

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI
PEDAGOGICKÁ FAKULTA

Diplomová práce

2023

Bc. Kristýna Trňáková

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

PEDAGOGICKÁ FAKULTA

Ústav pedagogiky a sociálních studií

Diplomová práce

Bc. Kristýna Trňáková

Vliv sociálních sítí na sebekritiku dospívajících

Olomouc 2023

Vedoucí práce: JUDr. Zdenka Nováková, Ph.D.

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci zpracovala samostatně a použila jen prameny uvedené v seznamu literatury. Souhlasím, aby tato práce byla uložena na Univerzitě Palackého v Olomouci a zpřístupněna ke studijním účelům.

V Olomouci 18. dubna 2023

.....

podpis

Poděkování:

Ráda bych na tomto místě poděkovala JUDr. Zdence Novákové za vedení mé diplomové práce, za její přínosné rady, ochotu a hlavně trpělivost, kterou mi poskytla po celou dobu psaní této práce. Dále bych ráda poděkovala paní ředitelce Mgr. Anně Zlámalové a metodičce prevence Mgr. Kristíně Ličmanové za konzultaci a umožnění realizace výzkumu na FZŠ Hálkova v Olomouci, zároveň bych ráda poděkovala i Mgr. Andree Olbertové za realizaci výzkumu na ZŠ Velehrad. Velké poděkování patří všem mým přátelům a rodině, kteří mě nejen během psaní této práce, ale po celou dobu studia podporovali a věřili ve mě.

Anotace

Jméno a příjmení:	Bc. Kristýna Trňáková
Katedra:	Ústav pedagogiky a sociálních studií
Vedoucí práce:	JUDr. Zdenka Nováková, Ph.D.
Rok obhajoby:	2023

Název práce:	Vliv sociálních sítí na sebekritiku dospívajících
Název práce v angličtině:	The influence of social networks on adolescents self-criticism
Anotace práce:	Tato diplomová práce se zabývá vztahem sociálních sítí na sebekritiku dospívajících ve věku 11–16 let a přibližuje, jak daná věková kategorie používá sociální síť. Pomocí analýzy již existujících odborných článků a výzkumů a následné realizace vlastního kvantitativního šetření zjišťujeme, jak se používání sociálních sítí promítá do života dospívajících a na jejich sebekritiku.
Klíčová slova:	dospívající, sebevědomí, sebekritika, používání sociálních sítí, sociální síť, vliv sociálních sítí, sebeprezentace na sociálních sítích
Anotace v angličtině:	This master thesis deals with the relationship between social networks and self-criticism of adolescents aged eleven to sixteen and it approximates how this age category uses social networks. By using analysis of existing articles and research, and subsequent realization of our own quantitative survey, we are finding out how the use of social networks affects the lives of adolescents and their self-criticism.
Klíčová slova v angličtině:	adolescent, self-confidence, self-criticism, using social networks, social networks, the influence of social networks, self-presentation on social networks
Rozsah práce:	88 stran
Jazyk práce:	Český jazyk

Obsah

Úvod.....	8
1 Období dospívání.....	9
1.1 Adolescence – období největších životních změn a bojů.....	9
1.2 Rozdílnost v dospívání aneb Jak dospívá muž a jak žena.....	12
2 Sebepojetí adolescentů a vytváření vlastní identity.....	15
2.1 Sociální a vývojový kontext dospívání.....	17
2.2 Kulturní a historická specifika dospívání.....	20
2.3 Rodina.....	20
2.4 Vytváření virtuální identity u adolescentů.....	23
2.5 Příčiny nízkého sebevědomí v adolescenci.....	23
3 Dospívající a internet.....	25
3.1 Co jsou sociální sítě a k čemu primárně slouží?.....	29
3.2 Nejpoužívanější sociální sítě pro rok 2022.....	33
3.2.1 Instagram.....	35
3.2.2 Tik Tok.....	37
3.2.3 Facebook.....	38
3.2.4 Snapchat.....	40
3.2.5 BeReal.....	41
3.3 Zařazení problematiky do RVP.....	41
4 Vliv sociálních sítí na dospívající.....	45
5 Praktická část.....	49
5.1 Metodologie.....	49
5.1.1 Co je to kvantitativní výzkum?.....	49
5.1.2 Dotazník.....	50
5.1.3 Forma otázek v dotazníku.....	50
5.1.4 Zobrazování dat.....	51

5.2 Výzkumné otázky	51
5.3 Charakteristika výzkumného šetření.....	51
5.4 Výzkumný vzorek.....	52
5.5 Vyhodnocení dat	52
5.5.1 Používání sociálních sítí	52
5.5.2 Sebe prezentace na sociálních sítích	60
5.5.3 Vliv sociálních sítí na sebehodnocení adolescentů	65
5.5.4 Další vlivy sociálních sítí na adolescenty	74
5.6 Shrnutí výzkumu a diskuse.....	78
5.6.1 Jakým způsobem současní adolescenti využívají sociální sítě?	78
5.6.2 Jak se adolescenti sebe prezentují na sociálních sítích?	79
5.6.3 Jaký vliv mají sociální sítě na sebehodnocení adolescentů?	80
5.6.4 Jaké další vlivy mají sociální sítě na adolescenty?	81
6 Závěr	83
Bibliografické zdroje	85

Úvod

Tématem této diplomové práce je Vliv sociálních sítí na sebekritiku dospívajících. Sociální sítě jsou součástí běžného života téměř každého z nás, a co se týče adolescentů, je tomu tak ještě mnohem častěji. Sociální sítě jsou tématem poněkud ožehavým, najdou se názory, které říkají, že nepřinesly nic dobrého, ale s tím nejde jednoznačně souhlasit, protože stejně jako každá mince má dvě strany, tak i sociální sítě mají svou pozitivní stránku. Díky sociálním sítím se můžeme seznámit, propojit s člověkem na druhé straně světa, je možné se učit novým věcem, získávat inspirace apod.

Tomuto tématu jsme se věnovali již v bakalářské práci, kde jsme se zabývali Vlivem sociálních sítí na sebekritiku dospívajících dívek, už při psaní bakalářské práce vyvstala otázka, jak jsou na tom se sebekritikou v kontextu sociálních sítí mladí muži.

Tato práce si klade za cíl zjistit, jaký vliv mají sociální sítě na dospívající jedince. Jako metoda byl zvolen kvantitativní výzkum, který bude realizován na druhých stupních dvou základních škol, jedné městské s vyšším počtem žáků a jedné vesnické s menším počtem žáků. Žákům bude předložen anonymní online dotazník.

V rámci teoretické části bude představeno období dospívání, dozvíme se obecné pojetí adolescence a bude zde nastíněno i dospívání muže a ženy. Další kapitolou bude sebepojetí dospívajících, hledání vlastní identity, důležitost rodiny, vytváření virtuální identity jedince a v neposlední řadě zmíníme možné příčiny nízkého sebevědomí v období adolescence. Třetí kapitola je věnována dospívajícím a internetu, součástí této kapitoly je podkapitola věnována primárnímu účelu sociálních sítí a nejpoužívanějším sociálním sítím v roce 2022. Naposledy zmíněná podkapitola bude dále členěna do podkapitol. Zde se dozvíme něco více o jednotlivých sociálních sítích Instagram, Tik Tok, Facebook, Snapchat a BeReal. V rámci třetí kapitoly jsme také rozebrali zařazení této problematiky do RVP. Poslední kapitola se věnuje přímo vlivu sociálních sítí na dospívající.

Kvantitativní šetření, na rozdíl od kvalitativního pracuje s větším počtem dat, což by mělo vést k většímu vhledu do problematiky adolescentů a vlivu sociálních sítí. Toto téma je hodně široké, tudíž by se zde nabízelo ještě mnoho dalších možností výzkumů.

1 Období dospívání

Na období dospívání mnoho lidí nevzpomíná úplně rádo. Když toto slovo slyší, mnoha lidem se vybaví akné, nepochopení ze strany rodičů a také nulová svoboda. Někteří naopak vzpomínají na své dospívání jako na jedno z nejšťastnějších období v životě, kdy se cítili svobodní, kdy žili naplno, nemuseli se o nikoho a nic starat. Je to období, v němž člověk intenzivně prožívá své pocity a také poznává emoce, které dosud nepoznal.

Pokud se jedná o rodiče a učitele, občas není jednoduché najít společný dialog. Měli bychom si uvědomit, že období dospívání je jednou z nejdůležitějších etap celoživotního utváření lidského jedince. Proto by se měl každý, kdo s adolescenty přijde do kontaktu, snažit o porozumění jejich řeči. Nastolit dialog je poměrně komplikované, převážně v tom, že každá další generace dospívajících je jiná od té předešlé.¹

1.1 Adolescence – období největších životních změn a bojů

Slovo adolescence pochází a bylo odvozeno z latinského verba *adolescere*, což znamená *dospívat, mohutnět*, popřípadě *dorůstat*. Tento termín označuje určité období lidského života a poprvé byl použit v 15. století.²

Pokud bychom chtěli toto období vymezit, jedná se o druhé desetiletí věku jedince. Máme-li být konkrétnější, narazíme na to, že vymezení se u různých psychologů různí. Podle Doc. PhDr. Petra Macka, CSc. se jedná o velké životní období mezi dětstvím a dospělostí, které nazývá jako *přechodové*. Toto období rozděluje na tři důležité fáze. Na *časnou adolescenci*, která trvá přibližně od 10 - (11) – 13 let, dále na *střední adolescenci*, kterou vymezuje mezi lety 14-16 let a poslední částí je *pozdní adolescence*, kterou vymezuje od 17 do 20 let života jedince. Z výše uvedeného tedy vyplývá, že se jedná o období mezi dětstvím a dospělostí. V našem výzkumu nás budou zajímat první dvě fáze, tedy časná adolescence a střední adolescence.³

Důležitou součástí dospívání je i emoční vývoj, který má v tomto období na jedince velmi silný vliv. Tato životní etapa je známá také tím, že adolescent se uzavírá před svou rodinou, a že ho více zajímají názory vrstevníků. Právě díky tomuto faktu může docházet častěji ke konfliktu mezi dítětem a rodiči, popřípadě jiným dospělým (vychovatel, učitel, vedoucí zájmového útvaru). Jedinec má pocit, že mu nikdo z dospělých nemůže rozumět, protože jedinec chce sám ovládat svůj život a o něm si také rozhodovat. K vrstevníkům pak utíká, jelikož se nacházejí ve stejné fázi, tudíž mu rozumí. Nezapadnout do sociální skupiny může být

¹ MACEK, Petr. *Adolescence*. 2. upr. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 7.

² Tamtéž, s. 9.

³ Tamtéž, s. 10.

pro jedince v tomto období života nebezpečné, může dojít k rizikovému vývoji, způsobenému právě osamělostí adolescenta.⁴

Dospívání je také obdobím, v němž jedinci trpí emoční labilitou, která se postupně zvyšuje. Jedinec často nereaguje přiměřeně při konfliktu. Reakce jsou dost často spíše nepromyšlené a hodně impulzivní. S adolescenty je to často jako na houpačce, často se jim střídají nálady a také je pro ně daleko obtížnější tyto své nálady ovládat.⁵

Adolescence je náročné období pro psychiku jedince, může zde totiž snadno dojít k velmi rychlému poklesu sebevědomí, a to hlavně v první etapě. Jedinec ho postupně nachází mezi 15. a 16. rokem. Bohužel s tím souvisí i emoční nevyrovnanost jedince. Větší negativní vliv na problematiku sebehodnocení je u dívek než u chlapců. V průběhu dospívání se pohled na sebe často stabilizuje. Aby mohlo u adolescenta dojít k pozitivnímu sebehodnocení musí jedinec přijmout vlastní identitu, což může být pro některé kamenem úrazu.⁶

Adolescenti jsou kvůli své přecitlivělosti, snížené schopnosti odolávat frustracím a také kvůli proměnlivosti nálad v dosti sociálně nevýhodné situaci. V celé společnosti jsou výše uvedené skutečnosti hodnoceny spíše negativně, tudíž dochází k negativnímu vnímání okolí, což ještě více přispívá k pocitu odmítnutí a posiluje pocit nejistoty jedinců. Sami adolescenti nejsou schopni své emoce chápat, natož je pojmenovat a vědomě s nimi pracovat, je pro ně také těžké o nich mluvit. To zapříčiňuje, že jedinec se cítí nepochopeně, trapně a má obavy z výsměchu a ponížení.⁷

Dospívající, který hledá vlastní identitu, toto hledání spojuje s touhou někam zapadnout a patřit, může podlehnout rizikovým aktivitám, které mu mají pomoci toto nelehké období zvládnout. Nejčastěji dochází v rámci rizikového chování k užívání návykových látek – drogy, cigarety, alkohol, a další. Rizikovým chováním můžeme označit nevhodné chování, například agresivita, která se ve školním prostředí projevuje jako šikana spolužáka. Do rizikového chování řadíme i rizikové chování na internetu, kde adolescenti tráví mnoho času. Současně je s tím spojeno i rizikové chování na sociálních sítích. Mezi kriminální chování bychom mohli zařadit drobné krádeže, ničení majetku cizí osoby. V oblasti reprodukčního zdraví se jeví jako rizikové chování nechráněný pohlavní styk, kdy může dojít k nechtěnému těhotenství, ale je zde také riziko onemocnění pohlavně přenosnou chorobou, ať už méně závažnou, anebo nejzávažnější,

⁴ DOLEJŠ, Martin, ZEMANOVÁ, Vanda a VAVRYSOVÁ, Lucie. *Kdo a co řídí české adolescenty?*. 1. vydání. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2018, s. 12.

⁵ LANGMEIER, Josef a KREJČÍŘOVÁ, Dana. *Vývojová psychologie*. 2. aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2006, s. 142.

⁶ DOLEJŠ, Martin, ZEMANOVÁ, Vanda a VAVRYSOVÁ, Lucie. *Kdo a co řídí české adolescenty*. 1. vydání. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2018, s. 13.

⁷ VÁGNEROVÁ, Marie. *Vývojová psychologie: dětství, dospělost, stáří*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2000, s. 390.

jako například je virus HIV, který způsobuje onemocnění AIDS. Do vyššího rizika se dostává jedinec, který má současně více sexuálních partnerů nebo dochází k jejich častému střídání. K rizikovému jednání dochází bohužel také v oblasti stravy, adolescenti se často shlukují do fastfoodů a jedí rychlé cukry, nezdravé tuky, pijí energydrinky, které je mají nakopnout a pomoci zvládnout běžný den ve škole, dost často je také zaměňují za snídaně. Pokud budeme mluvit o fastfoodech, tak jsou mládeží vyhledávány pro nižší cenu a pro oblíbenou chuť. Pokud se takto dospívající nestravuje pravidelně, nemusíme se bát velkého problému, protože zároveň je podstatná i skupina, se kterou tam chodí, tedy sociální kontakt. Důležité je také zmínit, že fast foody se většinou strategicky nacházejí v teenagery oblíbených lokalitách, jako jsou nákupní centra. Nedostatečný pohyb může způsobit přibírání na váze, potažmo vést až k obezitě. Opačným extrémem jsou dívky nebo chlapci, kteří si připadají tlustí a oškliví a sahají po radikálních dietách nebo nezdravých přípravcích na hubnutí. Toto rizikové chování může vést až poruchám příjmu potravy.⁸

Hodnotová orientace jedince v dospívání je dovedností, kterou si jedinec musí osvojit a získat. Prvotní hodnoty jsou získávány už od raného dětství, tedy z rodiny, ale díky novým lidem v jeho životě dochází přirozeně k pochybnostem. Zajímají ho složitější otázky. Přemýšlí nad otázkami smyslu života, úkolem, který má lidstvo na Zemi, existence jiného života. Jedinec také hlouběji přemýšlí o spirituálních tématech, zda existuje něco nebo někdo, kdo nás přesahuje.

Adolescent má kromě střídání nálad ještě další problém, a to soustředit se na dané věci, jeho mysl je roztěkaná, dochází k rychlejší únavě. U jedince můžeme sledovat také časté střídání fází, jedná se o aktivní a progresivní fázi a poté fázi, při které může jedinec upadat až do letargie a být apatický. Díky tomu adolescent dojde k vlastnímu názoru, že mu nikdo nerozumí. Často totiž nerozumí ani sám sobě.

Mládež můžeme v dané době charakterizovat dle třech vrstev. Dochází k tělesnému a psychosexuálnímu zrání, dochází k vrcholu zrání inteligence, schopnosti introspekce a ke krizi k vnějším autoritám. Další vrstvou jsou dobové charakteristiky, ty vyznačují mladou generaci v určitém období či hospodářsko-spoločenské situaci, příkladem nám mohou být generace meziválečné, poválečné, generace let devadesátých. Všechny mají jiné podmínky pro život, bojují s jinými problémy, snášejí jiné těžkosti a sní o jiných lepších zítřcích. Třetí vrstvou

⁸ KABÍČEK, Pavel a kol. *Rizikové chování v dospívání a jeho vztah ke zdraví*. Vyd. 1. Praha: Triton, 2014, s. 148–329.

jsou charakteristiky, které podléhají rychlým změnám, mohli bychom je označit za „módní“ a krátkodobé, příkladem jsou stříhy vlasů, oblékání, tedy vnější znaky.⁹

Období dospívání je také plné nejistoty a z ní pramenícího strachu. Strach v období dospívání je spjat s biologickými, sociálními a psychickými změnami, se kterými je dospívání propojeno. Jedinec má v dospívání dva důležité úkoly. Prvním je hledání vlastní identity, druhým pak je vytváření vztahů s okolním světem. Právě díky těmto aspektům dochází k obavám a pochybováním o sobě samém, jedinec se cítí nedostatečně, bojí se selhání a odmítnutí ze strany sociální skupiny. Jedinec tedy podléhá mnoha strachům. Další mohou souviset vývojem těla a změnami v somatické rovině. Z hlediska adaptace dochází k náročné situaci, mění se tělo, rozvíjí se sekundární pohlavní znaky, proto jakákoli kritika ze strany sociálního prostředí, byť dobře myšlená, může mít negativní dopad na sebepojetí a sebehodnocení dospívajícího. Další strach se může týkat navazování partnerských vztahů. Do této doby jedinec udržoval izosexuální přátelské vztahy, ovšem teď chce jít do vztahu partnerského. *„Situace, kdy na jedné straně je úsilí a touha po navázání partnerského vztahu a na druhé straně pak nezkušenost a nedostatečný repertoár „partnerského“ chování, může být zdrojem celé řady nejistot. Nepříznivým faktorem posilujícím obavy z nezvládnutí tohoto kroku může být skupinový tlak vrstevníků, kteří již partnerskou zkušenost mají nebo se tak prezentují.“*¹⁰

Adolescenti se v této vývojové etapě také více zaměřují na otázky, které se týkají smrti a smrtelnosti jedince. Smrt je symbolem konce, což je pro dospívající důležité téma, proto na něj zaměřují svou pozornost. Díky *copingovým strategiím*, tedy strategiím, které nám pomáhají zvládnout určitý stresor, se adolescentům daří lépe zvládat stres a nejistotu. Adolescentní jedinci se většinou uchylují k cynismu, zlehčují situaci humorem, udržují si odstup apod.¹¹

1.2 Rozdílnost v dospívání aneb Jak dospívá muž a jak žena

Co se týká pohledu na sebe samého, v dospívání existuje rozdíl mezi pohlavími. Vnímání „reálného já“ je v psychických charakteristikách v rámci pohlaví rozdílné. Ovšem „ideální já“ už tolik odlišností nepřináší. Pro většinu dospívajících, dívek i chlapců, je ideálem dobře adaptovaná a druhými lidmi pozitivně hodnocená a aktivní osobnost.¹²

⁹ MATĚJČEK, Zdeněk. *Rodiče a děti*. Třetí, upravené vydání (ve Vyšehradu první). Praha: Vyšehrad, 2017, s. 345.

¹⁰ NEUŽILOVÁ MICHALČÁKOVÁ, Radka. *Strachy v období rané adolescence*. 1. vyd. Brno: Společnost pro odbornou literaturu – Barrister & Principal, 2007, s. 43.

¹¹ Tamtéž, s. 46.

¹² MACEK, Petr. *Adolescence*. 2. upr. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 50.

Za důležitý aspekt v sebepojetí u dívek a chlapců lze považovat výkony ve škole, které tvoří samostatnou oblast sebepojetí u adolescentů. Další oblastí je vymezení se v interpersonálních vztazích, kde se hodnotí dominance, sociální prestiž, zda jsou jedinci přátelští a sympatičtí. Důležitou oblastí, kterou není možné opomenout je charakter a jeho vlastnosti.¹³

Vývojové hledisko v obsahu sebepojetí jedince můžeme rozdělit na střední a pozdní adolescenci. Pro uvedené rozdělení je důležitá schopnost abstraktně myslet a mít dostatečné zkušenosti, zejména sociální, zde jedinec vnímá sebe sama jako subjekt svého chování. Pro pozdní adolescenci je typické, že rozdělení obsahu sebepojetí se utváří společně s úsilím o novou integraci. Pokud jedinec vnímá své chování, prožívání a sociální srovnávání, vede to právě k utváření jeho sebehodnocení. Toto se týká všeho, co je pro jedince v daném období důležité, a to se vztahuje a tvoří jeho sebehodnocení. To, jak vnímají adolescenti svůj školní výkon je závislé na globálním sebehodnocení, ne na skutečném školním výkonu. „*Má-li k sobě někdo celkově pozitivní vztah, hodnotí se lépe i v oblasti školního výkonu, hodnotí-li se někdo celkově negativně, toto sebehodnocení se přenáší i do školní sféry.*“¹⁴

Dospívající, kteří svou sebejistotu čerpají převážně z vlastních výkonů mají většinou stabilnější sebehodnocení než jedinci, kteří jsou závislí na názorech druhých a podle nich se řídí. Nutné je zde podotknout, že pokud se jedná o mladší věk adolescence, mají k sobě samému lepší vztah jedinci, pro které je důležitý názor pro ně důležitých a blízkých osob, rodiče nebo jiná dospělá autorita, oproti těm, kteří dbají více na názory svých vrstevníků.¹⁵

Pro pozitivní sebehodnocení je uznání vlastní hodnoty. Ta se odvíjí od toho, do jaké míry je jedincovo reálné já pravdivé, autentické. Důležité je pro utváření vlastní hodnoty i vědomí vlastní kompetence, tedy způsobilosti, k novým rolím a přijímání nových norem, které jsou součástí jeho cesty do dospělosti.¹⁶

Kdybychom měli mluvit o konfliktech, které v adolescenci často probíhají mezi rodiči a jedincem, je důležité zmínit, že mnohem citlivěji na tento fakt reagují dívky, které konflikty, hádky a nedůvěru berou velmi zle. Naopak je pro ně přínosnější podpora a tolerance, která je vzájemná, právě tyto aspekty je podněcují ke změně a k sebezdokonalování. Dospívající mladí muži jsou citliví na pozitivní atmosféru a konflikt berou s větší lehkostí, někteří dokonce jako příležitost a „hnací motor“. Pokud od rodičů cítí podporu, vede to k jejich vlastní vědomé

¹³ MACEK, Petr. *Adolescence*. 2. upr. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 50.

¹⁴ Tamtéž, s. 51.

¹⁵ Tamtéž, s. 52.

¹⁶ Tamtéž, s. 52.

efektivnosti. Mnoho výzkumů také říká, že můžeme sledovat méně konfliktů mezi rodičem a jedincem stejného pohlaví.¹⁷

Co týče strachů v období adolescence, je i zde nutné podotknout, že vliv má i pohlaví jedince, a to hlavně na frekvenci a intenzitu strachů. Zajímavostí může být ujištění, že obvykle větší intenzitu strachu pocítují dívky než chlapci, ale existují i studie, které mluví jinak. Autor mluví o tom, že adolescentní muži odpovídají na otázky v souladu se svou tradiční mužskou rolí a své odpovědi tedy spíše přizpůsobují své genderové roli, což nelze považovat za relevantní. Je tedy vhodnější říct, že ne pohlaví, ale spíše genderová role má vliv na variabilitu dětského nebo adolescentního strachu.¹⁸

¹⁷ MACEK, Petr. *Adolescence*. 2. upr. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 54.

¹⁸ NEUŽILOVÁ MICHALČÁKOVÁ, Radka. *Strachy v období rané adolescence*. 1. vyd. Bmo: Společnost pro odbornou literaturu – Barrister & Principal, 2007, s. 46.

2 Sebepojetí adolescentů a vytváření vlastní identity

Každý se nějakým způsobem vnímá, vytváří si o sobě představy, přemýšlí o sobě samém, snaží se najít vlastní cenu, uvědomit si, kdo jsem, kam patřím a kam směřuji a přemýšlí o pozitivním hodnocení ostatních. Toto tvrzení se týká všech lidí, ovšem v citlivém věku dospívání je toto přemýšlení mnohem intenzivnější než v jiných životních etapách.

Sebepojetí a vytváření představ plyne a vychází ze zkušeností, ze situací, které jedinec prožil, které nějakým způsobem vyhodnotil. „*Není to zkušenost, se kterou by se jedinec rodil, vědomí sebe sama se v různých konkrétních podobách postupně vynořuje v mysli jako produkt zrání, růstu, poznávání, sociální interakce, komunikace a jednání. V elementární rovině se proces postupného a prohlubujícího se sebeuvědomění odehrává od počátku ontogeneze, avšak jako osobně relevantní a subjektivně významné téma vystupuje vlastní já poprvé naplno v období dospívání.*“¹⁹

S termínem *sebepojetí* je to trochu jednodušší než s termínem identity. Sebepojetí neboli *self-concept* je používáno pro označení jáské zkušenosti, což je uvědomování si vlastního já, mé jedinečnosti na základě vlastní zkušenosti. To, jak jedinec vidí sám sebe a jakou představu o sobě má.²⁰ S pojmem *identity* je to poněkud komplikovanější. Ta v dnešní době nabývá tolika významů, nejen v oboru psychologie, ale i v sociologii, že je poněkud složité ji jednoduše vysvětlit. Pro naši práci budeme pracovat s následujícím. Identita je forma sebereflexe, uvědomování si sebe sama. Můžeme říci, že: „*Identita je smysluplná psychologická kategorie, označující určitou specifickou kvalitu sebereflexe, která generuje pocity, představy a myšlenky, které jsou pro člověka důležité v určité etapě jeho života v určitém sociálním a kulturním kontextu.*“²¹ Nutné je podotknout, že velký vliv má na jedince a jeho identitu kultura, tedy spíše její společenské zvyklosti, dále také sociální vazby, ať už se jedná o skutečné nebo imaginární, to všechno musíme zvažovat, když pohlížíme na vývojovou etapu lidského života, kterým je adolescence.²²

Zvýšená sebereflexe je typická pro celé období adolescence. Na začátku se objevuje *sebepercepce*, tedy vnímání toho, že „já“ jsem aktérem svých činů, svého jednání a s sebou si nesu různé role. Dochází také ke zmatení pocitů, hlubšího prožívání emocí. Čím více zkušeností

¹⁹ TYRLÍK, Mojmir, ed., MACEK, Petr, ed. a ŠIRŮČEK, Jan, ed. *Sebepojetí a identita v adolescenci: sociální a kulturní kontext*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2010 s. 5.

²⁰ HARTL, Pavel, HARTLOVÁ, Helena a HARTLOVÁ, Helena. *Psychologický slovník*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2000, s. 524.

²¹ TYRLÍK, Mojmir, ed., MACEK, Petr, ed. a ŠIRŮČEK, Jan, ed. *Sebepojetí a identita v adolescenci: sociální a kulturní kontext*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2010, s. 6.

²² Tamtéž, s. 7.

dotyčný má, tím větší měrou se uplatňuje introspekce, což jsou prožitky spjaté s vědomím a vlastním „já“, a dochází k sebehodnocení. Právě sebehodnocení je z části utvářeno názory, které mají o jedinci jemu blízké osoby, ale i společenské normy. Často také přemýšlí o tzv. „možná já“, kdy sami přemýšlí o své budoucnosti, představují si jaká asi bude a přejí si, aby byla naplněná. Poté je zmiňováno tzv. „ideální já“. V rámci sebereflexe je často srovnáváno s aktuálním, popřípadě reálným „já“, tím, jaký jsem. Toto je důkaz sebeakceptace, neboli sebezpřijetí. Pokud je vše v nejlepším pořádku, funguje „ideální já“ jako motivační prvek. V takovém případě, se dotyčný chce někam posouvat, rozvíjet se. Pokud je ovšem velký rozdíl mezi realitou a ideálem, dochází, zejména u adolescentů, k negativním pocitům a často ke zklamání ze sebe sama. Pokud je „ideální já“ téměř nedosažitelné může docházet až k frustraci.²³

Pokud bychom se věnovali adolescentnímu sebevědomí, nepanuje ani u tohoto termínu zcela ucelený názor. Někdo vám řekne, že většina mladých má sebevědomí příliš vysoké, druzí tvrdí opak. Pravdou je, že oběma těmito skupinám musíme dát za pravdu. Dost často se tento rozkol děje u jednoho adolescenta, tedy u adolescentní dívky nebo adolescentního muže. Jsou to dvě strany jedné mince, v jedné chvíli může být sebevědomí na vrcholu a za chvíli spadne do záporných hodnot. Pokud tito dospívající jedinci zažijí úspěch, myslí si, že dokáží vše, naopak neúspěch je demotivuje, přichází pocit beznaděje, kdy jedinec dochází k myšlence, že žádná další práce nemá cenu. Rozkolísanost je pro toto období příznačná, protože společenské hodnoty a hodnota vlastního „já“ se formují a dotváří.²⁴

Dospívající jedinec je často nedůtklivý, podrážděný a přecitlivělý, což jen potvrzuje fakt, že v jeho životě je najednou více napětí a úzkosti než dřív. Je těžké v tomto věku přijímat legraci, hlavně tu, která je mířená na nás osobně. *„Naučit se dívat se na sebe s lehkým ironickým odstupem, snášet klidně vtipy na svůj účet a takové vtipy sám dělat, sám se zasmát nad vlastní nehodou nebo nad komickou situací, do níž jsme se dostali, to předpokládá už určitou životní jistotu, vyrovnanost a úspěšné ovládnutí vlastních úzkostí.“*²⁵

Erik Erikson spatřoval jako základní úkol adolescence ujasnit si vztah k sobě a najít vlastní identitu. Dospívání popisuje jako konflikt mezi ujasněním si sebe samého, tzv. *ego identita* a potřeba vyrovnat se s tím, co ode mě žádá okolí tak, aby jedinec našel své vlastní místo a svou hodnotu. Rozlišujeme osobní a sociální aspekty identity. Osobní čerpá hlavně ze sebereflexe

²³ MACEK, Petr. *Adolescence*. 2. upr. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 50.

²⁴ MATĚJČEK, Zdeněk. *Rodiče a děti*. Třetí, upravené vydání (ve Vyšehradu první). Praha: Vyšehrad, 2017, s. 334.

