce přitom patří:

- a) označení příspěvku s cílem podpořit jeho viditelnost – většinou formou tlačítka pod příspěvkem
- b) komentář, odpověď pod příspěvkem – slovní komentář, napsání vlastní myšlenky, diskuze
- c) sdílení příspěvku ve vlastním profilu – podpora příspěvku, sounáležitost, souhlas s myšlenkou⁵¹

Za sociálním rozměrem tohoto typu služeb však stojí takzvané vytváření komunit. Jedná se o klíčovou funkci sociálních sítí, která spočívá v propojování se registrovaných členů do různých komunit (společenství, skupin, přátelství). Tímto způsobem se tak následně tvoří vztahová síť. Ta je postavena na základě nějakého společného zájmu či názoru, o němž poté šíří informace.⁵²

Sdílení obsahu je hlavním cílem všech sociálních sítí, které se pro adolescenty staly jedním ze zdrojů zábavy. Mimo jiné rovněž nástrojem komunikace i navazování a udržování vztahů. A v neposlední řadě třeba i prostředkem seberealizace, pomocníkem při studiu nebo budování kariéry.

- **Blog:** Ovšem nynějším fenoménem není pouze Facebooku, Twitter či Instagram, ale také tvorba osobních stránek a blogů. V období jejich velkého rozkvětu, se jen trocha kreativních lidí oddávala této činnosti, přičemž většinou se jednalo o zahraničním trendem inspirované blogery, kteří usilovali o rozšíření i v českém prostředí. Dnes již existují stovky blogů, avšak i přes to, povědomí o tom, jak tato aktivita opravdu funguje, má pouze málokdo. Z tohoto důvodu dospívám k přesvědčení, že je potřebné tento jeden z možných způsobů trávení času teenagerů osvětlit. A vzhledem k tomu, že

⁵¹ Srov. *Nebojte se internetu* [online]. Praha: Nebojteseinternetu.cz – je další osvětovým projektem sdružení CZ. NIC, © 2019 [cit. 2019-03-02]. Dostupné na: WWW <<https://www.nebojteseinternetu.cz/page/3396/socialni-site/>>.

⁵² Srov. *Jak na internet* [online]. Praha: JaknaInternet.cz – seriál „Jak na Internet“ je jedním z osvětových projektů CZ. NIC, © 2019 [cit. 2019-03-02]. Dostupné na: WWW <<https://www.jaknainternet.cz/page/1751/socialni-site/>>.

jsem v dřívějších dobách internetový deník vlastnila, cítím se být oprávněnou osobou k podání následující charakteristiky.

Pro zrod nového blogu se nejprve musí vybrat doména, kterou je výhodné zejména pro lepší důvěryhodnost, zakoupit. Ovšem uživatelé nejen v České republice stále raději upřednostňují volně dostupné platformy. Mezi nejoblíbenější patří Blogger, který nabízí základní servis a webovou adresu, jejíž jméno by se mělo shodovat s tématem blogu, mělo by být také snadno zapamatovatelné a atraktivní pro cílovou skupinu.

Jestliže jsou základy blogu nastavené, jeho majitel může přistoupit k dalšímu kroku a tím je psaní příspěvků. Když blogger píše články, které jsou zajímavé pro specifickou skupinu lidí, časem se setká se svými pravidelnými čtenáři, jejichž komentáře na blogu hrají opravdu důležitou roli. Jejich pozitivní ohlasy mohou totiž na blog přilákat firmy se zajímavými nabídkami ke spolupráci. Nutno ale podotknout, že pouze populárním blogům s vysokým počtem pravidelných čtenářů a odběratelů na sociálních sítích se otevírají dveře k novým příležitostem nebo dokonce ke slibné kariéře. Může za to především filozofie podniků, které věří, že čím je publikum daného blogu větší a rozmanitější, tím je vyšší šance úspěšnosti kampaně.

Aby se o blogerovi dozvědělo více lidí, je také významné komentovat příspěvky na ostatních blozích. Z komentářů mohou vést odkazy na jeho blog, což může připoutat pozornost nových návštěvníků. Je to jeden ze způsobů, jak vyvářet zpětné odkazy, díky kterým se blog zlepšuje.

Kromě komentářů mohou také blogeři využívat ke komunikaci již výše zmíněné sociální sítě, které se v nynější době staly neodmyslitelnou součástí každého blogu. Současně nejvíce používanou sociální sítí na světě je Facebook, který všem blogerům umožňuje zůstat v neustálém kontaktu se svými pravidelnými čtenáři. Mimo jiné jim poskytuje i prostor k rozšiřování vlastních názorů a ke sdílení osobních zkušeností. I hned za Facebookem obsadil druhou příčku Instagram, pomocí kterého blogeři velmi často propagují své osobní stránky a zároveň informují své odběratele o právě probíhajících aktualizacích, jak na blogu, tak i v životě blogera.

6 Experimentování s virtuální identitou

Na tomto místě diplomové práce se pojdme podívat, jak s online identitami adolescenti v kyberprostoru zacházejí. V případě, že se rozhodnou vydávat za někoho jiného, mají tendenci se v sociální i komunikační oblasti prezentovat jinak – odvážněji, věcněji, kritičtěji než při klasické konverzaci tváří v tvář byli schopni. Své názory si dovolují prezentovat bez ohledu na následky, tedy dosti disinhibovně.

Pojem disinhibice ve své publikaci Vybíral popisuje jako „*odložení zábran a skrupulí, ztrátu nebo překonání nesmělosti, plachosti a ostychu, v krajních podobách může jít o obcházení tabu a zákazů, tedy o jistou odvázanost či nevázanost na normy, která může být až anomální.*“⁵³

V mnohých případech se experimentování s virtuální identitou dává do souvislosti právě s účinkem disinhibice. Tento efekt, jehož vlivem působení si mohou dospívající jedinci počínat odlišným způsobem než v prostředí skutečného světa, pramení podle Sulera ze šesti klíčových zdrojů:

- 1) Anonymita („You Don` t Know Me” – Neznáš mě)** – Základním pilířem internetu je anonymita, ze které vyplývá případná proměnlivost adolescentova identity.
- 2) Neviditelnost („You Can` t See Me” – Nevidíš mě)** – Internet do komunikace vnesl spoustu nového. Specialitou zvláštního prostoru označovaného také jako kyberprostor je, že naše smyslové vnímání nekompromisně ohraničuje pouze na oblast porozumění textu. Vizuální obraz, jak daný člověk vypadá, tedy odpadá včetně komunikace mimikou, postavením těla, barvou hlasovou a intonací.

A i přesto, že v dnešní době lze použít webové kamery a mikrofony, většina teenagerů stále preferuje jednoduché textové dorozumívání.
- 3) Asynchronita („See You Later“ – Tak příště)** – Vzhledem k tomu, že na rozdíl od komunikace v reálném životě nemusí mladiství reagovat okamžitě, využívají časové možnosti za účelem analýzy strategií jak se projevat, aby na příjemce zprávy, jenž se nachází na odvrácené straně komunikační sítě, učinili dojem a opatřili si jejich přízeň.

⁵³ VYBÍRAL, Zdeněk. *Psychologie komunikace*. Praha: Portál, 2009, s. 272. ISBN 978-80-7367-387-1.

Rovněž v kyberprostoru značným způsobem dospívající jedinci využívají skutečnost, že v porovnání s tradičním rozhovorem tváří v tvář existuje v čistě textovém prostředí příležitost zvážit svou odpověď na položené otázky.

- 4) Solipsistická introjekce („It`s All in My Head” – Vše je v mé hlavě)** – Aktu ztvárnění představ o světě či člověku vévodí především naše vlastní představy. Tento solipsismus, což je *termín vyhrazený ve filozofii pro přesvědčení člověka o tom, že vnější svět existuje jenom v jeho hlavě*⁵⁴, se vyskytuje v našich vztazích od nepaměti a zcela přirozeně.

Již Sigmundem Freudem popsáný mechanismus projekce, na jehož základě máme sklon vkládat vlastní myšlenky a úmysly do ostatních jedinců, se ve velké míře projevuje i v prostředí internetu. Absence osobní přímé konverzace může mít vliv na adolescentovu mysl kupříkladu tím, že si z různých významů textu, selektuje právě ten, jenž uskutečňuje jeho ideální představu o rozhovoru. Obdobným způsobem si může překládat význam emoji ikonu dle toho, co se mu líbí více.

Chvilími tedy chápání konverzace v kyberprostoru svědčí více o našem nevědomí (respektive o našich skrytých přáních, obavách, tužbách) než o druhé osobě. Komunikujeme pak ve skutečnosti z části sami se sebou, realita se stává fantazií.

- 5) Disociativní představivost („It`s Just a Game” – Je to jen hra)** – Zvláštním specifikem kyberprostoru je nulová zodpovědnost. Někteří dospívající jedinci pokládají svou virtuální identitu, kterou vytvořili v prostředí internetu za někoho jiného. Z tohoto důvodu nenacházejí smysl, proč by za své internetové „Já“ měli nést zodpovědnost i ve svém skutečném životě. Dalo by se tvrdit, že vše považují za hru, která pro ně končí okamžikem, kdy vypnou počítač.

V této situaci může nastat klasická disociace neboli rozštěp osobnosti, jelikož adolescenti v sobě zahrnují více rozmanitých „osobností“. A tímto způsobem narušují své vlastní zdravé vědomí, což může vyústit ve vnitřní rozpor nebo zmatení.

- 6) Minimalizace autority („We`re Equals – Jsme si rovni)** – Reálné role, které k osobnosti teenagera patřičně náleží, se v prostředí internetu smazávají. V podstatě jde o to, že jeho běžný sociální status přestává být v tomto relativně novém médiu podstatný.

⁵⁴ VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*, s. 273.

Avšak rovnoprávnost sociálního postavení s rozvojem různých placených služeb pomalu mizí.

Disinhibice čili „prostředí bez zábrán“ je jedním „z nejzjevnějších a nejspecifičtějších znaků elektronické komunikace“⁵⁵ u adolescentů, kteří prezentují sami sebe nejrozličnějším způsobem.

Ve své podstatě mohou dospívající jedinci se svou reprezentací pocházející z virtuálního světa, jež se v nemnoha ohledech liší od té reálné, manipulovat libovolným způsobem. Z této pestré škály způsobů, jak s on – line reprezentací zacházet, se mohou adolescenti pokusit například o ztotožnění s ní. V tomto případě by tato reprezentace, o níž nesprávně předpokládají, že ztvárňuje jejich celistvou osobnost, byla ve velké míře blízká skutečné identitě. Avšak i přesto s ní nemůže být nikdy identická, jak již vyplývá z podstaty.

Dále kupříkladu směřjí adolescenti do vlastní virtuální reprezentace větší či menší měrou vkládat vědomý aspekt své osobnosti. V návaznosti můžeme tedy říci, že v prostředí internetu a sociálních sítí se mohou teenageři stát jedinci dle svých nejniternějších přání. Na základě svých představ svou prezentaci uzpůsobují – v kyberprostoru tak mění svůj věk, gender a v neposlední řadě proměňují třeba i osobní charakter.

Z tohoto důvodu dospívám k přesvědčení, že i přes skutečnost, že člověk má o sobě samém dobré znalosti, vystupuje mnohdy v rámci své virtuální reprezentace odlišně. A je tímto způsobem dle mého osobního názoru vnímán i okolním světem.

Na dobu experimentování s identitou si může vzpomenout každý z nás. V dnešní době se ovšem pro toto testování nejen „kdo jsem“, ale také „kým bych mohl být“, čím dál častěji upotřebuje zvláštní prostor označovaný také jako kyberprostor.

Je pozoruhodné, že k samotnému aktu zkoušení si „co jsem vlastně zač“, více inklinují dospívající jedinci, kteří v prostředí skutečného světa pociťují osamocení. Tato skutečnost byla poodhalena výzkumem. Z jeho výsledku vyplývá, že k experimentování (nejen) s virtuální identitou mají větší tendenci mladiství, kteří ve svém reálném životě byli obklopeni malou skupinou blízkých přátel. A ve srovnání s jedinci, kteří se za osamělé nepokládali, se obtížněji otevírali vnějšímu okolí.

Můžeme tedy konstatovat, že introverze je eminentním prediktorem pro častější experimentování s virtuálními identitami a tímto poznatkem bych uzavřela tuhle kapitolu.

⁵⁵ VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*, s. 273.

6.1 Příčiny změny adolescentovi identity ve virtuálním prostředí

Cílem předchozí kapitoly, jež se věnuje digitální identitě a virtuální reprezentaci, bylo recipientům této magisterské práce tento termín objasnit.

V případě, že byl tento záměr naplněn, smíme se nyní zapřemýšlet nad tím, kdy hovoříme o změně virtuální identity. Změnou, jež přichází v momentě, kdy v prostoru internetu adolescent jakkoliv změní – nahradí svou virtuální reprezentaci, se zabývá David Šmahel.

Tento odborník, který zkoumá vliv internetového prostředí na dospívání dětí ve své knize „*Psychologie a Internet – děti dospělými, dospělý dětmi*“ uvádí pozoruhodné příčiny, proč dochází ke změně virtuální identity. Dospívající uvádějí následující důvody:

- **Obava z odhalení** – V kyberprostoru skrývá dospívající svou reálnou identitu pod pseudonymem. Avšak v případě obavy, že nejsou dostatečně chráněni před identifikací, dochází v průběhu jeho on – line aktivit ke změně virtuální identity. Nejčastější příčina, jež vede adolescenta k výměně svého „nicku“⁵⁶ je skutečnost, že chce dělat něco, co není v souladu s hodnotami, normami či pravidly internetové společnosti, ve které je znám pod určitou přezdívku. Nebo se jednoduše za něco ve virtuálním prostředí stydí.
- **Zvýraznění určitého rysu sebe sama** – V tomto případě adolescent svou virtuální identitu obměňuje z důvodu, že se chce identifikovat plným způsobem se svým určitým aktuálním bezprostředním pocitem, zvýraznit a prožít do extrému svou konkrétní náladu. Zdůraznit určitý rys sama sebe. Aby si teenager zkusil, jaké to je být vyhraněný, ve virtuálním světě se mění.
- **Změna sexuální identity** – Dospívání, tedy puberta a adolescence, je pro většinu mladých lidí v naší kultuře obdobím pochybnosti ohledně své sexuální identity a orientace. V čase nejistoty, kdy jejich sexuální orientace není ještě plně vyhraněna, může jít o virtuální experimenty širšího rozsahu – v prostředí internetu například teenageři překonávají sami sebe a dovolují si o sobě přemýšlet jako o gayovi či lesbě,

⁵⁶ Nick – přezdívka, pod kterou uživatel vystupuje v rámci internetových komunikačních aplikací. Drtivá většina diskusních serverů, komunikačních aplikací a služeb vyžaduje při registraci vytvoření unikátní přezdívky. Zpravidla se k ní váže také tzv. "avatar", což je výraz, převzatý v roce 1985 z Hinduismu, kde znamená boží vtělení. Avatar má obvykle podobu obrázku, který se zobrazuje jako "portrét uživatele" a do jisté míry tak supluje funkci, kterou plní fyzický vzhled při komunikaci tváří v tvář. V počítačových hrách se potom jedná o virtuální postavu, ovládanou hráčem.

o kterých ve společnosti slýchali různé homofobní názory. Tyto experimenty mohou mít významný vliv na formování reálné sexuální identity.

- **Změna virtuální identity jako zábava** – Adolescent svou virtuální identitu často mění za účelem pobavení, odreagování popřípadě z důvodu, aby si z někoho udělal legraci. Tento bod v sobě nezahrnuje vysvětlení, proč nebo v co svou virtuální identitu jedinec mění. Přičemž motivace pro tuto změnu budou spíše skryté – ať už vědomě nebo nevědomě.
- **Stát se ideálem** – touhu budít respekt a udělat na druhé dojem, máme v sobě hluboce zakořeněnou. Způsobů, jak svůj sociální status posílit, je spousta. Dospívající k tomu využívají internetové prostředí, ve kterém si zkoušejí, jaké to je být ideálem, „hvězdou“, pokoušejí změnit sami sebe k lepšímu. Často se touží stát takovým, jakým je v kyberprostoru, také v reálném životě – touží být zábavný, vtipný, chce umět komunikovat, být neodolatelný a podobně.⁵⁷

Na rozdíl od reálného života jsou tyto změny ve virtuálním světě relativním způsobem jednoduše vratné, dospívajícím jedincem snadno ovlivnitelné.

⁵⁷ Srov. ŠMAHEL, D. *Psychologie a internet – děti dospělými, dospělí dětmi*, s. 53 – 56.

7 Pozitiva a negativa virtuální identity

Všem známé přísloví „*každá mince má dvě strany*“ je pravdivé i ve světě virtuálním, kde svou světlou a stinnou stránku vlastní i digitální identita. Tyto dvě stránky k sobě neodmyslitelně patří, jelikož bez jedné by ta druhá nebyla vidět.

Na výhody a nevýhody využívání a experimentování virtuální identity se pohledy postmoderní společnosti do značné míry různí. Zatímco se někteří netají svým obdivem k pozitivům internetového prostředí, jiní například experimentování s virtuální identitou naopak zatracují. V tomto případě lze jen těžko nečíst mezi řádky starý slogan „*kam ten svět spěje*“.

Jak už tedy bylo předchozím textem naznačeno, v této kapitole se budu zabývat tím, jaké klady a zápory nám identita online přináší. Cíl kapitoly s názvem „*pozitiva a negativa virtuální identity*“ podle mého osobního cítění spočívá ve shrnutí faktů o rizicích i výhodách virtuální identity. Níže uvedený text je sice určený v první řadě pro recipienty této magisterské práce, přínosný by však mohl být i pro další osoby, které o dospívající jedince pečují. Ti by se měli zamyslet nad preventivními kroky a rovněž nad možnostmi a způsoby, jak s adolescenty o rizicích mluvit.

7.1 Negativní aspekty virtuální identity

O rizicích je potřeba vědět, otevřeně o nich mluvit a být na ně dopředu připraven a umět je řešit. Z tohoto důvodu začínám negativy, neboť objektivně vzato převažují. Chtěla bych říci, že ke skutečnosti, že je možné na virtuální identitu nahlížet jako na rizikovou oblast v životě adolescenta, mě přivedly teorie, jež pocházejí od autorky E. Reidové. Znějí následujícím způsobem:

1) Nedemokratické prostředí

Internet není jen dobrý. Na tomto místě není možné se vyvarovat setkání se základními negativními rysy. Právem, mezi ně smíme řadit agresi, hrubost, napadání, případě i útok. Na základě toho, dospívá Reidová k přesvědčení, že je velký omyl, domníváme-li se, že internet je pouze demokratické prostředí zvyšující osobní svobodu.⁵⁸

⁵⁸ Srov. ŠMAHEL, D. *Psychologie a internet – děti dospělými, dospělí dětmi*, s. 46.