²⁵ Tamtéž, s. 335.

a sebehodnocení, důležité je přijmout vlastní jedinečnost a stanovit si hranice vůči jiným. Sociální aspektem identity chápeme jako touhu po začlenění, že někam patřím a z něčeho vycházím, že mám na co navázat.²⁶

S utvářením identity souvisí i charakteristiky osobnosti dospívajícího. Jedinci, kteří už svou identitu našli se vidí v lepším světle, hodnotí se pozitivně, dají se označit za více flexibilní a více tíhnou k nezávislosti, nedokáží se smířit s autoritářstvím. Dosažená identita souvisí s kladnými výsledky ve škole, větší liberalitě k drogám a odpovědnějším jednáním ve vztazích. Ve *statusu moratoria* je dospívající málo flexibilní, není si jistý při soupeření ani ve spolupráci s ostatními. Zažívá často nejistotu vzhledem k vlastní budoucnosti, ale přesto má o sobě a o vztazích s ostatními pozitivní představu. Pro *status předčasného uzavření* je typickou kombinací konvenčnost a rigidita. Jedinci v tomto statusu jsou spokojeni sami se sebou, ale zároveň jsou závislí na autoritách. Objevuje se u nich nízké sebevědomí a dochází u nich ke konfliktním vztahům s druhými. *Status zmatku* a rozptýlené identity charakterizuje jedince, kteří mají celkově nižší sebevědomí a dochází u nich k problémům v interpersonálních vztazích, ovšem tyto lidé jsou méně rigidní a konvenční ve svém chování než v předchozím statusu předčasného uzavření. Jedná se o jedince, kteří jsou téměř nezávislí a flexibilní, nejsou to autoritářské typy.²⁷

Dosáhnout identity není jednoduché, každý jedinec má originální výstupní podmínky a zároveň originální cestu. Velký vliv na utváření identity mají i zkušenosti a příležitosti, které nabízí dotyčné prostředí a kultura. Jedná se také o mnohvrstevnatý proces. Jedinec si pokládá nejdůležitější otázku „*kdo jsem?*“ a hledá na ni odpověď. Důležité je i získat stabilitu a pohodu. Identita má v sobě zahrnutou reflexi, sebehodnocení a sebepojetí, proto je důležité, aby byla v období adolescence nalezena, aby jedinec mohl dále na tomto pevném základu stavět.²⁸

2.1 Sociální a vývojový kontext dospívání

Provázanost mezi sociálním prostředím a jedinečnou zkušeností, která se vztahuje k vlastnímu já, studoval jako první z psychologů C. H. Cooley. Tvrdil, že druzí lidé jsou pro nás jakýmsi zrcadlem, v němž často spatřujeme sami sebe. Snažíme se představovat si, jak nás vidí ostatní, přemýšlíme, co si o nás myslí, čím jsou pro nás důležití. Zde je nezbytné podotknout, že čím více jsou pro nás tyto lidé důležití, tím více jsou pro nás jejich názory podstatné, ovlivňují nás i naše chování, naše smýšlení, ať už o věcech, či o nás samých. V této souvislosti nejde nezmínit, že lidé, kteří jsou pro nás důležití, nám nemusí být blízcí, nemusí se

²⁶ MACEK, Petr. *Adolescence*. 2. upr. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 63.

²⁷ Tamtéž, s. 64-65.

²⁸ Tamtéž, s. 65.

jednat přímo o kamarády, ale jen o člověka, kterého „známe“ například pouze prostřednictvím sociálních sítí.²⁹

V naší práci se opřeme také o významný názor německého psychologa Erika Eriksona, který identitu definuje jako základní organizační princip, neustále se zdokonalující po celý život. Podle něj v sobě identita zahrnuje vztahy, hodnoty, zkušenosti člověka, jeho přesvědčení a v neposlední řadě subjektivní pocit ze sebe sama. To všechno podle Eriksona vede a pomáhá vytvářet vlastní obraz, který se v průběhu až tolik nemění, ovšem dochází z vyvíjení a posilování nových aspektů vlastního já.³⁰ K dalším myšlenkám tohoto slavného psychologa patří také to, že identitu člověka utváří dvě polarities, a to „být jedinečný“ a „být jako ostatní“, podle Eriksona právě tyto dvě polarities umožňují adolescentnímu jedinci utvořit si pocit vlastní jedinečnosti, utvořit si hodnoty a kompetence. Ovšem u některých jedinců dominuje polarita sociální a u někoho zase individuální. Vymezování vůči okolí, rodině, učitelům, sourozencům, skupinám apod. je příznačné právě pro adolescentní věk, protože i tímto jedinec poznává svou identitu.³¹

O adolescenci mluví i renomovaný švýcarský psycholog Jean Piaget, který období po jedenáctém roce dítěte označuje jako „*fázi formálních rozumových operací*“, a také vstupem dítěte do světa dospělých z hlediska intelektu. Je to dáno tím, že po jedenáctém roce dochází k rozvíjení jedince, který už dokáže myslet v obecných pojmech a také kategoriích, své znalosti umí zobecnit a myšlenky vyjadřovat stejně dobře jako dospělý jedinec. Zároveň je schopen pochopit pojem příčina a následek.³²

Období adolescence je opravdu náročné, což vyplývá z výše uvedeného. Je to vývojové stádium jedince, které může značně ovlivnit jeho následující život. Komplikované období je to zejména pro dospívajícího jedince, ale i pro jeho okolí, rodiče, učitele, vedoucí zájmových aktivit a další.

Vztah jednotlivce k druhým osobám nebo ke skupinám lidí patří k přirozenosti člověka, díky tomu poznáváme, jaká míra společenskosti v dotyčném dřímá. Právě tyto vztahy nám utvoří sociální podobu jedince, která ukazuje jeho jedinečnost. Do prvního vztahu se člověk rodí, jelikož od narození je závislý na péči rodičů, popřípadě jiného pečovatele. Dítě je ve vztahu

²⁹ TYRLÍK, Mojmir, ed., MACEK, Petr, ed. a ŠIRŮČEK, Jan, ed. *Sebepojetí a identita v adolescenci: sociální a kulturní kontext*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2010 s. 8.

³⁰ CHERRY, Kendra. *Identity vs. Role Confusion in Psychosocial Development* [online]. 22. 6. 2022 [cit. 2022-11-06]. Dostupné z: <https://www.verywellmind.com/identity-versus-confusion-2795735>

³¹ TYRLÍK, Mojmir, ed., MACEK, Petr, ed. a ŠIRŮČEK, Jan, ed. *Sebepojetí a identita v adolescenci: sociální a kulturní kontext*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2010 s. 9.

³² MATĚJČEK, Zdeněk. *Rodiče a děti*. Třetí, upravené vydání (ve Vyšehradu první). Praha: Vyšehrad, 2017, s. 320.

k dospělým aktivní už od začátku, tato aktivita se s přibývajícím věkem zvyšuje. Právě tyto vztahy mají velký vliv na vytváření jiných vztahů dítěte, nejen s okolím, ale i se sebou samým.

Interpersonální vztahy neboli vztahy s druhými jsou v adolescentním věku velmi důležité. Schopnost uspět v těchto vztazích značí o jedincově sebedůvěře, o pocitu autonomie a v neposlední řadě o vědomí vlastní účinnosti a schopnosti kriticky a samostatně myslet a rozhodovat se. Pro jedince je v těchto vztazích důležité rozvíjet komunikační dovednosti, mezi které můžeme zařadit zdvořilost, vyjádření vlastního názoru v rozumné míře, naslouchat, otevřeně vyjadřovat svá přání, pochválit druhého, nebýt agresivní. Pokud bychom se zaměřili na vztahy k autoritám a rodičům, tak jedinec projevuje snahu o „zrovnoprávnění“ vlastní pozice v tomto vztahu. Ve vztahu k vrstevníkům jde spíše o jakési vlastní „zhodnocení“.³³

Velkou autoritou jsou pro dospívajícího spolužáci, hlavně tací, co vědí něco zajímavého nebo něco zajímavého dovedou. To je také důvodem, proč je v tomto období snadné dojít do stavu, kdy dospívající zažívá pocity méněcennosti, protože v něčem ostatním nemůže stačit, nebo si myslí, že v ničem nevyčnívá. S tím souvisí i to, že se snaží o originalitu, imponovat druhým nápady a svými kvalitami. Často dochází k soupeření, ale i ke sdělováním zážitků.³⁴

Co se týká přátelských vztahů, v adolescenci je častěji vidět přátelství mezi děvčaty. Dívky hledají u svých kamarádek otevřenost, možnost sdílet pocity, je také ceněna důvěra, inteligence a hlavně upřímnost. U chlapců dochází spíše ke kolektivním přátelstvím. Zakládají se spíše na společných aktivitách a zájmech jedinců. Větší důraz je u mladých mužů kladen na identifikaci se skupinou, ve srovnání s dívkami. Chlapci u svých kamarádů hledají sílu osobnosti, originalitu, otevřenost a smysl pro humor, zároveň něco jako „chill out“, tedy „zůstat v klidu.“ Přátelství napříč pohlavími není příliš časté, pokud k němu dojde má svou osobitou funkci, tou je často potřeba mladého muže se svěřit, což svým kamarádům nikdy nepřizná.³⁵

„Vrstevnická skupina plní během adolescence řadu důležitých funkcí. Předně má specifickou a často nezastupitelnou roli při získávání pocitu vlastní autonomie. Zde doplňuje či někdy nahrazuje rodičovskou podporu. Rovněž stabilizuje a zakotvuje dospívajícího v procesu vlastních fyzických, psychických a sociálních změn, adolescenti si uvědomují, že podobné změny prožívají i jejich vrstevníci.“³⁶ Proto je pro adolescentního jedince důležité, aby někam zapadl, byl součástí nějaké vrstevnické skupiny, díky tomu totiž získává určitý sociální status a pocit sebehodnoty. Problém může nastat, pokud se adolescent do takové skupiny nezařadí. Může

³³ MACEK, Petr. *Adolescence*. 2. upr. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 52-53.

³⁴ MATĚJČEK, Zdeněk. *Rodiče a děti*. Třetí, upravené vydání (ve Vyšehradu první). Praha: Vyšehrad, 2017, s. 332.

³⁵ MACEK, Petr. *Adolescence*. 2. upr. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 59.

³⁶ Tamtéž, s. 58.

dojít k tomu, že to bude brát jako sociální stigma a zároveň to může vést k horšímu sebehodnocení, protože jedinci, kteří jsou pozitivně hodnoceni svým okolím (vrstevníci) mají vyšší sebevědomí než ti, kteří jsou hodnoceni opačně nebo vůbec.³⁷

2.2 Kulturní a historická specifika dospívání

Mohli bychom aspoň trochu nastínit historický vývoj adolescence, tedy dospívání v různých historických epochách. Aristoteles, který žil ve 4. století, představil periodizaci člověka, vycházející ze sedmiletých cyklů. V jeho členění by adolescenci odpovídal třetí cyklus (14–21 let). Aristoteles ji představil tak, že by v tomto období měl jedinec (muž) ukončit svůj vývoj a formovat své myšlení, rozum a charakter. Středověk oproti tomu nenachází žádný velký rozdíl mezi dětstvím a adolescencí jedince, jediné, co by se dalo v tomto ohledu považovat za relevantní je role pážete, tedy pozice v rytířském stavu. V 17. století přichází John Locke, který představuje pojetí „*tabula rasa*“, kde velký význam ve vývoji člověka nese vliv prostředí a výchovy. Dle něj duševní rozvoj probíhá neustále od narození a vrcholí v adolescenci. Ovšem hlubší úvahy o adolescenci představuje Jean Jacques Rousseau, který v 18. století přichází s pojmem „*přirozené výchovy*“. Vývoj člověka rozděluje do pěti etap, dospívání datuje mezi 15–20 lety. Etapu předtím označuje jako „*věk rozumu*“, jedná se o období 12–15 let. V tomto období, dle Rousseaua, dochází k prohloubení sebevědomování, kdy adolescence je obdobím emocionálního dozrávání a odklonu od vlastní sobeckosti k zájmům o druhé.

V posledních desetiletích nabylo dospívání zvláštního významu. Projevuje se v různých sférách života jedince – sociální, ekonomické, pedagogické, zdravotní i kulturní. Zároveň je nutné zdůraznit, že adolescence je určitou sociální reprezentací a má subjektivní hodnotu pro ty, kteří toto období právě prožívají, pro ty, kteří už mají toto kouzelné období za sebou, ale i pro ty, které ještě čeká.³⁸

2.3 Rodina

Rodiče si musí uvědomit, že v pubertě se vývoj a zrání organismu jejich dítěte rapidně zrychluje, ale přesto nedochází k celkové přeměně osobnosti dítěte, kterou mělo dosud. Mnoha rodičům se zdá, že dítě rychle vyrostlo, citové složky dítěte jsou jiné a dozrávají, může se zdát, že jsou úplně nové, ale to je spíše způsobeno novým uspořádáním psychických funkcí jedince. Často rodiče jímá hrůza u slova „puberta“, bojí se, že svým ratolestem nebudou rozumět, že se objeví někdo, koho budou mít rádi více než rodiče. Bohužel u takto nejistých rodičů hrozí, že svůj strach přenesou i na dítě. Přitom dítě je nechce opustit, ale touží po větším společenském

³⁷ MACEK, Petr. *Adolescence*. 2. upr. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 58.

³⁸ Tamtéž, s. 10-12.

prostoru a chce více svobody k tomu, aby mohlo rozvíjet, procvičovat a uplatňovat zralé schopnosti. Do nové fáze tedy nevstupuje pouze dítě, ale i rodič.³⁹

Adolescenti mají velmi neotřelou fantazii a vysokou tvořivou inteligenci, oproti tomu jejich rodiče mají převahu spíše v četnosti poznatků, ve zkušenostech ze života a zkušenostech pracovních.⁴⁰

Co se týká vztahu k rodičům, bývá to často s jedincem komplikované. Právě pro rodiče toto období bývá dosti náročné. Jedinec už se sám vnímá jako samostatný a schopný, tudíž se necítí, že by měl poslouchat nějaká pravidla a už vůbec ne poučení od rodičů, kteří už dávno „nevědí“, co je to být mladý. Rodiče občas volí metodu „vydržet, ono to přejde“, jelikož toto chování pokládají za přirozené. Pokud se objeví konflikty vážnějšího charakteru, děje se tak většinou u jedinců, kteří projevují známky rizikového chování. I přes tento aspekt jsou ovšem vztahy a vazby v rodině velmi důležitým faktorem pro jedince individualizaci a socializaci, a to během celého adolescentního období.⁴¹

Je potřeba dodat, že pokud jsou v rodině mezi rodiči a jedincem nějaké problémy, které nebyly řešeny, může dojít k jejich prohloubení a mohou být ventilovány s mnohem většími emocemi. Konflikty jsou důležité pro zdravý vývoj vztahu, ale musí být správně řešeny. Adolescent nesmí mít pocit, že nemůže svobodně vyjadřovat své názory, naopak potřebuje vědět, že se na něj berou ohledy a jeho názor se bere v potaz.⁴²

Dalším problémem, který je častý ke konci časně adolescence, bývá, že rodiče na egocentrismus svých potomků nereagují zrale a nemají potřebný nadhled. Často to řeší zvýšenou kontrolou, což jedinec vnímá negativně a konflikt je na světě. Tímto rodiče projevují pocit vlastní nejistoty ve svém vztahu ke svým dospívajícím dětem.⁴³

Zajímavé je, že řada studií ukazuje, že adolescentní jedinci se ve svých hodnotách podobají více vlastním rodičům než svým přátelům, ovšem nutno zdůraznit, že se jedná o tzv. *cílové hodnoty*, které směřují jejich osobní perspektivou. Pokud se jedná o složitější věci a těžší situace, většinou se adolescent rozhodne podle svých rodičů, nikoli vrstevníků, kteří ho ovlivňují spíše v banálnějších věcech.⁴⁴

Neshody se dost často objevují právě kvůli banálním věcem, jako je oblečení, způsob vystupování apod. „*Když lpíme na postupech a zásadách, které jsme kdysi sami zastávali*

³⁹ MATĚJČEK, Zdeněk. *Rodiče a děti*. Třetí, upravené vydání (ve Vyšehradu první). Praha: Vyšehrad, 2017, s. 318-319.

⁴⁰ Tamtéž, s. 322.

⁴¹ MACEK, Petr. *Adolescence*. 2. upr. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 53.

⁴² Tamtéž, s. 54.

⁴³ Tamtéž, s. 55.

⁴⁴ Tamtéž, s. 56.

*a které platily jen v našem mládí. Když za neměnnou formu chování pokládáme to, na co jsme si sami zvykli. Co konfliktů je např. jen kvůli tak povrchním a nepodstatným věcem, jako jsou oblečení, dekorace vnějšího zjevu, módní výstřelky, dlouhé vlasy, roztrhané džíny a podobné věci.*⁴⁵

Kvalita vztahů mezi rodiči a adolescentem souvisí i s kvalitou vztahů s vrstevníky. Protože pokud je rodič přísný a vystavuje jedince vysoké kontrole, dochází často k tomu, že jedinec se více upne na vrstevníky a vytváří tzv. *aliance proti nim*. Nutno dodat, že nekvalitní vztahy s rodiči vedou k většímu počtu vztahů s vrstevníky, tyto vztahy nemusí být hluboké a ani pevné.⁴⁶

Jak tedy toto období prožít bez zbytečných bouří? Bohužel na to není přesný návod, protože každé dítě je jiné, každý rodič je jiný a jejich vzájemný vztah také. Ale jedna rada by tu byla. „*Výchovný úspěch není tedy v tom, že mladým lidem vnutíme své postoje a své postupy, ale že jim umožníme, aby si sami získali určité zkušenosti.*“⁴⁷

Bohužel většina starších lidí dost často sklouzává k tomu, že se mladé snaží poučovat a pokládá své normy za objektivní a mají k většině nových věcí jistý odpor. Naopak mladí jsou otevření všemu novému, ovšem svoje názory pokládají za jediné správné, nutné a hlavně pravdivé. Proto nám slovo „generace“ zní přízvukem konfliktu. Přitom už od nepaměti připravuje předchozí generace té budoucí životní podmínky, které jsou pro ni neznámé, jelikož v nich nevyrostla. Zdůrazněme fakt, že v posledních letech, s příchodem technologií, se tento fakt ještě prohloubil. Funkce rodičů, kteří by měli své děti přiučovat novým věcem, je omezena více než kdykoli dřív.⁴⁸

Vztahy k sourozencům mohou být v adolescenci velice důležité a jejich význam v tomto období značně vzrůstá. Důležité je zmínit, že jsou vždy ovlivněny celkovou situací v rodině. Blízkost je vyšší u jednoho sourozence, pokud je sourozenců více, dochází k poklesu. Uvádí se, že nejméně prospěšné je, když je mezi sourozenci rozdíl dva až tři roky, protože když je věkový rozdíl pod dva roky nebo naopak větší než čtyři roky dochází mezi sourozenci k menšímu vzájemnému soupeření, a vztahy tak mohou být lepší. Zároveň se spekuluje o pozici, kterou sourozenec zastává. Často je nejhorší být prostřední sourozenec, který vnímá svou pozici

⁴⁵ MATĚJČEK, Zdeněk. *Rodiče a děti*. Třetí, upravené vydání (ve Vyšehradu první). Praha: Vyšehrad, 2017, s. 324.

⁴⁶ MACEK, Petr. *Adolescence*. 2. upr. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 56.

⁴⁷ MATĚJČEK, Zdeněk. *Rodiče a děti*. Třetí, upravené vydání (ve Vyšehradu první). Praha: Vyšehrad, 2017, s. 324.

⁴⁸ Tamtéž, s. 345.

vzhledem k podpoře rodičů jako nejméně výhodnou. Stejně jako většina lidí z okolí adolescenta i sourozenci mají velký vliv na jeho vývoj, ať už pozitivní nebo negativní.⁴⁹

2.4 Vytváření virtuální identity u adolescentů

V současné době to nemají děti vůbec jednoduché, vyrůstají tak říkajíc s mobilním telefonem v ruce, na stole jim leží notebook, v ruce drží herní konzole a vedle nich jim ze Spotify hraje hudba. Nemůžeme se proto divit, že život bez mobilního telefonu, elektroniky nebo internetu je pro ně nepředstavitelný. Všechny možné aplikace se staly součástí života většiny dětí a téměř všech dospívajících.

V dnešní době využívají děti a dospívající pestrou škálu zařízení. Využívají je na hraní her, práci na internetu, zábavu, ale především ke komunikaci se svými vrstevníky. Tyto technologie jdou neustále dopředu, a tak se nemůžeme divit, že zařízení se neustále zmenšují a ztenčují. Pro rodiče a dospělé je poněkud těžké udržet tempo s dospívajícími, téměř vždy dojde k tomu, že jsou o krok pozadu. Další věcí je, že lidé mohou být neustále online, na řadě míst nabízejí free wifi anebo mají uživatelé čím dál častěji neomezená data, už je vlastně nic nenutí být offline.⁵⁰

„Podle výsledků projektu EU Kids Online II tráví 80 % českých dětí ve věku 9–16 let u internetu minimálně hodinu denně ve všední den i o víkendu. Asi pětina dětí pak tráví u internetu ve všední dny tři hodiny a více a o víkendu je online tři hodiny a více téměř třetina dětí.“⁵¹ Je až děsivé kolik času děti tráví na internetu. Je důležité si také uvědomit, kolik času stráví ve škole, kolik jim zabere kroužek, kdy potom chodí spát. Mnohdy by možná byla lepší otázka, kolik hodin denně vlastně spí.

2.5 Příčiny nízkého sebevědomí v adolescenci

Příčin nízkého sebevědomí může být v adolescenci mnoho. Jak už bylo zmíněno výše, mnoho adolescentů dbá na tvrzení a názor svého bezprostředního okolí, zejména svých rodičů, kamarádů, spolužáků a na názor osob, které jsou pro ně inspirující. My se zaměříme na jev, který je rozšířený právě díky sociálním sítím.

Komplikace přináší ideál krásy, který je prezentován masovými médii, na sociálních sítích, módními časopisy, samotnými influencery a také reklamou, která na dospívající křičí ze všech stran. Všechna tato média jsou založena na nerealistickém zobrazování krásy a definují, jak má standard krásy vypadat. Dospívající na internetu často tento ideál vidí, ovšem ne všichni jsou schopni si uvědomit, že toto zobrazení není reálné. Na základě tohoto ideálu mohou dojít

⁴⁹ MACEK, Petr. *Adolescence*. 2. upr. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 56.

⁵⁰ ŠEVČÍKOVÁ, Anna a kol. *Děti a dospívající online: vybraná rizika používání internetu*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014, s. 19.

⁵¹ Tamtéž, s. 21.

k tomu, že vlastní tělo vnímají jinak, než by měli, a může dojít k pocitům nejistoty a nedostatečnosti.⁵²

„*Ne nadarmo se při popisu období dospívání sahá k termínům „sturm und drang“ (bouře a vzdor), kdy se v psychice dospívajícího střetávají protichůdné impulzy prométheovského entuziasmu a sentimentálního světobolu. Jinými slovy se jedná o velmi náročné, citlivé období, kdy i minimální vystavení neodůvodněné kritice, posměškům či šikaně, může vážně narušit či ovlivnit vývoj jedince.*“⁵³ Proto je důležité zmínit další možnou příčinu nízkého sebevědomí dospívajícího jedince, což je tzv. *body shaming*, což znamená dehonestaci (zesměšňování) jiné osoby na základě toho, jak vypadá, tedy fyzického vzhledu, nejčastěji se tento jev objevuje u postavy jedince. Toto chování je bráno jako šikana a sociální agrese, která je komplikovanější, protože v online prostředí skýtá anonymitou. Dopady tohoto chování mohou u oběti vyvolat tělesné a psychické potíže, která následně mohou ovlivnit chování, sociální vztahy a emoční prožívání jedince. Není dobré body shaming brát na lehkou váhu, protože snadno může u oběti dojít k riziku poruch příjmu potravy, užívání návykových látek, k rozvoji deprese a úzkostí a může mít negativní vliv na sebehodnocení jedince, které je v období dospívání už tak dost labilní. U některých jedinců může dojít k sebepoškozování.⁵⁴

S covidovou pandemií v roce 2020 se zvýšil počet lidí na sociálních sítích, ale zároveň se prodloužil interval, který dospívající i ostatní uživatelé na těchto platformách tráví. Riziko ohrožení v rámci srovnávání sebe a osoby v online prostředí může být jako častější jev. Zároveň je důležité zmínit, že přibývá počet psychiatrických diagnóz. Z výzkumu, který realizovala Univerzita Palackého v Olomouci v roce 2022, se dozvídáme, že až u 6 % respondentů byla spouštěčem negativní zkušenost v online prostředí. Zároveň se studie zmiňuje o tom, že 1,6 % berou psychofarmaka na úzkost a depresi, 1,3 % respondentů léky na spaní a 3,3 % začalo díky negativní zkušenosti s kouřením nebo alkoholem.⁵⁵

⁵² KOPECKÝ, Kamil, SZOTKOWSKI, René, KVINTOVÁ, Jana, KŘEMÉNKOVÁ, Lucie a VORÁČ, Dominik. *Děti a kult krásy v online světě*. Pedagogická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci, 2022, s. 24. [Citováno 2023-04-03] Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/361282790_Deti_a_kult_krasy_v_online_svete_vyzkum

⁵³ Tamtéž, s. 14.

⁵⁴ Tamtéž, s. 24.

⁵⁵ Tamtéž, s. 16.

3 Dospívající a internet

Společnost prošla za necelé dvě dekády dramatickou změnou, tím je velice těsné propojení každodenního života s komunikačními a informačními technologiemi. Aniž bychom si to uvědomovali, technologie jsou už součástí nás všech, proto je dnes tato společnost označována za *informační společnost*.⁵⁶

Ovšem označení *informační společnost* ještě neznamená, že jsme všichni správně a dostatečně informovaní o bezpečném používání těchto technologií. Tím myslím dospělé, ale hlavně děti a dospívající, kteří vyrůstají s technologiemi, ale přesto nejsou v dostatečné míře znalí rizik, která jim hrozí. Společně s rozvíjením sociálních sítí dochází právě k riziku poškození uživatele, který je mu vystaven.

Riziko jako takové není ničím novým, člověk se s ním setkává ve svém životě poměrně často, ovšem ve spojení s technologiemi je to novinka. „*Riziko, ať už se váže ke kterékoliv oblasti, můžeme chápat jako pravděpodobnost výskytu negativního jevu, který je důsledkem konkrétního chování či vystavení se specifické situaci. Jinými slovy, rizikem se myslí jakákoliv nežádoucí událost, jež může, ale také nemusí nastat. Z pohledu povahy nežádoucích účinků je předmětem rozsáhlých diskusí, zda se zakládají na faktické skutečnosti – tedy na objektivním ohrožení jedince ať už po psychické, tělesné či materiální stránce.*“⁵⁷

Riziko jako takové je většinou pevně dané, ale přesto můžeme v literatuře najít různá pojetí tohoto nebezpečí, rozdílnost skýtá v zohledňování různých stránek nebezpečí na internetu. V tabulce č. 1 je znázorněno třídění nežádoucích jevů podle oblastí, do kterých bychom je mohli zařadit, a zároveň podle způsobů, jak se s nimi dítě nebo dospívající setkává.

Typ rizika	Obsah: dítě jako příjemce	Kontakt: dítě jako účastník	Počínání: dítě jako „pachatel“
Komerce	reklama, spam, nabádání k poskytování peněžní podpory	získávání a uchovávání osobních údajů	gambling, nelegální stahování, hackování
Násilí	násilí, nenávistný či děsivý obsah	obět' kyberšikany, online obtěžování či pronásledování	pachatel kyberšikany, online obtěžování či pronásledování

⁵⁶ ŠEVČÍKOVÁ, Anna a kol. *Děti a dospívající online: vybraná rizika používání internetu*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014, s. 9.

⁵⁷ Tamtéž, 9.

Sexualita	pornografie a jiný sexuálně zraňující obsah	setkávání se s neznámými lidmi z internetu, sexuální zneužívání	vytváření a nahrávání pornografických materiálů
Hodnoty	rasistické a jiné zkreslené, zavádějící informace či rady (př. drogy)	sebepoškozování, přesvědčování a manipulace ze strany druhých	poskytování (zavádějících) rad např. ohledně hubnutí nebo sebevraždy

Tabulka č. 1 Klasifikace online rizik pro dětské uživatele internetu (Livingstone, Haddon, 2009)⁵⁸

Ovšem ani výše uvedená tabulka nemůže obsáhnout všechna rizika, která online svět skrývá. Mezi další rizika bychom mohli zařadit získávání nepravdivých informací, například by se mohlo jednat o závadné informace týkající se sexu nebo zdraví, popřípadě nadměrného času trávení u obrazovky.⁵⁹

Zajímavější může být nejširší rámec, a tou je sociálně-psychologická analýza, kterou představuje Brofenbrennerův ekologický model, který by měl zohledňovat různé úrovně vlivů, působících na jedince a na jeho psychosociální vývoj a také na jeho zkušenosti s riziky. Do nejužší úrovně můžeme zařadit tzv. *individuální faktory*, což jsou psychosociální charakteristiky jedince, které mohou činit jedince náchylnějším, nebo naopak i odolnějším vůči rizikům a pozdějším negativním následkům. Na tuto úroveň plynule navazuje nejbližší sociální prostředí, tedy jakýsi mikrosystém, v němž se jedinec nachází – rodina, přátelé, škola, práce. A také sociální prostředí v širším rozpětí – společné názory, kultura, zvyky, infrastruktura, služby, ale také třeba dostupné příležitosti, v tomto případě bychom mluvili o makrosystému. Oba tyto systémy mohou být nápomocny k absenci rizika. To je důkazem, že online rizika není možné charakterizovat jako samostatný jev, při zkoumání vlivů je důležité zohlednit kontext.⁶⁰

Některé teorie předpokládají, že děti, které jsou ohrožené nebo nějak v běžném životě znevýhodněné, tím rozumíme např. psychické problémy, špatné sociální zázemí, jsou většinou náchylnější k rizikům, které souvisí s používáním internetu. Ohroženi jsou i jedinci, kterým se v online prostředí vyjadřuje značně lépe než tváří v tvář. K online prostředí tíhnou hlavně děti, které se cítí osamělé, vyčleněné z kolektivu, trpící sociální úzkostí apod. Ale nebylo by dobré

⁵⁸ ŠEVČÍKOVÁ, Anna a kol. *Děti a dospívající online: vybraná rizika používání internetu*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014, s. 10.

⁵⁹ Tamtéž, s. 10.

⁶⁰ Tamtéž, s. 11-12.

vše svalovat pouze na psychiku. Náchylnější může být také jedinec, který je zapojen do větší širé aktivit. Protože čím více je aktivní na síti, čím více toho umí, ovládá, tím větší je riziko setkání s negativními jevy.⁶¹

Pokud mluvíme o rizicích, není možné, abychom nezmínili příležitosti, které nám internet nabízí. Příležitosti ke vzdělávání, dále k učení se psané komunikaci, zlepšování se v cizím jazyce, pracovat na své sebe prezentaci, naučit se pracovat s různými typy programů, programování nebo vytváření vlastních webových stránek. Literatura mluví o tzv. *žebříčku příležitostí* (ladder of opportunities), postup směrem vzhůru znamená pro dítě větší míru příležitostí, které internet může nabídnout. Jednotlivé příčky žebříčku jsou následující. Do nejnižšího stupně patří děti, které používají internet převážně pro práci do školy a na hraní her, většinou hrají samy nebo proti počítači. Na další příčce se k těmto aktivitám přidává ještě sledování online videí (nejčastěji na platformě YouTube), tímto se tedy internet stává zprostředkovatelem zábavy, ale i nových poznatků a informací. Třetí příčka už zařazuje jedince, který ke všem předchozím používá internet také ke komunikaci. Primárně se jedná o komunikaci mezi kamarády, vrstevníky a spolužáky ze školy, mnozí začínají také sledovat zprávy, které je zajímají. Čtvrtý stupeň zahrnuje společné hraní her, dost často online, dále sdílení obsahu na sociálních sítích nebo stahování hudby a filmů. Poslední, tedy pátý, stupeň vyžaduje poměrně mnoho kreativity a hlubší znalosti v používání internetu.⁶²

Dle výše uvedeného bychom tedy mohli zhodnotit, že jedinec, který se nachází v pátém stupni je uživatel, který nejvíce využívá příležitostí, které internet nabízí.

Nejlépe celou problematiku příležitostí a rizik zhodnocuje následující text. „*Souhrnně je tedy možno říci, že čím více je dítě na internetu aktivní, tím více času na něm stráví, a tedy tím větší je pravděpodobnost, že se setká s nějakým typem rizika či ohrožením. Což je ovšem podobné jako v případě trávení času na fotbalovém hřišti – čím více času tam mladý člověk tráví, tím spíše se zraní nebo srazí s protihráčem. Internet stejně jako fotbalové hřiště přináší svá pozitiva i rizika.*“⁶³

Kdybychom se podívali, jak jsou na tom rodiče a jak mohou své děti připravit na působení na sociálních sítích a na možná rizika s tím spojená, máme k dispozici více metod, které mohou použít. Začneme od začátku, v dnešní době dochází čím dál častěji k tomu, že děti tráví s rodiči méně a méně času. Je to způsobeno tím, že rodiče jsou v presu, aby děti uživil, a mnozí mají i

⁶¹ ŠEVČÍKOVÁ, Anna a kol. *Děti a dospívající online: vybraná rizika používání internetu*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014, s. 12.

⁶² Tamtéž, s. 32-33.

⁶³ Tamtéž, s. 34.

více prací najednou, dalším aspektem jsou aktivity dítěte. Celý tento kruh vede k tomu, že rodiče ztrácejí pojem o aktivitách, které dítě dělá, ztrácí porozumění pro jejich potřeby nebo životní styl. Stejně tak je tomu ve využívání sociálních sítí. Děti jsou v ohledu techniky a jejím používání mnohem zdatnější než jejich rodiče, kteří se mnohdy s tímto prostředím seznamují až skrze své ratolesti. Je to narušení přirozeného řádu socializačního vzorce, kde má docházet k předáváním zkušeností od starších k mladším, tedy ideálně od rodičů nebo starších sourozenců k mladším jedincům.⁶⁴

Pokud rodiče svým dětem kontrolují, co na internetu dělají, dochází k tomu hlavně v mladším věku dítěte, častěji jsou více kontrolovány dívky. Přístup rodičů k prevenci rizik u svých dětí na sociálních sítích závisí na jejich stupni vzdělání, dále na tom, jak jsou v sociálních sítích zdatní oni sami, a v neposlední řadě, jakou mají sami zkušenost. Co se týká vzdělání, tak rodiče, kteří dosáhli vyššího vzdělání, jsou více zaměřeni na kontrolu svých dětí a jejich počínání, zároveň jsou schopni více vyjadřovat emoční blízkost k dítěti. Umí také lépe vyhodnotit situaci, kdy je dítě ohroženo, pomoci mu a vybrat adekvátnější řešení nastoleného problému. U rodičů může docházet k různým mediacím. *Aktivní mediace*, zde se jedná o tzv. *spolužívání* neboli sdílení činností. V této mediaci se nejedná pouze o to, že rodič a dítě užívají sociální síť, ale hlavně o to, že mezi nimi probíhá komunikace, jak internet používat, co tam dítě dělá, co ho baví/nebaví, ale také povzbuzení, aby se dítě samo snažilo internet objevovat a díky němu se učilo novým dovednostem. Dalším stupněm je *aktivní mediace bezpečného internetu*. Ta je vystavěna na tom, že se snaží radit dítěti tak, aby se mu potíže spíše vyhnuly. Dále nabízí rady, jak se chovat k lidem na internetu a v neposlední řadě i to, jak by se mělo dítě zachovat v případě potíží. *Restriktivní mediace* je spíše opak předchozích mediací. Jedná se o to, že dítě je omezováno v jednotlivých činnostech nebo v množství tráveného času na internetu/online. V této mediaci dochází také k tomu, že dítě má některé aplikace zakázány nebo je smí používat pouze pod dohledem rodičů. Předposlední mediací je *monitoring* neboli *kontrola*. Kde dochází ke zpětnému sledování, co jedinec na internetu dělal. Poslední mediací je *technická mediace*, zde dochází k využití jednotlivých technických nástrojů, programů, které dokáží zablokovat webové stránky nebo limitovat množství času stráveného online. Zařadili bychom sem i různé instalace softwarů a ochranu před spamy a viry.⁶⁵

⁶⁴ ŠEVČÍKOVÁ, Anna a kol. *Děti a dospívající online: vybraná rizika používání internetu*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014, s. 162-163.

⁶⁵ Tamtéž, s. 165-166.

Klasickým nástrojem bývá rodičovský zámeček, ten ovšem využívají rodiče spíše pro mladší děti, později dochází k jeho odstranění. Důležité je také zmínit, že všechny výše uvedené mediace s rostoucím věkem jedince klesají.

Určitě je důležité, aby se rodič zajímal o to, co jejich dítě dělá na internetu, a jaké nástrahy ho v online světě mohou potkat. Rodič by měl být rádcem a osobou, která v případě potřeby podá pomocnou ruku, ale k tomu je zapotřebí, aby rodiče v digitálním světě a online prostředí rostli a vzdělávali se, a tak pomohli svým ratolestem s orientací v online prostředí.

3.1 Co jsou sociální sítě a k čemu primárně slouží?

Síť, takové běžné slovo, většině lidí se pod tímto pojmem vybaví nějaká struktura, někomu dokonce struktura vazeb. Když k tomuto slovu přidáme ještě adjektivum sociální, můžeme to přeložit jako vazby mezi lidmi. Anglicky se sociální sítě označují jako „*social network*“. Pro tuto službu se musíte registrovat, nejčastěji za pomoci e-mailové adresy, poté vám aplikace umožní založit si profil, komunikovat s ostatními, sdílet informace a příspěvků různého typu.⁶⁶

„Sociální sítě se používají především pro komunikaci a sebe prezentaci jejich uživatelů, přičemž jednotlivé „profily“ (tedy vytvořené registrace) lze propojovat mezi tzv. „přáteli“ („přítel“ – „friend“ je termín převzatý z nejrozšířenější sociální sítě Facebook), je možné vytvářet různé skupiny, do cizích skupin se přidávat, přidávat také vlastní fotky, sledovat a komentovat fotky přátel a posílat si vzkazy prostřednictvím zabudovaného „messengeru“, tedy programu za tímto účelem vytvořeným.“⁶⁷

Sociální sítě jsou součástí života většiny lidí. Mnoho z nás si život bez sociálních sítí nedokáže představit, a naopak jsou tu tací, kteří sociální sítě nevlastní a tento stav si nemohou vynachválit. Rádi bychom zdůraznili, že si nemyslíme, že sociální sítě by byly něco špatného. Sociální sítě mohou být velkým přínosem, člověka mohou obohatit o informace, mohou být inspirací, lidé přes ně mohou komunikovat, což bylo výhodou při pandemii Covid-19. Ovšem je jasné, že každá mince má dvě strany, ta druhá je, že sociální sítě mohou být zneužity, špatně používány nebo dány do nevhodných rukou, poté mohou uživatelé spíše uškodit nežli pomoci.

Jak už bylo uvedeno výše, tak sociální sítě slouží především pro komunikaci. Přes všechny sociální sítě můžeme komunikovat s ostatními uživateli. Je možné si přes některé psát, volat nebo zahájit videochatování. Možností je mnoho a díky nim se můžeme spojit s někým, kdo je

⁶⁶ HARTMANNOVÁ, Deni a VESELÝ, Ivo. *(Ne)jsem influencer: vše, co potřebujete vědět o online světě, a ještě mnohem víc*. Vydání první. Rohatec: Ráj Elegance s.r.o., 2021, s. 31.

⁶⁷ ŠEVČÍKOVÁ, Anna a kol. *Děti a dospívající online: vybraná rizika používání internetu*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014, s. 23.

tisíce kilometrů daleko. Zároveň mohou sloužit k propojení sociálních skupin. Uživatelé sociálních sítí si díky propojení skrze zprávy vytvářejí nebo spíše spoluutvářejí svá prostředí.

Důležitým aspektem také je si uvědomit, že jedinec není pasivní uživatel sociálních sítí, tedy ve většině případů, je nutné jej chápat jako spoluautora internetového obsahu, jako člověka, který samotnou online kulturu pomáhá dotvářet.

Sociální sítě jsou také prostorem, kde dochází k publikaci osobních informací. Jedná se například o bydliště, datum narození, soukromé fotky. Toto chování můžeme označit za jakési sebe-odkrývání, které je dost často pozitivně hodnoceno, protože díky těmto informacím dochází k utužování vztahů a může být bráno jako druh komunikace s ostatními. Nezbytné ovšem je se podívat na druhou stranu této mince, kdy může dojít ke zneužití těchto citlivých údajů, fotek, ale obecně informací. Není žádným tajemstvím, že někteří lidé sdíleli na sociálních sítích, fotky z dovolené a neměli správně ošetřené soukromí. V takových případech je velice snadné, aby se tyto informace dostaly ke špatnému zdroji, a návrat z dovolené se může proměnit v noční můru vykradeného domu.⁶⁸

Nejdůležitější je, aby se člověk zamyslel, než něco pustí do světa. Jak víme, na internetu vše zůstává na věčné časy. Není možné si myslet, že naše fotky uvidí jen naši blízcí přátelé, protože i oni mohou použít screen a vaši fotku, komentář nebo cokoli jiného přeposlat dalším, ti zase dalším a je z toho řada, kterou není možné nějak zabrzdit.

Zanedbatelné by také nemělo být seznámení se s podmínkami samotného provozovatele sociální sítě nebo aplikace. Protože je možné, že i přes nejlepší zabezpečení soukromí nezůstane informace zcela soukromá. Politika provozovatele se může časem pružně měnit, proto je dobré být v obraze, nemůžeme totiž čekat, že podmínky budou stejné, jako když jsme si aplikaci zakládali.⁶⁹

V roce 2019 byla vytvořena statistika, která ukazuje, že je na sociálních sítích denně aktivních asi 3,2 miliardy uživatelů, což tvoří asi 42% populace. Mileniálové, tedy lidé, kteří se narodili mezi lety 1981 a 2000 využívají sociální sítě téměř v 91 % případů. Pro následující generace jsou sociální sítě součástí jejich života, a to od narození.⁷⁰

„Obrovská popularita sociálních sítí má za následek, že se v rámci nich vytvořil jakýsi úplně nový svět. Svět, který funguje jinak než svět reálný, i když se do určité míry vzájemně ovlivňují,

⁶⁸ ŠEVČÍKOVÁ, Anna a kol. *Děti a dospívající online: vybraná rizika používání internetu*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014, s. 70.

⁶⁹ Tamtéž, s. 72.

⁷⁰ HARTMANNOVÁ, Deni a VESELÝ, Ivo. *(Ne)jsem influencer: vše, co potřebujete vědět o online světě, a ještě mnohem víc*. Vydání první. Rohatec: Ráj Elegance s.r.o., 2021, s. 31.

a svět v rámci kterého se může až radikálně měnit lidské chování.“⁷¹ Podívejme se třeba na introverty, ti se v reálném životě spíše straní společnosti a většímu počtu lidí, ale na sociálních sítích se z nich mohou stát extroverti, které sleduje obrovské množství lidí. Někteří jedinci mohou online prostředí využít k určité anonymitě. Dalším důležitým aspektem je propojení lidí. Už nemusíte být v komunikaci s lidmi z vašeho okolí, ale je možné propojit se s ostatními napříč celým světem, tyto lidi můžete znát, ale také nemusíte, a můžete se poznat právě jen přes prostředí online světa. Nesmíme zapomenout, že i v online prostředí, stejně jako v běžném životě, se vytváří určité sociální role a statusy.⁷²

Nutné je, aby uživatelé, hlavně ti mladší, pochopili, jak sociální sítě fungují. „*Konzumenti musí pochopit, jak svět sociálních sítí funguje. Jak fungují reklamy, za co jsou influenceři placeni, že dostávají mnoho věcí zadarmo, jak fungují na naši mysl srdíčka u fotek atd. Offline svět musí dominovat nad tím online. Redukovat čas strávený na sítích, přestat sledovat profily, které ve mně budí pocit méněcennosti, popovídat si o tom s kamarádkou nebo rodičem, nebo si najít koníček, který mě bude naplňovat a budu součástí komunity offline v reálném čase, ne ve virtuálním světě.*“⁷³ Je důležité, aby lidé, ale hlavně adolescenti, udržovali vztahy i mimo online prostředí, nesrovnávali se a nevěřili všemu, co na sociálních sítích vidí, protože nic není úplně takové, jak se na první pohled zdá.

Jako stabilní média bychom mohli označit rozhlas nebo televizi, ale v dnešní době už i internet, je důležité ovšem zmínit, že internet je hodně dynamický a často se mění. Virtuální a online prostředí se rychle vyvíjí. Dokládá to fakt, že za dobu boomu sociálních sítí jich nespočet vzniklo, ale také mnoho zaniklo, mnoho sociálních sítích mělo rychlý vzlet, ale také rychlý a prudký pád. Ukažme si to na příkladu. Clubhouse byla sociální síť, která rychle stoupla v období celosvětové pandemie Covid-19. Původně byla pouze pro uživatele iOS, registrace byla možná pouze po obdržení pozvánky od jiného uživatele. Tato aplikace po pár měsících zmizela a už si na ni nikdo nevzpomněl. Současně to, co teď považujeme za „TOP“ už zítra nemusí nic znamenat. Úkolem je reagovat na novinky, pokud se chcete v tomto online prostředí udržet, sledovat trendy a reagovat na měnící se algoritmy, optimálně být nadčasový.⁷⁴

Blackout. Slovo, které nikdo z uživatelů sociálních sítí nechce slyšet. Tzv. blackout nastal v roce 2021, kdy všechny sociální sítě společnosti Facebook, dnes Meta, zažily vícehodinový výpadek. Spekulace se objevily téměř hned, lidé se báli, že by nemuselo být možné vše obnovit.

⁷¹ HARTMANNOVÁ, Deni a VESELÝ, Ivo. *(Ne)jsem influencer: vše, co potřebujete vědět o online světě, a ještě mnohem víc.* Vydání první. Rohatec: Ráj Elegance s.r.o., 2021, s. 31.

⁷² Tamtéž, s. 32.

⁷³ Tamtéž, s. 33.

⁷⁴ Tamtéž, s. 34.

Událost, která se stala, jen dokazuje, jak je prostředí sociálních sítí pomíjivé ve své existenci, stejně jako popularita. S tím souvisí i to, jak se o popularitu starat, popřípadě, jak ji získat. „*Kdo si chce udržet svou pozici, musí se umět přizpůsobovat, učit se novým platformám a sršet nápady, jak je dobře využít. Kromě důvěry je klíčová i autenticita, a jakmile ji influencer ztratí, je jen otázka, jestli to brzy přestane bavit jeho, nebo jeho publikum.*“⁷⁵

Sociální sítě mají každá své charakteristiky, mohli bychom se bavit o různých funkcích, průměrném věku, který musí uživatel dosáhnout nebo motivaci, proč si ji daný uživatel do svého chytrého telefonu stáhne. Orientace v nich není vůbec jednoduchá.

Sítě nemají u sebe adjektivum sociální jen tak, jsou totiž tvořeny lidmi, stejně jako celé online prostředí. Těmito tvůrci jsou běžní uživatelé, zástupci různých firem, marketéři, ale i online tvůrci a influenceři. Online tvůrce je každý, kdo v online prostoru produkuje nějaký obsah. Pokud jste si mysleli, že online tvůrce je někdo známý, dost jste se spletli. Online tvůrce je někdo, kdo napsal článek na svůj soukromý blog, slečna, co se rozhodla, že světu ukáže, jak výborně peče a postne fotografii, která jí má zaručit novou objednávku, na Instagram, je to také mladý muž, který si na svůj YouTube kanál nahrál video o tom, jak tisknout na 3D tiskárně. Všichni tito lidé jsou tvůrci, nehledě na to, kolik lidí jejich obsah sleduje. Je důležité si přiznat, že málokterý člověk by chtěl, aby jeho obsah neměl žádnou odezvu nebo dosah na ostatní uživatele. Běžní uživatelé sociálních sítí sdílí příspěvky jen pro svůj okruh přátel a v rámci online prostředí spíše obsah konzumují, než aby ho sami vytvářeli.⁷⁶

V angličtině znamená slovo „influence“ „vliv“, pokud bychom chtěli tedy doslovně přeložit slovo „influencer“ znamenalo by to „ovlivňovatel“. Není správné si myslet, že „influncer“ je nové označení pro osobu, která někoho ovlivňuje, tento fenomén je už mnohem starší, ovšem s rozvojem sociálních sítí se toto slovo modifikuje. Dříve bychom mohli za influencery považovat filmové hvězdy, známé zpěváky, a také módní návrháře. Jednoduše řečeno to byli lidé, kteří měli vliv na společnost lidí, na jejich přemýšlení, byli pro ně inspirací. V dnešní době pořád trvá vliv i těchto lidí, ale teď už nám do toho vstupují i tyto „celebrity“ z online prostředí. Vliv na ostatní uživatele sociálních sítí jde ruku v ruce s počtem sledujících a následnému růstu vlivu, který umocňuje možnost různých spoluprací. Lidé hledají cesty, jak těchto spoluprací dosáhnout a přijít k výdělku, což posiluje jejich touhu stát se influencery.⁷⁷

⁷⁵ HARTMANNOVÁ, Deni a VESELÝ, Ivo. *(Ne)jsem influencer: vše, co potřebujete vědět o online světě, a ještě mnohem víc*. Vydání první. Rohatec: Ráj Elegance s.r.o., 2021, s. 35.

⁷⁶ Tamtéž, s. 125.

⁷⁷ Tamtéž, s. 127.

Počty sledujících nám mohou influencers rozdělit do několika kategorií, pomocí předložek „micro“, „mid“ a „macro“. *Micro-influenceri* mají zhruba do deseti tisíc sledujících, u *mid-influencerů* se sledující pohybují v rozmezí od deseti tisíc až po sto tisíc a *macro-influenceri* mají nad sto tisíc sledujících. Počet sledujících je závislý i na vztahu mezi influencerem a jeho sledujícími. Jedná se o dosti křehký vztah. Sledující musí přemýšlet kriticky, protože influencer nenese zodpovědnost za chování svých sledujících. Musíme zmínit, že vliv, kterým influencer oplývá, je opravdu velký. Na jedné straně může jít o nástroj skvělý pro šíření dobrých věcí, myšlenek, inspirace, motivace, mohou se zde dokonce vytvářet hodnoty. V opačném případě může jít i o jakýsi návod, který nemusí být vhodný a společností může být dokonce odsuzován. „*Představa, že mě sleduje několik plných O2 aren, je ohromná a trochu děsivá. Vliv si ale určitě uvědomuju a snažím se ho využít, jak nejlépe umím. Nejsem Gándhí ani Matka Tereza, pořád jsem jen člověk se spoustou chyb, ale snažím se. (Eva Šedivá – youtuberka, blogerka, instagramerka)*“⁷⁸ Není správné si myslet, že být influencerem má jen své výhody a benefity, bohužel s rostoucí slávou dochází i ke ztrátě soukromí, lidé natáčejí často ze svých bytů a domů, odhalují své partnery, rodinu, děti.

Rozdíl mezi online tvůrcem a influencerem nejde přesně stanovit. Pro některé může být rozhodujícím faktorem první oslovení ke spolupráci, ale někdy dojde k tomu, že i člověk, kterého sledují tisíce followerů se nemusí považovat za influncera, je to jeho rozhodnutí. Můžeme tedy říct, že to, zda někoho označíme za influncera ještě neznamena, že jím je, protože prvně se tak musí identifikovat on sám, co říkají normy je až druhotné. „*Váš kamarád nemusí mít tisíce sledujících na Instagramu a vaše oblíbená celebrita vůbec nemusí používat sociální síť, přesto vás ovlivňují a jsou svým způsobem vašimi influencersy.*“⁷⁹

3.2 Nejpoužívanější sociální síť pro rok 2022

V dnešní době je celkem přirozené, že většina lidí používá sociální síť, stalo se to součástí našich životů stejně jako jízda autem, cvičení nebo setkání s přáteli. Bohužel nutno dodat, že někteří jedinci jsou schopni využívat sociální síť i během těchto činností. Bylo by mylné domnívat se, že sociální síť jsou pouze Facebook, Tik tok nebo Instagram, uživatelé, kteří používají platformu YouTube, WhatsApp nebo Messenger využívají také sociální síť.

Kdybychom měli určit, která sociální síť je nejvíce využívána, mezi našimi favority by byl určitě Tik Tok, Instagram a Facebook. Na začátku tohoto roku byla zpracována statistika, která pojednávala, kolik lidí používá sociální síť. Jako první se umístil Facebook (přes 2,9 mld.),

⁷⁸ HARTMANNOVÁ, Deni a VESELÝ, Ivo. *(Ne)jsem influencer: vše, co potřebujete vědět o online světě, a ještě mnohem víc*. Vydání první. Rohatec: Ráj Elegance s.r.o., 2021, s. 129.

⁷⁹ Tamtéž, s. 133.

podotkněme, že v roce 2020 to bylo 2,8 mld.⁸⁰, v závěsu bylo YouTube (2,5 mld.) a o třetí místo se dělí WhatsApp a Instagram (2 mld.). Nižší, ale rozhodně nezanedbatelné pozice obsadil Tik Tok (přes 1 mld.), FB Messenger (931 mil.), Snapchat (635 mil.), Twitter (556 mil.) a Pinterest (445 mil.).⁸¹

Podíváme-li se na do České republiky, je používání jednotlivých sociálních sítí jiné než ve světě. Výzkum Univerzity Palackého provedl v roce 2022, měsíční výzkum u 9441 respondentů ve věku 11–17 let, průměrný věk respondentů byl 14–37 let. Jedna z otázek byla, jaké sociální sítě respondenti používají. Sociální síť YouTube používalo 93,15 %, na druhém místě byl Instagram 79,80 %, Tik Tok 68,13 %, WhatsApp 66,54 % a na pátém místě Snapchat 61,44 %. Naopak Facebook, který se ve světě umístil na prvním místě, zde získal pouze 39,79 %. Mezi další sociální sítě patřil Messenger, Discord, Pinterest a Twitch.⁸²

Pokud bychom se podívali na nejsledovanější profily na Instagramu, tak mezi první tři nejžádanější, hned po profilu Instagramu (619 mil.), patří Christian Ronaldo (563 mil.), na dalším místě opět fotbalista Lionel Messi (443 mil.) a třetí místo obsadila zpěvačka Selena Gomez (402 mil.), o kousek za ní je herec a kulturista Dwayne Johnson (369 mil.).⁸³

Podíváme-li se na českou scénu, zjistíme, že také žebříčku České republiky vévodí muž, také fotbalista, kterým je Petr Čech (2,4 mil.), za ním je zápasník MMA Makhmud Muradov (2 mil.), třetí místo obsadil zpěvák a moderátor Leoš Mareš (1,1 mil.), čtvrté místo obsadila žena, Anna Šulcová (963 tis.) a pátému místu vévodí youtuber Jirka Král (922 tis.). Mezi top deset patří i Monika Bagárová, horolezec Adam Ondra a originální Karel Kováš alias Kovy (790 tis.).⁸⁴

Výše můžeme vidět, že oproti zahraničním hvězdám a jejich počtu sledujících je to velký rozdíl v porovnání s Českou republikou a jejími influencery. Je až nepředstavitelné, jak velký vliv tito lidé mohou mít.

⁸⁰ FACEBOOK. *Facebook reports Fourth Quarter and Full Year 2020 Results*. [online] Menlo Park, California, 27. ledna 2021. [Citováno 2023-04-01]. Dostupné z: <https://investor.fb.com/investor-news/press-release-details/2021/Facebook-Reports-Fourth-Quarter-and-Full-Year-2020-Results/default.aspx>

⁸¹ CHAFFEY, Dawe. *Global social media statistics research summary 2023* [online]. Publikováno 30. ledna 2023. [cit. 2023-04-05]. Dostupné z: <https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/>

⁸² KOPECKÝ, Kamil, SZOTKOWSKI, René, KVINTOVÁ, Jana, KŘEMÉNKOVÁ, Lucie a VORÁČ, Dominik. *Děti a kult krávy v online světě*. Pedagogická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci, 2022, s. 6–7. [Citováno 2023-04-03] Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/361282790_Deti_a_kult_krasy_v_online_svete_vyzkum

⁸³ GUPTA, Manas sen. *These Are The Most-Followed Instagram Accounts In The World* [online]. 2023, 20. března 2023 [cit. 2023-04-05]. Dostupné z: <https://www.augustman.com/my/culture/events/these-are-the-most-followed-instagram-accounts-in-the-world/>

⁸⁴ VYORÁLKOVÁ, Edita. *TOP 30 největších influencerů na Instagramu v Česku* [online]. 2023, 18. ledna 2023 [cit. 2023-04-05]. Dostupné z: <https://clickbait.cz/2023/01/18/nejsledovanejsi-influenceri-na-ceskem-instagramu-2022/>

3.2.1 Instagram

Pro dnešní adolescenty je slovo Instagram nejspíš moc dlouhé, a tak používají zkrácených tvarů jako *Insta* nebo *IG*. Tato sociální síť svým uživatelům umožňuje sdílet videa, fotografie ve formě příspěvku nebo příběhu, a to s jinými uživateli v celém světě. Tato sociální síť je majetkem společnosti Facebook.

Síť do světa pustili Kevin Systrom a Mike Krieger, a to v roce 2010, jenže tehdy byla podporována pouze systémem IOS. V dnešní době je dostupná i pro systém Android.⁸⁵ V roce 2020 byl Instagram odkoupen a stal se majetkem společnosti Facebook, dnes již Meta.⁸⁶

IG poskytuje svým uživatelům možnost nahrávat videa, které mohou uživatelé upravit pomocí různých filtrů a dále je uspořádat dle hashtagů a zeměpisných oblastí. Není typičtějšího slova pro Instagram jako hashtag. Uživatelé jimi označují příspěvky nebo podle nich vyhledávají příspěvky podobné. Příspěvky si uživatelé regulují sami, mohou být buď veřejné, to je v případě veřejného profilu, nebo s předem schválenými followery, když má někdo soukromý profil. Sledující na této sociální síti podporují svého influencera komentáři nebo lajky. Rok 2018 byl pro Instagram zlomový, dokázal překonat hranici 1 miliardy uživatelů⁸⁷ a v roce 2010 se Instagram dostal na čtvrté místo ve stahovaných aplikacích.⁸⁸

Na Instagramu mohou mít lidé účty soukromé nebo veřejné, od roku 2016 mohou mít samostatný účet i jednotlivé firmy, rok 2019 přinesl možnost účtů i pro tvůrce. Co tyto účty mají navíc? Například podrobnější statistiky, které jsou pro běžného uživatele nepodstatné, ale firmě nebo online tvůrci se mohou náramně hodit a usnadnit jim práci.⁸⁹

Ze začátku dovoľoval Instagram nahrávat fotografie pouze ve čtvercovém formátu, dnes je nejpoužívanějším formátem 4:5, hlavně díky tomu, že zabírá větší část displeje telefonu. Nabízí také možnost fotografií přímo upravit, následně k ní přidat popisek a dát mu až třicet hashtagů, připnout polohu nebo označit další uživatele Instagramu. V roce 2017 Instagram reagoval na

⁸⁵ IQBAL, Mansoor. *Instagram Revenue and Usage Statistics (2021)*. [online]. Business of Apps. Aktualizováno 8. března 2021. [Citováno 2023-03-05]. Dostupné z: <https://www.businessofapps.com/data/instagram-statistics/>

⁸⁶ HARTMANNOVÁ, Deni a VESELÝ, Ivo. *(Ne)jsme influencer: vše, co potřebujete vědět o online světě, a ještě mnohem víc*. Vydání první. Rohatec: Ráj Elegance s.r.o., 2021, s. 41.