Současně tyto krajnosti mající tendenci vyskytovat se v kyberprostoru přirovnává autorka ke středověkému trestu „šarivari“⁵⁹. Avšak zatímco museli pachatelé i oběti této ceremonie žít nadále pospolu, situace v časech moderní pospolitosti je zcela odlišná. A tak hlavní rozdíl mezi dnešní a tehdejší společností spatřuje Reidová v „možnosti úniku“, přičemž tato příležitost se ukazuje být důležitým fenoménem v prostředí internetu. Ovšem přestože se zdá být únik zdánlivě velice snadnou záležitostí, můžeme často vidět například v prostředí českých školních lavic, kde jsou rituály podobné středověkému šarivari praktikovány poměrně často, že se dětem může o „odpojení se“ jenom zdát.

V neposlední řadě upozorňuje také na moc autorit skupin, které se ve virtuálním světě tvoří a jejich vliv přirovnává k moci středověkých pánů, což považují za velice zajímavé.⁶⁰

2) Fragmentace osobnosti

Do středu zájmu se dostává i takzvaná mnohočetnost digitální identity. Negativní pohled je přitom soustředěn na tvorbu, na jejímž základě si teenager vytváří vícero virtuálních identit. Ta je autorčině kritice podrobena z důvodu, že při ní může docházet k fragmentaci osobnosti, která ve výsledku zabraňuje rozvoji flexibilní a úplné osobnosti. Ovšem, jak později ukázal nizozemský výzkum sledující dopady experimentování s virtuálními identitami na celistvost sebepojetí u adolescentů, nebyl žádný takový vliv prokázán.⁶¹

Na vytváření mnohočetných identit Reidová dále pranýřuje, že nenabízejí cestu k flexibilitě v běžném životě, neboť nedochází k propojování různorodých identit. Na výše vyřčenou skutečnost nám může poskytnout vysvětlení také David Šmahel, který ve své knize uvádí, že virtuální prostředí a společnost podporují rozmanitost („multiplicitu“), jež nám je známa především z běžného života, kde jsme podněcováni k zaujmutí mnoha rolí (student, zaměstnanec, manžel/ka...). Avšak zatímco jsou ve skutečném světě tyhle oddělené role

⁵⁹ Tato podivná ceremonie, která má kořeny už v 15. století, sloužila jako lidový soud a zároveň i trest. Původně však křepčící a rámusící procesí mělo daleko mírumilovnější náplň. Například ve Francii sloužilo jako součást svatebních oslav. Lidé na vesnicích i ve městech je ale brzy začali využívat k tomu, aby si vyřídili účty se svými sousedy nebo partnery.

Z moderního pohledu byli zajímavým terčem šarivari muži, které obvinili z toho, že svou ženu nevedou dostatečně pevnou rukou. Například se o vás rozkřiklo, že vás manželka zfackovala nebo jste jí tolerovali nevěru. Pro ostatní to znamenalo, že nejste opravdovým pánem domu a okolí vám to dalo najevo veřejným zostuzením. Někdy bylo procesí jen takovým veselým rýpnutím, jindy se však proměnilo v barbarský rej končící násilím a někdy i smrtí.

Úřady tuto lidovou spravedlnost dlouho tolerovaly a respektovaly. Francouzský název průvodu „šarivari“ pak má zřejmě kořeny v latinském výrazu „carivarium“, kterým byl označován nesnesitelný kravál.

Zdroj: <https://epochaplus.cz/stredoveka-pomsta-sarivari-vas-zesmesnilo-pred-celym-mestem/>

⁶⁰ Srov. ŠMAHEL, D. *Psychologie a internet – děti dospělými, dospělí dětmi*, s. 46.

⁶¹ Srov. *Aktuálně.cz* [online]. Praha: Aktuálně.cz, © 1999 – 2019 [cit. 2019-03-10]. Dostupné na: WWW <<http://blog.aktualne.cz/blogy/david-smahel.php?itemid=10055>>.

odehrávající se v jednom fyzickém prostoru propojeny naším fyzickým „já“, v prostředí internetu flexibilita kvůli rozdělení rolí chybí. K tomuto tématu se dále jako podstatné jeví zmínit klíčovou informaci, že ačkoliv je možné virtuálně překlenout počet našich rolí z reálného života, je důležité nezapomínat na rozmanitost našich nálad, pocitů, názorů a postojů, které nikdy nenahradíme. A zároveň umožňují individuální psychickou pružnost.⁶²

Současně k přesvědčení, že internet skutečně méně povzbuzuje flexibilitu osobnosti, dospěla Reidová prostřednictvím situace, v níž vyzorovala, že vyskytne-li se mladistvým problém s jednou identitou, využijí jednoduché strategie – útěk do identity jiné. Na tomto místě diplomové práce je opět nutné říci, že tento teoretický pohled empirické studie zatím nepotvrdily.⁶³

Avšak o častém jevu, kdy se nám ve virtuálním prostředí někdo znelíbí, máme tendenci ze vztahu jednoduše utéci, zatímco v reálném prostředí by pravděpodobně spíše setrvali, hovoří také David Šmahel. Podle jeho názoru se útěk stává hlavní strategií v překonání problému v komunikaci, což je jednoznačně negativní jev.⁶⁴

3) Disociace osobnosti

Své místo ve výčtu záporných stránek rovněž zaujímá psychické onemocnění nazývané se „*disociace osobnosti*“. Pro snadnější porozumění recipientů bych chtěla stručným způsobem v následujících řádcích vysvětlit, čím se tato choroba vyznačuje a zároveň jaké nesnáze postiženému jedinci přináší. A přestože není snadné jednoznačně vymezit, co výraz disociace znamená, je dle mého osobního cítění nutné započít cestu k pochopení poruchy právě vysvětlením tohoto pojmu.

Disociace je termín, který zahrnuje široké spektrum prožitků od lehčí formy odloučení od bezprostředního okolí až po závažnější odloučení od fyzických či emočních prožitků.⁶⁵ Přesněji řečeno tento mentální proces, jehož nejtypičtějším znakem je odloučení od reality, vytváří pocit „*odpojení se*“ od pacientovy osobnosti (od jeho myšlenek, vzpomínek, emocí, činností a uvědomění si vlastního já).⁶⁶

⁶² Srov. ŠMAHEL, D. *Psychologie a internet – děti dospělými, dospělí dětmi*, s. 46.

⁶³ Srov. *Aktuálně.cz* [online]. Praha: Aktuálně.cz, © 1999 – 2019 [cit. 2019-03-10]. Dostupné na: WWW <<http://blog.aktualne.cz/blogy/david-smahel.php?itemid=10055>>.

⁶⁴ Srov. ŠMAHEL, D. *Psychologie a internet – děti dospělými, dospělí dětmi*, s. 46.

⁶⁵ Srov. *Psychologie pro každého* [online]. České Budějovice: Psychologieprokaždého.cz, © neuváděno [cit. 2019-03-10]. Dostupné na: <<https://psychologieprokaždého.cz/>>.

⁶⁶ *Wikipedie* [online]. České Budějovice: Wikipedie.cz – otevřená encyklopedie, © neuváděno [cit. 2019-03-10]. Dostupné na: <[https://cs.wikipedia.org/wiki/Disociace_\(psychologie\)](https://cs.wikipedia.org/wiki/Disociace_(psychologie))>.

Jedná se o obranný mechanismus psychiky, pro který se rozhodneme v případě, že se nedokážeme vyrovnat s určitým psychickým obsahem. „V podstatě to funguje tak, že odštěpíme tento obsah a nemusíme se s ním vyrovnávat. Tedy disociujeme od vědomé části psychiky (jinak také řečeno vytěsníme do nevědomí)“.⁶⁷

Nyní bych téma uzavřela uvedením příkladu, který představím především z důvodu ještě kvalitnějšího uchopení. A vzhledem k tomu, že jedním z faktorů zvyšující riziko disociačních poruch je střídavá rodičovská péče u nezletilých dětí po rozvodu rodičů, chci na této aktuální problematice ukázat, jak může disociativní porucha identity fungovat.

Nastane – li po rozvodu rodičů situace, kdy je nařízen „kompromis“ v podobě střídavé péče, žije dítě v podstatě ve dvou světech. K dispozici má dva dětské pokoje, v době střídavého přebývání se podrobuje dvěma výchovným přístupům, vystaven je taktéž dvojím pravidlům a v neposlední řadě se pokaždé setkává s jinými nároky. Následkem toho si dítě buduje dvojí osobnost, přičemž každý z rodičů podporuje tu jednu.

Obdobnou situaci si můžeme představit i v kyberprostoru – aby nám do něj byl umožněn vstup, je nezbytné si vytvořit identitu digitální. A zatímco s tímto způsobem virtuální existence manipulujeme v prostředí internetu, ve skutečném světě je povoleno zacházení s identitou fyzickou. Máme tedy vybudované dvě identity, přičemž to, jakou z nich aplikujeme, záleží na prostředí, ve kterém se zrovna nacházíme.

V této věci, si musíme dát pozor na hrozbu, která spočívá v rozplynutí hranic mezi reálnou a virtuální identitou. Mohlo by to značně ztěžovat fungování v životě.

4) Emocionální i sociální handicap

Internet je dobrým sluhou, ale špatným pánem! Že je toto tvrzení zcela opodstatněné dokazuje autorka Reidová dalším bodem ze svého seznamu. Tentokrát odvrácenou tvář virtuální identity odhaluje, když adolescenty upozorňuje na množství času stráveného konzumací internetu. Lépe řečeno snaží se dopívající jedince varovat před jejich dlouhodobým působením ve virtuálním světě, protože to podle jejího názoru způsobuje emocionální a sociální handicap.

Nutno podotknout, že tato její teorie je opřena o vícero studií. Jejich předmětem výzkumu byly způsoby, jak virtuální komunity svým členům umožňují zcela se vyprostit ze struktur

⁶⁷ Srov. *Psychologie pro každého* [online]. České Budějovice: Psychologieprokaždého.cz, © neuvedeno [cit. 2019-03-10]. Dostupné na: <<https://psychologieprokazdeho.cz/>>.

norem naší reálné společnosti. K přesvědčení, že tyto příběhy nemají ve všech případech dobré konce, dospěla Reidová prostřednictvím výpovědí. V nich totiž účastníci popsali, jak jejich představa světa i sebe sama byla narušena a současně uvedli, že se stali emocionálně i sociálně handicapovaní. Příčinu přitom nalezneme právě v časově náročném přebývání ve virtuálním světě.⁶⁸

Následně bych zajímavostí, jež se vztahuje k tomuto tématu, ráda ukázala, že za každým stínem lze najít světlo. To v přeneseném významu přinesly firmy, které podle svého sdělení reagují na nedávné psychologické i lékařské výzkumy a chtějí podpořit odpovědné používání internetu a jeho aplikací. Z tohoto důvodu představil Facebook společně s Inigramem nový nástroj, jehož cílem je pomoci uživatelům mít kontrolu nad časem, který na jejich stránkách stráví. Kromě zobrazení celkového času v rámci dne, slibuje tento nový ovládací panel nastavení časového limitu včetně upozornění na jeho překročení. A v neposlední řadě bude uživatelům k dispozici i „chytrý manévr“, na jehož základě bude možné ztlumit upozornění na nové zprávy a aktivitu přátel.

Nejen, že tyto nástroje mají poskytnout lidem více kontroly nad časem, ale mají také podpořit rozhovory mezi rodiči a dospívajícími o internetových návycích, které jsou vhodné.⁶⁹ To shledávám jako velice užitečné.

Téma, jež mělo v první řadě pojednávat především o riziku digitální identity spočívající v emocionálním a sociálním handicapu, chci uzavřít vlastní myšlenkou. Domnívám se, že dlouhodobé působení v kyberprostoru může navíc podněcovat deprese a frustrace. K tomuto závěru jsem dospěla úvahou – pakliže mladiství prožívají svůj život více ve formě online než offline, objevují se následně velké rozdíly mezi tím, čeho dosáhli ve virtuálním a reálném světě. Následkem tohoto uvědomění se mohou dostavit již výše zmíněné pocity, kterým jednoznačně přisuzuji negativní hodnotu.

5) Lež a iluze

V této chvíli přistoupím k odkrývání zlé tváře digitální identity již naposledy. Jaké další možné riziko plyne z tohoto způsobu virtuální existence, chci ukázat na příkladu anonymity. S příchodem nových technologií a jejich penetrací do společnosti se tento základní pilíř internetu proměnil v často diskutované téma.

⁶⁸ Srov. ŠMAHEL, D. *Psychologie a internet – děti dospělými, dospělí dětmi*, s. 48 – 49.

⁶⁹ Srov. *iRozhlas* [online]. Praha: iRozhlas.cz – spolehlivé a rychlé zprávy, © 1997 – 2019 [cit. 2019-03-12]. Dostupné na: WWW <https://www.irozhlas.cz/veda-technologie/facebook-instagram-navod-kolik-casu-travime_1808011540_rez>.

Na jedné straně sílí hlasy vyzdvihující její pozitivní aspekty. Sem je možné zařadit i názor jedné nejmenované náctileté bloggerky, s níž jsem měla možnost se setkat ve fázi zajišťování si materiálu k této magisterské práci. Úsudek, který výše zmíněná teenagerka k anonymitě na internetu zaujímá, je dle mého osobního přesvědčení přínosný. Smím na něm totiž svým recipientům ukázat, jak může být anonymita v očích adolescentů vykreslena.

Konkrétně prostřednictvím zveřejněného příspěvku bloggerka vystupující pod pseudonymem „Elemona“ internetovému publiku vychvaluje: *„Anonymita na internetu je prostě super. Můžete se účastnit diskuzí a prezentovat svoje názory, aniž by se vám pak za ně někdo smál do očí. Může vám někdo sice nadávat v diskuzích, ale to není tak strašné, jako když se s někým takovým (pro tyto lidi se tak trochu vžil název "hejtři" - převzato z anglického "hater" = "ten, který nenávidí") musíte stýkat v reálném životě. Internet a diskuze na něm mají jednu velkou výhodu - dají se vypnout. A s nimi i hejtři. A anonymita má jednu obrovskou výhodu - nemusíte mít jen jednu jedinou identitu - v každé diskuzi můžete vystupovat pod jinou přezdívkou - pod kterou vás „hejtři“ neznají. Já jich mám také několik - třeba jste už někde četli článek, který jsem psala já, ale pod úplně jinou přezdívkou. V tom je to pravé kouzlo internetové anonymity.“*⁷⁰

Na straně druhé lze každý dobrý lidský vynález zneužít. Ve spojení s internetem nabývá anonymita nových a netušených rozměrů. Na základě toho je možné říci, že tento pojem v sobě neskýtá jen výhody. Zrcadlí se v něm i rizika, která nás mohou negativně postihnout. Například ze situace, kdy pod rouškou anonymity nikdo nikomu neřekne, kdo ve skutečnosti je, pramení problém nedůvěry. Přesněji řečeno v důsledku výrazné anonymity, která na internetu existuje, mohou brzy dospívající jedinci začít propadat pocitu, že nemohou věřit nikomu. To činí kyberprostor, ve kterém může být vše lež a iluze, křehkým. Z tohoto důvodu, aby byla pomyslně vytvořena „černá listina“ kompletní, vkládá autorka Reidová do jejího výpisu ještě dva základní negativní prvky charakterizující prostředí internetu, kterým jsou právě lež a iluze.⁷¹

Navzdory tomu zastávám názor, že anonymita není svým způsobem špatná. A přestože jsem její přívrženec, cítím potřebu upozornit mladistvé na další potenciální riziko. Myslím si, že adolescenti, jež anonymita svádí, aby v průběhu využívání internetových služeb o sobě vytvářeli nepravdivý obraz, by si měli uvědomit, že i oni věnují pozornost příkrášleným

⁷⁰ Elemona Blog [online]. České Budějovice: Elemonablog.cz – jsem jiná, a jsem za to ráda, © neuvedeno [cit. 2019-03-12]. Dostupné na: WWW <<http://elemona.blog.cz/1509/anonymita>>.

⁷¹ Srov. ŠMAHEL, D. *Psychologie a internet – děti dospělými, dospělí dětmi*, s. 48 – 49.

profilům ostatních. Nestane-li se tak hrozí nebezpečí spočívající v tom, že může přijít zklamání a pocit zrady, když se cítí být podveden někým, kdo v kyberprostoru měnil svou identitu.

Životem nepolíbení dospívající jsou důvěřiví, a proto mohou podvodníkovi snadno „sednout na lep“. Z tohoto důvodu je žádoucí naučit je odolávat rizikům, neboť pravděpodobnost, že při pohybu na internetu narazí na skutečné nebezpečí, je velká.

Tímto výše utříděný přehled poznatků, jenž se opírá o kritické koncepce autorky Reidové, uzavírám. Vzhledem k tomu, že jsem k tomuto poměrně diskutovanému tématu přistupovala se svou pečlivostí, dostalo se předchozím stránkám v této magisterské práci poměrně vysokého pokrytí. Zmiňovaná svědomitost by se přitom měla odrážet v detailním seznámení s vybranými riziky virtuální identity. Ovšem projevit by se měla současně i ve způsobu, jakým řeší, kdy už „toho“ je moc. A protože se jedná o téma závažné a k používání internetu se váže celá řada rizik, budu se věnovat ještě některým z nich. Konkrétně bude moje pozornost směřována na obecná nebezpečí, která se pokusím přiblížit následovně:

- **Závislost na internetu:** Snad každý teenager si v sobě nese jistou míru obav z toho, aby se nestal na něčem patologicky závislým, přičemž největšími závislostními „strašáky“ dnešní doby jsou bezesporu psychoaktivní drogy, tedy omamné látky. Nicméně v posledních letech se stále naléhavějším tématem stávají i takzvané nelátkové závislosti, z nichž některé představují významné riziko i pro mladistvé.⁷²

Na významu nabývá především problematika závislosti na internetu. A přestože je tento fenomén diskutován už od devadesátých let minulého století, kdy byl v roce 1995 v newyorském deníku „*New York Times*“ publikován článek zmiňující se poprvé o závislosti na internetu, soustředí veřejnost svou pozornost tímto směrem ve větší míře, než tomu bylo doposud. To je zapříčiněné tím, že hrozbu spočívající v postupně a nenápadně vznikající závislosti přináší internet, který je dnes víceméně běžnou součástí českých domácností. Na základě toho lze říci, že dnešní doba poskytuje závislosti na online prostředí velmi dobrou živnou půdu.

Časy, kdy se navštěvovaly knihovny či kavárny za účelem využití bezplatného připojení k internetové síti, jsou dávno ty tam. A zatímco tehdejší nabídka možností

⁷² Srov. *Šance dětem* [online]. Praha: Šancedětem.cz – pomáháme dětem, které neměly v životě štěstí, © 2011 – 2019 [cit. 2019-02-05]. Dostupné na: WWW <<https://www.sancedetem.cz/srv/www/content/pub/cs/clanky/rizika-zavislostniho-chovani-u-deti-a-dospivajicich-a-jejich-prevence-59.html>>.

připojení k internetu byla neuspokojivá, dnes jsou místa bez internetového pokrytí stále vzácnější. Pod vlivem masového rozšíření mobilní datové sítě a samozřejmě i takzvaných chytrých přenosných zařízení jako jsou telefony či tablety, příležitosti k internetovému připojení v posledních letech přibýlo. Jako magnet jsou touhle snadnou dostupností přitahováni především adolescenty.

Nemálo z nich tráví denně více času v kyberprostoru než s vrstevníky z masa a kostí. Není tedy překvapením, že se závislost na internetu vyskytuje nejčastěji mezi mladými lidmi. V současné době je nejvyšší procento závislosti ve věkové kategorii 16 – 28 let. Rizikovou skupinou jsou však i nejmladší uživatelé, tedy děti ve věku 12 – 15 let, z nichž bezmála čtvrtina je podle českých průzkumů k této závislosti náchylná.⁷³

Počínající závislost můžeme identifikovat tehdy „*Když člověk není schopen emočního a sociálního kontaktu mimo počítačový svět, a fungování ve světě přirozeném, který všichni sdílíme, se vyhýbá.*“⁷⁴ Avšak dlouhé hodiny prosezené u počítače nejsou jediným kritériem, kdy můžeme začít uvažovat o pomyslné závislosti. Podle odborníků nejsou třeba dva dny strávené u internetu tak neobvyklé, jak by se mohlo zdát. A proto, aby bylo možné o dospívajícím jedinci říci, že je skutečně závislý, měla by se pomyslná kontrolka v hlavě podle anglického psychologa Marka Griffitha rozsvítit až tehdy, kdy jako nadměrný uživatel internetu splňuje těchto šest základních příznaků závislosti:

- a) **Salience** – Dochází k ní tehdy, když se používání internetu nebo jeho konkrétní aplikace stane nejdůležitější činností v životě člověka a začne postupně ovládat jeho myšlení (i v případě nepřítomnosti ve virtuálním světě jedinec například neustále přemýšlí o tom, co se na internetu momentálně děje a současně si plánuje aktivity, které zrealizuje, až bude on – line), citění (jež se například jeví v podobě bažení neboli touhy být on – line) a chování (závislý na internetu se například postupně přestává vidat se svými přáteli a většinu času tráví na internetu).
- b) **Změny nálad** – Jakmile se závislý jedinec připojí k internetu nebo navštíví určité webové stránky, změní se jeho nálada. Závislí například při spuštění online hry pociťují subjektivní zážitky jako je uvolnění a klid, jelikož mohou alespoň na nějakou

⁷³ Srov. *Rychlost.cz* [online]. Praha: Rychlost.cz, © 2004 – 2019 [cit. 2019-02-19]. Dostupné na: WWW <<http://rychlost.cz/clanek/2017-08-jak-poznate-zavislost-na-internetu/>>.

⁷⁴ Srov. *Novinky.cz* [online]. Praha: Novinky.cz – nejčtenější zprávy na českém internetu, © 2003 – 2019 [cit. 2019-02-19]. Dostupné na: WWW <<https://www.novinky.cz/internet-a-pc/146969-zavislost-na-internetu-muze-obratit-zivot-vzhuru-nohama.html/>>.

dobu utéci od svých aktuálních problémů. Jiní zase při vstupu do chatové místnosti, nebo jakmile se přihlásí do sociální sítě, uvádějí pocit vzrušení.

- c) **Tolerance** – Podobně jako u návykových látek se i u závislosti na internetu vytváří stále vyšší tolerance ve vztahu k online aplikacím. Což pro uživatele internetu znamená postupné zvyšování času stráveného on – line, aby dosáhli stejné míry uspokojení jako dříve.
- d) **Abstinenční příznaky** – Odvykací příznaky, lidově též „*absták*“, mají u závislosti na internetu především charakter nepříjemných psychických stavů. Vztek, nervozita, podrážděnost či náladovost vznikají jako důsledek nemožnosti používat internet.
- e) **Konflikt** – V životě závislého bývá přílišné množství času stráveného na internetu zdrojem dvou druhů rozporů – mezilidského konfliktu a vnitřního konfliktu. Interpersonální konflikt vede k zanedbávání povinností i blízkých osob, což je častým zdrojem hádky s rodiči, partnerem či jinými lidmi v okolí. Intrapsychický konflikt má zpravidla podobu rozpolcenosti v důsledku rozhodování se mezi trávením času on – line a jinou aktivitou.
- f) **Relapsy (rekurence)** – Návrat k návykovým způsobům užívání internetu po období mnohaleté abstinence.⁷⁵

Věnujeme – li se této problematice, bude jistě cenným přínosem poznamenat, jak se závislost na internetu, jež se významově shoduje s termínem „*netholismus / netolismus*“ definuje. „*Jedná se o nekontrolovatelné nutkání opakovat své chování bez ohledu na jeho dlouhodobé důsledky. V tomto případě tedy o potřebu neustále kontrolovat internetový obsah a být online. Internet a jeho aplikace se postupně stávají středobodem života a pomalu z něj vytlačují reálný svět.*“⁷⁶

Při porozumění pojmu internetové závislosti, je nezbytné se na tomto místě magisterské práce zmínit i o skutečnosti, že náleží mezi závislosti psychické. Tímto způsobem je označována závislost, jejímž charakteristickým rysem je takzvaný carving (dychtění po látce, respektive jejím účinku). Detailněji se o psychické závislosti vyjadřuje p. Minařík. Upozorňuje na ní následovně: "*Je důležité si uvědomit,*

⁷⁵ Srov. *Klinika adiktologie* [online]. Praha: KlinikaAdiktologie.cz, © 2019 [cit. 2019-02-28]. Dostupné na: WWW <<http://poradna.adiktologie.cz/article/zavislost-na-internetu/jak-zavislost-na-internetu-vypada/>>.

⁷⁶ Srov. *Jak na internet* [online]. Praha: JaknaInternet.cz – seriál „Jak na Internet“ je jedním z osvětových projektů CZ. NIC, © 2019 [cit. 2019-02-28]. Dostupné na: WWW <<https://www.jaknainternet.cz/page/1700/zavislost-na-internetu/>>.

že psychická závislost je v zásadě vážnějším problémem než závislost fyzická, protože zatímco fyzické závislosti je možné se zbavit relativně krátkodobým pobytem na detoxikační jednotce, psychická závislost je důvodem relativně dlouhé léčby a handicapuje uživatele při jakémkoli dalším užití látky, a to i z terapeutických důvodů."⁷⁷

Jak z výše uvedeného textu vyplývá, závislost na internetu je skutečným rizikovým faktorem, který může mít významné devastující účinky na osobní život člověka. Proto, aby se z původně neškodného užívání věci nestala časem závislost, která zásadně poznamená život, by měli mít adolescenti na paměti jednu věc – jestliže začne internet v životě kteréhokoli člověka ovládat jeho rozhodování a smýšlení, je to cesta k závislosti!

V této věci se velká důležitost připisuje i rodině. Jde o to, aby v ní existovalo lidské zázemí a živá komunikace, ke které by ta virtuální byla pouhým doplňkem. „*Pokud to tak není a rodina je dysfunkční, je větší pravděpodobnost, že z ní vyjde jedinec s diagnózou,*“ říká psychiatr a psycholog Kamil Kalina. Aby se tak nestalo, stojí zato připomenout klasika komunikačních teorií Marshalla McLuhana, který po objevu mobilů a internetu napsal: „*Je to úžasné, ale občas se setkávejte!*“⁷⁸

- **Kyberšikana:** Pro období adolescence je charakteristické, že dochází ke změně vztahu mezi dospívajícími jedinci a jejich rodiči. Ti, ačkoliv v této souvislosti mívají ambivalentní pocity, ztrácejí definitivně svou nadřazenou pozici nad svým „dítětem“. To se i přes skutečnost, že ještě není schopno fungovat zcela samostatně, vymaňuje z rodinných vazeb. Následně, na základě tohoto „uvolnění“ aktivně vyhledávají podporu u lidí, kteří se nacházejí v podobné situaci. S nimi sdílí své prožitky a sociálně se učí. Vrstevnická skupina tak pro mladistvého sehrává důležitou roli v jeho etapě dospívání.

S rychlým rozvojem technologií a rozšířením užíváním elektronické komunikace, především prostřednictvím internetu, se tato potřeba být neustále ve spojení s vrstevníky přesunula i do světa virtuálního, který se pro její naplnění zdá být ideální.

⁷⁷ MINAŘÍK, J. *Drogy a drogové závislosti*. 1. vyd. Praha: Úřad vlády České republiky, 2003, s. 164. ISBN 80-86734-05-6.

⁷⁸ Srov. *Novinky.cz* [online]. Praha: Novinky.cz – nejčtenější zprávy na českém internetu, © 2003 – 2019 [cit. 2019-02-17]. Dostupné na: WWW <<https://www.novinky.cz/internet-a-pc/146969-zavislost-na-internetu-muze-obratit-zivot-vzhuru-nohama.html>>.

Ovšem z pozitiva spočívající v neustálé dostupnosti se může snadno stát negativum, což je právě případ kyberšikany.

Virtuální šikana, jež se významově shoduje s anglickým termínem „*cyberbulling*“ je definována jako „*individuální či skupinové úmyslné zneužívání informací nebo elektronické komunikace vedoucí k záměrnému a opakovanému obtěžování a ohrožování jedince nebo skupiny*“.⁷⁹ Tato problematická situace má nejčastěji podobu úmyslného publikování nadávek, zesměšňujících informací, zveřejňování choulostivých nebo modifikovaných fotografií či videosekvencí.⁸⁰

Tento jev se týká především adolescentů. Stávají se nejohroženější skupinou, protože jsou generací, kterou Bill Belsey (autor termínu kyberšikany), označuje jako „*always on*“ – pořád online, stále připojeni.⁸¹ Jedná se o problematiku poměrně čerstvou, ale přesto rychle proniká do obecného povědomí. Hojně diskutována je v médiích a na půdách škol. Děje se tomu tak, jelikož bylo odhaleno, že v loňském roce zažila polovina dětí ve věku 11 až 17 let kyberšikanu. Toto zjištění přinesla spolupráce mezi společnostmi Seznam.cz a Pedagogickou fakultou Univerzity Palackého v Olomouci.

Jejich rozsáhlého výzkumu nazývaného E – bezpečí se zúčastnilo 20 000 mladistvých. Kromě výše uvedeného se jeho prostřednictvím taktéž ukázalo, že mezi nejčastější druhy virtuální šikany patří verbální útoky (33 %), obtěžování za pomoci prozvánění (24 %) a vyhrožování či zastrašování (17 %). Tyto projevy „klasické“ šikany nabývají v kybernetickém světě na závažnosti. Stejně jako internet nezná ani elektronická šikana svých hranic. Problémem je, že teenageři svým nevhodným chováním velmi často útočníkům nahrávají – na internetu zveřejňují citlivé informace. Nejčastěji jméno a příjmení (76 %), dále e-mail (59 %) a fotografii obličeje (55 %).

V neposlední řadě výsledná zjištění odhalují příznání dospívajících jedinců, kteří se v rámci výzkumného šetření dozývají k tomu, že v nezanedbatelné míře jsou samy autory kyberšikany vůči svým vrstevníkům.⁸² Za spouštěcí faktor této podoby šikany, která smazává nepoměr sil mezi agresorem a obětí, je přitom možné označit pocit

⁷⁹ PROCHÁZKA, Roman. ŠMAHAJ, Jan. KOLAŘÍK, Marek, LEČBYCH, Martin. *Teorie a praxe poradenské psychologie*. 1. vyd. Praha: Grada, 2014, s. 115. ISBN: 978-80-247-4451-3.

⁸⁰ Srov. KOLEKTIV AUTORŮ. *Děti a rizika online*. 1. vyd. Sdružení linky bezpečí, 2012, s. 55. ISBN: 978-80-904920-3-5.

⁸¹ ČERNÁ, Alena. DĚDKOVÁ, Lenka. MACHÁČKOVÁ, Hana. ŠEVČÍKOVÁ, Anna. ŠMAHEL, DAVID. *Kyberšikana, průvodce novým fenoménem*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, s. 9. ISBN 978-80-247-4577-0.

⁸² Srov. *Novinky.cz* [online]. Praha: Novinky.cz – nejčtenější zprávy na českém internetu, © 2003 – 2019 [cit. 2019-02-10]. Dostupné na: WWW <<https://www.novinky.cz/internet-a-pc/311147-deti-si-na-internetu-hrají-jeho-vyhody-vyuzivaji-omezene.html>>.

anonymity. Falešný pocit bezpečí, pokud se útočník schová například za přezdívku („*nick*“), může navíc posílit odvalu k využití nových forem, metod a četnosti agrese. Pachatelé, kteří jsou často anonymní a v podstatě vždy nedopadení a nepotrestaní⁸³, využívají k záměrnému ubližování nejčastěji prozvánění (6%) a verbálních útoků (každý desátý mladistvý)⁸⁴, jež na rozdíl od urážek drobného charakteru nebo fyzických útoků trvají v delším časovém horizontu.

Po představení toho, jak rozvoj informačních technologií dokáže zdokonalit i takovou činnost jako je šikana, si dovoluji do tématu zabývající se jednou z horších součástí internetové reality dnešní doby umístit výrok, se kterým jsem měla možnost se setkat v průběhu psaní předešlých slov. Přesněji řečeno, jedná se o osobní názor ostravské psychologičky Ludmily Mrkvicové, s níž se plně ztotožňuji – „*Obávám se, že děti jsou odrazem celé společnosti a v té v současné době není příliš dobré klima. Děti se učí především napodobováním. A pokud vidí, že se k sobě dospělí chovají hrubě, tento vzorec chování si osvojí. Myslím si, že lidé k sobě mají čím dále méně úcty a jsou na sebe zlí. Jediným východiskem, jak trend vzrůstající agresivity zbrzdit, je zamyslet se nad sebou.*“ A tímto celou problematiku kyberšikany završuji.

Je zřejmé, že na adolescenty „číhá“ nejedno nebezpečí. Virtuální svět sebou přináší možná rizika, jež by měla proniknout do obecného povědomí. Myslím si, že velkou pozornost by jim měli věnovat především rodiče, kteří mohou situaci ohrožující jejich potomka zabránit. Na základě toho je žádoucí umět hrozby správně identifikovat, neboť čím více jsou zákonní zástupci obeznámeni s tím, s čím se může teenager v kyberprostoru potkat, tím lépe mohou na situaci reagovat. Zákazy ale prý nic nevyřeší. „*Pokud jsou děti příliš omezovány, nestanou se tak vůči rizikům odolnější, naopak ztratí možnost využívat příležitosti on – line světa*“, vysvětluje psycholog David Šmahel.

Avšak se strategií, jak se vypořádat s riziky s používáním internetu spojenými, by měla být prioritně seznámena populace nedospělých jedinců. Jsem přesvědčena, že jestliže se jim naskytne příležitost, aby se s nebezpečnou situací předem seznámili, mohou jí následně detekovat samy, a třeba se jí tak i vyvarovat. Prevence je lepší než náprava škod!

⁸³ Srov. KOŽÍŠEK, Martin. PÍSECKÝ, Václav. *Bezpečně na internetu: průvodce chováním ve světě online*. 1. vyd. Praha: Grada, 2016, s. 62. ISBN 978-80-247-5595-3.

⁸⁴ Srov. *Novinky.cz* [online]. Praha: Novinky.cz – nejčtenější zprávy na českém internetu, © 2003 – 2019 [cit. 2019-02-25]. Dostupné na: WWW <<https://www.novinky.cz/internet-a-pc/311147-deti-si-na-internetu-hrají-jeho-vyhody-vyuzivaji-omezene.html>>.

7.2 Pozitivní aspekty virtuální identity

Obdobně jako se v literatuře a médiích setkáváme častěji s popisem negativních jevů souvisejících s internetem a jeho prostředím, došlo i v této magisterské práci nejprve k pojmenování nevýhod. S následujícími stránkami však přichází změna, jejímž záměrem je představit identitu online v jiném světle. Na základě toho tedy již není vykreslována jako potenciální zdroj rizik, ohrožení a zkázy, ale je v této věci pojímána jako součást postmoderního světa, která může být užitečná a prospěšná.

A protože znát výhody digitální identity včetně možností jejího využití je stejně důležité a užitečné jako mít povědomí o případných rizicích a negativěch, klade si tato kapitola za cíl věnovat se primárně aspektům pozitivním. Svou pozornost této problematice rovněž přikládá autorka S. Turkleová, která zaujímá k otázce vytváření virtuálních identit kladný postoj. Lepší součástí této internetové reality představuje textem své knihy, prostřednictvím něhož dává najevo, že se nejedná o „ztělesnění zla“. Přesněji řečeno, že není potřebné na virtuální identitu nahlížet jako na rizikovou oblast v životě dětí a dospívajících, neboť osobnosti mladého člověka přináší i mnoho dobrého.

Aby se dařilo teenagerům využívat přednosti tohoto způsobu virtuální existence, je potřebné je nejprve specifikovat. První přednost, kterou lze na základě knižní teorie S. Turkleové do okruhu pozitivních aspektů zařadit, bych především z důvodu ještě kvalitnějšího uchopení představila uvedením příkladu, který nejen, že vnese do této kapitoly jistou míru zpestření, ale rovněž věřím, že se takto můj výklad lépe vryje do paměti recipienta. Pojdme mu tedy v tuhle chvíli věnovat svou pozornost.

Pozitivum, je dle mého osobního cítění vynikajícím způsobem vykresleno ve filmovém zpracování s názvem „*Ready One Player*“, které připravil režisér Steven Spielberg. Tato filmová adaptace byla do kin po celém světě uvedena v roce 2018 a vypráví o blízké budoucnosti, v níž je svět utápějící se v hluboké krizi velmi chmurným místem k životu. Většina lidstva přežívá ve slumech, tvořených karavanovými obytnými jednotkami, naskládanými věžovitě nad sebe. A proto tedy není překvapením, že lidé existující v této neutěšené realitě unikají před tímto marasmem do uměle vytvořeného virtuálního vesmíru. Ten jim v podobě bezplatného video – herního systému OASIS pomáhá zapomenout na běžné starosti. Na základě jeho snadné přístupnosti, si v něm prakticky každý vytváří za pomoci avatarů novou identitu a jejím prostřednictvím vést virtuální život, často „na hony

vzdálený“ tomu opravdovému: pohybovat se po tisícovkách virtuálních planet, kde mohou pracovat, studovat, bavit se a prožívat své sny.

Příčinou, proč jsem tuhle zajímavost vztahující se k tématu v magisterské práci uvedla je, že přestože to, co je na předchozích řádcích popsáno, se odehrává v blízké budoucnosti – konkrétně v roce 2045, není ani současné době únik do virtuální reality zcela cizí. Skutečnosti, že lidé nalézají v digitální identitě své útočiště z důvodu, že pro ně skutečný svět bývá mnohdy až příliš krutý, a tím pádem ji současně využívají k „úniku z vazeb reálna“, neunikla ani autorce S. Turkleové. A vzhledem k tomu, že tento únik napomáhá lidem k překonávání jejich osobních problémů, připisuje identitě online pozitivní hodnotu. Na její stranu se přiklánějí i sociologové a psychologové, kteří v této věci souhlasí s tím, že zábava je způsobem, jak uniknout z reálného světa plného problémů.