⁸⁷ CONSTINE, Josh. *Instagram hits 1 billion monthly users, up from 800 mil in September* [online]. TechCrunch. Publikováno 20. června 2018. [Citováno 2023-04-01]. Dostupné z: [https://techcrunch.com/2018/06/20/instagram-](https://techcrunch.com/2018/06/20/instagram-1-billion-)

[1-billion-users/?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly9lbi53aWtpcGVkaWEub3JnLw&guce_referrer_sig=AQAAAGmhcRpvV4PWhpHl-ndMh4jqnAr39Vw7KzTPn4mu7C5kq272RHYczxNxIUxy9ruCwn0gp0Lt5w-HJlYQA8XqenQ4_LmhC0TR7sHor7jugHr1-bXUqEBRqiddMjlxnzaildIvDG7965Gkwa-wEkTV6RB1x9n9sySRWiUrLGNmGfF7](https://techcrunch.com/2018/06/20/instagram-1-billion-users/?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly9lbi53aWtpcGVkaWEub3JnLw&guce_referrer_sig=AQAAAGmhcRpvV4PWhpHl-ndMh4jqnAr39Vw7KzTPn4mu7C5kq272RHYczxNxIUxy9ruCwn0gp0Lt5w-HJlYQA8XqenQ4_LmhC0TR7sHor7jugHr1-bXUqEBRqiddMjlxnzaildIvDG7965Gkwa-wEkTV6RB1x9n9sySRWiUrLGNmGfF7)

⁸⁸ MILLER, Chance. *These were the most – downloaded apps and games of the decade* [online]. 9to5Mac. Publikováno 17. prosince 2019. [Citováno 2023-04-02]. Dostupné z: <https://9to5mac.com/2019/12/16/apps-and-games-of-the-decade/>

⁸⁹ HARTMANNOVÁ, Deni a VESELÝ, Ivo. *(Ne)jsme influencer: vše, co potřebujete vědět o online světě, a ještě mnohem víc*. Vydání první. Rohatec: Ráj Elegance s.r.o., 2021, s. 42.

vzrůstající počet komerčních spoluprací a propagací a spustil pro firemní účty „Placená partnerství“.⁹⁰

„Feed“ je příspěvek na profilu uživatele, který odpovídá současnému trendu. Za éru této sociální sítě proběhly různé tendence, například sladění do barevného spektra, koláže nebo příspěvky co nejvíc autentické. Zajímavostí je, jak to vlastně bylo s InstaStories. Facebooková společnost chtěla odkoupit Snapchat, ten ovšem na podmínky nepřistoupil, na to reagovala společnost tím, že v roce 2016 spustila podobnou funkci, která se podobala Snapchatu – InstaStories. Tyto „příběhy“ umožňují uživateli sdílet videa a fotografie, které jsou často doprovázené nějakou hudbou, ostatním uživatelům se zobrazí po kliknutí na profilovou fotku uživatele, který stories sdílí. Příběh je vidět pouhých 24 hodin, pokud ho chce mít uživatel uložený trvale, přidá ho do „Highlights“, česky výběrů. Další funkcí jsou tzv. „Blízcí přátelé“ anglicky „Close friends“, kterou Instagram představil v roce 2020. Díky této funkci lze přidávat obsah, který je pro užší skupinu lidí, než jsou naši followeři. IGTV nabízí uživatelům další možnost, jak nahrát video, delší než umožňuje InstaStories, které má maximální délku jednu minutu. Do IGTV je možné nahrát z PC video, které trvá až hodinu a z telefonu až 15 minut. I v tomto případě se jednalo o reakci Facebooku na YouTube, došlo k tomu v roce 2018.⁹¹

Sociální síť musí být pružná a schopná reagovat na své konkurenty, což Instagram udělal znovu v roce 2020, kdy spustil funkci Reels.⁹² Jedná se o možnost pro uživatele, kteří mohou na Instagram nahrát krátká videa, která bývají nastavena na již existující zvukové klipy ostatních příspěvků. Pokud se Vám zdá nápadně podobná něčemu, co znáte, máte pravdu, podobnou možnost nabízí i sociální síť Tik Tok.⁹³

Co se týká algoritmu, je Instagram dosti podobný sociální síti Facebook. Řadí příspěvky a obsah chronologicky, dle času přidání. Stejně jako Facebook vybírá obsah podle toho, co dotyčný sleduje, komentuje, lajkuje, snaží se docílit toho, že uživatel stráví na síti co nejvíc času.⁹⁴

⁹⁰ HARTMANNOVÁ, Deni a VESELÝ, Ivo. *(Ne)jsem influencer: vše, co potřebujete vědět o online světě, a ještě mnohem víc*. Vydání první. Rohatec: Ráj Elegance s.r.o., 2021, s. 45.

⁹¹ Tamtéž, s. 46.

⁹² ALEXANDER, Julia. *Instagram launches Reels, its attempt to key you of Tik Tok* [online]. The Verge. Publikováno 5. srpna 2020. [Citováno 2023-04-02]. Dostupné z: <https://www.theverge.com/2020/8/5/21354117/instagram-reels-tiktok-vine-short-videos-stories-explore-music-effects-filters>

⁹³ VINCENT, James. *Instagram is testing a new videoediting tool called Reels that copies Tik Tok's best features* [online]. The Verge. Aktualizováno 12. listopadu 2019. [Citováno 2023-04-02]. Dostupné z: <https://www.theverge.com/2019/11/12/20960916/instagram-facebook-tiktok-clone-tool-scenes-clips-jane-wong>

⁹⁴ HARTMANNOVÁ, Deni a VESELÝ, Ivo. *(Ne)jsem influencer: vše, co potřebujete vědět o online světě, a ještě mnohem víc*. Vydání první. Rohatec: Ráj Elegance s.r.o., 2021, s. 49.

Během roku 2019 došlo k tomu, že Instagram nezobrazoval počet „likes“. Vysvětlením bylo, že by se uživatelé měli více věnovat obsahu, ne počtu lajků, které vedou k porovnávání se a závisti. Tento fenomén se testoval v různých zemích, dokonce i v České republice se objevují lidé, kteří svoje „srdíčka“ nevidí, ale ani dnes ještě není tato novinka celoplošně spuštěna. V roce 2021 se úspěšnost příspěvku měřila počtem uživatelů, kteří si jej uložili, popřípadě kolik jich poslalo prostřednictvím soukromé zprávy někomu dalšímu. Dále byl důležitý počet komentářů, až na třetím místě byl počet lajků.⁹⁵

3.2.2 Tik Tok

TikTok je oblíbenou sociální sítí adolescentů. V Číně, kde tato sociální síť v roce 2016 vznikla se jí říká *Douyin*, tedy video sharing a vlastníkem je společnost ByteDance.⁹⁶

Tato sociální síť vzlétla raketovou rychlostí, protože již v roce 2017, kdy expandovala na západ, se stala nejstahovanější aplikací v App Store.⁹⁷

TikTok je známý pro svou možnost natáčet krátká videa, která uživatelé poté sdílí. Převážně se jedná o taneční videa nebo videa komediálního typu, popřípadě videa vzdělávací. Videa jsou většinou dlouhá od 15 do 60 vteřin, výjimkou jsou videa třeminutová.⁹⁸ Tato videa mohou ostatní uživatelé lajkovat, komentovat a pomocí hashtagů také vyhledávat. Uživatel vybírá mezi obsahem sledovaných účtů a obsahem, který mu vybírá aplikace.⁹⁹

Máme-li porovnat dvě předchozí sociální sítě porovnat, Instagram se spíše využívá pro sdílení každodenního života svému okruhu přátel, mohli bychom to označit za jakousi komunitu, naopak TikTok slouží k zábavě a ke sledování videí s možností se něco naučit.

Rok 2020 nebyl pro TikTok úplně klidným rokem. Díky celosvětové pandemii Covid-19 došlo k nárůstu uživatelů a jejich aktivitě na této sociální síti. Řada zemí ovšem viděla v TikToku riziko a chtěla ho z bezpečnostních důvodů zakázat. Tak se stalo třeba v Indii, stejně

⁹⁵ HARTMANNOVÁ, Deni a VESELÝ, Ivo. *(Ne)jsem influencer: vše, co potřebujete vědět o online světě, a ještě mnohem víc*. Vydání první. Rohatec: Ráj Elegance s.r.o., 2021, s. 50.

⁹⁶ ISAAC, Mike. *U. S. Appeals Injunction Against Tik Tok Ban*. [online]. The New York Times. ISSN 0362-4331. Publikováno 8. října 2020. [Citováno 2023-04-02]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2020/10/08/technology/us-appeals-injunction-against-tiktok-ban.html>

⁹⁶ SCHWEDEL, Heather. *A Guide to Tik Tok for Anyone Who isn't a Teen*. [online]. Slate Magazine. Publikováno 4. září 2018. [Citováno 2023-04-02.] Dostupné z: <https://slate.com/technology/2018/09/tiktok-app-musically-guide.html>

⁹⁷ HARTMANNOVÁ, Deni a VESELÝ, Ivo. *(Ne)jsem influencer: vše, co potřebujete vědět o online světě, a ještě mnohem víc*. Vydání první. Rohatec: Ráj Elegance s.r.o., 2021, s. 67.

⁹⁸ SCHWEDEL, Heather. *A Guide to Tik Tok for Anyone Who isn't a Teen*. [online]. Slate Magazine. Publikováno 4. září 2018. [Citováno 2023-04-02.] Dostupné z: <https://slate.com/technology/2018/09/tiktok-app-musically-guide.html>

⁹⁹ HARTMANNOVÁ, Deni a VESELÝ, Ivo. *(Ne)jsem influencer: vše, co potřebujete vědět o online světě, a ještě mnohem víc*. Vydání první. Rohatec: Ráj Elegance s.r.o., 2021, s. 67.

bojoval i v USA, kde ho vláda chtěla také zakázat, nepovedlo se, ale došlo k tomu, že byl částečně odkoupen podíl americkými společnostmi Oracle a Walmart.¹⁰⁰

V roce 2023 vychází varování z Národního úřadu pro kybernetiku a informační bezpečnost před hrozbou bezpečnosti v instalaci a používání této čínské aplikace – TikToku. Zvážit používání TikToku doporučuje úřad i široké veřejnosti. Tuto hrozbu hodnotí kyberúřad jako vysokou, také dodává, že zájmy čínského státu mohou být kladeny nad zájem uživatelů. Obsah komunikace nahrává na servery společnosti ByteDance, která pravidelně kontroluje polohu zařízení, má přístup ke kontaktům, informacím o zařízení, Wifi a kalendáři. Tímto způsobem sbíraná data mohou sloužit jako cíl ke kybernetickému útoku na konkrétní osoby. Některé instituce v EU zakázaly používat TikTok ke služebním účelům. USA také odstranilo sociální síť z vládních zařízení a kanadská vláda ho začala od prvního března také blokovat.¹⁰¹

3.2.3 Facebook

Facebook jako sociální síť není na ústupu, pokud budeme sledovat výzkumy, v nichž jsou zařazeni všichni uživatelé sociálních sítí. U adolescentů je však tato síť méně využívána. Nic to však nemění na faktu, že v roce 2021 se stal nejpoužívanější sociální sítí na světě, a to ve všech věkových kategoriích.¹⁰² Dospívající jedinci se pohybují více na Instagramu.

Příběh vzniku Facebooku jako sociální sítě je známý, proto nikoho nepřekvapí, že jejím sídlem v Kalifornii se stalo město Menlo Park. Zakladatelem je známý Mark Zuckerberg, který tuto síť založil s dalšími lidmi, což byli jeho spolužáci z Harvardské univerzity. Byl to Eduard Saverim, Andrew McCollem, Dustin Moskovitz a Chris Hughes. Prapůvodně měl Facebook sloužit pouze studentům na Harvardu, ale postupem času se začal šířit i na další velké univerzity, jako je Kolumbijská univerzita, Yale nebo Stanford, další je následovaly. Název *Facebook* byl použit a odvozen od adresáře užívajícího se na amerických vysokých školách.¹⁰³

Tato sociální síť se uživatelům otevřela v roce 2006, členem se může stát jedinec, který je starší 13 let. Jakmile se člověk zaregistruje, vytvoří si profil, teprve v této chvíli má možnost nahrávat fotografie a následně je sdílet, komentovat příspěvky, ať už své nebo ostatních. Skupinu lidí nazývá „přáteli“, což jsou ostatní uživatelé, kteří tohoto jedince sledují. Jednoduchá otázka: „*Co se vám honí hlavou?*“ jasně říká, k čemu má tato sociální síť sloužit.

¹⁰⁰ HARTMANNOVÁ, Deni a VESELÝ, Ivo. *(Ne)jsem influencer: vše, co potřebujete vědět o online světě, a ještě mnohem víc*. Vydání první. Rohatec: Ráj Elegance s.r.o., 2021, s. 68.

¹⁰¹ *IROZHLAS: TikTok je bezpečnostní hrozba, upozorňuje český kyberúřad. Varuje před používáním aplikace* [online]. 8.3.2023 [cit. 2023-04-01]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/veda-technologie/technologie/tiktok-je-bezpecnostni-hrozba-upozornuje-cesky-kyberurad-varuje-pred-pouzivanim_2303081130_ako

¹⁰² HARTMANNOVÁ, Deni a VESELÝ, Ivo. *(Ne)jsem influencer: vše, co potřebujete vědět o online světě, a ještě mnohem víc*. Vydání první. Rohatec: Ráj Elegance s.r.o., 2021, s. 37.

¹⁰³ HALL, Mark. *Facebook*. [online] Britannica. Aktualizováno 4. února 2021. [Citováno 2023-04-02]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/Facebook>

Jejím úkolem je propojovat a utužovat vztahy, být zprostředkovatelem komunikace mezi uživateli, sdílet mezi uživateli navzájem data a hlavním úkolem je – bavit se.¹⁰⁴

Facebook nabízí možnost připojit se k dalším aplikacím, které může sdílet s ostatními, jedná se o různé zakládání skupin, vytváření událostí, prodej nebo nákup na Marketplacé a asi nejvyužívanější aplikací je Messenger, kde si dotyčný může psát s ostatními uživateli nebo skupinami (společný chat) soukromé zprávy a také tzv. *mizející zprávy*, které se po několika minutách mažou a nelze v nich nic dohledat.¹⁰⁵

Na Facebooku nemusíte vlastnit pouze soukromý profil, lze také zakládat stránky a skupiny, které sdružují více lidí se společným zájmem o určitou věc. Druhy skupin jsou *soukromé*, *veřejné* a *tajné*. Co se týká obsahu, tak do veřejných mohou nahlédnout a přispět všichni, do soukromé pouze schválení uživatelé a do tajné vás musí přímo pozvat jeden z uživatelů, jinak skupinu nevyhledáte. Skupiny jsou využívány hojně firmami, influencery nebo online tvůrci.

Přes aplikaci Messenger se také dají posílat soubory nebo další multimédia, jako fotografie nebo videa, ovšem u fotografií hrozí snížení jejich kvality. Messenger disponuje také možností zprávy nejen psát, ale i diktovat nebo nahrávat přímo zprávy hlasové, které dříve byly pouze na jednu minutu, ovšem v této chvíli je už limit neomezen. Přes aplikaci je také možné volat i pořádat videohovor.

Kromě benefitů, které Facebook přináší, tak jako každá věc má i svou stinnou stránku, proto je to pro některé dosti kontroverzní téma. Nejčastěji zmiňovaným problémem je, že má tato sociální síť negativní psychologické účinky na své uživatele. Jedinci mohou trpět závislostí, což může vést k nižší sebeúctě. Dalším často zmiňovaným problémem je snadné šíření poplašných zpráv, hoaxů, fake news, různých konspiračních teorií nebo nenávislných projevů, ať už k čemukoli nebo komukoli. Je to snadná zbraň, jak rychle rozšířit myšlenku. Zároveň je dobré zmínit, že na sociálních sítích a obecně na internetu nebo v psané komunikaci může docházet k tomu, že uživatelé napíší něco, co by nikdy neřekli nahlas, cítí se pořád anonymně a bezpečně, což je ovšem mylná myšlenka.¹⁰⁶

Podívejme se ještě na algoritmus Facebooku, důležité je podotknout, že facebooková stránka dvou uživatelů nebude nikdy stejná. Sociální síť Facebook sleduje, co uživatel na internetu/sociální síti dělá, a podle toho vybírá obsah, který mu zobrazí. Cílem je, aby uživatelé

¹⁰⁴ HARTMANNOVÁ, Deni a VESELÝ, Ivo. *(Ne)jsem influencer: vše, co potřebujete vědět o online světě, a ještě mnohem víc*. Vydání první. Rohatec: Ráj Elegance s.r.o., 2021, s. 37.

¹⁰⁵ HALL, Mark. *Facebook*. [online] Britannica. Aktualizováno 4. února 2021. [Citováno 2023-04-02]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/Facebook>

¹⁰⁶ MAHDAWI, Arwa. *Is 2019 the year you should finally quit Facebook?* [online]. The Guardian. 21. prosince 2018. [Citováno 2023-04-03]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/dec/21/quit-facebook-privacy-scandal-private-messages>

trávili čas na sociálních sítích, a tak jim vybírá věci, které vyhodnotí, že by je mohly zajímat a líbit se jim. Je schopný také vyhodnotit, který odkaz by ho mohl odvést ke konkurenci, a tak ho upozadí. Neustále hodnotí uživatelské reakce a komentáře. Každý den dochází k nárůstu obsahu, což komplikuje selekci a zmenšuje šanci na prosazení bez reklamy.¹⁰⁷

Mark Zuckerberg, zakladatel Facebooku, v roce 2021 oznámil, nové jméno společnosti Meta, původní název Facebook je už pouze název pro samotnou sociální síť.¹⁰⁸

3.2.4 Snapchat

Tato sociální síť slaví největší úspěch u dospívajících jedinců, spíše mezi mladšími generacemi do šestnácti let. A co Snapchat je? Jedná se o aplikaci sloužící ke sdílení různých multimediálních zpráv, a byla vytvořena Snap Inc. Multimediální zprávy nebo obrázky jsou dostupné pouze krátkou dobu a následně se pro příjemce stanou nedostupnými. Možností, jak si zprávy uchovat, je, nechat je v prostoru, kterému se říká v tzv. „mých očích“, toto místo je chráněno heslem. Sociální síť Snapchat se zrodila na půdě Standfordské univerzity a založili ji Evan Spiegel, Bobby Murphy a Reggie Brown.¹⁰⁹ Na svět přišla v červenci roku 2011 a původní název bylo Picaboo.¹¹⁰

Na Snapchatu je důraz kladen zejména na interakci uživatelů této sociální sítě a virtuální nálepky, která je spojena s dalšími objekty rozšířené reality.

Snapchat má také svou temnou stránku, tou je, že může být spouštěčem tělesné dysmorfické poruchy, ke které dochází při nadměrnému užívání této aplikace. Snapchat umožňuje přetvářet tělo i obličej uživatele. Dokazuje to i studie, která byla realizována v roce 2018 ve zdravotnickém centru v Bostonu. V eseji s názvem *JAMA Facial Plastic Surgery* identifikovali nový fenomén, který byl označen jako „Snapchatová dysmorfie“. Lidé poptávali služby plastické chirurgie, aby vypadali jako ze svých snapchatových filtrů, tedy jako dokonalá verze sebe sama.¹¹¹

Jak už bylo zmíněno výše, společnost Facebook, dnes Meta, se pokusila Snapchat odkoupit, ale koupě neproběhla, protože Snapchat si chtěl zachovat samostatnost. Instagram tak reagoval

¹⁰⁷ HARTMANNOVÁ, Deni a VESELÝ, Ivo. *(Ne)jsem influencer: vše, co potřebujete vědět o online světě, a ještě mnohem víc*. Vydání první. Rohatec: Ráj Elegance s.r.o., 2021, s. 39.

¹⁰⁸ Tamtéž, s. 38.

¹⁰⁹ GILLETE, Felix. Snapchat Reaches Settlement With Its Disappearing Co-Founder. [online]. Bloomberg. 10. září 2014. [Citováno 2023-04-03]. Dostupné z: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2014-09-09/snapchat-settles-reggie-brown-suit-credits-him-with-original-idea>

¹¹⁰ HARTMANNOVÁ, Deni a VESELÝ, Ivo. *(Ne)jsem influencer: vše, co potřebujete vědět o online světě, a ještě mnohem víc*. Vydání první. Rohatec: Ráj Elegance s.r.o., 2021, s. 65.

¹¹¹ MEDIAL CENTER, BOSTON. *A new reality for beauty standards. How selfies and filters affect body image*. [online]. Eurekalert. The American Association for the Advancement of Science (AAAS). Publikováno 2. srpna 2018. [Citováno 2023-04-03]. Dostupné z: https://www.eurekalert.org/pub_releases/2018-08/bmc-anr080118.php

funkcemi, které byly dosti podobné funkcím Snapchatu. Pro tuto sociální síť to znamenalo zřetelný úbytek na popularitě a následně postupný úpadek.¹¹²

3.2.5 BeReal

Poměrně nová aplikace slaví velký úspěch mezi uživateli a je u adolescentů poměrně oblíbená, ovšem pořád ne tak jako Instagram nebo Tik Tok. V čem tedy spočívá jedinečnost této aplikace? Jak už název napovídá, BeReal vybízí k opravdovosti jedince. Je tedy kontra dokonalosti konkurenčních sociálních sítí, kde v čele stojí právě Instagram. Aplikace funguje dosti jednoduše. Každý den se vám jako uživateli objeví notifikace, vždy v jinou hodinu a vy máte ideálně do dvou minut vyfotit, co právě v dané chvíli děláte, bez příkras.¹¹³

Vznik této sociální sítě se datuje k roku 2020. V roce 2021 mělo BeReal asi deset tisíc denních uživatelů, v roce 2022 číslo vystoupalo až k 15 milionům. Monitoringová služba Sensor Tower zjistila, že na konci září 2022 překonala aplikace 50 milionů stažení.¹¹⁴

Problémem technického charakteru této sociální sítě je fakt, že ve chvíli, kdy v jednu chvíli všichni uživatelé chtějí nahrát „své BeReal“, může dojít ke kolizi, jelikož dojde k velkému náporu, ale technické zázemí této aplikace není úplně valné. Dochází k tomu, že nahrávání fotografie uživatele se může protáhnout na několik minut, což může mnohé odradit k dalšímu užívání.¹¹⁵

Soupeření mezi sociálními sítěmi vede k tomu, že hlavní konkurenti chtějí pořád zlepšovat své funkce a přitáhnout zpět uživatele a zároveň „ulovit“ nové. Proto Instagram a Tik Tok odpovídají oboustranným filtrem v případě IG a Tik Tok s kopií BeRealu, která nese název *TikTok now* (stejně jako Snapchat).¹¹⁶

3.3 Zařazení problematiky do RVP

V této kapitole se pokusíme nastínit problematiku potenciálních vlivů sociálních sítí na dospívajícího jedince, konkrétně nás bude zajímat, jak jsou sociální sítě ukotveny v RVP ZV, tedy v Rámcovém vzdělávacím programu po základní vzdělávání.

RVP tvoří závazný rámec pro vytváření školních vzdělávacích programů škol všech oborů předškolního, základního uměleckého, základního, jazykového a středního vzdělávání.

¹¹² HARTMANNOVÁ, Deni a VESELÝ, Ivo. *(Ne)jsem influencer: vše, co potřebujete vědět o online světě, a ještě mnohem víc*. Vydání první. Rohatec: Ráj Elegance s.r.o., 2021, s. 65.

¹¹³ SCHNEIDER, Matěj. *Aplikace BeReal je sociální hit roku. Zvládne své problémy, nebo ji spolknou konkurence?* [online]. 26. 10. 2022 [cit. 2023-04-01]. Dostupné z: <https://wave.rozhlas.cz/aplikace-bereal-je-socialni-hit-roku-zvladne-sve-problemy-nebo-ji-spolkne-8856297>

¹¹⁴ Tamtéž.

¹¹⁵ Tamtéž.

¹¹⁶ Tamtéž.

Rámcový vzdělávací program je ukotven v zákoně č. 561/2004 Sb., o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání, tedy ve školském zákoně.¹¹⁷

V tomto dokumentu se stanovují především konkrétní cíle, formy, délka a povinný obsah vzdělávání, a to odborného dle zaměření daného oboru vzdělání, jeho organizační uspořádání, profesní profil, podmínky průběhu a ukončování vzdělávání a všeobecného vzdělávání. Jsou zde také zásady pro tvorbu školních vzdělávacích programů. Také jsou zde zakotveny podmínky pro vzdělávání žáků se speciálními vzdělávacími potřebami a nezbytné materiální, personální a organizační podmínky a podmínky bezpečnosti a ochrany zdraví.¹¹⁸

RVP musí odpovídat nejnovějším poznatkům jednotlivých vědních disciplín, jejichž praktické využití a základy má vzdělávání zprostředkovat. Důležité je také přihlídnout do oborů pedagogiky a psychologie, které pomohou stanovit účinné metody a organizační uspořádání vytvořit tak, aby vzdělávání bylo přiměřené věku.¹¹⁹

Rámcový vzdělávací program je neustále revidován, což se děje jednou za čtyři roky. Poslední revize RVP proběhla v roce 2021, v současné době se pilně pracuje na revizi, která vyjde v platnost v roce 2025. Co by měla revize přinést? *„Nové RVP přinesou především provzdušnění a zpřehlednění učiva, zároveň také jednoznačněji formulované cíle a vymezení požadovaného obsahu. Spolu s tím bude také poskytována podpora v podobě snadno využitelných a ověřených metodických materiálů jak pro plánování výuky, tak pro práci v hodinách a ověřování výsledků vzdělávání. Učitelky a učitelé tak budou moci lépe využívat prostor, který jim RVP dává, a přizpůsobovat výuku potřebám dětí, školy i sebe.“*¹²⁰

S problematikou sociálních sítí ještě revize RVP úplně nepočítala, přitom využití sociálních sítí v různých předmětech se přímo nabízí. Využívání informačních a komunikačních prostředků a technologií pro kvalitní a účinnou komunikaci s okolním světem je zakotveno a patří do komunikativních kompetencí, kterou jsou v RVP zakotveny. V části C RVP, páté kapitole s názvem Informatika najdeme už v úvodu do předmětu větu, která vysvětluje důležitost správného přístupu k technologiím a zní: *„Pochopení, jak digitální technologie*

¹¹⁷ RVP – Rámcové vzdělávací programy. Edu.cz [online]. [cit. 2023-04-02]. Dostupné z: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/>

¹¹⁸ Tamtéž.

¹¹⁹ Tamtéž.

¹²⁰ Proč je třeba revidovat RVP ZV?. Revize rámcových vzdělávacích programů [online]. [cit. 2023-04-16]. Dostupné z: <https://velke-revize-zv.rvp.cz/>

*fungují, přispívá jednak k porozumění zákonitostem digitálního světa, jednak k jejich efektivnímu, bezpečnému a etickému užívání.*¹²¹

Pro naši práci nás nejvíce zajímá očekávaný výstup pro druhý stupeň pod názvem *Digitální technologie I-9-4-05 dokáže usměrnit svoji činnost tak, aby minimalizoval riziko ztráty či zneužití dat; popíše fungování a diskutuje omezení zabezpečovacích zařízení*¹²². Výstup je podklad pro učivo o bezpečnosti v online prostředí, ale také pro digitální identitu, kde jedinec řeší, jakým způsobem probíhá sdílení informací a multimédií na internet a jejich trvalost, zároveň řeší fungování algoritmů, na kterých je obsah sociálních sítí a jeho zpřístupnění osobě závislý.¹²³

Důležitou částí je šestá kapitola, v části C, která nese název *Mediální výchova*. Ta by měla žáka vybavit základní úrovní mediální gramotnosti. „*Propojení Mediální výchovy s digitálními technologiemi zdůrazňuje témata a činnosti týkající se mediální komunikace, bezpečnosti komunikace a minimalizace rizik, potřeby rozlišovat mezi soukromou a veřejnou komunikací a vnímat naléhavost neustálého kritického vyhodnocování informací a mediálních sdělení. Pro plnohodnotné zapojení žáků do mediální komunikace je třeba vytvářet příležitosti a podmínky k tvorbě mediální produkce a k vědomému využívání různých výrazových prostředků a tvořivých realizačních postupů.*“¹²⁴

Bohužel přímo sociálním sítím se žádný obor RVP ZV konkrétně nevěnuje, zde byly pouze okrajově zmíněny obory, které s problematikou sociálních sítí aspoň trochu souvisí. Ovšem nutně musíme podotknout, že tato problematika ještě v době tvoření RVP nebyla tolik rozšířená. Výzkumy, které byly prováděny jsou až pozdějšího data, což potvrzujeme v teoretické části práce. Také pevně věříme, že s budoucí revizí RVP by se to mohlo změnit. Prostor sociálních sítí má v RVP své místo. Dají se využít nejen abychom žákům ukázali, jak s nimi pracovat, co sdílet, co nesdílet, popřípadě jak si chránit soukromí, ale můžeme využít i stránku, kde se žáci naučí třídít informace, nebo se dozví nové informace. Zajímavou aktivitou je třeba námět učebních činností pro rozvoj gramotnosti do hodin *Výchova ke zdraví* nebo *Výchova k občanství*, nesoucí název *Sociální sítě žijí zdravím*. Zde můžeme žákům vybrat jednotlivé influencery, kteří jsou hybateli společenského hnutí a nechat je, ať vytvoří analýzu

¹²¹ *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání* [online]. Praha: MŠMT 2021, s. 38. [Citováno 2023-04-15]. Dostupné z: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcovy-vzdelavaci-program-pro-zakladni-vzdelavani-rvp-zv/>

¹²² Tamtéž, s. 43.

¹²³ Tamtéž, s. 43.

¹²⁴ Tamtéž, s. 144–145.

příspěvků jednotlivých influencerů, které podporují zdravý životní styl a vedou k využitelnosti v jejich vlastním životě.¹²⁵

Využití pro další předměty by mohlo probíhat obdobně. Myslím, že je také důležité seznamovat děti se sociálními sítěmi v nižším věku, jak ukázal výzkum této práce mnoho současných dospívajících měli zaleženou sociální síť již před příchodem na druhý stupeň základního vzdělávání, tudíž by bylo namístě začít s edukací již v rámci čtvrté a páté třídy.

¹²⁵ Sociální síť žijí zdravím. *Revize rámcových vzdělávacích programů* [online]. [cit. 2023-04-16]. Dostupné z: <https://clanky.rvp.cz/clanek/22856/SOCIALNI-SITE-ZIJI-ZDRAVIM.html>

4 Vliv sociálních sítí na dospívající

Sociální sítě jsou něco, bez čeho si dnešní adolescenti nedokážou svůj život vůbec představit. Není se čemu divit, protože technika a online prostředí jsou s nimi už od kolébky a není možné toto spojení mezi nimi přerušit. Existuje jen málo jedinců, kteří nepoužívají sociální sítě nebo se snaží o život „offline“, většinou se jedná o jedince starších generací nebo revolucionáře, kteří chtějí něčím vyniknout. Velkému rozmachu a používání sociálních sítí nepomohla ani pandemie Covid-19, kdy jejich používání rapidně stoupl.

Do popředí zájmu mezi psychology se tedy dostává otázka, zda mají sociální sítě na člověka nějaký vliv, popřípadě jaký.