S představením zajímavosti vztahující se k této problematice, mělo současně dojít k popsání základní výhody vyplývající z adolescentova využívání virtuální identity. Po zhlédnutí výše uvedených slov, si trůfám konstatovat, že tak bylo učiněno. Ovšem, aby bylo možné dospět rovněž k naplnění cíle této kapitoly magisterské práce, který pro osvěžení recipientova paměti spočívá zejména v popsání argumentů pro aplikování digitální identity, je potřebné, aby škála pozitivních aspektů byla kompletní. Pojďme ji tedy doplnit o další přednosti tím, že si v rámci následujících řádků ukážeme, co dobrého na ní lze ještě nalézt.

Když se dospívající jedinec pro tento způsob virtuální existence rozhodne, chce pro sebe jen to nejlepší a nejvýhodnější. A vzhledem k tomu, že k tomuto tématu přistupují se svou pečlivostí, nezbyvá tedy nic jiného než přinést ještě jedno pojednání týkající se další výhody. Ta se tentokrát vztahuje k samotnému experimentování s virtuální identitou, o kterém se v superlativech vyjadřuje jednak kniha *Introduction to Psychological Aspects of Internet Use*, ale také autorka S. Turkleová.

Svou pozornost věnujme nejprve knize – dle jejích slov totiž mladí uživatelé internetu experimentují v kyberprostoru ve větší míře, než tomu bývá v reálném životě. Důvodem tohoto faktu, kterému lze připsat pozitivní hodnotu, je, že se mohou od své online identity kdykoliv odpoutat a nemusí tak čelit důsledkům svého jednání.⁸⁵ A nyní, již naposledy, poskytněme prostor i autorce S. Turkleové, která, jak bylo již výše zmíněno, má k této věci také, co nabídnout. Konkrétně – experimentování s virtuální identitou považuje za pomyslnou

⁸⁵ Srov. GACKENBACH, ELLERMAN. *Introduction to Psychological Aspects of Internet Use*. San Diego: Academic Press, 1998. ISBN 0-12-271950-6.

pomůcku ke zdolání nástrah reálného života, přičemž udává mnoho příkladů, kdy právě experimentování s identitou ve virtuální realitě pomohlo lidem ke zkvalitnění reálných vztahů.⁸⁶ V tuhle chvíli, po představení výše uvedených zbývajících kladů, byla škála pozitivních aspektů doplněna. To znamená, že s výše probíranou problematikou můžeme rozloučit.

Věřím, že toto pojednání shrnující především poznatky o tom, co všechno nám tento způsob virtuální existence poskytuje a jak užitečný prostředek ve většině případů je, může také významně přispět ke snížení úzkosti, kterou, zejména v rodičích a pečujících osobách, někdy vyvolává fakt, že se jejich potomek či svěřenec pohybuje ve světě online.

⁸⁶ Srov. ŠMAHEL, D. *Psychologie a internet – děti dospělými, dospělí dětmi*, s. 59.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

8 Výzkumná část

Diplomová práce, což je rozsáhlý autorský text, jehož cílem je prokázat, že student (diplomat) je schopen tvůrčím způsobem zpracovat odborné téma, je obvykle členěna na teoretickou a praktickou (empirickou) část.⁸⁷

Nutno podotknout, že do této chvíle byla veškerá pozornost soustředěna především na část teoretickou, jejíž náplní by mělo být představení nejdůležitějších poznatků, které byly v rámci zvolené problematiky zjištěny. Dle mého osobního názoru samozřejmě nelze očekávat přehled všech doposud existujících informací, přesto bylo k předkládané teoretické části přistupováno s pečlivostí, a proto jsou minimálně nejpodstatnější aspekty vždy uvedeny. Dále by se zmiňovaná svědomitost měla odrážet i ve způsobu, jakým je výše uvedený text teoretické práce strukturován – od obecnějšího k podrobnějšímu, a to do předem promyšlené osnovy. Na základě mého mínění kvalifikační práce neztrácí ani na své přehlednosti, neboť jednotlivé okruhy teoretické části jsou odděleny do samostatných kapitol, při podrobnějším členění do podkapitol. V neposlední řadě by se vynaložené úsilí mělo současně projevit i v tom, že ačkoliv je teoretická část seznamující recipienty s danou problematikou, postavena v podstatě na citacích převzatého textu, nejedná se o pouhou kompilaci, jelikož do textu bylo aktivně zasahováno – důraz byl kladen především na to, aby popisovaná tematika byla obohacena o vlastní názor, a aby každá kapitola byla shrnuta vlastními slovy a zároveň z ní byl učiněn jakýsi výstup.

Jak už tedy bylo předchozím textem naznačeno, do teoretické části magisterské práce bylo vloženo větší množství energie, než je možná na první pohled zřejmé. Této skutečnosti ovšem nelituji, jelikož věřím, že se mi čas strávený její tvorbou mnohonásobně vrátí v podobě spokojených recipientů. A vzhledem k tomu, že si přeji, aby byl přínosný nejen text části teoretické, ale i praktické, nastává v této chvíli přesně ten pravý čas, kdy je potřebné „to staré ukončit“, aby bylo možné začít se věnovat něčemu novému – tedy praktické části.

8.1 Cíl výzkumu a výzkumné otázky

V této diplomové práci, konkrétně v její analytické části, je prvním a nejdůležitějším krokem stanovení cílů výzkumu. Avšak, aby bylo možné vytyčeného cíle, který mimochodem zní následujícím způsobem: *zjistit jakým způsobem se adolescenti na sociálních sítích prezentují,*

⁸⁷ Srov. PRŮCHA, Jan. VETEŠKA, Jaroslav. *Andragogický slovník*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, s. 75. ISBN 978-80-247-3960-1.

dosáhnout, k jeho naplnění bylo na základě předkládané teoretické části určeno několik výzkumných otázek. Nyní se seznámme s úplným zněním hlavní výzkumné otázky:

1. Jakým způsobem adolescenti prezentují vlastní osobu na sociálních sítích?

V této chvíli si srozumitelně vysvětleme, co máme výše uvedenou otázkou na mysli. Dle mého osobního názoru by recipienti této kvalifikační práce měli být na základě předkládané teoretické části seznámeni se skutečností, že internetové sociální sítě pronikly do soukromých životů adolescentů. Přestože sociálních sítí s celosvětovou popularitou existuje samozřejmě daleko více, nejvíce se zasadily sociální platformy s názvem Facebook a Instagram. Právě z tohoto důvodu jsem dospěla k přesvědčení, že si výše uvedené fenomény zaslouhují více pozornosti. Následkem toho, se tedy staly ústředním tématem v *Kapitole č. 2* – ta se Facebookem a Instagramem zaobírá i proto, že tyhle sociální sítě se svou velmi rychlou expanzí do celého světa umožňují adolescentům prezentovat svou vlastní osobu virtuálně.

Nutno podotknout, že se svou sebe prezentací na sociálních sítích mohou dospívající jedinci zacházet různě – buď se s ní ztotožňují a podávají tím pádem velmi ucelený odraz své reálné identity, anebo do ní mohou více či méně vědomě vkládat různé nereálné charakteristiky, tudíž existuje riziko, že se nebudou prezentovat takovým způsobem, jako to dělávají ve svém reálném životě. Nutno podotknout, že s tímto faktem se recipienti této kvalifikační práce setkali již v *Kapitole č. 6*. Ta byla do teoretické části diplomové práce zařazena, jelikož po tom, který z výše uvedených způsobů si adolescenti k prezentování vlastní osoby na sociálních sítích zvolí, se táže hlavní výzkumná otázka.

Vedle hlavní výzkumné otázky jsou i další otázky, které nás zajímají. Takové otázky bývají označovány jako vedlejší výzkumné otázky a v praktické části této magisterské práce znějí následujícím způsobem:

2. Jaké prostředky adolescenti využívají ke své virtuální sebe prezentaci?

Chceme-li interpretovat druhou výzkumnou otázku, abychom skutečně porozuměli jejímu účelu, jako žádoucí se jeví začít od jejího konce – tam se totiž nachází slovní spojení *virtuální prezentace*. V této diplomové práci se jedná o zcela stěžejní pojem, a proto tedy není překvapením, že se s ním setkáváme i v rámci druhé výzkumné otázky. A vzhledem k tomu, že tohle shledání bylo plánované již od počátku tvorby magisterské práce, recipienty s tématem virtuální prezentace z tohoto důvodu podrobněji seznamuje

teoretická část, konkrétně *Kapitola č. 5*. Měli by být zasvěceni tedy dostatečným způsobem, přesto si ale na tomto místě raději připomeňme, že virtuální sebe prezentace označuje způsob, jakým se adolescenti prezentují na sociálních sítích a internetu obecně. Přesněji řečeno jedná o to, jakou identitu chtějí v kyberprostoru dospívající jedinci mít, jak chtějí působit na ostatní, a jak chtějí být vnímáni.

Dále, na základě teoretické části, kde byla problematika virtuální sebe prezentace probírána na několika jejích místech, by recipientům měla být již známa skutečnost, že s ní mohou zacházet různě (*viz Kapitola č. 6*). Ovšem, nutno zdůraznit, že v porovnání s hlavní výzkumnou otázkou už tato vedlejší výzkumná otázka nepátrá po způsobu, jakým se adolescenti ve světě virtuálních prezentují. Ptá se, jaké z prostředků, které adolescentům internetové prostředí poskytuje, využívají k prezentování vlastní osoby? Z teoretické části – přesněji z *Kapitoly č. 2. 1.*, by recipienti měli být obeznámeni s tím, že mezi sebe prezentací prostředky, jež jsou mladým uživatelům v rámci používání sociálních sítí a internetu nabízeny se řadí především fotografie, Stories včetně svých funkcí, video a takzvaný hashtag. Jsme-li si v této chvíli vědomi i tím, co máme slovem *prostředky* ve znění druhé výzkumné otázky na mysli, troufám si říci, že jsme se specifikací druhé výzkumné otázky u konce.

Avšak než se s ní rozloučíme úplně, chtěla bych na závěr podotknout následující – jak jistě víme prostředků k virtuálnímu prezentování vlastní osoby je mnoho. A právě proto, že jich existuje tolik, byla do teoretické části této diplomové práce zařazena *Podkapitola č. 2. 1.*, aby pomohla recipientům se v tak velkém množství nejen zorientovat, ale současně i detailně seznámit, neboť jsem si vědoma skutečnosti, že ne každý, kdo v této chvíli čte následující slova, musí být aktivním uživatelem sociálních sítí a mít tak povědomí o prostředcích. Ovšem na rozdíl od nich, jsou zejména z každodenního používání o nich informováni teenageři. A vzhledem k tomu, že sociální platformy s názvem Facebook a Instagram se neustále pro své aktivní uživatele zdokonalují tak, že v důsledku toho přicházejí s dalším vylepšením v podobě nových prostředků, mě už od počátku tvorby diplomové práce zajímá, jestli si o nich zvládají udržet přehled a jaký z prostředků ke své virtuální sebe prezentaci využívají, byla v empirické části ustanovena tato výzkumná otázka jako vedlejší.

3. Jaké mají adolescenti důvody, že na sociálních sítích zveřejňují své příspěvky?

Budeme – li podrobněji specifikovat i třetí výzkumnou otázku, posléze nám její záměr bude absolutně jasný. V rámci této činnosti, věnujme nejprve svou pozornost slovu

důvody. Své místo našlo ve formulaci této vedlejší výzkumné otázky, jelikož chceme jejím prostřednictvím prokázat, že se nic neděje pouhou náhodou. Nejen, že se s tímto tvrzením plně ztotožňuji, ale současně na jeho základě dospívám k následujícímu přesvědčení – dospívající jedinci na sociální sítě a internet obecně přispívají vždy za určitým účelem.

Aby si recipienti byli schopni utvořit alespoň přibližnou představu o tom, jaké příčiny mohou vést adolescenty k již výše zmíněnému počínání, byla v teoretické části této diplomové práce vytvořena *Kapitola č. 3*, která ve zjednodušeném pojetí hovoří o třech důvodech, proč adolescenti na sociálních sítích své příspěvky zveřejňují. Přestože jsem pevně přesvědčena, že ve výpovědi respondentů se minimálně jeden důvod z celkového počtu tří objeví, musím na tomto místě podotknout, že uvedené důvody v *Kapitole č. 3* jsou recipientům předloženy pouze pro představu, jak by tomu mohlo opravdu být. Odhalit ty skutečné a nám prozatím skryté důvody to je úkol, který právem přináleží třetí vedlejší výzkumné otázce, neboť byla pro tento účel vytyčena.

Vzhledem k tomu, že prostřednictvím předchozích řádků bylo recipientům sděleno, proč se právě touhle otázkou chci zabývat, dospívám k přesvědčení, že není potřebné jí nadále podrobněji specifikovat. Avšak při krátkém ohlédnutí za zněním této výzkumné otázky zjistíme, že zatím nebylo podáno vysvětlení na slovní spojení *na sociálních sítích*. Pojdme tedy tento drobný nedostatek napravit. Již z interpretace hlavní výzkumné otázky víme, že existuje několik celosvětově rozšířených sociálních sítí. Avšak nejvíce si díky své popularitě podmanily svět sociální platformy s názvem Facebook a Instagram, se kterými se recipienti seznamují v *Kapitole č. 2* teoretické části. A proto není-li uvedeno jinak, umístěním slovního spojení *na sociálních sítích* ve formulaci třetí výzkumné otázky máme na mysli právě tyto výše uvedené sociální sítě.

Dále bychom měli alespoň v krátkosti věnovat svou pozornost pojmu *příspěvky*, neboť se ve znění třetí výzkumné otázky rovněž nachází. Na základě mých vlastních slov se pod označením *příspěvky* skrývá to, co teenageři v prostředí sociálních sítí zveřejňují – podle toho se tedy příspěvkem může stát textová informace, fotografie nebo video.

Teprve v této chvíli, kdy jsme si podrobným způsobem vysvětlili také slovo *příspěvky*, nad kterým, nutno podotknout, není potřebné se dlouze pozastavovat, můžeme si s klidným svědomím říci, že specifikace této vedlejší výzkumné otázky je zcela kompletní. Smíme se tedy od ní definitivně odpoutat.

4. Koho chtějí adolescenti prostřednictvím své virtuální sebe prezentace oslovit?

V neposlední řadě se soustředíme na čtvrtou výzkumnou otázku. Přejeme-li si, aby byl její záměr naprosto srozumitelný, budeme muset formulaci i této vedlejší výzkumné otázky podrobit vysvětlení. V rámci interpretace se jako žádoucí jeví začít od jejího začátku, kde je situováno slovní spojení *koho chtějí*. Svou pozici ve znění této vedlejší výzkumné otázky získalo, jelikož jeho prostřednictvím chceme dospět k zjištění, jaký okruh lidí chtějí adolescenti svou virtuální sebe prezentací oslovit. O koho by se mohlo přibližně jednat, to v teoretické části této diplomové práce recipientům prozrazuje *Kapitola č. 4*. Ovšem, jestli to, co čteme v řádcích výše zmíněné kapitoly, funguje i ve skutečném životě dospívající jedince – na to nám, dalo by se říci, poskytně odpověď čtvrtá výzkumná otázka, jelikož pro tento úkol byla stanovena.

Byl-li předchozí termín objasněn, „posvítíme“ si nyní na zbylou část definice této vedlejší výzkumné otázky – tedy na slovní spojení *své virtuální sebe prezentace oslovit*. Vzhledem k tomu, že označení *virtuální sebe prezentace* bylo rozebíráno již na několika místech této praktické části, následkem toho věřím, že mi bude prominuto, když nebude opět specifikováno. Namísto toho, věnujme tedy svou pozornost slovu *oslovit*. Máme ním na mysli, že jakkoliv se jedinec, který se nachází ve věku mezi pubertou a dospělostí, na sociálních sítích a internetu obecně prezentuje, prezentuje se, aby vzbudil zájem lidí, na které prostřednictvím tohoto počínání cílí.

V této chvíli by dle mého mínění měl být recipientům záměr čtvrté a zároveň poslední výzkumné otázky absolutně jasný. Proto bych v rámci závěrečných řádků chtěla recipientům pro zajímavost sdělit, proč se právě tato otázka stala vedlejší výzkumnou. K této dle mého osobního názoru nevšední otázce mě přivedl zajímavý výzkum, který byl proveden již před deseti lety na území Ameriky. Jeho účastníky se stali takzvaní „bloggeři“ – ti v čase, kdy ještě neexistovaly sociální sítě v dnes nám důvěrně známé podobě, spravovali své osobní webové stránky, tedy blogy. Výsledky realizovaného výzkumu ukázaly, že daleko silnějším motivem pro vkládání informací na internet se pro autory psaných textů stal fakt, jestli budou po jejich sdílení veřejné a zda tímto způsobem současně odprezentují sami sebe. Avšak to, jestli bude publikované informace někdo reálně číst, nebylo pro respondenty průzkumu klíčové.

Výše popsany fakt, že „bloggeři“ shledávali jako podstatné, jestli budou jejich příspěvky po zveřejnění pro ostatní viditelné, se mi jeví jako velice zajímavý. Následkem toho jsem začala uvažovat nad otázkami: Proč je pro ně tak významné, aby byl v kyberprostoru

jejich příspěvek někým zahlédnut? Chtějí snad jeho prostřednictvím někoho oslovit? Pokud ano, tak koho? Vzhledem k tomu, že mě tyto zmíněné otázky přiměly, abych o nich více přemýšlela, následkem toho jsem zformulovala výše uvedenou výzkumnou otázku.

8.2 Metoda výzkumu

Prvním a nejdůležitějším krokem v praktické části této diplomové práce bylo správné stanovení výzkumných otázek. Prostřednictvím zdůvodnění jejich formulací, jsme dali najevo, že nejde pouze o nahodilý výběr, ale o promyšlený krok, který koresponduje s teoretickou reflexí problému.⁸⁸ Kromě výše uvedeného jsme volbu specifických výzkumných otázek zdůvodnili i proto, abychom dali najevo, na co vlastně hledáme odpověď.

Aby tímto způsobem vynaložené úsilí nepřišlo vniveč a my získali na vytyčené otázky odpovědi, po seznámení recipientů s úplným zněním hlavní a vedlejších výzkumných otázek se v druhém kroku jako žádoucí jeví pojmenovat aplikovanou výzkumnou metodologii.