Zajímavá je studie *The role of social media in the process of shaping the „body cult“ among young women*, od Aleksandry Iwanicke, která se zabývá tématem, jakou roli hrají sociální média na vnímání a vytváření pohledu na své tělo u mladých žen.¹²⁶ Autorka se v článku domnívá, že mladé ženy jsou sociálními sítěmi tlačeny, aby rozvíjely své fyzické schopnosti. Upozorňuje na to, že může u dívek na základě používání sociálních sítí docházet, k nadměrné snaze a touze po perfektní postavě a přivést je k rizikovému chování. Důležitým hybatelem je prostředí, kde dívka vyrůstá. Už od útlého věku dochází k tomu, že dívky se srovnávají nejen se svými vrstevnicemi, ale hlavně s atraktivními ženami, z médií, časopisů či z televize. Právě sociální sítě tento nátlak ještě prohloubily. Dívka už se nesrovnává pouze při čtení časopisu nebo dívání se na televizi, ale i při scrollování na sociální síti, kde na ni vyběhne mnoho fotek a vjemů, které ji mohou ovlivnit na její další cestě. Můžeme se zamyslet nad otázkou, proč toto dobrovolně dělají? Co je k tomu vede?¹²⁷

Další zajímavou otázkou si autorky kladou i v oblasti zdravého životního stylu, který je na sociálních sítích hojně prezentován. Upozorňují na fakt, že i nadměrná kontrola a dodržování zdravého životního stylu může vést k psychopatologii, ne ke zdravému životnímu stylu a lepšímu sebehodnocení. Dle autorky Iwanicke jsou sociální sítě spíše diktátem, který dospívající a mladé ženy vede k přehnané kontrole nad vlastním tělem a nadměrnému cvičení, aby dosáhly atraktivnějšího vzhledu.¹²⁸

Dospívající hledající vlastní identitu jsou velmi ohrožení a náchylní k případnému srovnávání. Ve vyšších fázích dospívání už pohled na jednotlivce neurčuje rodina, ale spíše vrstevníci a ostatní lidé, ke kterým chovají nějaký cit nebo obdiv. Ziółwska uvádí čtyři faktory,

¹²⁶ IWANICKA, Aleksandra, SOROKA, Ewelina. The role of social media in the process of shaping the „body cult“ among young women. *Current Problems of Psychiatry*, 2020, vol. 21, no. 1, s. 15–21.

¹²⁷ Tamtéž, s. 15.

¹²⁸ Tamtéž, s. 15–16.

keré mohou vést k negativnímu přístupu vnímání sebe samých u dospívajících jedinců. Upozorňuje, že velká část pozornosti je upřená na tělo, což vede k posuzování jeho přitažlivosti pro ostatní.¹²⁹ Toto tvrzení potvrzuje výzkum Univerzity Palackého, kde byli respondenti dotazováni na spokojenost se svým tělem a obličejem. Co se týká těla vyjádřilo svou spokojenost 46 % respondentů, 24 % respondentů vnímalo svoje tělo neutrálně a 29 % bylo se svým tělem nespokojeno. Obličej byl vnímán obdobně. Spíše spokojeno bylo 50 % dětí, neutrální postoj zaujímalo 28 % respondentů a 21 % bylo se svým obličejem nespokojeno. Zároveň výzkum zmiňuje, po jakém vylepšení adolescenti touží. Nejvíce chce zlepšit svou postavu, chtějí zhubnout (34 %), nebo nabrat hmotu (31,51 %), 8 % by rádo změnilo svou velikost prsou a tvar nebo velikost pozadí. „Lze předpokládat, že děti, které ke svému tělu či obličejí nemají příliš pozitivní postoj, budou reagovat citlivěji při vystavení urážkám, zesměšňování či šikaně v online i reálném prostředí.“¹³⁰

Ziółwska dochází také k názoru, že v žebříčku hodnot adolescentů je vzhled umístěn vysoko a jedná se o důležitou složku sebeúcty. Zároveň zmiňuje, že je důležité upozornit na náchylnost adolescentů, zejména pak dívek, na vliv médií.¹³¹

Tuto problematiku řeší ve svém kolektivním výzkumu i Silje Steinsbek, který nese název *The impact of social media use on appearance self-esteem from childhood to adolescence*, ten zmiňuje, že je podstatné si položit otázku, zda používání sociálních sítí u adolescentů je spíše v orientaci „na ostatní“ nebo „na sebe“. Dochází k závěru, že pokud je jedinec spíše pasivní uživatel, tedy nepřidává žádný obsah, tak to může mít za následek depresi a značnou nepohodu. Aktivní využívání sociálních sítí vede k menší pravděpodobnosti rozvinutí deprese. Dále zmiňuje, že pokud je adolescentní jedinec ve využívání aktivní, snaží se o určitou originalitu příspěvků, což může mít za následek i vyšší sebevědomí. Pokud je jedinec orientován spíše pasivně, může snadno dojít ke srovnávání, které má bezesporu špatný vliv na psychiku a sebevnímání adolescenta.¹³²

¹²⁹ ZIÓŁKOWSKA B. *Okres dorastania. Jak rozpoznać ryzyko i jak pomagać?* In: BRZEZIŃSKA, Anna (ed.). *Psychologiczne portrety człowieka. Praktyczna psychologia rozwojowa*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne: 2005, s. 379–423.

¹³⁰ KOPECKÝ, Kamil, SZOTKOWSKI, René, KVINTOVÁ, Jana, KŘEMÉNKOVÁ, Lucie a VORÁČ, Dominik. *Děti a kult krásy v online světě*. Pedagogická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci, 2022, s. 8. [Citováno 2023-04-03] Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/361282790_Deti_a_kult_krasy_v_online_svete_vyzkum

¹³¹ ZIÓŁKOWSKA B. *Okres dorastania. Jak rozpoznać ryzyko i jak pomagać?* In: BRZEZIŃSKA, Anna (ed.). *Psychologiczne portrety człowieka. Praktyczna psychologia rozwojowa*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne: 2005, s. 379–423.

¹³² STEINBEKK, Silje, WICHSTRØM, Lars, STENSENG, Frode, NESI, Jacqueline, HYGEM, Beate Wold, SKALICKÁ, Věra. *The impact of social media use on appearance self-esteem from childhood to adolescence – A 3-wave community study*. *Computers in Human Behavior*, January 2021, vol. 114, s. 2.

Steinsbekk také upozorňuje na problematiku genderu. Protože dle jeho názoru je na ženy vyvíjen mnohem větší tlak skrze jednotlivá média. Ženám je předhazováno, jak by měly vypadat. Důležité je zmínit, že ženy jsou ke srovnávání se mezi sebou náchylnější než muži.¹³³

Klíčem k používání sociálních sítí, tedy vzhledem k orientaci, jsou na tom lépe jedinci, kteří jsou orientováni „na sebe“, protože jsou více sebevědomí, a tak u nich nedochází k tak radikálnímu ovlivnění zpětnou vazbou. Naopak lidé, co vykazují menší sebevědomí, se více bojí zpětné vazby, bojí se, že příspěvek nebude úspěšný, tudíž ho před zveřejněním poměrně dlouho upravují a někdy dojde k tomu, že příspěvek se na sociální síti ani neobjeví.¹³⁴

Silja Steinsbekk svůj výzkum realizoval v Norsku a bylo do něj zapojeno téměř 1000 rodin s dětmi ve věku 10–14 let. Zabýval se převážně orientací „na sebe“ a „na ostatní“. Výsledkem bylo zjištění, že u jedinců, kteří se na sociálních sítích orientují více na ostatní uživatele, se postupně snižuje sebedůvěra, protože scrollování profilů ostatních uživatelů může vést k porovnávání s vlastním životem. Takto směřovaná dlouhodobá orientace může mít negativní vliv na identitu jedince, která se v tomto citlivém období teprve dotváří. Ve studii nebyl jednoznačně prokázán fakt, že opačná orientace, tedy „na sebe“ by vedla k méně častému hodnocení a sledování profilů jiných uživatelů.¹³⁵

Nejen sociální sítě definují sebedůvěru dospívajícího, ale jejich vliv je více než patrný. Se zajímavou studií, zaměřenou pouze na dívky, přichází Christopher J. Ferguson, který představil *Concurrent and Prospective Analyses of Peer, Television and Social Media Influences on Body Dissatisfaction, Eating Disorder Symptoms and Life Satisfaction in Adolescent Girls*. V tomto výzkumu se zaměřuje na problematiku, která se týká vrstevnického soutěžení mezi dívkami, což je pro něj silnějším faktorem než sociální sítě.¹³⁶

Tento výzkum sice nedokázal žádné přímé důkazy, že sociální sítě nebo média měla vést k rizikovému chování u dívek, ale upozorňuje, že není možné, abychom se dívali na problém pouze z jedné strany. Ferguson upozorňuje, že je důležité podívat se i na vliv prostředí a povahu jedince. Proto i ve studii důrazně upozorňuje na vliv vrstevníků, u kterých hledá inspiraci, vzor i přijetí. Protože pokud bude v partě dívek slečna, která je mírně zaoblená, když ostatní kamarádky jsou hubené a jako ideál krásy pro ně je hubená modelka, tak nejspíše dojde k tomu,

¹³³ STEINBEKK, Silje, WICHSTRØM, Lars, STENSENG, Frode, NESI, Jacqueline, HYGEM, Beate Wold, SKALICKÁ, Věra. The impact of social media use on appearance self-esteem from childhood to adolescence – A 3-wave community study. *Computers in Human Behavior*, January 2021, vol. 114, s. 2.

¹³⁴ Tamtéž, s. 2.

¹³⁵ Tamtéž, s. 3.

¹³⁶ FERGUSON, Christopher J., MUÑOZ, Mónica E., GARZA Adolfo, GALINDO, Mariza. Concurrent and Prospective Analyses of Peer, Television and Social Media influences on Body Dissatisfaction, Eating Disorder Symptoms and Life Satisfaction in Adolescent Girls. *Journal of Youth and Adolescence: A Multidisciplinary Research Publication*. January 2014, vol. 43, no. 1, s. 2.

že dívka bude nespokojená s vlastním tělem. Ferguson tedy říká, že by se měl pohled upřít spíše na vztahy.¹³⁷

Přes výše zmíněné poznatky dochází k názoru, že pořád mají sociální média větší vliv než televize nebo časopisy. Na sociálních sítích dochází k vzájemnému působení s lidmi reálnými, ne fiktivními. Autor dále dodává, že sociální sítě a online prostředí jsou živnou půdou pro soupeření, ke kterému v adolescenci dochází hlavně mezi vrstevníky, a to pak vede k rizikovému chování u dívek. Pokud spojíme sociální sítě a soupeření s vrstevníky dojdeme dle Fergusonova zjištění, že může dojít k tzv. nepřímému ovlivnění.¹³⁸

¹³⁷ FERGUSON, Christopher J., MUÑOZ, Mónica E., GARZA Adolfo, GALINDO, Mariza. Concurrent and Prospective Analyses of Peer, Television and Social Media influences on Body Dissatisfaction, Eating Disorder Symptoms and Life Satisfaction in Adolescent Girls. *Journal of Youth and Adolescence: A Multidisciplinary Research Publication*. January 2014, vol. 43, no. 1, s. 2–3.

¹³⁸ Tamtéž, s. 10.

5 Praktická část

Pro praktickou část této diplomové práce, byl zvolen kvantitativní výzkum, který nám umožňoval pracovat s větším objemem dat, a přinesl výsledky, které lze zobecnit na širší populaci.

Výzkum této diplomové práce byl prováděn za pomoci dotazníkového šetření prostřednictvím platformy Google. Respondenti dotazník vyplňovali online. Respondenty tohoto výzkumu byli adolescenti ve věku 11 až 16 let, kteří navštěvovali v době výzkumného šetření (tedy ve dnech 20. února až 1. března 2023) základní školu.

5.1 Metodologie

5.1.1 Co je to kvantitativní výzkum?

Kvantitativní výzkum umožňuje zkoumat větší celky prostřednictvím analýzy hromadných dat. Tyto přístupy vypovídají o velkých celcích, a tak přinášejí zobecnitelné poznatky, které jsou reprezentativní pro celé populace. Kvantitativní výzkum je záměrný a systematická činnost, která empirickými metodami zkoumá hypotézy o vztazích mezi pedagogickými jevy.¹³⁹

V kvantitativním výzkumu pracujeme s tzv. tvrdými daty. Jsou to data, která mají numerický charakter nebo je lze na čísla převést. Tato data se získávají buď shromažďováním nějakou institucí (např. tabulky úmrtnosti či statistiky rozvodovosti), nebo se získávají různými výzkumnými technikami podle typu výzkumu.¹⁴⁰

Nejčastější výzkumnou technikou pro kvantitativní výzkum je hromadné dotazníkové šetření (survey), případně statistické šetření. Pokud dané jevy zkoumáme standardizovaným měřením a používáme statistickou práci s číselnými údaji, můžeme odhalovat opakující se pravidelnosti a následně formulovat predikce a závěry, které lze zobecnit na širší populaci. Kvantitativní výzkum přináší pouze omezené množství informací a soustředí se zpravidla na jedno téma či otázku, za to ale tyto informace získává od širokého okruhu respondentů.¹⁴¹

Kvalita empirického šetření se posuzuje podle čtyř kritérií: **validity, reliability, relevance a senzitivity. Validita (platnost)** určuje, do jaké míry jsou techniky sběru a analýzy dat zvolené pro konkrétní typ šetření schopny skutečně postihnout zkoumaný jev. **Vnitřní (interní) validita** se vztahuje k designu, struktuře a průběhu výzkumu a **vnější (externí) validita**

¹³⁹ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014, s. 49–50. CHRÁSKA, Miroslav. *Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu*. 2., aktualizované vydání. Praha: Grada, 2016, s. 11.

¹⁴⁰ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014, s. 51.

¹⁴¹ Tamtéž, s. 51.

vypovídá o možnosti zobecnit výsledky. **Reliabilita (spolehlivost)** odkazuje na to, do jaké míry by se data získaná v opakovaném měření shodovala s daty získanými v předchozích výzkumech. Relevance hodnotí vhodnost zvolené výzkumné metody pro danou problematiku a senzitivita se vztahuje k přesnosti měření zvoleného nástroje pro měření dat.¹⁴²

5.1.2 Dotazník

Dotazník je velmi frekventovanou metodou získávání dat. Je to způsob kladení otázek a získávání písemných odpovědí. Jedná se o soustavu předem připravených a pečlivě formulovaných otázek, na které respondenti odpovídají písemně. Otázky kladené prostřednictvím dotazníku se mohou vztahovat k jevům vnějším i k jevům vnitřním. V některých oborech se postupně upouští od používání dotazníku jako metody sběru dat, v pedagogice je však neustále využíván poměrně často. Výhodou dotazníku je, že umožňuje rychlé shromažďování dat od velkého množství respondentů.¹⁴³

Anonymním dotazníkem, kterým byl i dotazník používaný při sběru dat pro tuto práci, získáme pravdivější údaje. Na druhou stranu zde však hrozí riziko, že respondenti budou k vyplňování přistupovat nezodpovědně a recesivně.¹⁴⁴

5.1.3 Forma otázek v dotazníku

Podle toho, jakou od respondentů požadujeme odpověď, dělíme položky v dotazníku na otevřené a uzavřené (nestrukturované a strukturované). U uzavřených položek respondent vybírá z navržených odpovědí, u otevřených položek odpověď sám vytváří.¹⁴⁵

Uzavřené položky umožňují jednodušší vyhodnocování odpovědí a respondenti bývají ochotnější k vyplňování dotazníku, ve kterém mají odpovědi připravené. Nevýhodou uzavřených otázek je pak skutečnost, že je nutné všechny možné odpovědi vtěsnat do připraveného schématu. V případě uzavřených otázek pak rozlišujeme položky dichotomické, kdy respondent vybírá ze dvou vzájemně se vylučujících odpovědí (ano – ne). O nepravou dichotomii se jedná v případě, že na položku existují dvě odpovědi, které se navzájem nevylučují. Polytomické položky pak umožňují více odpovědí než dvě a dělíme je na výběrové, výčtové a stupnicové. Polytomické položky musí nabízet vyčerpávající možnosti výběru odpovědi, ale zároveň ne příliš početné. Obává-li se výzkumník, že ve výčtu odpovědí některou

¹⁴² SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014, s. 53-56. CHRÁSKA, Miroslav. *Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu*. 2. aktualizované vydání. Praha: Grada, 2016, s. 32-34.

¹⁴³ Tamtéž, s. 158.

¹⁴⁴ Tamtéž, s. 169.

¹⁴⁵ Tamtéž, s. 160.

odpověď neuvede, může zvolit nabídku „jiná odpověď“, což se nazývá polouzavřenou položkou.¹⁴⁶

5.1.4 Zobrazování dat

Sesbíraná data můžeme v případě kvantitativního šetření zobrazovat v grafické podobě, která umožní lepší přehlednost a porovnání jednotlivých dat. K tomu se používají například výšečové grafy, součtové křivky, polygony četností nebo histogramy četností apod. V této práci používáme primárně histogramy četností a výšečové grafy. Histogram četností je sloupcový graf, který zobrazuje na jedné ose naměřené hodnoty a na druhé ose četnosti hodnot. Výšečový diagram pak slouží k názornému zobrazení struktury složení výběrového souboru.¹⁴⁷

5.2 Výzkumné otázky

1. Jakým způsobem současní adolescenti využívají sociální sítě?
2. Jak se adolescenti sebe prezentují na sociálních sítích?
3. Jaký vliv mají sociální sítě na sebehodnocení adolescentů?
4. Jaké další vlivy mají sociální sítě na adolescenty?

5.3 Charakteristika výzkumného šetření

Pro tuto práci bylo použito kvantitativní šetření, které nám umožňuje pracovat s větším vzorkem respondentů. Kvantitativní šetření umožňuje získat objektivní data, která pak lze zobecnit.

Výzkumnou metodou pro toto šetření byl dotazník s otevřenými i uzavřenými otázkami v online podobě. Pro vytvoření dotazníku byla použita platforma Google a dotazník byl respondentům distribuován pomocí odkazu. Respondenti odpovídali na otevřené i uzavřené otázky.

Respondenty byli chlapci a dívky z druhého stupně základních škol, tj. ve věku 11–16 let. Výzkumu se zúčastnily dvě základní školy – FZŠ Hálkova Olomouc a ZŠ Velehrad. Realizátorka výzkumu byla přítomna při zadávání a vyplňování dotazníku. Respondenti byli před vyplňováním seznámeni s tím, čeho se výzkumné šetření týká, a byla jim vysvětlena definice sociálních sítí, aby nedošlo k jejich zaměňování s jinými aplikacemi.

Výzkum byl realizován ve dnech 20. – 24. února 2023 na FZŠ Hálkova Olomouc a 1. března 2023 na ZŠ Velehrad. Záměrně byla vybrána jedna škola z města nad 100 000 obyvatel a jedna škola z vesnice (1200 obyvatel).

¹⁴⁶ CHRÁSKA, Miroslav. *Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu*. 2. aktualizované vydání. Praha: Grada, 2016, s. 160–161.

¹⁴⁷ Tamtéž, s. 37–39.

Hlavním cílem výzkumného šetření bylo zjistit, jaký vliv mají sociální sítě na vybranou skupinu adolescentů.

5.4 Výzkumný vzorek

Tohoto výzkumu se zúčastnili žáci druhého stupně dvou základních škol, FZŠ Hálkova Olomouc (137 respondentů) a ZŠ Velehrad (86 respondentů). Respondentům v době výzkumného šetření bylo 11–16 let. Celkem se výzkumu zúčastnilo 116 dívek a 107 chlapců.

Někteří respondenti nevyplnili některé z otázek, proto u jednotlivých grafů uvádíme četnost respondentů, se kterými jsme při výpočtu pracovali.

	11 let	12 let	13 let	14 let	15 let	16 let
Dívky	7	9	12	9	5	2
Chlapci	1	8	11	8	11	3

Tabulka č. 2: Demografické rozložení respondentů na ZŠ Velehrad.

	11 let	12 let	13 let	14 let	15 let	16 let	Neuveden
Dívky	8	17	16	17	13	0	1
Chlapci	7	17	12	12	12	3	2

Tabulka č. 3: Demografické rozložení respondentů na FZŠ Hálkova Olomouc.

5.5 Vyhodnocení dat

Data, která byla získána v rámci výzkumného šetření, budou nyní vyhodnocena s ohledem na stanovené výzkumné otázky. Zaměříme se tedy především na to, jak adolescenti využívají sociální sítě a jak na ně tyto technologie působí.

5.5.1 Používání sociálních sítí

První část výzkumu se soustředila na zjišťování toho, jakým způsobem cílová skupina používá sociální sítě. Zjišťovali jsme, jaké sociální sítě respondenti používají celkově, a také jakou sociální síť používají nejčastěji.

Nejčastěji využívané sociální sítě

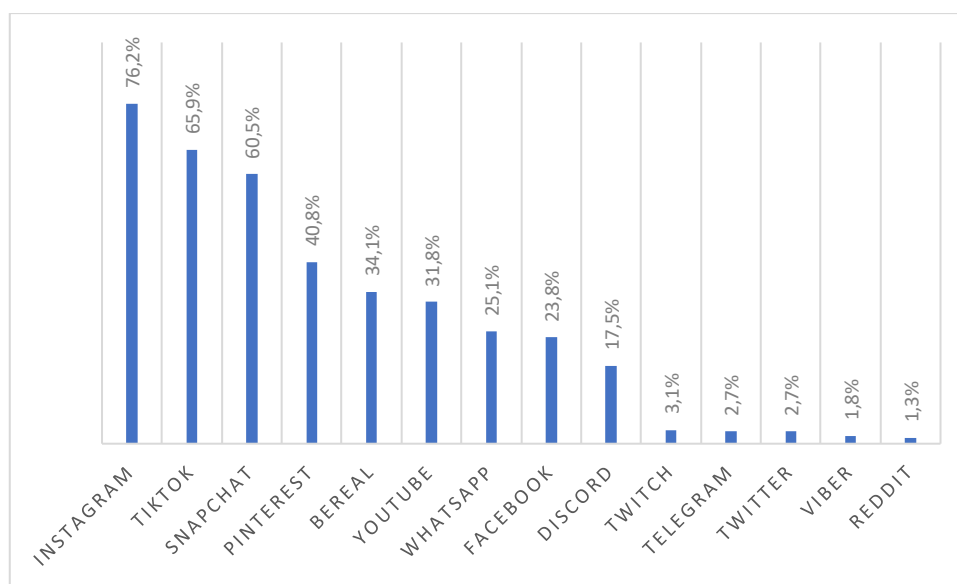
Pro zjištění toho, jaké sociální sítě respondenti používají, byla využita polouzavřená položka výběrem nejpoužívanějších sociálních sítí (Instagram, Facebook, BeReal, TikTok, Snapchat a Pinterest) s možností uvést do kolonky *Jiné* další sociální sítě, které využívají.

Tři respondenti ze FZŠ Hálkova Olomouc uvedli, že nepoužívají sociální sítě. Jednalo se o dívku ve věku 12 let, která uvedla, že nepoužívá žádné sociální sítě. Další dva respondenti

(dívka ve věku 12 let a chlapec ve věku 15 let) sice odpověděli, že nepoužívají sociální sítě, ale zároveň uvedli, že používají aplikaci WhatsApp. Nepoužívají tak klasické sociální sítě, které jsou určené ke zveřejňování fotografií a videí (např. Instagram, Facebook, TikTok apod.), ale používají výše uvedenou aplikaci WhatsApp, která slouží primárně ke komunikaci. Jedná se o aplikaci, která umožňuje soukromou konverzaci (s jednotlivcem, či skupinou). Funguje podobně jako SMS zprávy, ale k odesílání zpráv je nutné internetové připojení.

Mezi ostatními respondenty pak dominoval Instagram, který používá 76,2 %, a následovaný TikTokerem, který používá 65,9 % respondentů. Další významně zastoupenou sociální sítí, kterou respondenti používají, byl Snapchat, který uvedlo 60,5 % respondentů. Překvapivě velké zastoupení měla i sociální síť Pinterest, kterou používá 40,8 % respondentů, a tato sociální síť v počtu uživatelů předběhla jinak hojně užívané sociální sítě Facebook a BeReal (viz Graf č. 1).

V kolonce *Jiné* jednoznačně dominoval YouTube, který uvedlo 31,8 % respondentů. Za ním následovala sociální síť určená primárně ke komunikaci, WhatsApp, který využívá 25,1 % respondentů. Třetí nejčastěji uváděnou sociální sítí pak byl Discord se 17,5 %. Jednotky respondentů pak ještě v kolonce *Jiné* uváděli Twitch, Twitter, Telegram, Viber a Reddit.



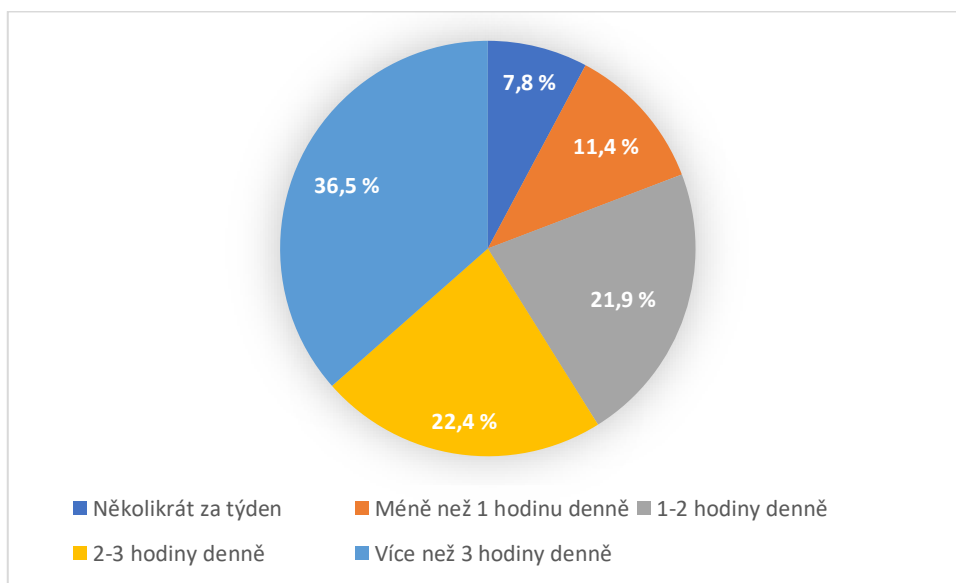
Graf č. 1: Sociální sítě používané respondenty.

Ze sítí, o kterých respondenti uvedli, že je používají, pak jako ty nejčastěji používané označili Instagram (59,2 %), TikTok (56,1 %) a Snapchat (32,7 %). To odpovídá třem nejvíce používaným sociálním sítím mezi dotazovanými respondenty. Zajímavostí je, že zatímco 23,8 % respondentů uvedlo, že používají Facebook, pouhé 4,5 % dotazovaných zařadilo Facebook mezi své nejčastěji používané sítě. To vypovídá o tom, že Facebook se v současné době stává spíše dominantou starších uživatelů. Podobných výsledků dosáhla i poměrně nová sociální síť

BeReal, kterou používá 34,1 % dotazovaných, ale 10,8 % respondentů ji zařadilo mezi své nejčastěji používané sociální sítě.

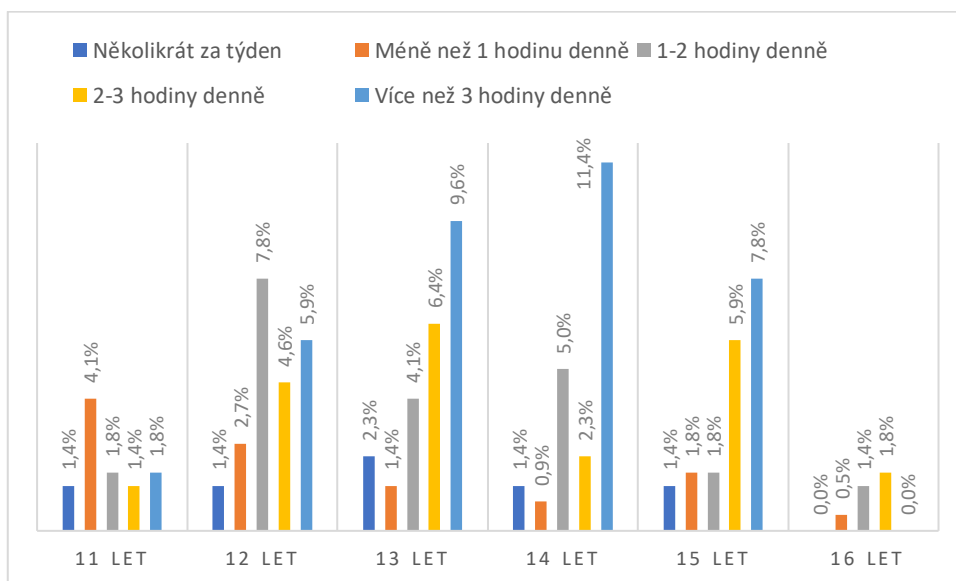
Čas strávený online

Více než třetina respondentů (36,5 %) uvedla, že online stráví tři a více hodin denně. Dvě až tři hodiny denně pak podle našeho šetření stráví 22,4 % adolescentů. Zajímavostí je i to, že existují adolescenti, kteří nejsou online denně, a uvedli, že se na sítích pohybují pouze několikrát za týden. Jednalo se o 7,8 % respondentů.



Graf č. 2: Čas, který adolescenti stráví online. (n=219)

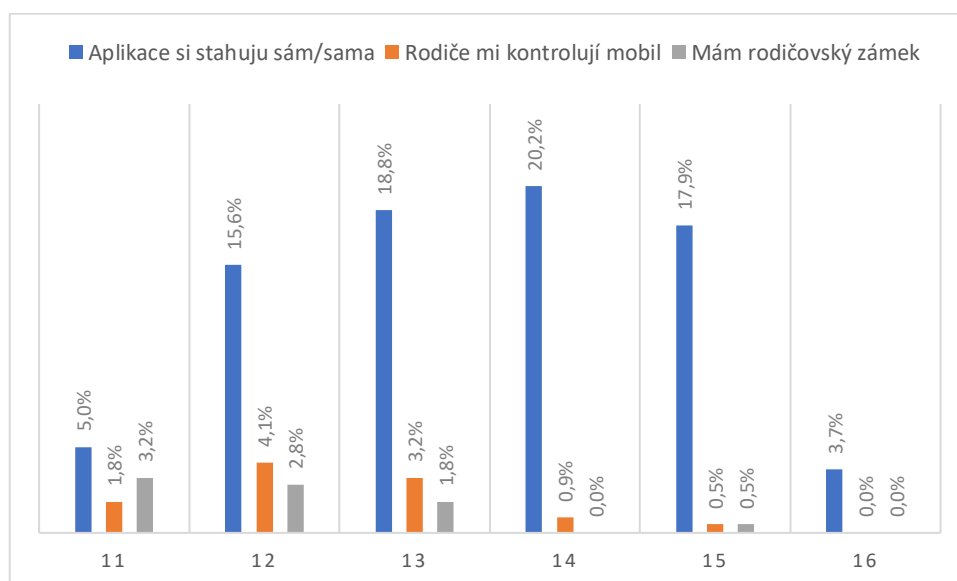
Z našeho výzkumu vyplynulo, že čas strávený online rostl spolu s věkem. Nejzřetelněji je to vidět u respondentů, kteří tráví online tři a více hodin denně.



Graf č. 3: Čas, který adolescenti stráví online podle věku. (n=219)

Rodičovská kontrola

Někteří rodiče pro kontrolu svých dětí využívají rodičovský zámek, který uživateli omezuje některé funkce jejich telefonu. Mezi respondenty se však nejednalo o příliš rozšířený jev. Úplně volný přístup k telefonu s možností samostatného stahování aplikací má 80,7 % respondentů. Rodičovský zámek v telefonu sice nemá, ale rodiče kontrolují aktivitu na mobilu 10,3 % respondentů. Rodičovský zámek pak v telefonu má 8,1 % respondentů. Dva respondenti na tuto otázku neodpověděli.

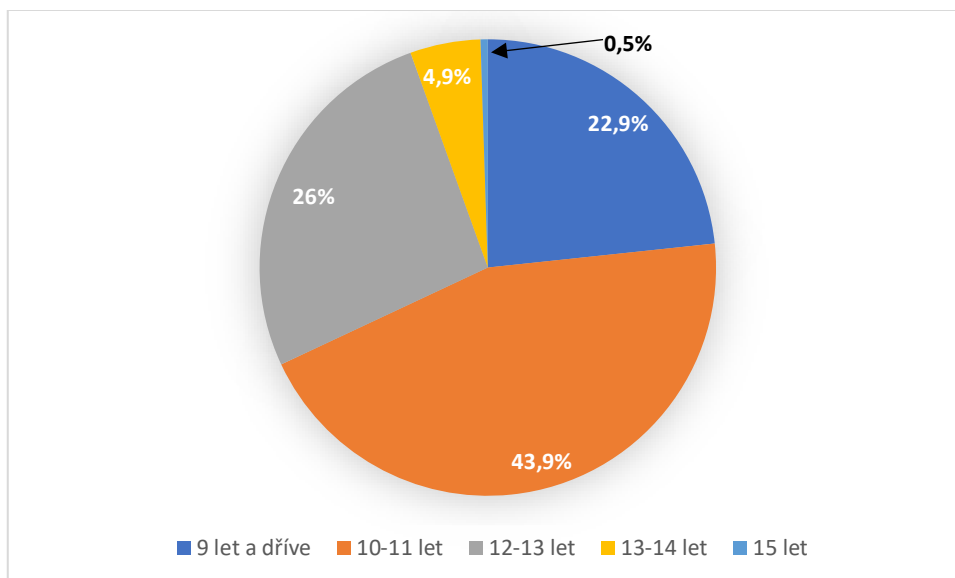


Graf č. 4: Rodičovská kontrola nad používáním telefonu. (n=218)

Jak lze vyčíst z Grafu č. 4, rodičovská kontrola nad používáním telefonů je častější u mladších uživatelů ve věku 11–13 let. U starších respondentů pouze dva čtrnáctiletí a jeden patnáctiletý uvedli, že jim rodiče kontrolují mobil. Ze starších respondentů pak pouze jeden patnáctiletý respondent uvedl, že má ve svém telefonu stále rodičovský zámek.

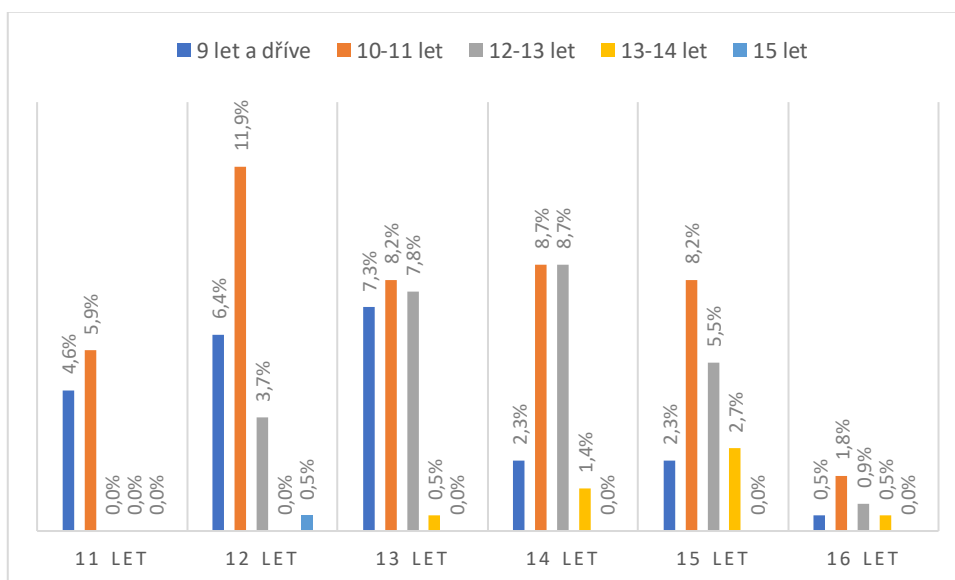
Motivace k zakládání sociálních sítí

Více než dvě pětiny respondentů (43,9 %) uvedly, že si první sociální síť založily ve věku 10–11 let. Početně vyrovnané pak byly skupiny těch, kdo si nějakou sociální síť založili ve věku 9 let a dříve (22,9 %), a těch, kdo si ji založili později ve věku 12–13 let (26 %). První založení sociální sítě v pozdějším věku je už pak spíše výjimečné, z čehož lze usuzovat, že dnešní adolescenti se k sociálním sítím dostávají velmi brzy, ještě mnohem dříve, než je povolený věk používání u některých sociálních sítí, což je většinou 13 let.



Graf č. 5: V jakém věku si adolescenti poprvé založili nějakou sociální síť?

Zajímavé je sledovat, že čím mladší byli respondenti v době výzkumu, tím dříve si nějakou sociální síť založili. Ve skupině respondentů, kterým je momentálně 11–13 let bylo poměrně časté, že si sociální síť založili ve věku devět let a dříve. U starších respondentů už takto brzký kontakt se sociálními sítěmi nebyl tak častý. Ke stejným závěrům jsme dospěli i ve výzkumu v bakalářské práci, která se věnovala podobnému tématu.¹⁴⁸

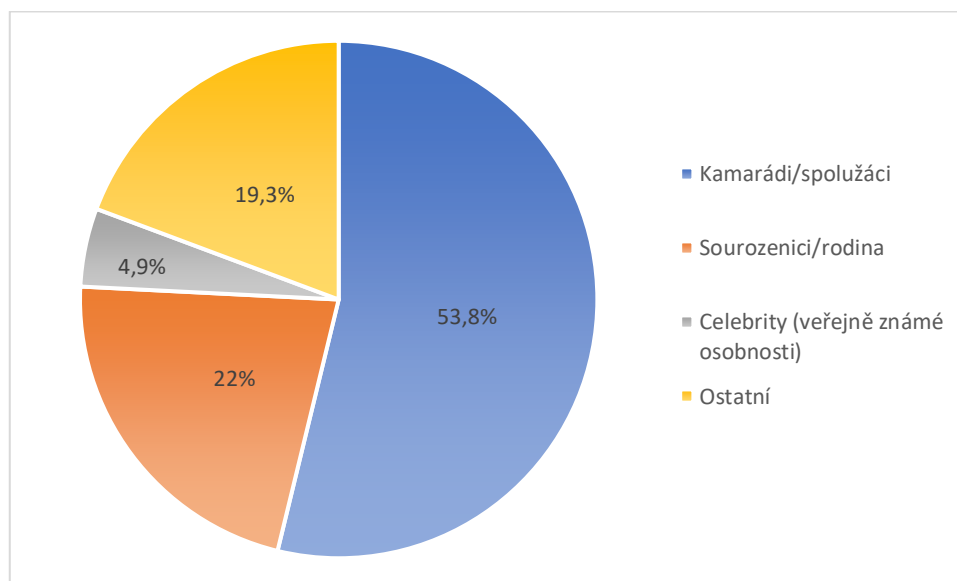


Graf č. 6: První založení sociálních sítí podle současného věku. (n=219)

¹⁴⁸ TRŇÁKOVÁ, Kristýna. *Vliv sociálních sítí na sebekritiku dospívajících dívek* [online]. Olomouc, 2021 [cit. 2023-04-16]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/ub9xnu/>. Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Pedagogická fakulta, s. 33.

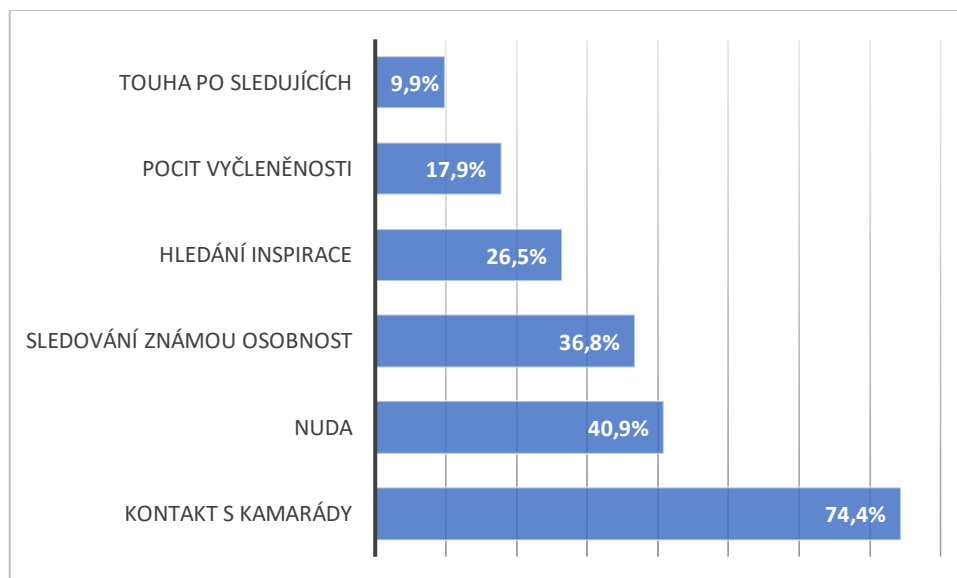
Nejčastější motivací k založení sociálních sítí byly u více než poloviny respondentů (53,8 %) kamarádi nebo spolužáci. Významnou motivaci sehráli také sourozenci nebo rodina. Tuto motivaci k založení sociálních sítí uvedlo 22 % dotazovaných. Menší, ale přesto výrazný vliv měly také celebrity či veřejně známé osobnosti. Ty motivovaly 4,9 % respondentů.

Další důvody pro založení sociálních sítí pak byly uváděny v řádech jednotek odpovědí. Tito respondenti jako motivaci uváděli sami sebe, někteří si nebyli jistí, co je motivovalo, a další dokonce uváděli, že je nemotivovalo nic a nikdo.



Graf č. 7: Motivace k založení sociálních sítí.

Jelikož největší motivací k založení sociálních sítí byli kamarádi nebo spolužáci, odrazilo se to též na důvodech, proč si adolescenti sociální sítě založili. Touha zůstat v kontaktu s kamarády tak byla pro 74,4 % respondentů důvodem k založení sociální sítě. Zajímavé je také, že 40,9 % respondentů uvedlo, že jedním z důvodů pro založení sociální sítě byla nuda.



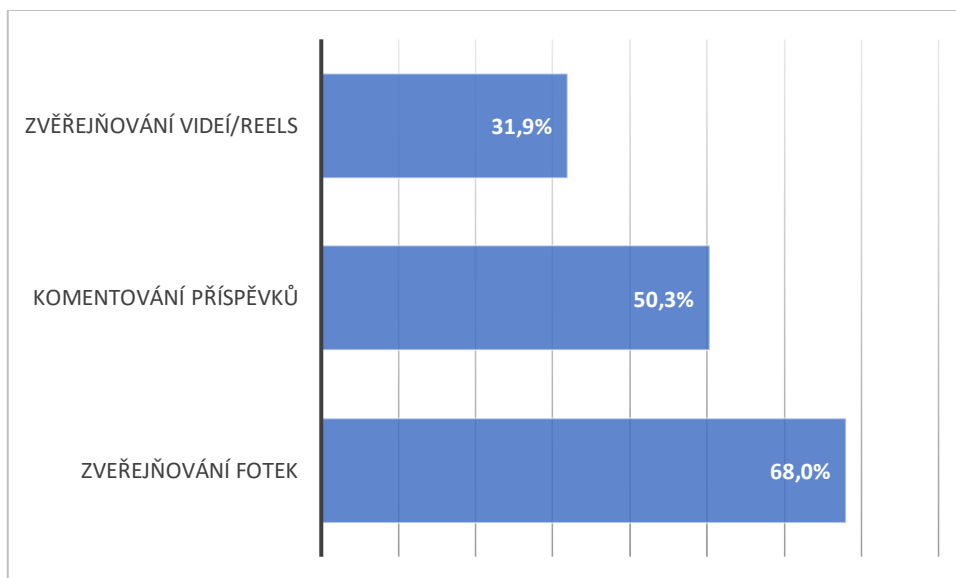
Graf č. 8: Nejčastější důvody k založení sociálních sítí.

V řádu jednotek odpovědí pak respondenti uváděli ještě další důvody k založení sociálních sítí. Za pozornost stojí respondent (chlapec, 14 let), který odpověděl, že důvodem k založení sociálních sítí bylo to, že „chtěl, aby mi dali pokoj.“ Další respondentka (dívka, 13 let) uvedla, že u ní bylo důvodem pro založení sítí to, že si chtěla tímto způsobem najít kamarády.

Aktivita na sociálních sítích

Ačkoliv v poslední době dominují sociální sítě založené na krátkých videích, respondenti našeho výzkumu uváděli, že oni sami na sociální sítě nejčastěji přidávají fotografie (68 %), nikoliv videa. Video na sociální sítě pak přidává pouze třetina dotazovaných. Polovina respondentů také uvedla, že jsou na sociálních sítích aktivní, pokud jde o komentování příspěvků ostatních.

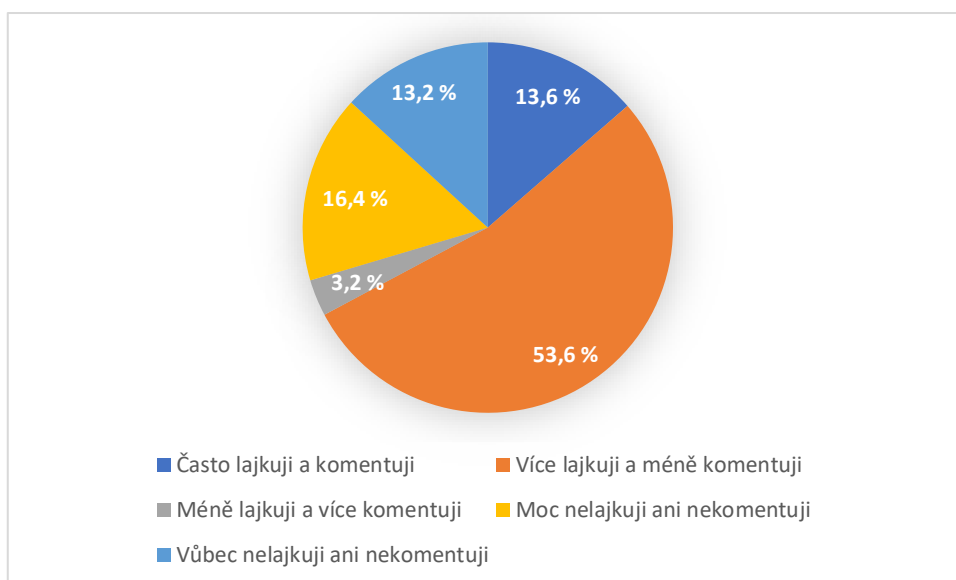
Tuto otázku nechalo bez odpovědi 14,3 % respondentů. Domníváme se, že jim v otázce chyběla možnost odpovědět, že na sociální sítě nepřidávají žádný obsah, a jsou tedy pasivními uživateli.



Graf č. 9: Aktivita na sociálních sítích

Adolescenti bývají spíše aktivními uživateli sociálních sítí. Pouze 13,2 % respondentů uvedlo, že na sociálních sítích nic nelajkují ani nekomentují, a 16,4 % respondentů pak uvedlo, že nekomentují a nelajkují příliš často.

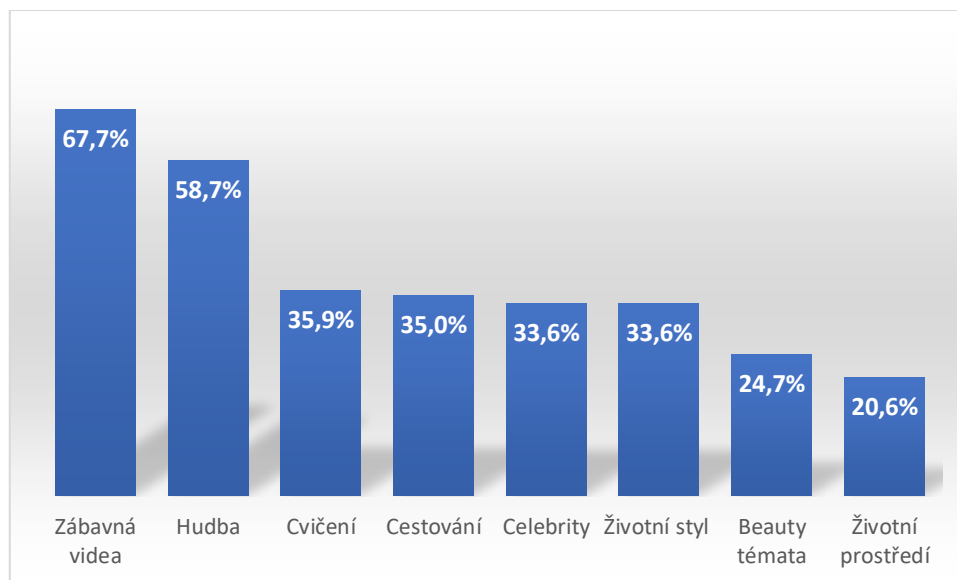
Mezi respondenty pak dominovalo to, že pokud jde o jejich reakce na příspěvky ostatních uživatelů sociálních sítí, více tyto příspěvky lajkují spíše, než aby psali komentáře. Takto odpovědělo 53,6 % respondentů.



Graf č. 10: Vztah respondentů k příspěvkům ostatních.

Odpovědi na otázku ohledně toho, co adolescenty na sociálních sítích nejvíce zajímá, potvrdily to, že nejoblíbenější jsou krátká zábavná videa, ačkoliv sami respondenti na sociální

sítě přidávají více fotografie než videa (viz Graf č. 9). Zábavná videa zajímají na sociálních sítích 67,7 % respondentů. Výrazné zastoupení měla také hudba, která zajímá 58,7 % respondentů. Třetina uživatelů pak uvedla, že je zajímavá cvičení, cestování, celebrity a životní styl. Mezi adolescenty je také patrný velký zájem o životní prostředí, který na sociálních sítích vyhledává pětina respondentů.



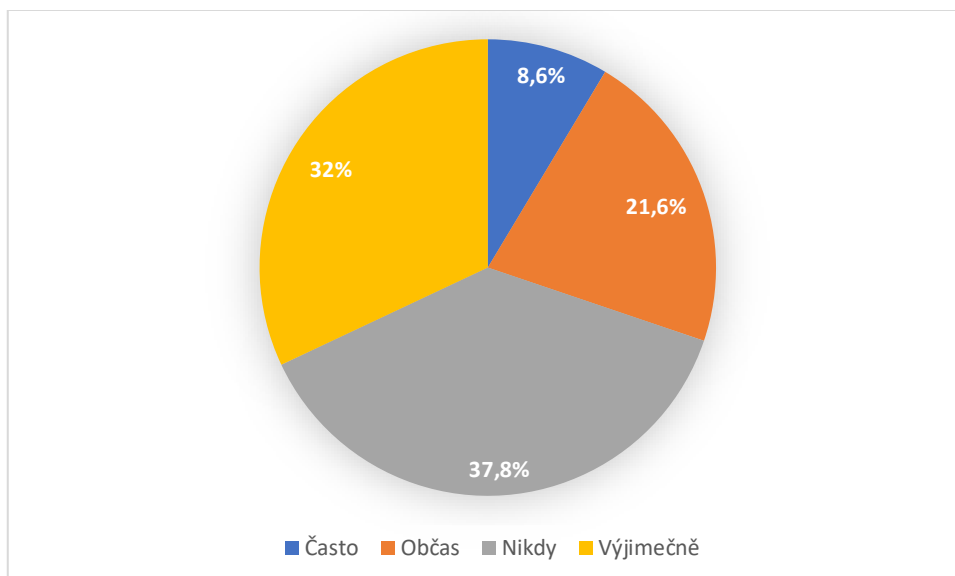
Graf č. 11: Obsah na sociálních sítích, který adolescenty nejvíce zajímá.

5.5.2 Sebe prezentace na sociálních sítích

Respondenti sami jsou ve velké míře sami aktivní na sociálních, proto nás zajímalo, jak přistupují k obsahu, který sami o sobě sdílejí. Především jsme se zaměřili na obsah, na kterém jsou oni sami vidět.

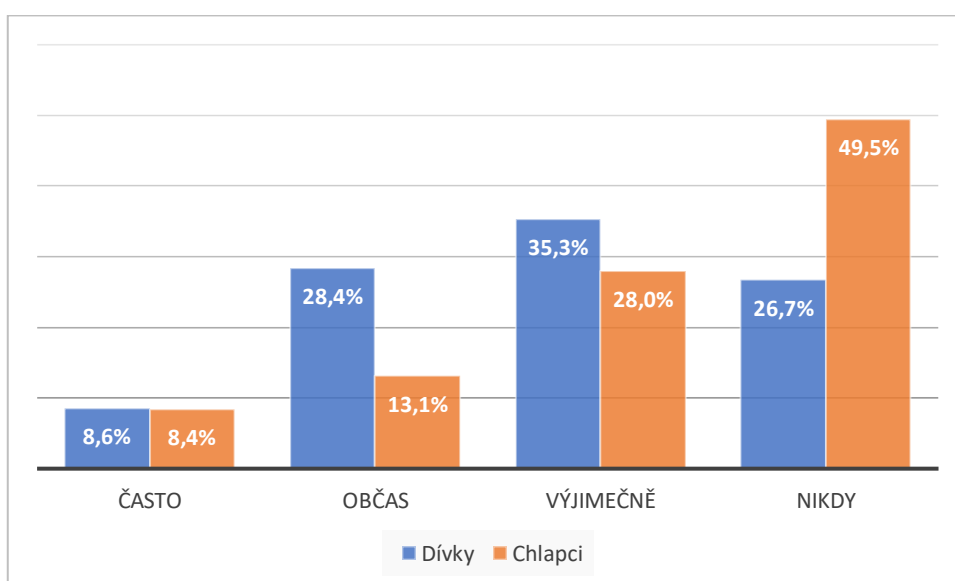
Zveřejňování fotek sebe sama

Pokud jde o sebe prezentaci adolescentů na sociálních sítích, jen malá část (8,6 %) našich respondentů uvedla, že na sociálních sítích fotky sebe samých zveřejňují často. Mezi respondenty převládali ti, kteří fotky sebe samých vůbec nepřidávají (37,8 %).



Graf č. 12: Frekvence zveřejňování fotografií sebe samých na sociálních sítích u adolescentů.

V případě zveřejňování fotografií sebe samých na sociálních sítích, lze pozorovat značné rozdíly mezi dívkami a chlapci. Zatímco mezi těmi, kdo na sociálních sítích přidávají vlastní fotky, tyto rozdíly nejsou patrné a v našem výzkumu byla procenta dívek a chlapců, která jsou v tomto směru na sociálních sítích vyrovnaná, u dalších odpovědí už byly rozdíly patrné. Polovina chlapců uvedla, že na sociální síť nepřidávají fotky sebe samých, u dívek to však bylo jen něco málo přes čtvrtinu dotazovaných. Stejně tak byly patrné rozdíly i v tom, že dívky jsou aktivnější než chlapci, pokud jde o přidávání vlastních fotografií v méně časté frekvenci.

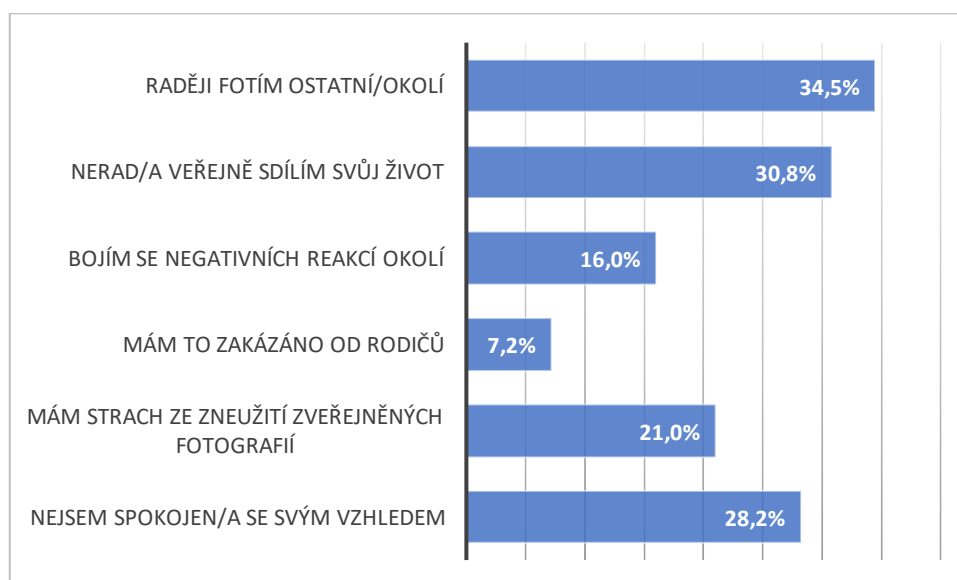


Graf č. 13: Porovnání frekvence zveřejňování fotografií sebe samých mezi chlapci a dívkami.

Z průzkumu vyplynulo, že ti, kdo nepřidávají na sociální fotky sebe samých, upřednostňují fotografování ostatních nebo svého okolí (34,5 %). Ačkoliv sociální sítě hrají velkou roli v životě dnešních adolescentů, třetina jich uvedla, že nerada sdílí svůj život veřejně, a to je důvodem, proč na sociální sítě nepřidávají fotografie sebe samých.

Na sociální sítě nepřidává fotky sebe samých 28,2 % respondentů, protože nejsou spokojeni se svým vzhledem. Tématu spokojenosti s vlastním vzhledem v kontextu sociálních sítí se budeme věnovat ještě dále. (Viz kapitola 5.5.3.6 Míra spokojenosti s vlastním vzhledem s ohledem na tendence srovnávat se s lidmi na sociálních sítích)

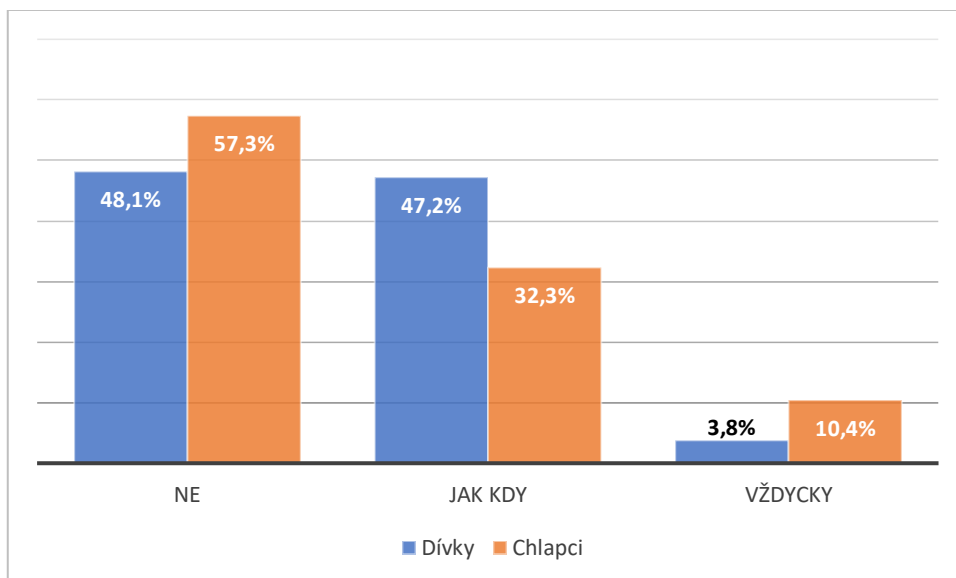
Náš výzkum také ukázal, že adolescenti jsou si vědomi rizik, které souvisí se zveřejňováním fotografií sebe samých na sociálních sítích. Tento typ fotografií nezveřejňuje 21 % respondentů z důvodu, že se bojí jejich případného zneužití.



Graf č. 14: Důvody, proč adolescenti nezveřejňují fotky sebe samých na sociálních sítích.

Předpokládali jsme, že to budou dívky, kdo před zveřejněním fotek sebe samých budou tyto fotografie nějakým způsobem upravovat. Ukázalo se však, že pouze 3,8 % zúčastněných dívek upravuje své fotografie před zveřejněním vždycky. U chlapců to naopak bylo 10,4 %. Dívky přesto dominovaly v příležitostném upravování fotek sebe samých před zveřejněním na sociálních sítích. O 14,9 % více dívek než chlapců uvedlo, že své fotografie příležitostně upravuje.

Mezi těmi, kdo své fotografie před zveřejněním neupravuje nikdy však již, dle našeho očekávání, dominovali chlapci, kterých bylo 57,3 %. Méně než polovina (48,1 %) dívek uvedla, že své fotografie před zveřejněním neupravuje.

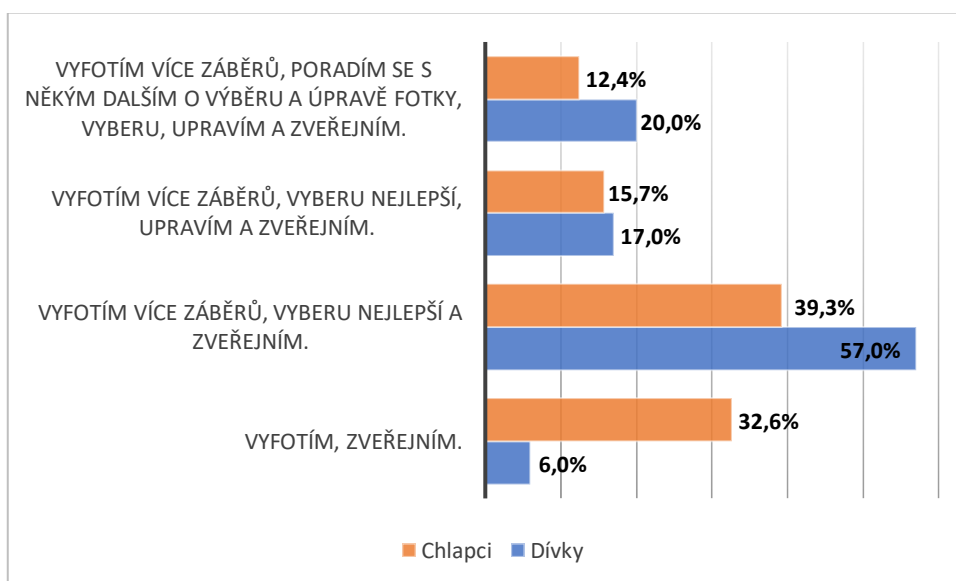


Graf č. 15: Upravování fotek sebe sama před zveřejněním.