Avšak nejprve si na tomto místě diplomové práce nejprve vyjasněme, co se pod slovním označením metoda skrývá. „*Slovo metoda pochází z řečtiny, kde methoda znamená „cesta za něčím“.* Jde tedy o nějaký systematický postup, kterým chceme dojít k cíli.“⁸⁹ Z výše uvedeného tedy vyplývá, že chceme-li dospět k cíli, přesněji řečeno k zodpovězení otázky, je potřebné učinit volbu o tom, jakou metodu bude vhodné v praktické části této diplomové práce použít. Vzhledem k tomu, že v České republice jsou známy a aplikovány dva základní přístupy výzkumu v sociálních vědách, tj. metodologie kvantitativního výzkumu a metodologie kvalitativního výzkumu⁹⁰, vybírá výzkumník v podstatě mezi nimi. Nežli bude recipientům v rámci této kapitoly empirické části vyzrazeno, která z výše zmíněných metod výzkumu byla vzhledem k charakteru výzkumných otázek v této diplomové práci zvolena, za přínosné shledávám, aby se prostřednictvím následujících řádků s dvěma možnostmi nejdříve seznámili:

- 1) **Kvantitativní metoda výzkumu:** Tento druh empirického výzkumu bývá označován jako „pozitivistický“ – tímto označením se vyjadřuje skutečnost, že pracuje s postupy, které jsou obvyklé pro přírodní vědy. Na základě toho můžeme tedy říci, že pracuje

⁸⁸ Srov. TRNKOVÁ, Kateřina. *Jak připravit a realizovat výzkum v bakalářské práci*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2004, s. 78. ISBN 978-80-210-6863-6.

⁸⁹ JANDOUREK, Jan. *Průvodce sociologií*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008, s. 41. ISBN 978-80-247-2397-6.

⁹⁰ Srov. PRŮCHA, J., VETEŠKA, J. *Andragogický slovník*. s. 172.

s přesně vymezeným předmětem zkoumání a předem formulovanými hypotézami, jejichž pravdivost následně ověřuje.

Ve chvíli, kdy z tohoto empirického výzkumu vyplynou závěry, obvykle se stanovuje pravděpodobnost, s jakou lze výsledky získané z průzkumu reprezentativního vzorku zobecňovat na celý základní soubor.⁹¹ Ovšem, aby bylo možné generalizovat nálezy na populaci, musí z tohoto důvodu kvantitativní metoda výzkumu pracovat většinou s velkým souborem respondentů.

Typickými metodami tohoto výzkumu jsou hromadný dotazník, experiment, pozorování, testování.⁹² A vzhledem k tomu, že název tohoto výzkumu je odvozen od podstatného slova *kvantita*, kterým se označuje mnohost, četnost, množství, velikost, není příliš velkým překvapením, že při analýze dat převládají zpravidla statistické postupy.⁹³

2) Kvalitativní metoda výzkumu: „Kvalitativní výzkum býval dlouho chápán pouze jako doplněk tradičních kvantitativních metod, jindy zase jako protipól kvantitativního výzkumu.“⁹⁴ Zaměřuje se na porozumění jedinečným jevům edukační reality. Tyto případy objasňuje na základě názorů, prožitků, zkušeností subjektů, a to v souvislosti s příslušným kontextem.

V kvalitativním výzkumu se neověřují předem formulované hypotézy a rovněž teorie zkoumaných jevů se vynořuje až v průběhu pozorování a na základě výpovědí subjektů. Výsledkem je podrobný popis jednotlivých případů, bez nároku na zobecnitelnost získaných údajů.⁹⁵

Vzhledem k tomu, že oblast kvantitativní / kvalitativní metody výzkumu je velká a složitá, jsem si vědoma, že jí v rámci jedné krátké kapitoly nedokážu recipientům vysvětlit. Nicméně při zhlédnutí předchozích řádků byly dle mého osobního názoru jejich nejdůležitější aspekty zmíněny. Z tohoto důvodu dospívám k přesvědčení, že pro potřeby této praktické části byli recipienti s metodami výzkumu seznámeni uspokojivým způsobem. Následkem toho, neboť pevně věřím, že v této chvíli o nich mají utvořenou správnou představu, lze na tomto místě

⁹¹ Srov. PRŮCHA, Jan. VETEŠKA, Jaroslav. *Andragogický slovník. 2., aktualizované a rozšířené vydání.* 1. vyd. Praha: Grada, 2014, s. 170. ISBN 978-80-247-4748-4.

⁹² Srov. Tamtéž, s. 170.

⁹³ Srov. IVANOVÁ, Kateřina. OLECKÁ, Ivana. *Metodologie vědecko – výzkumné činnosti.* 1. vyd. Olomouc: Moravská vysoká škola Olomouc, 2010. s. 17. ISBN 978-80-87240-33-5.

⁹⁴ KOZEL, Roman. MYNÁŘOVÁ, Lenka. SVOBODOVÁ, Hana. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu.* 1. vyd. Praha: Grada, 2011, s. 165. ISBN 978-80-247-3527-6.

⁹⁵ Srov. PRŮCHA, J., VETEŠKA, J. *Andragogický slovník*, s. 170.

diplomové práce odhalit, že vzhledem k charakteru výzkumných otázek byla zvolena metoda kvalitativního výzkumu. Byla vybrána i přes vědomí, že kvantitativní pojetí výzkumu má nezpochybnitelné výhody – ty shledávám především v rychlém a přímočarém sběru dat, přičemž nashromážděná data jsou přesná, lehce ověřitelná a výsledky, jak bylo již výše zmíněno, je možné snadno zobecnit na celou populaci.

Kvalitativně zaměřený výzkum sice univerzální či obecně platné poznatky nenabízí, ale mou pozornost si získal v první řadě tím, že mé osobě v roli výzkumníka umožňuje poměrně hluboký a detailní vhled do konkrétní oblasti sociálních jevů, čímž se zvyšuje šance na porozumění zkoumanému fenoménu. Dále se mi kromě již výše uvedené skutečnosti líbí, že se jedná o nematematický analytický postup.⁹⁶ Dle mého osobního názoru jsem totiž od přírody nedostala do vínku nadání na matematiku, a proto oblast, ze které jsou všechny číselné a statistické výpočty vyloučeny se mi v důsledku toho jeví jako sympatická. Je to možná úsměvné, ale upřímně mi věřte, že kvalitativní analýza faktů, jevů nebo procesů, která probíhá především v narativní nebo esejistické formě mé osobě skutečně vyhovuje.

Vzhledem k tomu, že pro každý výzkum je důležitá validita a reliabilita získaných dat, jako poslední důvod, proč jsem v praktické části této diplomové práce zvolila metodu kvalitativního výzkumu, bych mohla uvést, že prokazuje vysokou validitu. Mnohá zkreslení se minimalizují zejména tím, že data procházejí menším počtem transformací. Ovšem v porovnání s kvantitativní metodou výzkumu, zde narážíme na nízkou reliabilitu, neboť interpretace vycházejí od konkrétního výzkumníka a jsou jím ovlivněny. Kdyby totéž zkoumal jiný výzkumník, došel by možná k odlišným závěrům.⁹⁷

8.3 Metoda sběru dat

Možností sběru dat se nabízí hned několik. V tomto kvalitativním výzkumu jsem si z jeho potencionálních metod zvolila polostrukturovaný rozhovor. V rámci této metody sběru dat se rozhovory uskutečňují *„většinou individuálně a umožňují intenzivní interakci mezi tazatelem a dotazovanou osobou. Dávají prostor pro vyjádření subjektivních názorů. Díky nim pronikáme hluboko do postojů, emocí, potřeb a odhalujeme nová témata.“*⁹⁸

⁹⁶ Srov. KUTNOHORSKÁ, JANA. *Výzkum v ošetrovatelství*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009, s. 22. ISBN 978-80-247-2713-4.

⁹⁷ Srov. IVANOVÁ, K., OLECKÁ, I. *Metodologie vědecko – výzkumné činnosti*, s. 33.

⁹⁸ Ppm factum research [online]. Praha: ppm factum research - vedle veřejného mínění se zabýváme marketingovými výzkumy v oblasti spotřebního zboží, ICT, finančnictví, průmyslu a zdravotnictví. © 2019 ppm factum a.s. [cit. 2019-03-15]. Dostupné na: WWW < <https://www.factum.cz/sluzby-kvalitativni-vyzkum/>>.

Jako výzkumníkovi nabízí polostrukturovaný rozhovor mé osobě svobodu v dotazování. V praxi to znamená, že ačkoliv jsem si předem vytvořila schéma specifikující okruhy otázek (viz Příloha č. 5), na které se budu účastníků výzkumu ptát, je možné průběžně reagovat na podněty přicházející ze strany respondentů. Nejen, že se z tohoto důvodu stává rozhovor flexibilním, ale současně se v důsledku toho naskýtá příležitost, jak prostřednictvím doplňujících otázek získat spoustu dalších informací.

V případě, že se v rámci probíhajícího rozhovoru respondent zmíní o zajímavém rysu, který není v mém předem připraveném okruhu otázek doposud zohledněn, zařadím následkem této situace tázání na nově vzniklou informaci i do dalších teprve realizovaných rozhovorů – je tedy vysoce pravděpodobné, že se výše zmíněný soubor témat a otázek bude postupem času mírně obměňovat.

Se svými rozhovory, které budou vedeny tváří v tvář, chci ve své roli výzkumníka pokračovat, pokud jeho účastníci dávají smysluplné a pro výzkum relevantní odpovědi a to až do teoretického nasycení, tedy do doby, kdy se nebudou vynořovat další nové informace.

Vzhledem k tomu, že nejvhodnějším způsobem zaznamenávání polostrukturovaného rozhovoru je nahrávat jej, je závěrečným krokem v této metodě sběru dat, tedy v polostrukturovaném rozhovoru, tvorba takzvaného *transkriptu*. Co se této věci týče, bylo nejprve nutné se rozhodnout, zda půjde o doslovný přepis celého rozhovoru, nebo jestli se přepíše jen částí a zbytek se uchová v podobě poznámek a nahrávky. Vzhledem k tomu, že přepis celého rozhovoru je velmi časově náročný a ve většině případů bývá raději doporučován částečný přepis, zvolila jsem jej. V případě nutnosti je možné chybějící informace dohledat přímo v nahrávce a dodatečně je do přepisu doplnit.

8.4 Výzkumný vzorek

Základními kritérii pro vytvoření výzkumného vzorku bylo potřebné najít takové uživatele sociálních sítí, kteří se dali označit za silné uživatele a svoji osobu virtuálně veřejně prezentovali několikrát denně. Ve finální fázi byli účastníci výzkumného šetření vybráni pomocí kontaktů z mého blízkého okolí.

8.5 Metoda analýzy získaných dat

Pro analýzu získaných dat jsem si zvolila případovou studii neboli kazuistiku. Z mého výzkumného šetření vypadají kazuistiky respondentů následujícím způsobem:

Kazuistika 1 – „Hanka“

První respondentkou se stala náctiletá dívka, která se jmenuje Hanka. Do tajů sociálních sítí pronikla ve věku třinácti let – v té době, uskutečnila svou úplně první registraci na sociální síti Facebook. Hned po Facebooku začala používat i další sociální sítě, konkrétně Instagram a WhatsApp. Z těchto výše uvedených sociálních sítí, tráví Hanka nejvíce svého času na Facebook a Instagramu. Přestože se denně přihlašuje k těmto zmíněným sociálním sítím, v současné době má raději Instagram, jelikož ho shledává mnohem modernějším.

Vzhledem k tomu, že respondentka chtěla být v neustálém kontaktu se svými vrstevníky a sledovat jejich příspěvky, začala obrázkovou sociální síť s názvem Instagram po jejich vzoru rovněž využívat. Kromě této skutečnosti, se v prostředí označující se jako Instagram začala pohybovat i z důvodu, že jí umožňuje sledovat to, co její přátelé v danou chvíli zrovna dělají. A v neposlední řadě je to i proto, že Hance tato sociální síť poskytuje příležitost, prostřednictvím které je možné zhlédnout videa, která jí v mnoha oblastech jejího života inspirují.

Mimo to, co je již výše popsáno, prožívá na této sociální síti svůj čas, aby mohla prezentovat svou vlastní osobu. V rámci Instagramu k tomuto počínu nejraději a tím pádem i nejčastěji užívá sebeprezentační prostředky, jakými jsou fotografie a Stories. Avšak kdyby měla respondentka učinit volbu mezi nimi, za vítěze tohoto pomyslného sporu by prohlásila sebeprezentační prostředek označující se jako Stories. Hančiny pozornost si získal především tím, že skrze něj může svým přátelům sdělit, co v daný moment dělá či prožívá, což dle jejího osobního názoru nelze prostřednictvím fotografie tak dobře vyjádřit. K výše uvedenému „lepšímu vyjádření“ využívá jeho specifické funkce, přičemž v oblíbenosti má nejvíce takzvané obličejové filtry.

Tím, že v prostředí sociálních sítí prezentuje svou vlastní osobu, chce učinit dojem především na své vrstevníky. Ti v porovnání s ní chtějí dle vlastního mínění Hanky oslovit v první řadě své opačné pohlaví. Respondentka dospívá k přesvědčení, že tak činí, neboť zapůsobit na protějšek, ke kterému pocítují nejen velké sympatie, je z „póza“ virtuálního světa mnohem jednodušší. Dále Hančiny vrstevníci zkoušejí prostřednictvím své virtuální

sebe prezentace působit na stejně staré uživatele sociálních sítí. Chtějí si získat jejich pozornost a to především z důvodu, že nechtějí být v jejich očích pokládáni za divné. Označení takovou nálepkou, by se mohli stát snadným terčem šikany. A proto, i v případě, že je svět sociálních sítí příliš neláká, raději na nich jsou – k této skutečnosti respondentka dospěla na základě vlastní zkušenosti.

Další možná existující příčina, proč své příspěvky zveřejňují do prostředí sociálních sítí je, že jsou poháněni touhou pochubit se – například specifickou věcí či konkrétním zážitkem. Nutno podotknout, že z tohoto výše zmíněného důvodu své příspěvky na Instagram publikuje i Hanka, která se svou virtuální sebe prezentací nezachází různě. Přesněji řečeno, znamená to, že ve světě virtuálním se nechová odlišně. Prezентuje se totožným způsobem jako v reálném životě, neboť je to Hance nepříjemné. A současně uvádí, že to, jestli budou se svou virtuální identitou experimentovat, záleží na povaze člověka.

Kazuistika 2 – „Aneta“

Druhá respondentka se jménem Aneta pronikla do světa sociálních sítí ve svých dvanácti letech – v té době, kdy se pro sociální sítě nadchla, začala využívat sociální síť s názvem Facebook. Tato výše uvedená sociální síť respondentku do světa sociálních sítí zasvětila jako úplně první. Avšak, jak čas plynul, začala používat další sociální sítě. Aktivní uživatelkou se stala nejen na Facebooku, ale také na Instagramu, Snapchatu, Pinterestu a WhatsAppu. Z tohoto výčtu sociálních sítí tráví nejvíce svého času na Facebooku a Instagramu. Přesto, kdyby měla učinit volbu mezi nimi, „na plné čáře“ by zvítězil Instagram – ten jí k srdci přirostl o něco více, neboť ho shledává zajímavějším. Než sociální síť Facebook se této respondentce jeví pozoruhodnější Instagram a to především z důvodu, že poskytuje mnohem více příležitostí, jak upravit své fotografie. Přestože na jedné straně možnosti úpravy fotografie vyzdvihuje, na straně druhé zdůrazňuje, že jiní uživatelé, co se této věci týče, umějí dost přehánět. Následkem toho, Anetu trápí skutečnost, že zejména ženy po zhlédnutí vylepšených snímků, na nichž lidé zásluhou úprav působí téměř dokonale, mohou trpět nízkým sebevědomím.

Dále z možností, které sociální síť Instagram nabízí, využívá funkci, která se nazývá Stories. Má jí v oblibě, jelikož v důsledku toho, že v rámci této funkce po uplynutí 24 hodin její příspěvek zmizí, nemusí si dávat tolik záležet na tom, jak vypadá. Podle jejího osobního mínění v této „zálibě“ nenacházejí „obyčejní smrtelníci“ zalíbení, zatímco osobnosti, které se něčím proslavili, se v této věci naopak vyžívají. Rozhodne-li se přeci jen respondentka, že jí

nebude lhostejné, jak její příspěvek bude po zveřejnění na sociálních sítích vypadat, je to především kvůli jejím kamarádům. Ti si ve srovnání s Anetou dávají na svých příspěvcích záležet z důvodu, aby jejich prostřednictvím zapůsobili zejména na své protějšky. Na základě slov respondentky se její přátelé k tomuto počínání uchylují, jelikož upoutat pozornost člověka, do kterého jsou zahleděni a získat si jeho náklonnost je ve virtuálním světě mnohem jednodušší.

Kromě výše uvedeného, své příspěvky do prostoru sociálních sítí sdílejí i proto, že jsou hnáni touhou být oblíbení. Aby své popularity dosáhli, dospívá Aneta k názoru, že je vysoce pravděpodobné, že se v kyberprostoru prezentují odlišným způsobem než v reálném životě. Mimo to, tvrdí, že valná většina se na sociálních sítích chová jinak než ve skutečnosti – sice své prohlášení nedokáže opodstatnit, ale vyzkoušela si ho na vlastní kůži. Stalo se to několikrát, když Aneta na sociální síti vedla internetovou konverzaci se staršími chlapci. Vzhledem k tomu, že komunikovala právě s vyspělejšími mláďenci, bála se, aby o ní při vyzrazení jejího skutečného věku neztratili zájem, a proto Aneta raději se svou virtuální identitou experimentovala a stala se starší dívkou.

Kazuistika 3 – „Edita“

Dívka nesoucí jméno Edita se stala v pořadí již třetí respondentkou. Jak se sociální sítě používají, vyzorovala od své starší sestry – ta v době, kdy Edita dovršila věku deseti let, se denně přihlašovala k sociální síti s názvem ICQ. Po vzoru své starší sestry, se aktivní uživatelkou této výše uvedené sociální sítě stala i Edita. Po proběhnutí této úplně první registrace, začala svůj čas trávit i v prostředí dalších sociálních sítí – především sociální platformy označující se jako Facebook a Instagram se v Editině životě zasadily nejvíce.

Avšak, vzhledem k tomu, že Instagram nabízí respondentce více možností, má ho ještě raději než Facebook. Z toho, co tato obrázková sociální síť svým uživatelům poskytuje, vyzdvihuje Edita především možnost úpravy svých fotografií a příležitost používat funkci Stories. Vzhledem k tomu, že právě fotografie a Stories si v rámci této sociální sítě získaly Edity pozornost, využívá je k virtuálnímu prezentování své vlastní osoby nejraději a tím pádem i nejčastěji. Od jiných sebeprezentačních prostředků se raději odklání – zejména od videí. Přestože se jí líbí, jak se ostatní uživatelé prostřednictvím technologie pro zaznamenávání a přehrávání pohyblivých snímků na sociální síti prezentují, Edita je od přírody poměrně stydlivá dívka, a proto vyjadřuje obavu, že kdyby byla spatřena na videu, ostatní by jí nešetřili od svých posměšků. Z tohoto důvodu se raději uchyluje k tomu, co se jí již

několikrát osvědčilo – tedy k fotografiím a Stories. Avšak, nutno podotknout, že o něco více inklinuje k sebezprezentačnímu prostředku Stories, který jí přirostl k srdci především díky pestré škále svých funkcí. Aby svůj příspěvek ozvláštnila, s oblibou používá funkce, které se na Instagramu označují jako „Boomerang“ a „Hudba“.