O tom, zda a jakou fotografii sebe sama přidat na sociální podle grafu č. 16, více přemýšlejí dívky. Pouze 6 % dotázaných dívek uvedlo, že proces zveřejňování jejich fotek probíhá tak, že se vyfotí a fotku zveřejní bez vybírání z více variant. U chlapců tento postup volí téměř třetina.

Jak vyplynulo z předchozího grafu č. 15, zhruba polovina adolescentů fotografie sebe sama před přidáním na sociální síť neupravuje. 57 % dívek (viz graf č. 18) uvedlo, že vyfotí více fotografií a z nich pak vyberou tu, která je podle nich nejlepší, a zveřejní ji. U chlapců tento postup volí 39,3 % respondentů.

Zajímavé také je, že pětina oslovených dívek před zveřejněním, kromě vybírání z více variant a upravování fotografie, požádá o názor na fotografii někoho dalšího (např. kamarádka).



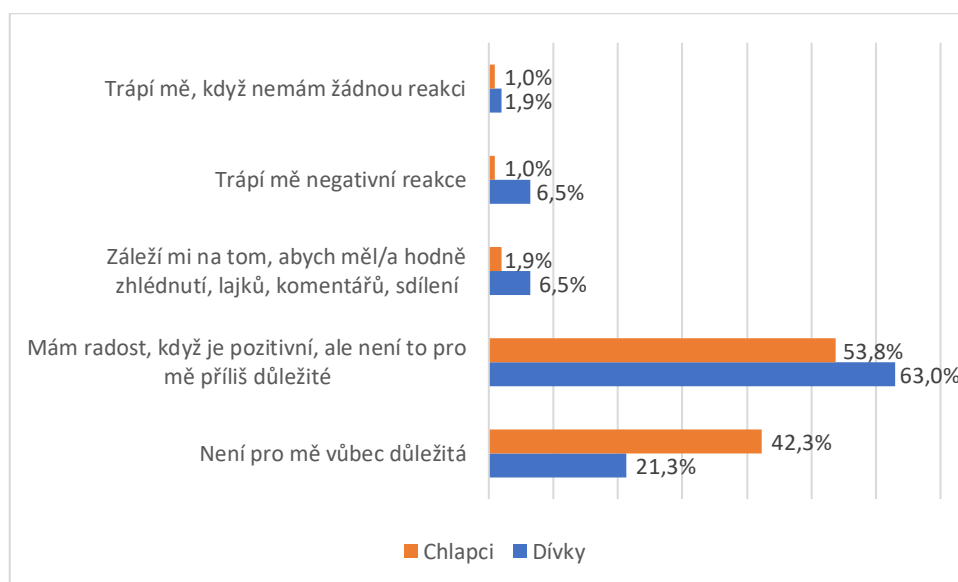
Graf č. 16: Proces zveřejňování fotek sebe samých.

Zpětná vazba

U obou pohlaví dominuje názor, že dotazovaní mají radost, když jsou reakce na zveřejněné příspěvky (ať už se jedná o fotografie a videa sebe samých, nebo obsah, na kterém nejsou oni sami vidět) pozitivní, ale není to pro ně příliš důležité (chlapci 53,5 % a dívky 63 %).

Patrnější rozdíly mezi dívkami a chlapci se však objevují v počtech těch, pro které nejsou reakce na jejich příspěvky vůbec důležité. Zpětná vazba není vůbec důležitá, u 42,3 % respondentů, u dívek to však bylo pouze 21,3 %.

Počet respondentů, pro které je zpětná vazba důležitá nebo se trápí, pokud je zpětná vazba negativní, se pohybuje v jednotkách procent. Přesto i zde můžeme pozorovat, že dívky tvořily významnější skupinu. Zatímco mezi dívkami se jich 6,5 % trápí negativní zpětnou vazbou, u chlapců to bylo pouze 1 %.



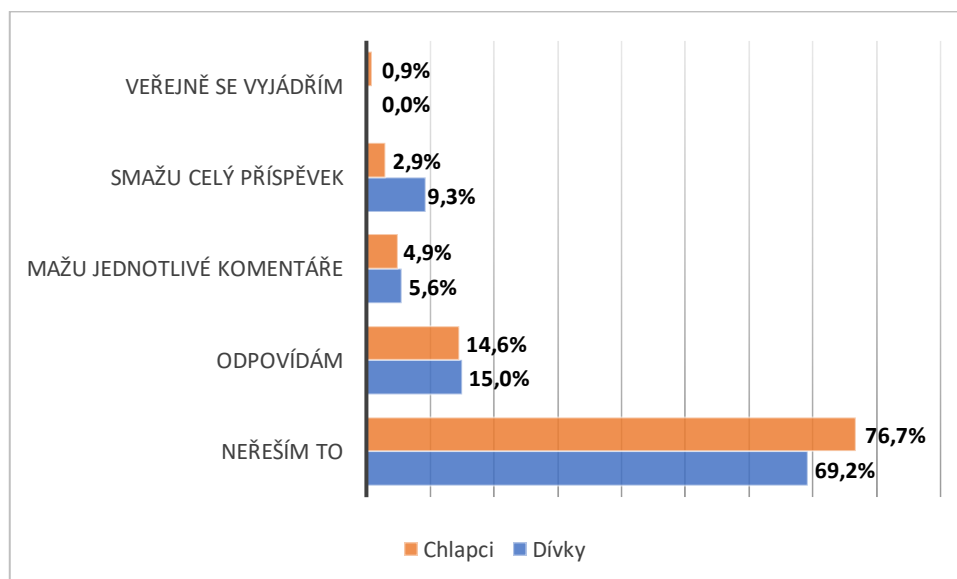
Graf č. 17: Vnímání důležitosti reakcí na subjektivní příspěvky od ostatních uživatelů sociálních sítí.

Jak je patrné z předchozího grafu (Graf č. 17), zpětná vazba na sociálních sítích není pro adolescenty příliš důležitá. Přesto se s negativní zpětnou vazbou setkávají. 76,7 % chlapců a 69,2 % dívek uvedlo, že negativní zpětnou vazbou na sociálních sítích neřeší.

Část respondentů má odvalu na negativní zpětnou vazbu na sociálních sítích zareagovat a odpovědět dotyčnému veřejně. Procenta dívek a chlapců jsou v tomto případě poměrně vyrovnaná. Dívek uvedlo 15 %, že odpovídá na negativní zpětnou vazbu, z chlapců pak takto reaguje 14,6 %.

Pouze jednotky procent respondentů se uchylují k tomu, že negativní zpětnou vazbu ze svých sociálních sítí mažou. Z výzkumu vyplynulo, že jsou to více dívky, kdo se k mazání

uchylují, a mnohem častěji než chlapci dívky raději příspěvek s negativní zpětnou vazbou ze svých sociálních sítí úplně smažou.



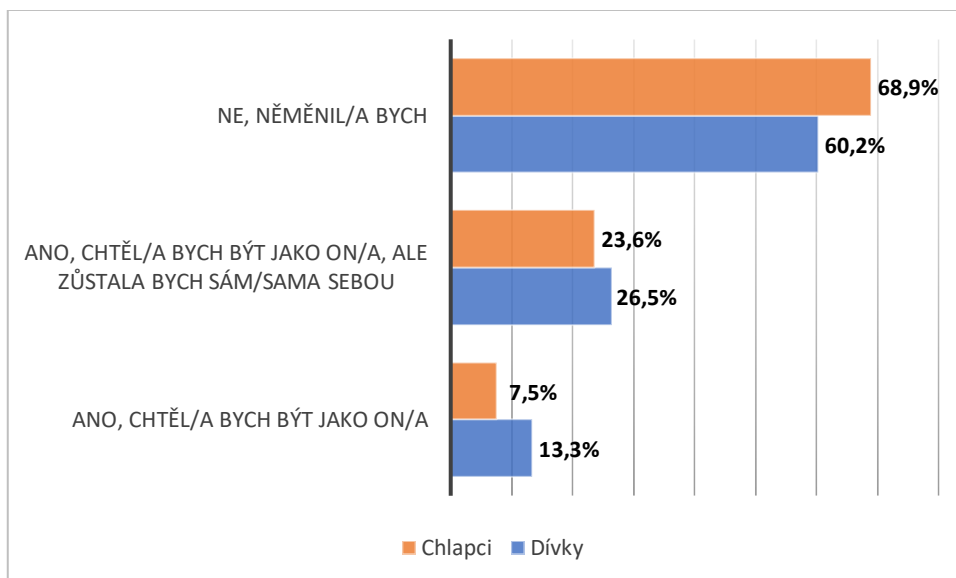
Graf č. 18: Reakce na zpětnou vazbu.

5.5.3 Vliv sociálních sítí na sebehodnocení adolescentů

V rámci výzkumné otázky č. 3, jaký vliv mají sociální sítě na sebehodnocení adolescentů, jsme zkoumali, jak se respondenti ztotožňují s influencery, které denně vidají na sociálních sítích. Zároveň nás také zajímalo, jak jsou respondenti spokojeni s vlastním vzhledem a zda tato případná spokojenost, či nespokojenost nějak souvisí s tím, nakolik se porovnávají s influencery a často nereálnými vzory, které potkávají na sociálních sítích.

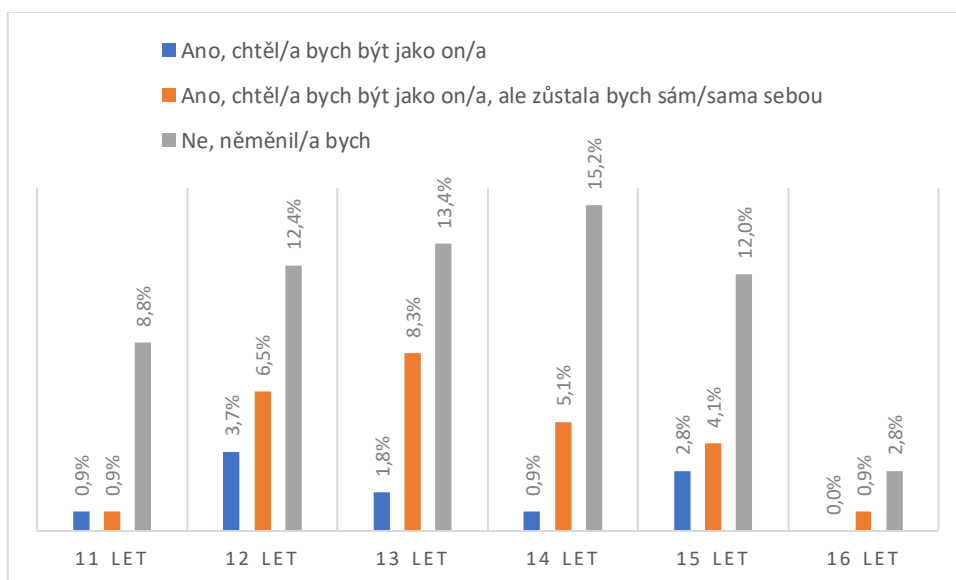
Touha stát se influencerem

Ukázalo se, že mezi adolescenty není příliš velká touha být v pozici influencera, a být tak populární na sociálních sítích. Z našeho výzkumu vyplynulo, že by se influencerkami rády staly spíše dívky, chlapci jsou naopak častěji spokojeni se současnou pozicí, tj. nebýt influencerem. Rozdíly mezi dívkami a chlapci tak sice v tomto ohledu existují, ovšem čísla nejsou nijak dramaticky odlišná.



Graf č. 19: Touha být v pozici influencera podle pohlaví.

Touha být influencerem se mezi adolescenty ani nemění podle věku. Z výzkumu vyplynulo, že v různých věkových kategoriích jsou přibližně stejně zastoupeni ti, kteří by si přáli stát se influencersy, i ti, kteří jsou spokojení s tím, že influencersy nejsou. Statisticky se liší pouze věková skupina 11 a 16 let, která byla mezi respondenty zastoupena méně než ostatní věkové skupiny.

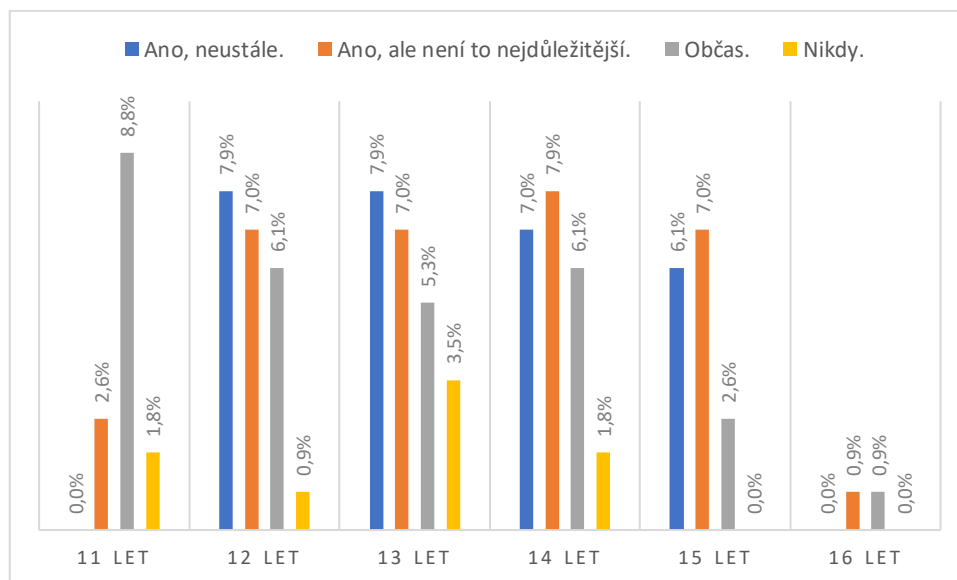


Graf č. 20: Touha být v pozici influencera podle věku.

Ohled adolescentů na názor ostatních

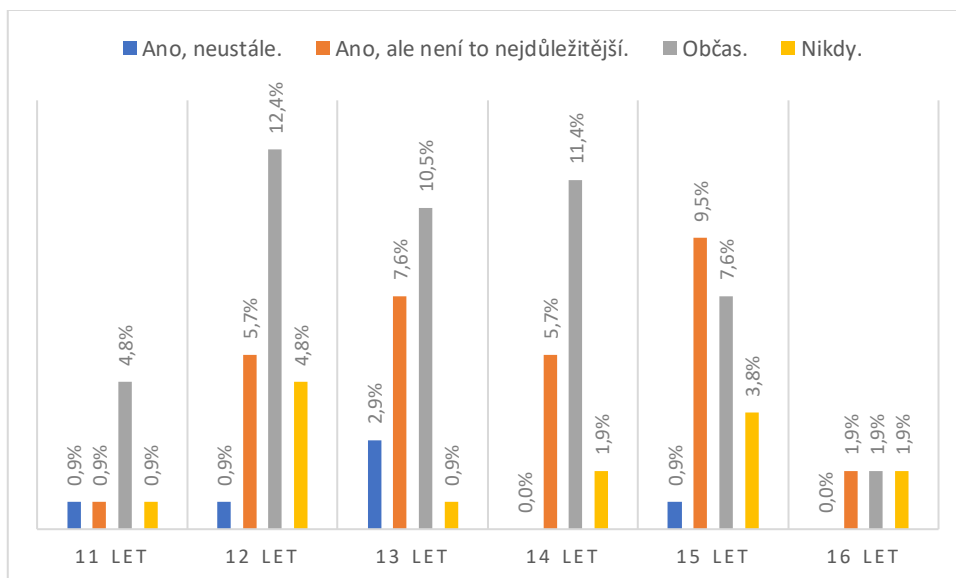
Z výzkumu vyplynulo, že u dívek všech věkových kategorií (věková kategorie 11 let a 16 let nebyla v našem výzkumném vzorku dostatečně zastoupena, proto ji nemůžeme příliš zahrnout.)

záleží na tom, co si o nich jejich okolí myslí. Je tak patrné, že převládají dívky, kterým neustále záleží na tom, co si o nich myslí jejich okolí. Je však patrné, že zároveň poměrně stejně velké skupině sice záleží na tom, co si o nich myslí ostatní, ale tyto dívky si uvědomují, že názor ostatních není to nejdůležitější.



Graf č. 21: Jak dívkám záleží na tom, co si o nich myslí ostatních. (n=114)

Podíváme-li se na graf, který zobrazuje to, jak chlapcům ve stejných věkových kategoriích záleží na názoru ostatních (viz Graf č. 22), můžeme vidět, že oproti dívkám (viz Graf č. 21) je zde značný rozdíl. Jen malému procentu chlapců záleží na tom, co si o nich jejich okolí myslí. Pokud už chlapcům na názoru jejich okolí záleží, uvědomují si, že tento názor není to nejdůležitější. Výrazné je zde zastoupení chlapců, kterým na tom, co si o nich myslí ostatní, záleží pouze občas. Můžeme sledovat, že v tomto případě se jedná o dvojnásobné množství oproti dívkám v předchozím grafu.

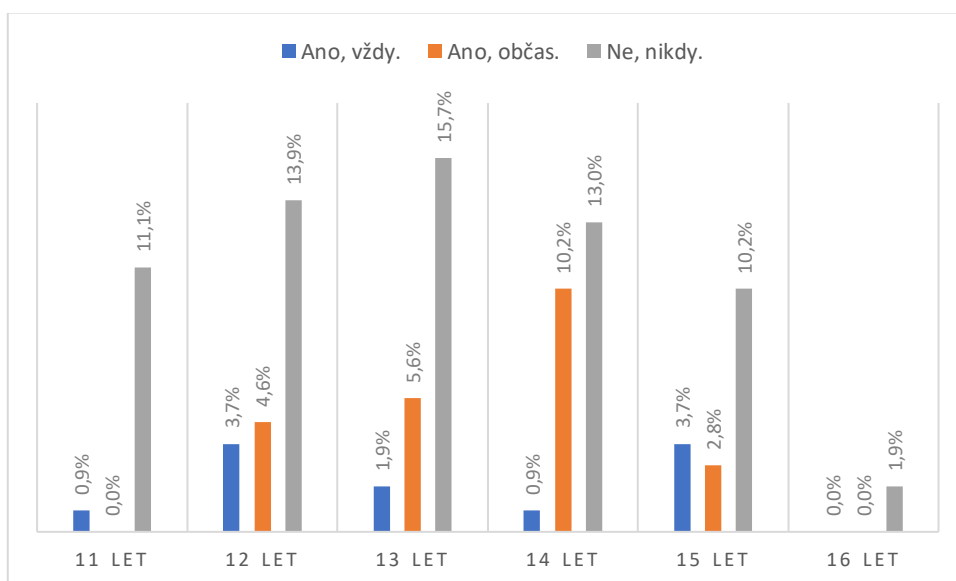


Graf č. 22: Jak chlapcům záleží na tom, co si o nich myslí ostatních. (n=105)

Ohled adolescentů na názory lidí na sociálních sítích

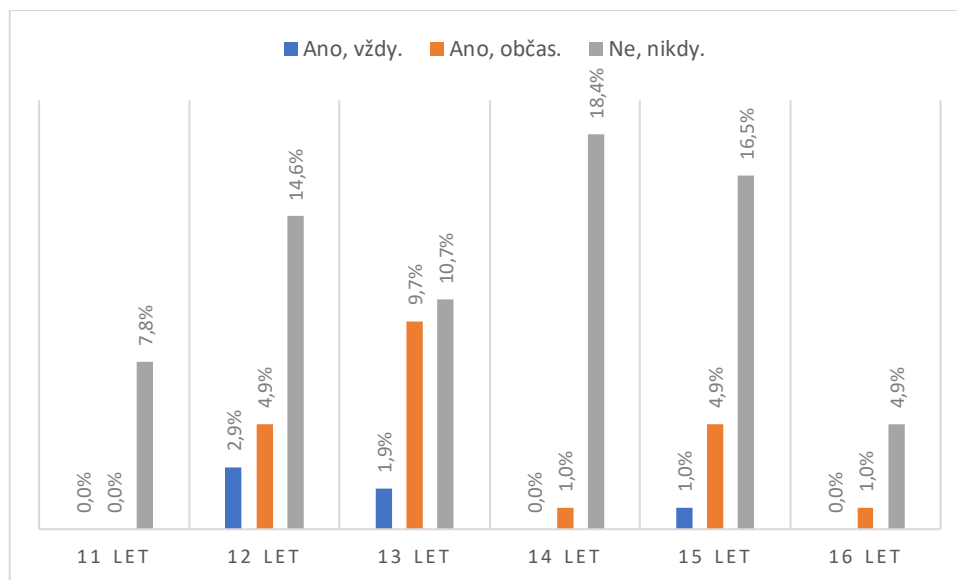
Pokud porovnáme Graf č. 21 a Graf č. 22 s následujícími grafy, které pojednávají o tom, jak je pro adolescenty důležité, co si o nich myslí lidé na sociálních sítích, uvidíme patrné rozdíly.

Zatímco je pro dívky velice důležité, co si o nich myslí lidé v jejich bezprostředním okolí, názor lidí na sociálních sítích už pro ně v tomto ohledu není tak relevantní. Velmi výrazně převládá procento těch, pro které není nikdy důležité, co si o nich myslí lidé na sociálních sítích. Pouze v kategorii dívek ve věku 14 let můžeme vidět zřetelnější odchylku v tom, že se procento těch, kterým na názoru lidí na sociálních sítích záleží, občas blíží procentu těch, pro které není důležité, co si o nich myslí lidé na sociálních sítích.



Graf č. 23: Jak je pro dívky důležité, co si o nich myslí ostatní na sociálních sítích. (n=108)

Oproti předchozím grafům č. 21 a 22 nevidíme tak velké rozdíly mezi dívkami a chlapci v tom, zda jim záleží na tom, co si o nich myslí lidé na sociálních sítích. Stejně jako u dívek (viz Graf č. 23) i u chlapců (viz Graf č. 24) můžeme sledovat, že jim nezáleží na tom, co si o nich myslí lidé na sociálních sítích. Pouze ve věkové kategorii 13 let vidíme u chlapců zvýšené procento těch, kterým na názoru ostatních lidí na sociálních sítích záleží alespoň občas.

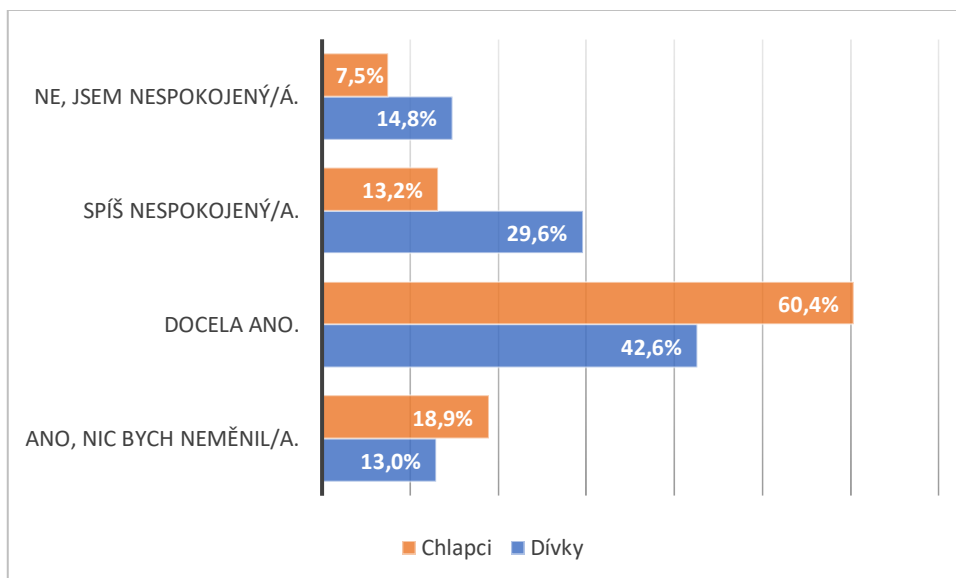


Graf č. 24: Jak je pro chlapce důležité, co si o nich myslí ostatní na sociálních sítích. (n=103)

Spokojenost s vlastním vzhledem u adolescentů

V rámci výzkumu jsme se zaměřili také na to, jak jsou adolescenti spokojeni se svým vzhledem (viz Graf č. 25). Z výsledků jasně vyplývá, že to jsou právě dívky, kdo je se svým vzhledem více nespokojen. Zatímco pouhých 7,5 % dospívajících chlapců je nespokojeno se svým vzhledem, u dívek je to téměř dvojnásobek – 14,8 %. Více než dvakrát tolik dívek je, v porovnání s chlapci, se svým vzhledem spíše nespokojeno.

Naopak o téměř 20 % více chlapců je se svým vzhledem docela spokojeno. Dívky jsou pak se svým vzhledem docela spokojeny pouze ve 42,6 %. Procenta dívek a chlapců, kteří jsou se svým vzhledem spokojeni natolik, že by na sobě nic neměnili, se pak sice již neliší tak, jako v předchozích případech, přesto jsou to opět chlapci, kdo je se svým vzhledem spokojenější.

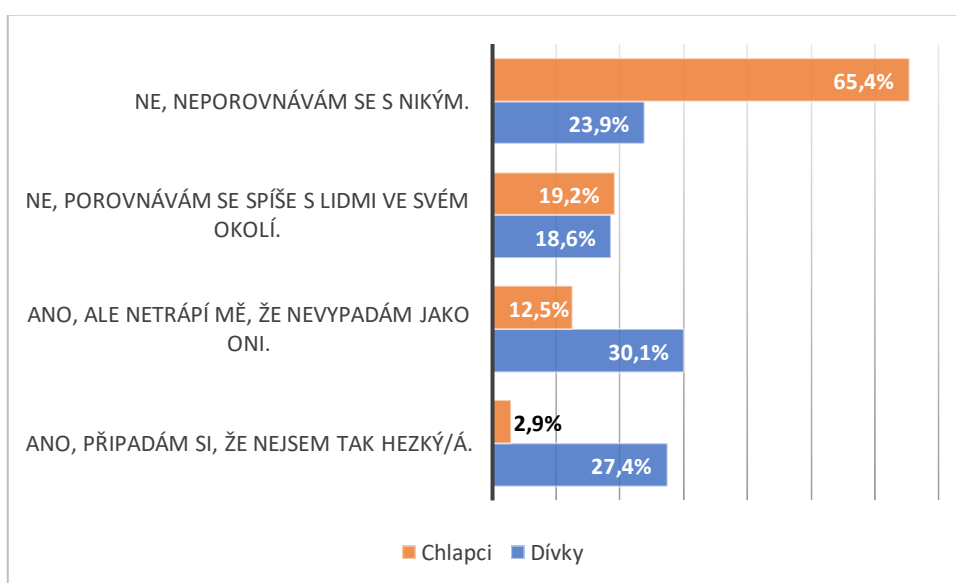


Graf č. 25: Spokojenost s vlastním vzhledem. (Dívky n=115, chlapci n=106.)

Míra porovnávání se s ostatními na sociálních sítích

Ačkoliv jsme výše viděli, že dívkám nezáleží na tom, co si o nich myslí lidé na sociálních sítích, jsou to právě dívky, které se s lidmi na sociálních sítích porovnávají. V Grafu č. 26 můžeme vidět, že i chlapci se porovnávají s lidmi na sociálních sítích, tento jev je u nich ovšem mnohonásobně menší. Pokud už se chlapci s někým na sociálních sítích porovnávají, netrápí je, že nevypadají jako dotyčný.

Zajímavostí je, že téměř třikrát více chlapců než dívek se s nikým neporovnává. Procento dívek a chlapců, kteří se neporovnávají s lidmi na sociálních sítích, ale inklinují spíše k porovnávání se s lidmi ve svém okolí, je pak poměrně vyrovnané.



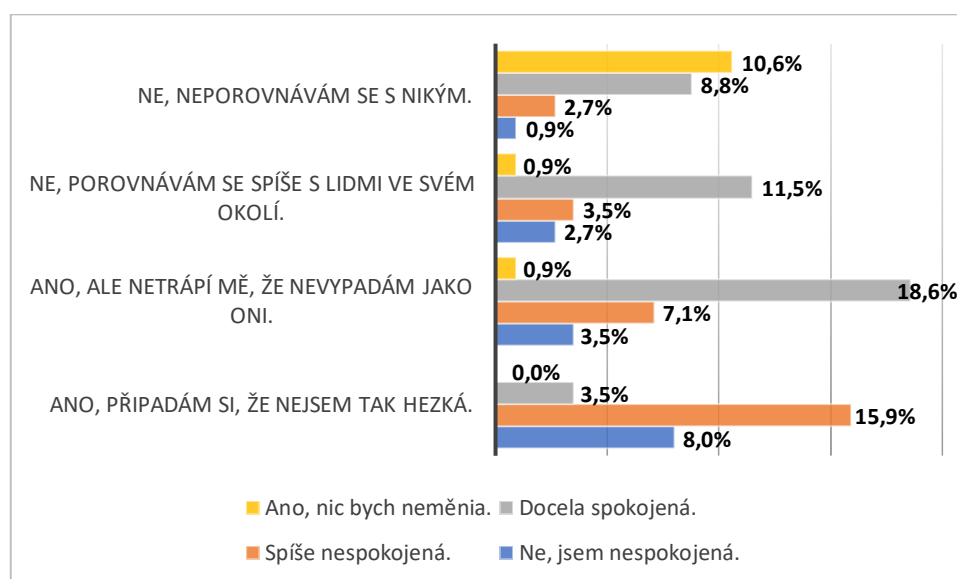
Graf č. 26: Porovnávání se s lidmi na sociálních sítích. (Dívky n=113, chlapci n=104.)

Míra spokojenosti s vlastním vzhledem s ohledem na tendence srovnávat se s lidmi na sociálních sítích

Pokud porovnáme kategorie dívek, které jsou nespokojeny se svým vzhledem s těmi, které jsou spokojeny, a podíváme se na to, které z těchto dívek se porovnávají s lidmi na sociálních sítích, uvidíme poměrně jasné výsledky. Dívky, které se takto s nikým neporovnávají, jsou totiž mnohem spokojenější se svým vzhledem. Většina dívek, které jsou se svým vzhledem spokojené, tak patří do kategorie těch, které se neporovnávají s lidmi na sociálních sítích.

Naopak dívky, které se porovnávají s lidmi na sociálních sítích, jsou mnohem více nespokojeny se svým vzhledem. Žádná dívka v našem výzkumném vzorku neuvěděla, že se porovnává s lidmi na sociálních sítích a zároveň je sama se sebou natolik spokojena, že by na svém vzhledu nic neměnila.

U dívek, které se sice porovnávají s lidmi na sociálních sítích, ale netrápí je, že nevypadají jako oni, a u dívek, které se spíše porovnávají s lidmi ve svém okolí, jsou pak většinou se svým vzhledem docela spokojené. Samozřejmě se i v těchto kategoriích objevují dívky, které jsou se svým vzhledem spíše nespokojené nebo vůbec nespokojené, jedná se však o mnohem menší procento v porovnání s těmi, které jsou samy se sebou docela spokojené.