Edita si tedy na svých zveřejněných příspěvcích nechává dost záležet. Dělá to od té doby, co vyzorovala, že skutečnost, jak příspěvky v prostředí sociální sítě po zveřejnění vypadají, není lhostejná ani ostatním aktivním uživatelům. Faktu, že publikované příspěvky, které jsou prostřednictvím specifické funkce vylepšeny, vypadají následkem toho skutečně lépe, si všimli i Editiny vrstevníci. Ti podle osobního názoru respondentky nejen, že jsou v důsledku nápodoby inspirováni k ozvlášťování svých uveřejněných příspěvků, ale také je na sociální sítě z důvodu, že to dělají všichni, sdílejí. Ve srovnání s ostatními, nechtějí v této věci zůstat pozadu. Kdyby za ostatními „pokulhávali“, dle vlastního mínění respondentky by sami sebe vystavili hrozbě, že nebudou ostatními bráni vážně a současně nebudou v jejich očích tolik populární. Nutno podotknout, že ani Edita v porovnání se svými vrstevníky nechce zůstat pozadu, přesto se ale odlišuje tím, že na sociální sítě nepřispívá z důvodu, aby byla oblíbená nebo aby o svou popularitu nepřišla, ale především proto, že jí to baví.

Respondentka se liší i v další věci – zatímco se dle jejího osobního přesvědčení stejně staří uživatelé sociálních sítí v tomhle virtuálním prostředí prezentují zcela odlišným způsobem, než jak to dělávají ve svém reálném životě, Edita tvrdí, že se na sociálních sítích vystupuje přesně tak, jako v realitě. Ke skutečnosti, že se její vrstevníci ve světě virtuálním prezentují jinak než ve skutečnosti, dospěla na základě vlastní zkušenosti. Již několikrát se totiž setkala tváří v tvář se situací, kdy se v kyberprostoru z introvertních lidí stali ti, kteří mají vždycky co říci.

Edita se sice tímto „prohřešením“ dle jejího tvrzení nikdy neprovinila, ale přiznává se, že mnohdy své příspěvky na sociální sítě publikuje, aby na druhé učinila dojem. Prozrazuje, že již několikrát chtěla v první řadě zapůsobit na svůj protějšek, ke kterému pocítovala velké sympatie. Učinila tak, jelikož se upínala k naději, že prostřednictvím slušivé fotografie uchvátí své opačné pohlaví natolik, že následkem toho mezi nimi dojde minimálně k internetové komunikaci. Mimo to, v neposlední řadě přináší vyjádření také o tom, že více než jednou chtěla učinit dojem i na své přátele. A to především tak, že na sociální sítě zveřejňovala příspěvky, na kterých byly zveřejněny specifické věci, s nimiž věděla, že u svých kamarádů sklídí úspěch. Na základě Edity slova je tohle osvědčený recept na to, jak vzbudit

jejich pozornost do takové míry, aby s ní následně započali rozhovor a to nejen na sociálních sítích, ale i ve skutečném životě.

8.6 Diskuze

Na základě výpovědí respondentů mohu v rámci svého zpětného zhodnocení na tomto místě praktické části diplomové práce konstatovat následující – adolescenti jako jedinci nacházející se ve věku mezi pubertou a dospělostí pronikají do tajů sociálních sítí již ve velmi útlém věku. V době, kdy se pro sociální sítě nadchnou, obvykle uskutečňují svou úplně první registraci na sociální síti Facebook. Chtěla bych zdůraznit, že tímto svým počinem porušují uživatelské podmínky této sociální sítě, neboť na Facebook se mohou registrovat pouze uživatelé starší třináct let.

Hned po Facebooku, se stávají aktivními uživateli sociální sítě s názvem Instagram. V životě adolescentů se tato výše uvedená sociální síť zasadila natolik, že k ní dospívající jedinci inklinují vždy o něco více. Nutno podotknout, že tato výše zmíněná skutečnost, k níž jsem prostřednictvím výpovědí respondentů dospěla, byla již prokázána – konkrétně ukazuje pokles zájmu o Facebook a mírný nárůst zájmu o Instagram u věkové kategorie 13 – 19 let výzkum investiční banky *Piper Jaffray*, kterého se zúčastnilo 7 200 dotazovaných.⁹⁹ Na základě toho můžeme tedy říci, že se obě studie v této věci shodují.

V této chvíli, mám-li podat pojednání o hlavní výzkumné otázce **„Jaký způsobem adolescenti prezentují vlastní osobu na sociálních sítích?“** znělo by následovně: Z celkového počtu dotazovaných, pouze respondentka nesoucí jméno Aneta vypověděla, že se svou virtuální sebeprezentací zachází různě – přesněji řečeno prostřednictvím uskutečněného polostrukturovaného rozhovoru uvedla, že v prostředí sociálních sítí představuje svou vlastní osobu mnohdy odlišným způsobem než, jakým se prezentuje v rámci svého skutečného života. Z tohoto vzešlého závěru jsem relativně překvapena, jelikož jsem ve své roli výzkumníka předpokládala, že účastníci realizovaného výzkumu se svou virtuální identitou experimentují o poznání více.

Ovšem, tato pomyslná domněnka – že v současné době, kdy se virtuální prostředí internetu daleko více používá pro „zkoušení, co jsem vlastně zač“ a dospívající jedinci k tvorbě svého nového „já“, případně k jeho zlepšování, spíše inklinují, se nepotvrdila. A to především

⁹⁹ *Lupa.cz – server o českém Internetu* [online]. Praha: Lupa.cz – server o českém Internetu, © 1998 – 2019 [cit. 2019-03-18]. Dostupné na: WWW <<https://www.lupa.cz/clanky/deti-pry-opet-utikaji-z-facebooku-tvrdi-dalsi-pruzkum/>>

z důvodu, že dva respondenti z celkového počtu tří pro potřeby praktické části této diplomové práce sdělili, že virtuální identita může být do určité míry shodná s identitou reálnou.

V neposlední řadě se k hlavní výzkumné otázce „*Jaký způsobem adolescenti prezentují vlastní osobu na sociálních sítích?*“ váže ještě jeden závěr. Tentokrát z výpovědi polostrukturovaného rozhovoru vyplynulo, že ačkoliv o sobě většinová část respondentů předkládá tvrzení, že si na sociálních sítích – tedy na Facebooku a Instagramu počínají přesně tak, jak v rámci svého skutečného života, jejich vrstevníci se v porovnání s účastníky realizovaného výzkumu prezentují protikladným způsobem. Tato odhalená skutečnost, že respondenti mají virtuální identitu do určité míry shodnou s identitou reálnou, zatímco jejich vrstevníci svou vlastní osobu *bez výjimky a do jednoho* v prostředí sociálních sítí prezentují jinak než ve skutečnosti, je tedy v pořadí již druhým závěrem.

Tato získaná data bych neměla zobecňovat na celou populaci – v tomto případě na jedince, kteří se nacházejí ve věku mezi pubertou a dospělostí. Kdybych to udělala, v důsledku toho by odpověď na hlavní výzkumnou otázku „*Jaký způsobem adolescenti prezentují vlastní osobu na sociálních sítích?*“ dle mého osobního názoru zněla následovně: „*V prostředí sociálních sítí představují adolescenti svou vlastní osobu mnohdy odlišným způsobem než, jakým se prezentují v rámci svého skutečného života.*“

Jenomže v praktické části této diplomové práce byla zvolena kvalitativní metoda výzkumu, pro kterou v porovnání s metodou kvantitativní není zobecnitelnost získaných údajů typická. Namísto toho jí zajímají nové podněty, a proto je potřebné jí v tomto směru uspokojit. Z tohoto důvodu bych v odpovědi na hlavní výzkumnou otázku vyzdvihla především to, co se mé osobě v roli výzkumníka jeví jako pozoruhodné. Tento pomyslný požadavek by mohlo splňovat následující – v případě, že se hlavní výzkumná otázka nesoustředí na osobu respondenta, má dotazovaný ve své odpovědi jasno. V této situaci zpravidla reaguje, že adolescenti do své virtuální sebe prezentace více či méně vědomě vkládají různé nereálné charakteristiky, tudíž existuje riziko, že se nebudou prezentovat takovým způsobem, jako to dělávají ve svém reálném životě. Ovšem, jakmile se hlavní výzkumná otázka týká respondenta samotného, jeho odpověď je vždy v opozici s výše uvedeným.

Čím by tato skutečnost mohla být zapříčiněná, nad tím musím spekulovat. Prostřednictvím tohoto uvažování dospívám k této domněnce – vzhledem k tomu, že respondenti ve své podstatě mohou se svou virtuální sebe prezentací manipulovat libovolným způsobem. Z této pestré škály způsobů, jak s online reprezentací zacházet, se mohou pokusit o ztotožnění se s ní. V tomto případě by tato virtuální sebe prezentace, o níž nesprávně předpokládají, že

ztvární jejich celistvou osobnost, byla ve velké míře blízká té skutečné. Třeba právě v důsledku toho na hlavní výzkumnou otázku odpovídají, že si v prostředí sociálních sítí počínají přesně tak, jak v rámci svého skutečného života. Ovšem, jedná se pouze o mou specifickou hypotézu, která by se ale mohla stát námětem dalšího budoucího zkoumání.

Dále se na tomto místě praktické části této diplomové práce pokusím srozumitelně shrnout získané poznatky a odpovědi na druhou vedlejší otázku, která zní „**Jaké prostředky adolescenti využívají ke své virtuální sebe prezentaci**“? Prostřednictvím uskutečněného polostrukturovaného rozhovu jsem dospěla k zjištění, že respondenti k tomuto počínu nejraději a tím pádem i nejčastěji využívají sebe prezentační prostředky, jakými jsou fotografie a Stories. Avšak kdyby měli učinit volbu mezi nimi, za vítěze tohoto pomyslného sporu by respondenti prohlásili sebe prezentační prostředek označující se jako Stories. Důvody, proč k němu inklinují o poznání více, se na základě výpovědí respondentů různí. V první řadě si získal pozornost respondentky Hanky a to především tím, že skrze něj může svým přátelům sdělit, co v daný moment dělá či prožívá, což dle jejího osobního názoru nelze pomocí fotografie tak dobře vyjádřit. Druhá respondentka, tedy Aneta ho má v oblibě, jelikož v důsledku toho, že v rámci této funkce po uplynutí 24 hodin její příspěvek zmizí, si nemusí dávat tolik záležet na tom, jak vypadá. V neposlední řadě se k němu uchyluje i třetí respondentka Edita, které přirostl k srdci zejména díky jeho funkcím.

V případě, že chtějí respondenti svůj příspěvek ozvláštnit, využívají za tímto účelem pestrou škálu jeho funkcí, z níž dva respondenti z celkového počtu tří používají funkce označující se jako „Boomerang“, „Hudba“ či „Obličejové filtry“.

Za pomoci respondentů jsem k těmto výše uvedeným závěrům dospěla. V rámci svého zpětného zhodnocení musím konstatovat, že největší měrou mě překvapila skutečnost, že respondenti dávají přednost sebe prezentačnímu prostředku Stories před mnohonásobně osvědčenou fotografií. Nejen, že jsem na základě výpovědí respondentů byla vyvedena z tohoto omylu, současně jsem jejich prostřednictvím dospěla k dalšímu nečekanému překvapení – od jiných sebe prezentačních prostředků si udržují odstup. Proč se jim vyhýbají, uvedla pouze respondentka Edita, která se odklání především od sebe prezentačního prostředku označující se jako video. V rámci uskutečněného rozhovoru sdělila, že přestože se jí líbí, jak se ostatní uživatelé pomocí této technologie pro zaznamenávání a přehrávání pohyblivých snímků na sociálních sítích prezentují, ona se tak prezentovat nemůže, neboť je stydlivá a navíc současně vyjadřuje obavu z posměšků ostatních. Jaké jsou další možné

příčiny této odměřenosti, jsem se již bohužel nedozvěděla. Kdyby chtěl někdo začít tam, kde jsem já skončila, na tomto místě diplomové práce se mu jeví příležitost.

Z toho, co k této druhé vedlejší výzkumné otázce respondenti uvedli, mě k zamyšlení nejvíce vybízí tvrzení respondentky Anety. Tato účastnice realizovaného výzkumu se konkrétně zmiňuje o tom, že ačkoliv ona sama ráda využívá možnost úpravy fotografie před jejím publikováním na sociální síti, zdůrazňuje, že jiní uživatelé, co se této věci týče, umějí dost přehánět. To v důsledku jejího vlastního mínění způsobuje, že především ženy po zhlédnutí vylepšených snímků, na nichž lidé zásluhou úprav působí téměř dokonale, mohou trpět nízkým sebevědomím. Nutno dodat, že zatímco já jsem si tohoto faktu všimla na základě výpovědi mé respondentky, jiné zaujal již dávno přede mnou a to natolik, že se rozhodli na tuhle výše zmíněnou problematiku, učinit výzkum.

Co se týče třetí vedlejší výzkumné otázky **„Jaké mají adolescenti důvody, že na sociálních sítích zveřejňují své příspěvky?“** při krátkém ohlédnutí za tím, co v průběhu uskutečněného rozhovoru z úst dotazovaných zaznělo, dospívám k zjištění, že respondenti mají na stejnou věc jiný názor.

V rámci rozhovoru se respondentka Hanka svěčila, že své příspěvky do prostředí sociálních sítí zveřejňuje za účelem pochlubit se. V této věci není sama, neboť dle jejího osobního názoru právě z této příčiny na sociální platformy s názvem Facebook a Instagram přispívají i její vrstevníci, kteří na základě Hančiny výpovědi mají nejčastěji touhu pochlubit se novými věcmi či zážitky. Ve srovnání s tím respondentka Aneta ve své výpovědi uvedla, že její vrstevníci nechtějí zůstat pozadu, a proto do prostoru sociálních sítí své příspěvky sdílejí. Zkrátka dělají to z důvodu, že to dělají všichni.

A v neposlední řadě se připojuje i respondentka Edita, která uvádí, že si tak počínají, neboť jsou hnáni touhou být oblíbený.

V neposlední řadě se dostávám i k poslední výzkumné otázce, tedy k – **„Koho chtějí adolescenti prostřednictvím své virtuální sebe prezentace oslovit?“** Za pomocí respondentů docházím v praktické části této diplomové práce k závěrům, které znějí následovně – všichni účastníci realizovaného výzkumu v rámci svých výpovědí uvádějí, že chtějí v první řadě učinit dojem na své vrstevníky. Na pomyslné druhé příčce se hned za nimi umisťují jedinci opačného pohlaví, k nimž respondenti zpravidla přechovávají hluboké city.

Na základě těchto výpovědí se na tomto místě praktické části diplomové práce vynořuje pozoruhodná otázka – z jakého specifického důvodu chtějí jedinci nacházející se ve věku

mezi pubertou a dospělostí zapůsobit na své vrstevníky tím, že prezentují svou vlastní osobu v prostředí sociálních sítí? Nejprve se na tuhle výše položenou otázku pokouší přinést vyjádření respondentka Hana. Na základě jejího osobního názoru si chtějí dospívající jedinci získat pozornost stejně starých uživatelů sociálních sítí především z důvodu, že nechtějí být v jejich očích pokládáni za divné. Nepřejí si být označeni touthle nálepkou, jelikož představuje nebezpečí spočívající ve vzniku šikany. A proto, aby se nestali jejím snadným terčem, uchylují se do světa sociálních sítí, i když je třeba příliš neláká.

Další rovnocenně zajímavý příspěvek do diskuze přinesla respondentka Edita. V porovnání se svou předchozí respondentkou se prostřednictvím své výpovědi přiznává, že ona sama chtěla učinit dojem na své stejně staré přátele více než jednou. Za tímto účelem publikovala na sociální síť své příspěvky týkající se specifických věcí, o nichž dopředu věděla, že s nimi u svých kamarádů sklídí úspěch. Na základě Edity slov je tohle osvědčený recept na to, jak vzbudit jejich pozornost do takové míry, aby s ní v důsledku toho započali komunikaci a to nejen na sociálních sítích, ale i v prostředí skutečného života.

Kromě výše vyřčené otázky, jsem se obdobným způsobem zároveň pídila i po otázce – proč chtějí jedinci nacházející se ve věku mezi pubertou a dospělostí prostřednictvím své virtuální sebe prezentace oslovit své opačné pohlaví? Z celkového počtu dotazovaných, se dvě respondentky (konkrétně Hanka s Anetou) shodují na tom, že se k tomuto počínání uchylují, jelikož upoutat pozornost člověka, do kterého jsou zahleděny a získat si jeho náklonnost je ve virtuálním světě mnohem jednodušší. Na závěr bych tohle tvrzení doplnila o výpověď respondentky Edity, prostřednictvím které mi sděluje, že mnohdy své příspěvky na sociální síť zveřejnila, neboť se upínala k naději, že prostřednictvím slušivé fotografie uchvátí své opačné pohlaví natolik, že následkem toho mezi nimi dojde alespoň k internetové komunikaci.

9 Závěr

V závěru této diplomové práce s názvem „*Jakým způsobem adolescenti prezentují svou vlastní osobu na sociálních sítích?*“ musím v rámci zpětného hodnocení konstatovat, že jsem v praktické části této diplomové práce prostřednictvím realizovaného výzkumného šetření dospěla k několika závěrům. V první řadě za zmínku dle mého osobního názoru rozhodně stojí skutečnost, že adolescenti jako jedinci ve věku mezi pubertou a dospělostí se k aplikování sociálních sítí uchylují již ve velmi útlém věku. V té době se zpravidla stávají aktivními uživateli sociálních platforem označující se jako Facebook a Instagram. Přestože se tyto dvě výše uvedené sociální sítě zasadily v životě adolescenta na první pohled rovnocenným způsobem, uskutečněný výzkum poukazuje na fakt, že vždy o něco více tíhnou k Instagramu.

Ve srovnání s tím se jako mnohem pozoruhodnější jeví zjištění, že ve virtuálním prostředí těchto sociálních sítí zacházejí dospívající jedinci se svou sebeprezentací různě. Přesněji řečeno ve své roli výzkumníka jsem dospěla k nečekanému – náctiletí více či méně vědomě vkládají do své virtuální sebeprezentace různé nereálné charakteristiky, tudíž je vysoce pravděpodobné, že svou vlastní osobu na sociálních sítích a internetu obecně neprezentují takovým způsobem, jako to dělávají ve svém skutečném životě. K tomuto počínu, jak z výsledků výzkumného šetření vyplývá, nejraději a tím pádem i nejčastěji využívají sebeprezentační prostředky, jakými jsou fotografie a Stories. Stále větší oblíbenosti se však v porovnání s fotografií těší Stories, což mě v rámci svého zpětného zhodnocení překvapilo největší měrou.

Z dalších neméně cenných závěrů vzešlo, že *se nic neděje pouhou náhodou*. V tomto kontextu tedy teenageři ve zjednodušeném pojetí na sociální sítě přispívají ze třech hlavních důvodů, kterými jsou: 1) chtějí se pochlubit, 2) chtějí být více oblíbení, 3) napodobují ostatní uživatele. Ať už si z pestré škály výše zmíněných příčin adolescenti zvolí jakýkoliv důvod, dle interpretace výzkumu chtějí dospívající jedinci prostřednictvím svého vystupování v rámci sociální sítě – tedy Facebooku a Instagramu někoho oslovit – v první řadě chtějí učinit dojem především na své přátele a na druhé pomyslné příčce se hned za nimi umisťují jedinci opačného pohlaví, k nimž zpravidla přechovávají hluboké city.

Na závěr, při krátkém ohlédnutí za kompletní diplomovou prací, mohu dle mého osobního přesvědčení konstatovat skutečnost, že dokáže osobnost recipienta obohatit o mnoho nových

teoretických i praktických znalostí. Z tohoto důvodu upřímně doufám, že ti, kteří vnímají pochopitelnou a praktickou potřebu se v této problematice dále vzdělávat, k rozšíření svých původních znalostí využijí právě tuhle předkládanou diplomovou práci.

10 Přílohy

Příloha č. 1 – okruhy otázek k polostukturovanému rozhovoru

1. Sociální sítě

- V kolika letech jsi začal/a využívat sociální sítě?
- Jak se nazývá sociální síť, kterou jsi začal/a využívat jako úplně první?
- Využíváš i jiné sociální sítě? Pokud ano, jak se jmenují?

2. Facebook versus Instagram

- Kterou z těchto sociálních sítí máš raději?
- Z jakého důvodu máš raději Facebook / Instagram?

3. Sebeprezentační prostředky na sociálních sítích

- Využíváš na sociálních sítích k prezentování vlastní osoby sebeprezentační prostředky?
- Jaké sebeprezentační prostředky na sociálních sítích používáš?
- Který z těchto sebeprezentačních prostředků máš nejraději?
- Z jakého důvodu ho používáš nejraději?
- Který ze sebeprezentačních prostředků naopak vůbec nepoužíváš?

4. Důvody k publikování příspěvků na sociální sítě

- Proč na sociální sítě zveřejňuješ své příspěvky?
- Děláš to z nějakého konkrétního důvodu? Uveď, prosím, z jakého.
- Proč na sociální sítě zveřejňují své příspěvky tví kamarádi čili vrstevníci?
- Myslíš si, že to dělají z nějakého konkrétního důvodu? Uveď, prosím, z jakého.

5. Zapůsobit/učinit dojem na sociálních sítích

- Chtěla jsi někdy prostřednictvím sociálních sítí na někoho zapůsobit/učinit dojem? Uveď, prosím, na koho.
- Pokud ano, mohl/a bys mi popsat, jak jsi to provedla?
- Proč sis k tomuto účelu zvolila právě sociální sítě?
- Myslíš si, že chtějí tví kamarádi čili vrstevníci prostřednictvím sociálních sítí na někoho zapůsobit/učinit dojem? Uveď, prosím, na koho.
- Pokud ano, jak to dle tvého osobního názoru dělají?
- Proč si k tomuto účelu dle tvého osobního názoru zvolili právě sociální sítě?

6. Virtuální sebeprezentace na sociálních sítích

- Jak se na sociálních sítích prezentuješ?
- Prezentuješ se na sociálních sítích stejně jako v reálném životě?
- Pokud ne, jak se v prostředí sociálních sítí chováš/vystupuješ?
- Jak se na sociálních sítích prezentují tví kamarádi čili vrstevníci?
- Myslíš si, že se na sociálních sítích chovají/vystupují stejně jako v jejich reálném životě?
- Pokud ne, mohl/a bys mi sdělit, jak to konkrétně vypadá, když se na sociálních sítích prezentují jinak než v jejich reálném životě?

Příloha č. 2 – přepsané rozhovor respondentky „Hanky“

Ahoj, chtěla bych se tě zeptat, v kolika letech jsi začala využívat sociální sítě? A jak se nazývá sociální síť, kterou jsi začala využívat jako úplně první?

- *Sociální síť jsem začala využívat ve 13 letech. Jako první jsem začala využívat Facebook.*

Kromě sociální sítě Facebook, využíváš i jiné sociální sítě? Pokud ano, mohla bys mi říci, jak se jmenují?

- *Ano, využívám i další sociální sítě. Hned po Facebooku, jsem začala využívat také Instagram a WhatsApp.*

Vzhledem k tomu, že jsem očekávala, že v našem rozhovoru tyto dvě sociální sítě – Facebook a Instagram určitě zmíníš, chtěla bych se tě zeptat, kterou z těchto sociálních sítí máš raději? A uveď, prosím, zároveň také z jakého důvodu?

- *V současné době mám raději Instagram. Myslím si, že je mnohem modernější než Facebook. Mám pocit, že stejného názoru jsou i moji kamarádi, kteří začali navštěvovat Instagram dříve než já. A protože jsem s nimi chtěla být v neustálém kontaktu a sledovat jejich příspěvky, začala jsem Instagram používat také. Kromě toho, že můžu sledovat to, co moji kamarádi zrovna dělají, mě na Instagramu baví sledovat videa se zvířaty, nebo videa o módě a vlasových účesech, které mě inspirují.*

Kromě toho, co jsi zmínila, používáš Instagram i za jiným účelem?

- *Kromě toho na Instagram dávám třeba svoje fotky nebo občas něco přidávám do Stories.*

Z toho, co jsi mi řekla, se domnívám, že se na této sociální síti prezentuješ hlavně prostřednictvím fotografie a Stories, je to pravda?

- *Ano, je to pravda.*

Mohla bys mi, prosím, říci, který z těchto sebeprezentačních prostředků používáš raději a proč?

- *Asi mám raději Stories, protože chci, aby všichni moji přátelé věděli, co v danou chvíli dělám nebo co prožívám. To se podle mého názoru nedá fotkou tak dobře vyjádřit.*

Jaké funkce v rámci Stories k „lepšímu vyjádření“ využíváš?

- *Používám na něm hodně funkcí, ale asi nejvíce používám obličejové filtry. To mě hodně baví používat.*

Když si tímto způsobem vylepšuješ svoje příspěvky, zajímalo by mě, na koho tím chceš na sociální síti zapůsobit?

- *Nevím, asi chci, aby se to líbilo hlavně mým kamarádům.*

A co tví kamarádi? Myslíš, že také chtějí svými příspěvky na sociální síti někoho oslovit?

- *Třeba vím, že moje kamarádky si vždycky povídají o tom, že něco dali na Instagram, aby si jich všiml kluk, který se jim potají líbí.*

Proč to podle tvého osobního názoru dělají?

- *No, proto, aby si jich ten kluk všiml. Ale popravdě moc nechápu, proč to dělají, když se pak v reálu stejně spolu nebaví.*

Kromě nich, chtějí zapůsobit ještě i někoho jiného, co myslíš?

- *Asi chtějí zapůsobit i na své kamarády stejně, jako já. Nebo na lidi, které je znají.*

Proč si myslíš, že chtějí zapůsobit na své kamarády?

- *Třeba, proto, aby nebyli šikanováni. Někteří lidi, kteří na sociálních sítích nejsou, jsou divný. A pak je ostatní lidi kvůli tomu šikanují. Myslím si, že když pak vidí, že se tohle některým stane, radši na sociální sítě něco dávají, i když je to třeba nebaví.*

V podstatě si mi teď uvedla důvod, proč zveřejňují své příspěvky na sociální sítě. Napadá tě ještě nějaký jiný důvod, proč to dělají?

- *Chtějí se chlubit. Třeba, když dostanou nový mobil hned se na Instagramu chlubí, že ho dostali. Nebo se chtějí pochlubit, když třeba někam jednou, třeba na dovolenou. Hned pak dávají fotky na Instagram.*

A ty? Z jakého důvodu zveřejňuješ své příspěvky na sociální sítě?

- *Tak asi se chci taky pochlubit.*

Všimla sis někdy, jestli se tví kamarádi na sociálních sítích chovají jinak než v reálném životě?

- *To nevím, jestli jsem si toho někdy všimla. Nikdy jsem si toho moc nevšimla.*

A kdybych se tě zeptala, jestli si myslíš, že se lidé v prostředí sociálních sítí prezentují jinak než ve skutečnosti, jak by zněla tvá odpověď?

- *Tak bych řekla, že si myslím, že jo.*

A co ty, prezentovala ses někdy na sociálních sítích jinak než ve skutečnosti?

- *Tak to nedělám. Mě samotné je totiž proti srsti, když si někdo hraje na něco, co není. Asi hodně záleží na povaze člověka, někdo prostě chce být středem pozornosti, někdo to zapotřebí nemá.*

Dobře, v této chvíli je to z mé strany všechno, a proto bych ti chtěla mnohokrát poděkovat. Především proto, že sis na mě našla čas a byla jsi ochotná uskutečnit se mnou rozhovor. ☺

Příloha č. 3 – přepsaný rozhovor respondentky „Anety“

Ahoj, chtěla bych se tě zeptat, v kolika letech jsi začala využívat sociální sítě? A jak se nazývá sociální síť, kterou jsi začala využívat jako úplně první?

- *První sociální síť, kterou jsem začala používat, byl Facebook. A myslím si, že jsem ho začala využívat ve svých 12 letech.*

Kromě sociální sítě Facebook, využíváš i jiné sociální sítě? Pokud ano, mohla bys mi říci, jak se jmenují?

- *Ano, využívám i jiné sociální sítě. Patří mezi ně Instagram, Snapchat, Pinterest a WhatsApp.*

Vzhledem k tomu, že jsem očekávala, že v našem rozhovoru tyto dvě sociální sítě – Facebook a Instagram určitě zmíníš, chtěla bych se tě zeptat, kterou z těchto sociálních sítí máš raději? A uveď, prosím, zároveň také z jakého důvodu?

- *Z těchto dvou sociálních sítí mám raději Instagram. Přijde mi mnohem zajímavější než Facebook. A to z důvodu, že mi nabízí více možností, jak si mohu upravit své fotky.*

Kromě fotografií, zveřejňuješ na sociálních sítích i jiné příspěvky?

- *Myslím si, že hodně dávám příspěvky i na Stories.*

Jaký sebezprezentační prostředek máš raději – fotografie nebo Stories?

- *Mám raději Stories.*

Mohla bys mi říci, z jakého konkrétního důvodu máš raději Stories?

- *Mám raději Stories, protože zmizí. Nemusím si dávat tolik záležet na tom, jak můj příspěvek vypadá.*

Z toho, co jsi mi řekla, se domnívám, že si na úpravě svých příspěvků necháváš záležet, chceš tím na někoho na sociálních sítích zapůsobit/udělat dojem?

- *Někdo si nechává na fotkách záležet, někdo ne. Já si upravuji své fotky, protože chci, aby se to líbilo hlavně mým kamarádům.*

Kdo si podle tebe nechává na svých příspěvcích záležet?

- *Spíše záleží na tom, jestli je slavný nebo ne. Záležet si dávají spíše celebrity.*

Proč si myslíš, že si na svých příspěvcích na sociálních sítích nechávají záležet spíše celebrity?

- *Přijde mi, že to dělají častěji, protože jim více záleží na tom, jestli si někdo jejich příspěvku všimne.*

Opravdu si myslíš, že si na úpravě svých příspěvků nechávají záležet, proto, aby si jich někdo všiml?

- *Ano, opravdu si to myslím. Jsou slavní, na sociálních sítích je sleduje hodně lidí, a proto si třeba na svých fotkách nechávají víc záležet, proto, že to uvidí tolik lidí. Ale myslím si, že někdy si na úpravě fotky nechávají tolik záležet, až to přeženou. Pak vypadají na internetu jinak, než ve skutečnosti. A hodně holek má kvůli tomu, že nevypadají tak dokonale jako oni „mindráky“, ale úplně zbytečně.*

A co tví přátelé (vrstevníci) ti si nedávají na svých příspěvcích záležet?

- *Myslím si, že třeba na svých fotkách si také dávají hodně záležet. Přijde mi, že dneska si fotky na sociálních sítích upravují snad úplně všichni.*

Myslíš si, že tím, jak si dávají na svých fotkách záležet, chtějí na někoho udělat dojem?

- *Tak třeba si myslím, že holky si na úpravě fotek dávají hodně záležet. Upravují si je, protože na nich chtějí vypadat, co nejlépe a taky aby se líbily klukům, až ty fotky na sociálních sítích uvidí.*

Takže tvoje kamarádky chtějí udělat dojem hlavně na kluky, proč si myslíš, že to dělají právě na sociálních sítích?

- *Myslím si, že to dělají, protože je mnohem lehčí je na sociálních sítích zaujmout a mluvit s nimi. Horší je to pak v reálném životě, to už spolu tolik jako na sociálních sítích nemluví.*

A kromě toho, že chtějí tví přátelé (vrstevníci) na sociálních sítích někoho zaujmout, myslíš si, že zveřejňují své příspěvky i z jiného důvodu?

- *Tak asi proto, že chtějí být mezi svými kamarády víc oblíbený, tak se snaží dávat na sociální sítě hezké příspěvky.*

A myslíš si, že proto, aby té oblíbenosti dosáhli, chovají se následkem toho na sociálních sítích třeba jinak než ve skutečném životě?

- *Asi jo, myslím si, že většina lidí se chová na internetu jinak než ve skutečnosti.*

Proč si to myslíš?

- *Nevím, je to prostě můj názor.*

A co ty? Chovala ses také na sociálních sítích jinak než ve skutečném životě?

- *Asi jo.*

Mohla bys mi prosím více popsat, v čem ses chovala jinak než ve svém skutečném životě?

- *Pamatuji si třeba, že jsem mnohokrát uváděla úplně jiný věk. A to protože jsem si psala s jiným klukem, ti byli starší, a protože jsem měla dojem, že kdybych napsala svůj skutečný věk, neměli by o mě zájem.*

Dobře, v této chvíli je to z mé strany všechno, a proto bych ti chtěla mnohokrát poděkovat. Především proto, že sis na mě našla čas a byla jsi ochotná uskutečnit se mnou rozhovor. ☺

Příloha č. 4 – přepsaný rozhovor respondentky „Edity“

Ahoj, chtěla bych se tě zeptat, v kolika letech jsi začala využívat sociální sítě? A jak se nazývá sociální síť, kterou jsi začala využívat jako úplně první?

- *Pokud si vzpomínám, jako první jsem začala využívat ICQ. Ve svých 10 letech jsem to odkoukala od své starší sestry.*

Využíváš i jiné sociální sítě? Pokud ano, mohla bys mi říci, jak se jmenují?

- *Ano, Facebook a Instagram.*

Kterou z těchto sociálních sítí máš raději? A uveď, prosím, zároveň také z jakého důvodu?

- *Mám raději Instagram. Dle mého názoru mi totiž nabízí více možností.*

Mohla bys mi, prosím, upřesnit, jaké konkrétní možnosti máš teď na mysli?

- *Můžu si třeba upravit fotku, než jí dám na Instagram.*

V této chvíli, napadají tě ještě další možnosti, které na této sociální síti ráda využíváš?

- *Ráda používám ještě Stories.*

Z toho, co jsi mi řekla, se domnívám, že k prezentování své vlastní osoby využíváš na této sociální síti především fotografie a Stories, je to pravda? Nebo kromě fotografií a Stories zveřejňuješ i něco jiného?

- *Ano, je to pravda. Myslím si, že nic jiného kromě fotek a Stories jsem nikdy nezveřejnila. Ale líbí se mi, když lidi na sociální síti natáčejí videa, ale já na to bohužel odvahu nemám.*

Proč si myslíš, že na to nemáš odvahu?

- *Jsem hodně stydlivá a navíc se bojím, že kdyby to viděli ostatní, tak by se mi pak posmívali.*

Teď už tedy rozumím tomu, proč se na sociálních sítích prezentuješ jen fotografiemi nebo skrz Stories. Mohla bys mi, prosím, říci, který z těchto sebeprezentačních prostředků využíváš raději a proč?

- *Mám raději Stories, díky jeho funkcím jako je Boomerang, zároveň se mi líbí, že můžu vidět, kdo můj příspěvek viděl a využívám taky funkci „hudby“, protože si myslím, že to můj příspěvek obzvláštní.*

Podle funkcí, které jsi mi vyjmenovala, se domnívám, že si na svých příspěvcích necháváš hodně záležet. Mohla bys mi, prosím, uvést důvod, proč?

- *Já ani sama nevím. Přijde mi, že na sociálních sítích to dělají prostě všichni, a protože se mi líbí, jak příspěvky pak na Instagramu vypadají, dělám to taky.*

Dle tvého tvrzení si všichni na svých příspěvcích nechávají záležet, dělají to často i tví kamarádi a vrstevníci? Pokud ano, mohla bys mi, prosím, říci, proč si myslíš, že to dělají?

- *Myslím si, že to dělají, protože to dělají i ostatní.*

Když jsi mi prozradila důvod, proč si nechávají na svých příspěvcích záležet. Mohla bys mi teď, prosím, říct, proč vůbec podle tvého osobního názoru tví vrstevníci na sociální sítě příspěvky zveřejňují?

- *Vím, že se teď budu zase opakovat, ale já si opravdu myslím, že když vidí, že to dělají ostatní, dělají to pak taky. Chtějí být „IN“ a nechťejí být oproti ostatním pozadu.*

Stalo by se něco, kdyby zůstali, jak ty sama říkáš pozadu?

- *Asi by je ostatní pak nebrali vážně a myslím si, že by pak mezi ostatními nebyli ani tolik oblíbení.*

Můžeme tedy říci, že své příspěvky na sociální sítě zveřejňují i z důvodu, aby byli mezi ostatními oblíbení?

- *Ano, určitě to dělají i z důvodu, aby byli oblíbení.*

A z jakého důvodu zveřejňuješ své příspěvky na sociální sítě ty?

- *Asi jsem jiná, ale já to dělám, protože mě to prostě jen baví.*

Ty tedy nezveřejňuješ své příspěvky na sociální sítě, proto, abys byla oblíbená nebo proto, že chceš být „IN“ a nechceš zůstat oproti ostatním pozadu?

- *Tak, když se nad tím zamyslím, zůstat pozadu nechci, ale proto, abych byla oblíbená, to fakt nedělám.*

Ostatní to, ale dle tvých vlastních slov z těchto důvodů dělají a mě by zajímalo, jestli si myslíš si, že se následkem toho, že chtějí těchto důvodů dosáhnout, se na sociálních sítích prezentují jinak než ve svém reálném životě?

- *O tom jsem nikdy vůbec nepřemýšlela. Ale myslím si, že lidi se na sociálních sítích chovají určitě jinak než ve svém životě, takže se klidně pro to, aby toho dosáhli, můžou na internetu chovat jinak.*

Víš o někom, kdo se na sociálních sítích chová jinak než ve svém reálném životě? Pokud ano, mohla bys mi to prosím nějak popsat.

- *Tak třeba znám hodně lidí, kteří na sociální sítě pořád něco sdílí. Pořád ve svých příspěvcích něco ukazují, pořád se na něco ptají, pořád o něčem mluví, ale když s nimi pak jsem v reálném životě, skoro nikdy se k ničemu nemají. Přijde mi to divný.*

Co myslíš, na koho chtějí tím, že se chovají na sociálních sítích jinak než ve skutečnosti zapůsobit?

- *Nejspíš na lidi, které znají. Aby na ně udělali dobrý dojem.*

A co ty, prezentovala ses někdy na sociálních sítích jinak než ve svém skutečném životě?

- *Ne. Alespoň o tom tedy nevím.*

Takže si na sociálních sítích nechtěla nikoho oslovit nebo na někoho zapůsobit?

- *Abych se přiznala, tak někdy tím, že jsem zveřejnila svůj příspěvek, jsem chtěla zapůsobit. A to třeba na kluka, který se mi zrovna líbil. Myslela jsem si, že když uvidí, jak mi to na fotce sluší, všimne si mě a začne se, se mnou bavit. Pak chci občas zapůsobit i na svoje kamarády. Třeba, když oni měli něco, co jsem chtěla i já, tak pak, když jsem to dostala od svých rodičů, hned jsem si to vyfotila a zveřejnila to na Instagramu, aby viděli, že i já si to můžu dovolit stejně jako oni.*

Mohla bys mi, prosím, nějak upřesnit, jak kluci či kamarádi na tvé „zapůsobení“ poté reagovali?

- *No, s kluky je to občas složitý. Ale jo, někdy, když mojí fotku třeba ten kluk, co se mi líbil, viděl, okomentoval mi jí a pak jsme si třeba i spolu psali, ale jenom na sociální síti. Když jsme se potom viděli třeba ve škole, dělal jako by nic. A u kamarádů to fakt pomáhá, vždycky když jsem něco, co jsem dostala a věděla jsem, že jim se to bude líbit taky, sdílela na sociální síti, lidi, kteří ten příspěvek viděli, se se mnou o něm pak bavili a to nejen na sociální síti, ale i ve skutečnosti.*

Dobře, v této chvíli je to z mé strany všechno, a proto bych ti chtěla mnohokrát poděkovat.

Především proto, že sis na mě našla čas a byla jsi ochotná uskutečnit se mnou rozhovor. ☺

Seznam použitých zdrojů

- 1) ČERNÁ, Alena. DĚDKOVÁ, Lenka. MACHÁČKOVÁ, Hana. ŠEVČÍKOVÁ, Anna. ŠMAHEL, DAVID. *Kyberšikana, průvodce novým fenoménem*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4577-0.
- 2) GACKENBACH, ELLERMAN. *Introduction to Psychological Aspects of Internet Use*. San Diego: Academic Press, 1998. ISBN 0-12-271950-6.
- 3) HAŠKOVCOVÁ, Hana. *Manuálek o násilí*. Brno: Národní centrum ošetrovatelství a nelékařských zdravotnických oborů v Brně, 2004. ISBN 80-7013-397-X.
- 4) HERMOCHOVÁ, Soňa. *Skupinová dynamika ve školní třídě*. Kladno: AISIS o. s., 2005. ISBN 80-239-5612-4.
- 5) IVANOVÁ, Kateřina. OLECKÁ, Ivana. *Metodologie vědecko – výzkumné činnosti*. 1. vyd. Olomouc: Moravská vysoká škola Olomouc, 2010. s. 17. ISBN 978-80-87240-33-5.
- 6) JANDOUREK, JAN. *Průvodce sociologií*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008, s. 41. ISBN 978-80-247-2397-6.
- 7) JANOŠOVÁ, Pavlína. KOLLEROVÁ, Lenka. ZÁBRODSKÁ, Kateřina. KRESSA, Jiří. DĚDOVÁ, Mária. *Psychologie školní šikany*. Praha: Grada, 2016. ISBN 978-80-247-2992-3.
- 8) KOLEKTIV AUTORŮ. *Děti a rizika online*. 1. vyd. Sdružení linky bezpečí, 2012, s. 55. ISBN: 978-80-904920-3-5.
- 9) KOZEL, Roman. MYNÁŘOVÁ, Lenka. SVOBODOVÁ, Hana. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3527-6.
- 10) KOŽÍŠEK, Martin. PÍSECKÝ, Václav. *Bezpečně na internetu: průvodce chováním ve světě online*. 1. vyd. Praha: Grada, 2016. ISBN 978-80-247-5595-3.
- 11) KŘIVOHLAVÝ, Jaro. *Stárnutí z pohledu pozitivní psychologie*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3604-4.
- 12) MATĚJÍČEK, Zdeněk. *Co, kdy a jak ve výchově dětí*. Praha: Portál, 2007, s. 62. ISBN 978-80-7367-325-3.
- 13) MILES, Jason. *Instagram power: build your brand and reach more customers with the power of pictures*. 1. vyd. New York: McGraw-Hill Education, 2014. ISBN 978-00-718-2700-3.
- 14) MINAŘÍK, J. *Drogy a drogové závislosti*. 1. vyd. Praha: Úřad vlády České republiky, 2003. ISBN 80-86734-05-6.

- 15) NAKONEČNÝ, Milan. *Encyklopedie obecné psychologie*. 1. vyd. Academia, 2001. ISBN 80-200-0625-7.
- 16) POSPÍŠILOVÁ, Marie. *Facebooková (ne)závislost: Identita, interakce a uživatelská kariéra na Facebooku*. 1. vyd. Univerzita Karlova: Karolínium, 2016. ISBN: 978-80-246-3306-0.
- 17) PROCHÁZKA, Roman. ŠMAHAJ, Jan. KOLAŘÍK, Marek, LEČBYCH, Martin. *Teorie a praxe poradenské psychologie*. 1. vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN: 978-80-247-4451-3.
- 18) PRŮCHA, Jan. VETEŠKA, Jaroslav. *Andragogický slovník*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, s. 75. ISBN 978-80-247-3960-1.
- 19) REINHARDT, Wolfgang. WHEELER, Steve. EBNER, Martin. *All I Need to Know about Twitter in Education I Learned in Kindergarten*. 1. vyd. Boston: Springer Boston, 2010. ISBN 978-3-642-15377-8.
- 20) ŘEZÁČ, Jaroslav. *Sociální psychologie*. Brno: Paido, 1998. ISBN 80-85931-48-6.
- 21) SCHUSTER, Gaby. *1 000 divčích otázek*. Plzeň: NAVA, 1999. ISBN 80-7211-056-X.
- 22) SLAMĚNÍK, Ivan. *Emoce a interpersonální vztahy*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3311-1.
- 23) ŠMAHEL, David. *Psychologie a internet: děti dospělými, dospělí dětmi*. Praha: Triton, 2003, s. 41. ISBN 978-80-7254-360-1.
- 24) TRNKOVÁ, Kateřina. *Jak připravit a realizovat výzkum v bakalářské práci*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2004. ISBN 978-80-210-6863-6.
- 25) VÁGNEROVÁ, Marie. *Kognitivní a sociální psychologie žáka základní školy*. Praha: Karolínium, 2002. ISBN 80-246-0181-8.
- 26) VYBÍRAL, Zdeněk. *Psychologie komunikace*. Praha: Portál, 2009, s. 272. ISBN 978-80-7367-387-1.
- 27) ZITELMANN, Rainer. *Proč jsou úspěšní lidé úspěšní*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN: 978-80-247-4187-1.

Elektronické zdroje:

Aira Bloguje [online]. Praha: AiraBloguje.cz – články ze světa IT a online marketingu, © 2018. Dostupné na: WWW <<https://blog.aira.cz/psychologie-sdileni-na-socialnich-sitich-co-nas-prozrazuje>>.

Aktuálně.cz [online]. Praha: Aktuálně.cz, © 1999 – 2019 [cit. 2019-03-10]. Dostupné na: WWW <<http://blog.aktualne.cz/blogy/david-smahel.php?itemid=10055>>.

Bud' krásná [online]. Praha: Bud'krásná.cz – portál pro ženy, které chtějí být krásné, © 2013 – 2019. Dostupné na: WWW <<http://www.budkrasna.cz/magazin/1154-sebevedomi-na-socialnich-sitich/>>

Bussiness Gram [online]. Praha: BussinessGram.cz – učíme firmy a podnikatele používat Instagram, © 2015 – 2019. Dostupné na: WWW <<https://businessgram.eu/jak-a-kdy-pouzivat-hashtagy-na-instagramu/>>.

Deník.cz [online]. Praha: Deník.cz, © 2015 – 2019. Dostupné na: WWW <<https://www.denik.cz/zdravi/sikana-ve-skole-horsi-nez-facky-je-izolace-20151114.html>>.

DreamLife [online]. Praha: DreamLife.cz – online magazín luxusu a motivace, © 2018. Dostupné na: WWW <<https://dreamlife.cz/vyjadrete-sve-emoce/>>.

Elemona Blog [online]. České Budějovice: Elemonablog.cz – jsem jiná, a jsem za to ráda, © neuvedeno. Dostupné na: WWW <<http://elemona.blog.cz/1509/anonymita>>.

Expres [online]. Praha: Expres.cz – zprávy, které baví. © 1999 – 2019. Dostupné na: WWW <https://www.expres.cz/pred-12-lety-vznikl-facebook-dds/svet.aspx?c=A160201_083629_dx-svet_anna>.

Hardyn [online]. Praha: Hardyn.cz – zkušenosti ze světa nákupů, financí, pojištění cestování, © neuvedeno. Dostupné na: <<https://www.hardyn.cz/hashtag/>>.

Instagram [online]. Praha: Instagram, © 2019. Dostupné na: WWW <<http://www.instagram.com/about/faq/>>.

Instagram [online]. Praha: Instagram, © 2019. Dostupné na: WWW <<http://www.instagram.cz/jak-vznikl-instagram-od-nuly-az-k-facebooku/362>>.

iRozhlas [online]. Praha: iRozhlas.cz – spolehlivé a rychlé zprávy, © 1997 – 2019. Dostupné na: WWW <https://www.irozhlas.cz/veda-technologie/facebook-instagram-navod-kolik-casu-travime_1808011540_rez>.

Jak na internet [online]. Praha: JaknaInternet.cz – seriál „Jak na Internet“ je jedním z osvětových projektů CZ. NIC, © 2019. Dostupné na: WWW <<https://www.jaknainternet.cz/page/1751/socialni-site/>>.

Klinika adiktologie [online]. Praha: KlinikaAdiktologie.cz, © 2019. Dostupné na: WWW <<http://poradna.adiktologie.cz/article/zavislost-na-internetu/jak-zavislost-na-internetu-vypada/>>.

Krásná.cz [online]. Praha: Krásná.cz – holky holkám, © neuvedeno. Dostupné na: WWW <<http://krasna.nova.cz/clanek/jaknakluky/seznamovat-se-na-internetu-ano-ci-ne.html>>.

Letem světem Applem [online]. Praha: LetemSvětёмApplem.cz – magazín o apple a jeho produktech, © 2015 – 2019. Dostupné na: WWW <<https://www.letemsvetemapplem.eu/2017/04/13/instagram-stories-maji-nyni-vice-aktivnich-uzivatelu-nez-snapchat/>>.

Letem světem Applem [online]. Praha: LetemSvětёмApplem.cz – magazín o apple a jeho produktech, © 2015 – 2019. Dostupné na: <<https://www.letemsvetemapplem.eu/2017/01/01/instagram-jak-se-stat-hvezdou-instagramu/>>.

Lucie Kolaříková [online]. Praha: LucieKolaříková.cz – návraty k sobě, © neuvedeno. Dostupné na: WWW <<https://luciekolarikova.cz/socialni-site/>>.

Lupa.cz – server o českém Internetu [online]. Praha: Lupa.cz – server o českém Internetu, © 1998 – 2019. Dostupné na: WWW <<https://www.lupa.cz/clanky/cybersex-svudne-moznosti-internetu/>>.

Lupa.cz – server o českém Internetu [online]. Praha: Lupa.cz – server o českém Internetu, © 1998 – 2019. Dostupné na: WWW <[psahttps://www.lupa.cz/clanky/prvni-fotka-na-instagramu-byl-portret-psa-a-uz-je-tam-ctyri-roky/](https://www.lupa.cz/clanky/prvni-fotka-na-instagramu-byl-portret-psa-a-uz-je-tam-ctyri-roky/)>.

Lupa.cz – server o českém Internetu [online]. Praha: Lupa.cz – server o českém Internetu, © 1998 – 2019. Dostupné na: WWW <<http://www.lupa.cz/clanky/aktualizace-instagramu-prichazi-s-novymi-nastroji-na-upravu-fotek/>>.

Nebojte se internetu [online]. Praha: Nebojteseinternetu.cz – je další osvětovým projektem sdružení CZ. NIC, © 2019. Dostupné na: WWW <<https://www.nebojteseinternetu.cz/page/3396/socialni-site/>>.

Novinky.cz [online]. Praha: Novinky.cz – nejčtenější zprávy na českém internetu, © 2003 – 2019. Dostupné na: WWW <<https://www.novinky.cz/kultura/salon/465573-katerina-smejkalova-o-fenomenu-influenceru.html>>.

Novinky.cz [online]. Praha: Novinky.cz – nejčtenější zprávy na českém internetu, © 2003 – 2019 [cit. 2019-02-19]. Dostupné na: WWW <<https://www.novinky.cz/internet-a-pc/146969-zavislost-na-internetu-muze-obratit-zivot-vzhuru-nohama.html>>.

Proudly [online]. Praha: Proudly.cz – život na plný úvazek, © 2019. Dostupné na: <<https://blog.proudly.cz/nesmi-me-minout/hashtag-zbatecnost-nebo-uzitecna-vec>>.

Psychologie pro každého [online]. České Budějovice: Psychologieprokaždého.cz, © neuvedeno. Dostupné na: <<https://psychologieprokaždého.cz/>>.

Radio Wave [online]. Praha: RadioWave.cz – rádio pro mladé: progresivní hudba, společnost, kultura, © 1997 – 2019. Dostupné na: WWW <<https://wave.rozhlas.cz/dokonale-profilysou-iluze-tvrdi-popularni-australanka-a-konci-na-instagramu-5230068>>.

Radio Wave [online]. Praha: RadioWave.cz – rádio pro mladé: progresivní hudba, společnost, kultura, © 1997 – 2019. Dostupné na: WWW <<https://wave.rozhlas.cz/zustanou-jen-vzpominky-a-100-tisic-fotek-jak-dostupnost-digitalni-fotografie-7553723>>.

Refresher [online]. Praha: Refresher.cz – hudba, móda, lifestyle, © 2011 – 2019 2. Dostupné na: WWW <<https://refresher.cz/43420-Narcista-veri-ve-svuj-neomezeny-uspech-potrebuje-obdiv-a-citi-se-nadrazeny-Jake-dalsi-symptomy-zaziva-kdyz-se-na-nej-nikdo-nediva>>.

Rychlost.cz [online]. Praha: Rychlost.cz, © 2004 – 2019. Dostupné na: WWW <<http://rychlost.cz/clanek/2017-08-jak-poznate-zavislost-na-internetu/>>.

Sked Social [online]. Melbourne: SkedSocial.com – the world's best Instagram scheduler , © neuvedeno. Dostupné na: WWW <<https://skedsocial.com/blog/everything-to-know-instagram-hashtags/>>.

Studenta [online]. Praha: Studenta.cz – největší portál pro studenty v ČR, © neuvedeno. Dostupné na: WWW <<https://www.studenta.cz/negativni-pozitiva-socialni-site-plne-rozporu/r~st:article:3399/>>.

Šance dětem [online]. Praha: Šancedětem.cz – pomáháme dětem, které neměly v životě štěstí, © 2011 – 2019. Dostupné na: WWW <<https://www.sancedetem.cz/srv/www/content/pub/cs/clanky/rizika-zavislostniho-chovani-u-deti-a-dospivajicich-a-jejich-prevence-59.html>>.

Úspěšný marketing na Instagramu [online]. Praha: ÚspěšnýmarketingnaInstagramu.cz – sociální síť pro firmy, © 2017. Dostupné na: WWW <<https://socialni-site-pro-firmy.cz/uspesny-marketing-na-instagramu/>>.

Wikipedie [online]. České Budějovice: Wikipedie.cz – otevřená encyklopedie, © neuvedeno [cit. 2019-03-10]. Dostupné na: <[https://cs.wikipedia.org/wiki/Disociace_\(psychologie\)](https://cs.wikipedia.org/wiki/Disociace_(psychologie))>.

Wikisofia.cz [online]. České Budějovice: Wikisofia.cz – portál psychologie, © 2013. Dostupné na: WWW <https://wikisofia.cz/wiki/Virtu%C3%A1ln%C3%AD_identita>.

Wild Culture [online]. České Budějovice: WildCulture.cz – divoce, ale zodpovědně, objevuj, inspiruj, poznávej, © 2017. Dostupné na: WWW <<https://www.wildculture.cz/5-tipu-uspeti-instagramu/>>.

Zdeněk Blažek [online]. Praha: ZdeněkBlažek.cz – marketingový konzultant, © 2016 – 2017. Dostupné na: WWW <<https://www.zdenekblazek.cz/vznik-a-historie-facebooku/>>.

Abstrakt

RŮŽIČKOVÁ, LUCIE. *Jakým způsobem adolescenti prezentují vlastní osobu na sociálních sítích?* České Budějovice 2019. Diplomová práce. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. Teologická fakulta. Katedra pedagogiky. Vedoucí práce doc. Michal Kaplánek, Th.D.

Klíčová slova: sebezprezentace, virtuální sebezprezentace, identita, virtuální identita, sociální sítě, adolescenti

Diplomová práce „*Jakým způsobem adolescenti prezentují vlastní osobu na sociálních sítích?*“ se zabývá virtuální sebezprezentací uživatelů internetových sociálních sítí ve věkovém rozhraní od 15 do 18 let.

Předkládaná magisterská práce je koncipována jako teoreticko – empirická. V teoretické části budou vysvětleny klíčové pojmy související s předkládanou magisterskou prací – identita a sebezprezentace. Pozornost bude taktéž kladena na sociální sítě, především na jejich funkce a sebezprezentační prostředky, které budou v rámci teoretické části charakterizovány.

V empirické části diplomová práce dojde k realizaci výzkumu a k ucelené prezentaci zjištěných výsledků.

Abstract

How do adolescents present their own person on social networks?

Keywords: self-presentation, virtual self-presentation, identity, virtual identity, social network

Diploma thesis „*How do adolescents present their own person on social networks?*“ Deals with virtual self-presentation of internet social network users in the age range from 15 to 18 years.

The presented master thesis is conceived as theoretical - empirical. In the theoretical part, the key concepts related to the submitted master's thesis - identity and self-presentation - will be explained. Attention will also be paid to social networks, especially to their functions and self-presentation means, which will be characterized in the theoretical part.

In the empirical part of the thesis, the research will be carried out and a comprehensive presentation of the results will be presented.