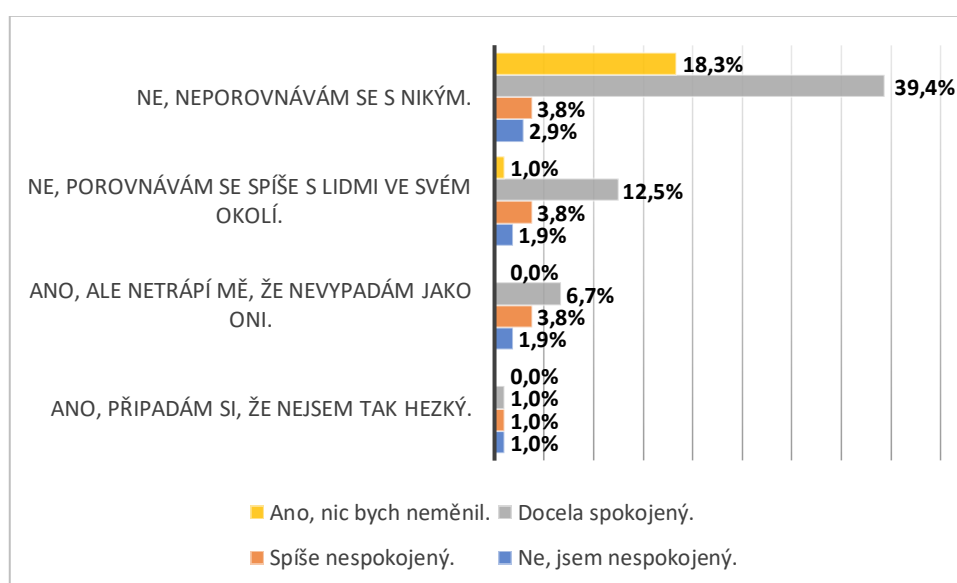


Graf č. 27: Míra spokojenosti dívek s vlastním vzhledem s ohledem na porovnávání se s lidmi na sociálních sítích. (n=113)

U chlapců (viz Graf č. 28) pak můžeme sledovat podobnou tendenci jako u dívek v předchozím grafu (viz Graf č. 27). Čím méně se totiž chlapci porovnávají s lidmi na sociálních sítích, tím více jsou spokojeni s vlastním vzhledem a nic by na sobě neměnili. Tato tendence je však dána především tím, že chlapci byli obecně více spokojeni se svým vzhledem (viz Graf č.

25) a zároveň měli obecně menší tendenci než dívky srovnávat se s lidmi na sociálních sítích (viz Graf č. 26).

Jelikož stále převládá to, že na chlapce není v porovnání s dívkami kladen takový důraz na jejich vlastní vzhled, hodilo by se tuto otázku prozkoumat blíže například v rámci genderových studií či sociologie. Jsou to totiž chlapci, o kterých se stále předpokládá, že budou silnější, zatímco u dívek je kladen důraz na něžnost a krásu. Dalo by se tedy předpokládat, že tyto tendence jsou v dnešních adolescentech i nadále zakořeněny a ovlivňují jejich vztah k sobě samým. Jak již bylo řečeno, jedná se však o problematiku, která by si zasloužila bližšího zkoumání.



Graf č. 28: Míra spokojenosti chlapců s vlastním vzhledem s ohledem na porovnávání se s lidmi na sociálních sítích. (n=104)

Názor na sám/sama sebe

V rámci dotazníku jsme respondentům položili otázku „Co si myslíš sám/sama o sobě?“ Jednalo se o otevřenou otázku, na kterou jsme obdrželi širokou škálu odpovědí. Pro potřeby tohoto výzkumu považujeme za relevantní připomenout alespoň ty odpovědi, které se opakovaly nebo je považujeme za zajímavý vhled do života dnešní adolescentů. Otevřená otázka zároveň dala respondentům prostor pro ironické a recesistické odpovědi nerelevantní pro náš výzkum, proto tuto otázku nevyhodnocujeme statisticky. Často odpovídali, že neví, že si o sobě nic nemyslí. Objevila se i odpověď „co tě to zajímá“. Dívky také v porovnání s chlapci měly větší tendenci se rozepsat v odpovědi na otevřenou otázku. Chlapci odpovídali velmi stroze a zkratkovitě. Při vybírání a citování konkrétních zajímavých odpovědí tak dostaly prostor pouze odpovědi dívek.

Respondenti, kteří v dotazníkovém šetření uvedli, že jsou sami se sebou spokojeni a nic by na sobě neměnili, měli tendenci na otázku, co si sami o sobě myslí, odpovídat více pozitivně. Dokázali zde ocenit, že mají na něco talent, ať už se jednalo o sport, hudbu, či školu. Uváděli také, že jsou „normální“ a „v pohodě“, dívky zároveň v několika případech uvedly, že jsou hezké. V této kategorii se tak projevil poměrně pozitivní přístup respondentů, kteří jsou spokojeni sami se sebou a nic by na sobě neměnili. Výstižně to ilustruje odpověď jedné z respondentek (dívka, 13 let): „Jako asi v pohodě jsem spokojená sama se sebou a snažím se neporovnávat se s ostatními a zatím se mi to daří.“

V kategorii těch, kteří jsou sami se sebou docela spokojeni, také převládala tendence odpovídat pozitivně. Tito respondenti na sobě dokázali většinou ocenit, že jsou přátelští či mají kamarády, že jsou cílevědomí, hodní, klidní a milí. Ilustrovat to můžeme například na odpovědi jedné z respondentek (dívka, 13 let): „Já si myslím, že bych se mohla více snažit ve škole, ale jinak jsem se sebou spokojená, myslím, že jsem hezká, dělám sport, co mě baví, a taky jsem docela hubená, takže za mě dobrý.“ Je zde však patrný nárůst negativního hodnocení. Respondenti (především dívky) o sobě uváděli, že jsou blbí. Jako příklad negativního hodnocení sebe sama pak můžeme uvést tuto respondentu (dívka, 13 let): „Myslím si, že jsem blbá, protože mi rodiče furt vyčítají, jak se nedostatečně učím a takové. A myslím si o sobě, že mám hnusnou postavu.“

Respondenti, kteří uváděli, že jsou sami se sebou spíše nespokojeni, dokázali v menší míře ocenit své pozitivní vlastnosti. Několik z nich uvedlo, že jsou milí a chytří. Převládali zde však adolescenti, kteří vyjadřovali svoji nespokojenost se svým vzhledem, celkovou nespokojenost sami se sebou, absenci sebevědomí... Objevuje se zde až alarmující odpověď jedné z respondentek (dívka, 13 let): „Nejsem spokojená s mým vzhledem. Zároveň, když mě někdo kritizuje, tak mě to mrzí. Hodně lidí v mém okolí začalo říkat, že jsem tlustá. Velmi mi to ničilo sebevědomí. Teď už se i bojím jít za někým se někomu svěřit. Bojím se, že bych ho otravovala. Nejsem schopna dojít k ostatním ve třídě. Nechci, abych je otravovala. A zároveň se bojím odmítnutí. Tím, jak mi dávali najevo že jsem tlustá, přestala jsem snídat. Přestala jsem i večeřet. Jediný, co mě udržovalo na jídle, byly školní obědy a svačinka, kterou jsem se vždycky bála donést domů. Přestalo mi to jít i v tělocviku. Nebyla jsem schopna cvičit. Teď už je to lepší. Sice nesnídám, ale už jsem začala večeřet.“ Jelikož se dotazníkové šetření týkalo sociálních sítí, někteří respondenti tuto skutečnost zohledňovali ve svých odpovědích. Jedná se například o respondentku (dívka, 12 let), která uvedla: „Nevím. Občas se porovnávám s holkama na sociálních sítích a je to docela těžký, nebo s holkama při sportu co dělám, protože jsou fakt hrozně pěkný (postava, obličej...)“

Pouze minimum z těch, kteří jsou sami se sebou nespokojeni, odkázali na otázku, co si o sobě myslí, odpovědět pozitivně. Ostatní uváděli negativní odpovědi, ze kterých bylo patrné, že na sobě nedokážou najít nic pěkného, protože uváděli, že se nemají rádi, nemají sebevědomí, připadají si jiní než ostatní. Obzvláště alarmující pak byla následující odpověď jedné z respondentek (dívka, 13 let): „Nevím, proč jsem se narodila, o svůj život nijak nestojím“ Nespokojenost s vlastním vzhledem, která bývá u dospívajících dívek častá, pak ilustruje odpověď další respondentky (dívka, 14 let): „Někdy si připadám hezká, ale potom se podívám třeba na kamarádku, tak si pak připadám hnusně i moje tělo je hnusné, pořád ho kontroluji, tolik nejím abych zhubla, mamka i ségra říkají, že jsem moc hubená, ale já si pořád připadám hnusně. Někdy i brečím kvůli tomu, jak vypadám, a nikdy jsem to nikomu neřekla. Bojím se jim to říct, protože by na mě křičely. Připadám si někdy, že jsem strašně blbá a všichni kolem mě jsou strašně chytrí, chtěla jsem dokonce z této školy odejít, protože jsem si připadala tak blbá.“

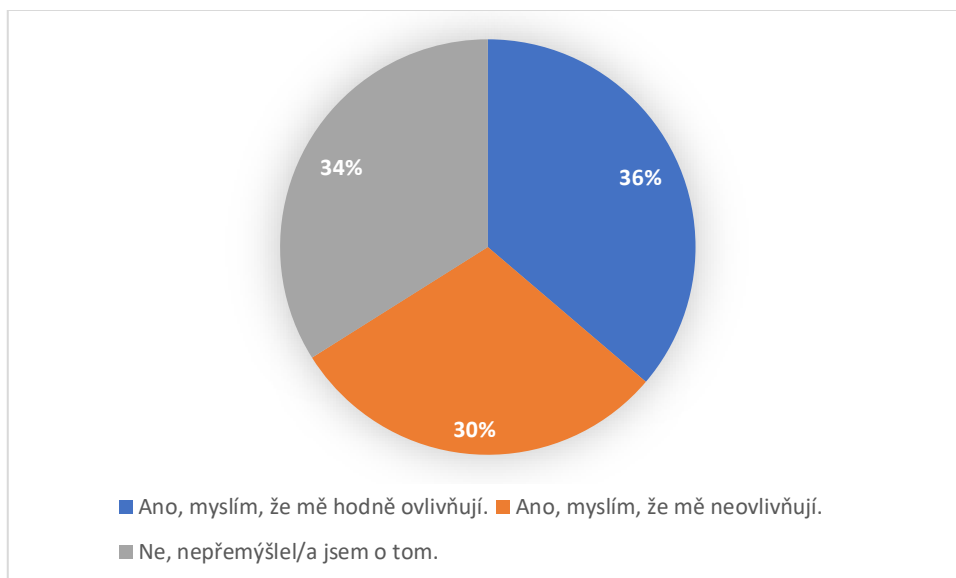
5.5.4 Další vlivy sociálních sítí na adolescenty

Vliv sociálních sítí na sebehodnocení adolescentů není jediným vlivem, který sociální sítě mají mít. Jistě bychom mohli zkoumat mnoho dalších potenciálních vlivů, což ovšem v rámci této diplomové práce nemůžeme kompletně obsáhnout. Zaměřili jsme se proto alespoň na pár dalších vlivů a především na to, zda si jsou adolescenti těchto vlivů vědomi.

Míra uvědomění potenciálních vlivů sociálních sítí

Jak je patrné z následujícího grafu (viz Graf č. 33) dvě třetiny adolescentů přemýšlejí o tom, zda je sociální sítě ovlivňují, či nikoliv. Polovina těchto adolescentů pak vnímá, že je sociální sítě ovlivňují, zatímco druhá polovina si žádný vliv sociálních sítí neuvědomuje. Třetina adolescentů pak o těchto vlivech vůbec nepřemýšlí.

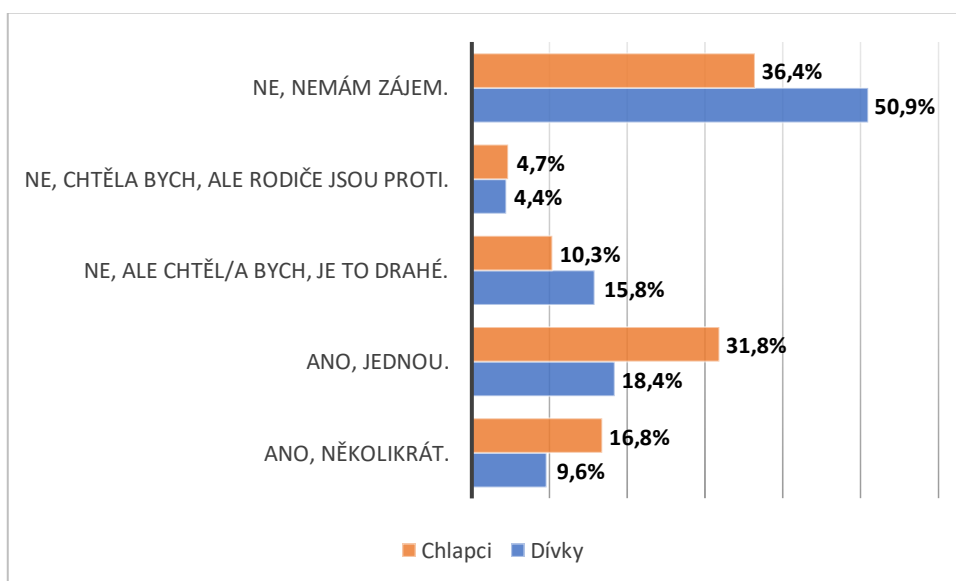
Zkoušeli jsme porovnávat, zda se liší míra přemýšlení o vlivu sociálních sítí mezi chlapci a dívkami či mezi jednotlivými věkovými kategoriemi, ale výsledky byly pokaždé zhruba rovnoměrně rozděleny, proto tyto grafy neuvádíme.



Graf č. 29: Jak adolescenti uvažují o tom, zda je sociální sítě ovlivňují. (n=218)

Nakupování merche influencerů

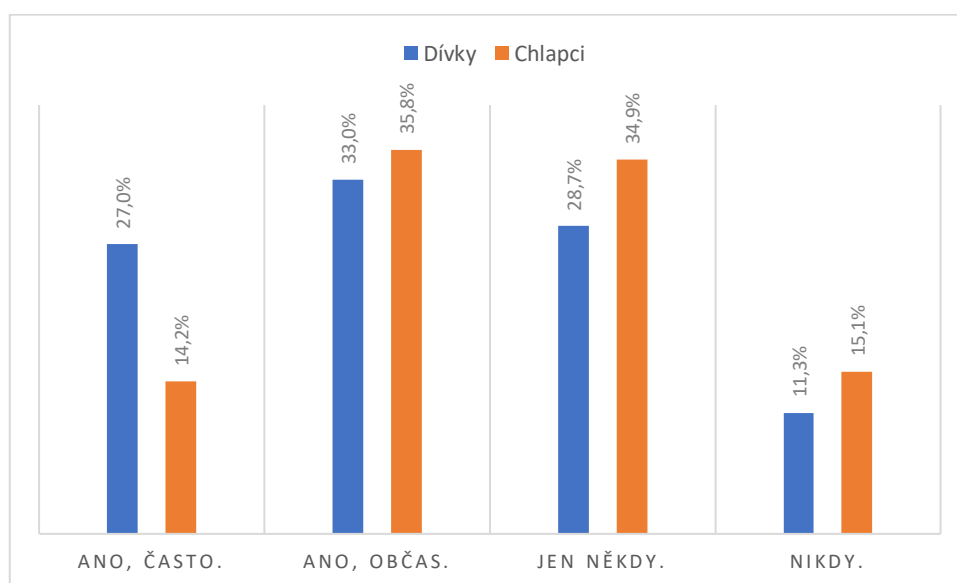
Velkou část příjmu influencerů, kteří si prostřednictvím sociálních sítí vydělávají na živobytí, je prodej merche. Jedná se o různé zboží (většinou oblečení, doplňky či sběratelské předměty) se jménem, logem či jiným motivem daného influncera. Z našeho výzkumu vyplynulo, že větší tendenci nakupovat toto zboží, mají spíše chlapci. Dívky zájem o merch projevovaly v mnohem menší míře. Může to být dáno především tím, že merch je běžnější u influencerů, kteří se věnují gamingu či sportu (především parkour) a sledují je spíše chlapci. Influencerky věnující se módě, zdravému životnímu stylu apod., které jsou vyhledávány spíše dívkami, svůj vlastní merch nemívají tak často.



Graf č. 30: Frekvence nakupování merche influencerů. (Dívky n=114, chlapci n=107)

Inspirace tím, co influenceři dělají na sociálních sítích

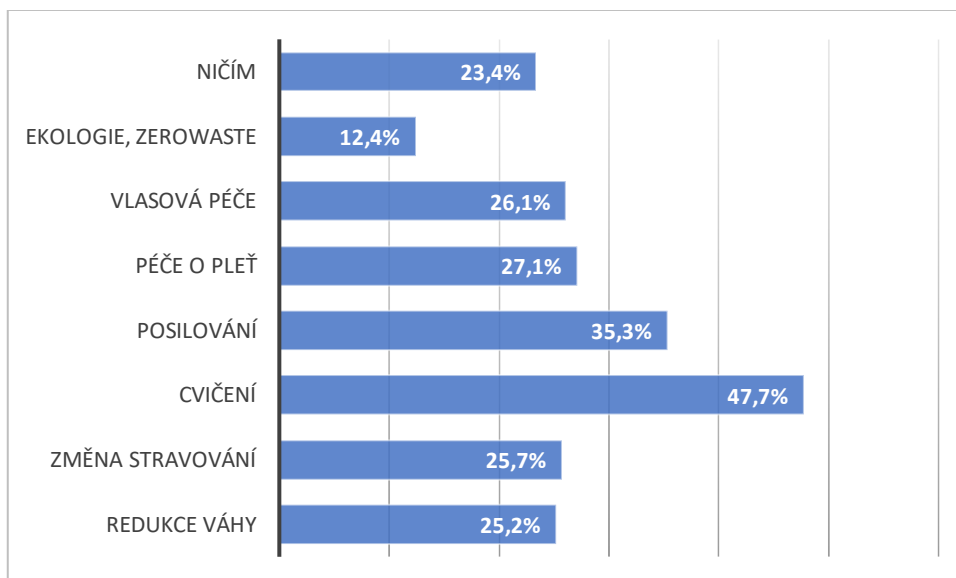
Na sociálních sítích se dospívající setkávají s tím, že influenceři něco cíleně propagují. Inspirovat se však mohou každou činností, kterou influencer veřejně prezentuje (např. hubnutí, sport, vaření). V následujícím grafu (viz Graf č. 31) můžeme sledovat, že to jsou dívky, kdo má větší tendenci se často inspirovat tím, co dělá někdo na sociálních sítích. Pokud jde o méně častou inspiraci (odpovědi ano, občas a jen někdy), nejsou rozdíly mezi dívkami a chlapci tak patrné. Pouze 11,3 % dívek a 15,1 % chlapců se nikdy neinspirovalo tím, co dělá někdo na sociálních sítích.



Graf č. 31: Míra inspirace u dospívajících tím, co influenceři na sociálních sítích dělají.

Téměř polovina respondentů, se někdy v životě na sociálních sítích inspirovala k vlastnímu cvičení. Další výraznou inspirací pak bylo posilování, které respondenti viděli u někoho z influencerů. To uvedlo 35,3 % respondentů. Tato témata tak odráží výzkum Iwanické, který jsme uvedli v kapitole 4 Vliv sociálních sítí na dospívající. Na sociálních sítích je totiž patrný diktát, který nutí k zdravému životnímu stylu, cvičení apod.

Další výraznou inspiraci pak tvořila redukce váhy, změna stravování, vlasová péče a péče o pleť. Alespoň jedna z těchto věcí někdy v životě inspirovala čtvrtinu adolescentů.

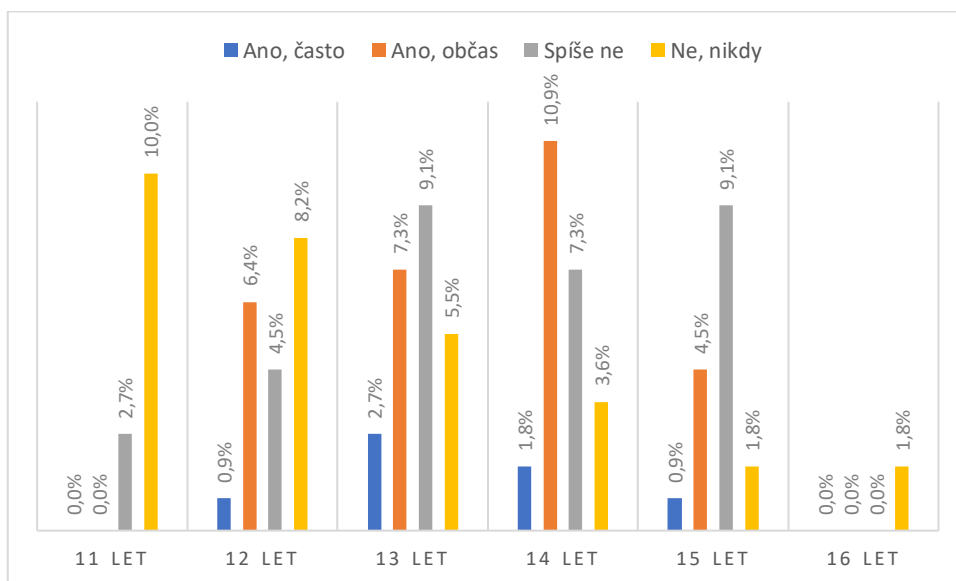


Graf č. 32: Čím se adolescenti inspirojí u influencerů? (n=218)

Negativní emoce vyvolané příspěvky influencerů

Na sociálních sítích se můžeme setkávat nejen s pozitivními příspěvky, ale mnoho uživatelů se velmi často uchyluje k tomu, že sdílí i své neúspěchy a nepovedené věci. Zaměřili jsme se proto na to, zda se tento typ příspěvků nějak promítá do emocí adolescentů.

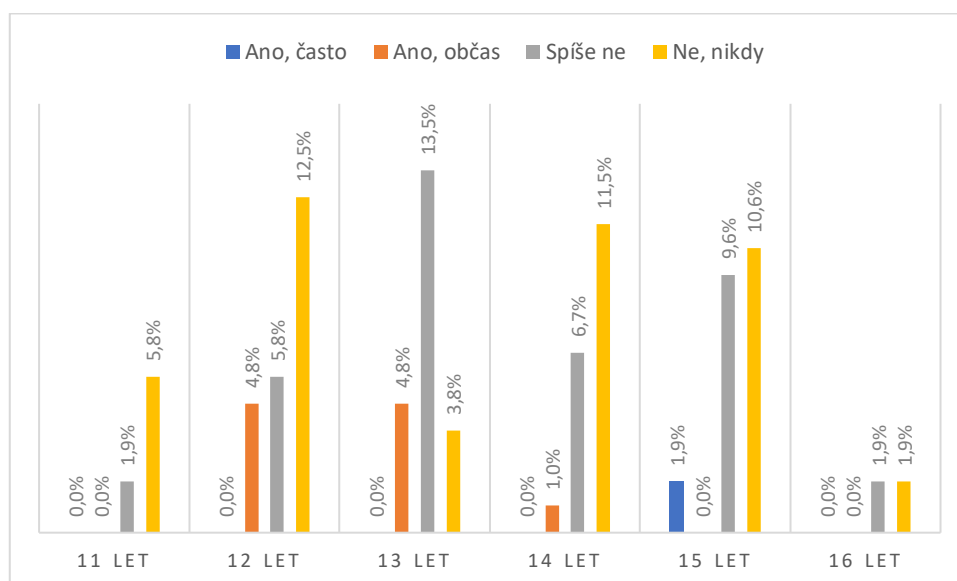
Pokud influencer sdílí nějaký negativní příspěvek, pouze u jednotek procent dívek to vyvolává negativní emoce. Z grafu č. 21 tak můžeme vidět, že negativní věci sdílené influencerem sice u části dívek občas vyvolávají negativní emoce, převládají však dívky, u kterých jsou tyto emoce vyvolávány jen občas, popřípadě vůbec.



Graf č. 33: Četnost toho, jak často příspěvek influencera vyvolává negativní emoce u dívek.

(n=110)

U chlapců je pak více než u dívek vidět lhostejnost k negativním věcem, které lidé na sociálních sítích sdílejí. Pouze 1,9 % respondentů uvedlo, že v něm negativní příspěvky influencerů vždy vyvolávaly negativní emoce. Pouze ve věkových kategoriích 12 a 13 let můžeme vidět, že občas negativní příspěvek u některých chlapců negativní emoce vyvolá. Kromě věkové kategorie třináctiletých chlapců, kde dominovala odpověď, že v nich tento typ příspěvků spíše nevyvolává negativní emoce, uváděli chlapci, že v nich negativní emoce nejsou vyvolávány nikdy.



Graf č. 34: Četnost toho, jak často příspěvek influencerů vyvolává negativní emoce u chlapců.
(n=104)

5.6 Shrnutí výzkumu a diskuse

Tohoto výzkumu se zúčastnilo 223 respondentů ve věku 11–16 let, kteří v současné době navštěvují druhý stupeň základní školy. Ve výzkumném vzorku bylo 116 dívek a 107 chlapců. Bližší demografické rozložení a zastoupení jednotlivých věkových skupin je k dispozici v kapitole 5.4 *Výzkumný vzorek*.

Pro tento výzkum jsme si stanovili následující výzkumné otázky:

1. Jakým způsobem současní adolescenti využívají sociální sítě?
2. Jak se adolescenti sebe prezentují na sociálních sítích?
3. Jaký vliv mají sociální sítě na sebehodnocení adolescentů?
4. Jaké další vlivy mají sociální sítě na adolescenty?

5.6.1 Jakým způsobem současní adolescenti využívají sociální sítě?

V rámci první výzkumné otázky nás zajímalo, jakým způsobem současní adolescenti využívají sociální sítě. Z výzkumu vyplynulo, že nejoblíbenější sociální sítí mezi adolescenty

je momentálně Instagram, který používá 76,2 % respondentů (viz Graf č. 1). Druhé místo na pomyslném žebříčku popularity pak obsadil TikTok, který používá 65,9 % respondentů, a následuje ho Snapchat se 60,5 %.

Více než třetina respondentů, konkrétně 36,5 % respondentů (viz Graf č. 2), uvedla, že online stráví více než 3 hodiny denně. Online se pohybuje zhruba 2 až 3 hodiny denně 22,4 % respondentů. Jedná se tedy o poměrně velké množství času, který dnešní adolescenti tráví online. Z toho důvodu tedy považujeme za důležité zkoumat, jaký vliv mají tyto technologie na současné adolescenty, jelikož s nimi stráví významnou část dne. Pouze 7,8 % respondentů uvedlo, že online nejsou každý den, ale pouze několikrát za týden.

Rodiče současných adolescentů příliš nedohlízejí na to, co jejich potomci dělají na telefonu, a tedy i na sociálních sítích. Kontrola mobilního telefonu rodiči či instalace rodičovského zámku se objevila pouze v nižších jednotkách procent u mladších respondentů. Nejedná se tedy o příliš rozšířený způsob mediace (viz Graf č. 4).

Z našeho výzkumu vyplynulo, že čím mladší byli respondenti v době výzkumu, tím dříve si nějakou sociální síť založili. Ve skupině respondentů, kterým je v současné době 11–13 let, bylo poměrně časté, že si sociální síť zakládali ve věku devět let a dříve. Respondenti, kterým bylo v době výzkumu 14 let a více, si pak v takto nízkém věku sociální sítě zakládali jen minimálně a bylo u nich běžné, že sociální sítě začali používat o zhruba dva roky později než jejich mladší spolužáci. Nejčastější motivací k založení sociálních sítí byli kamarádi nebo spolužáci, což uvedlo 53,8 % respondentů. To potvrzuje fakt, že v tomto věku adolescenti přirozeně inklinují spíše ke svým vrstevníkům.

5.6.2 Jak se adolescenti sebereprezentují na sociálních sítích?

Ačkoliv adolescenti tráví na sociálních sítích značné množství času, ukázalo se, že 37,8 % respondentů na sociální sítě vůbec nepřidává fotky sebe samých a 32 % jich tento typ fotografií zveřejňuje pouze občas (viz Graf č. 12). V porovnání s chlapci pak měly dívky větší tendenci přidávat na sociální sítě fotky sebe samých (viz Graf č. 13). Nižší míra zveřejňování fotek sebe samých tak souvisí s tím, že 28,2 % respondentů není spokojeno se svým vzhledem, 30,8 % respondentů nerado sdílí svůj veřejně svůj život a dokonce 21 % respondentů má obavy ze zneužití zveřejněných fotografií (viz Graf č. 14).

Předpokládali jsme, že větší důraz na úpravu fotografií před zveřejněním na sociální sítě budou klást dívky. Nicméně pouze 3,8 % dívek upravuje fotografie před zveřejněním vždycky a naopak 10,4 % chlapců fotografie upravuje vždy (viz Graf č. 15). V příležitostném upravování fotografií však dominovaly více dívky. Dívky zároveň mnohem více než chlapci přemýšlí

o tom, zda mají svou fotografii zveřejnit na sociálních sítích a 20 % z nich se ještě radí s někým dalším, zda je fotografie vhodná ke zveřejnění (viz Graf č. 16).

Adolescenti také uvádějí, že pro ně zpětná vazba, kterou dostávají na sociálních sítích, není příliš důležitá, ačkoliv je potěší, pokud je zpětná vazba pozitivní (viz Graf č. 17). Pokud se setkají s negativní zpětnou vazbou, 76,7 % chlapců a 69,2 % dívek tuto negativní zpětnou vazbu nijak neřeší (viz Graf č. 18).

5.6.3 Jaký vliv mají sociální sítě na sebehodnocení adolescentů?

Adolescenti se denně setkávají na sociálních sítích s různými influencery, proto nás zajímalo, zda se s nimi nějak ztotožňují a jaký vliv mají tyto vzory na spokojenost respondentů s vlastním vzhledem a zda případná nespokojenost či spokojenost souvisí s tím, nakolik se respondenti porovnávají s influencery na sociálních sítích.

Ukázalo se, že adolescenti nemají příliš ambice stát se influencery a 68,9 % chlapců a 60,2 % dívek by nechtěli být v pozici influencera (viz Graf č. 19). Pokud už adolescenti chtějí být influencerem, jsou tyto tendence mírně vyšší u dívek.

Ve věkové kategorii 12–15 let (věkové kategorie 11 a 16 let nemůžeme v tomto výzkumu příliš relevantně zhodnotit, protože nebyly dostatečně zastoupeny) dívkám ve velké míře záleží na tom, co si o nich myslí jejich okolí. Poměrně stejná skupina dívek, ačkoliv jí záleží na názoru ostatních, si je vědoma toho, že tento názor není to nejdůležitější (viz Graf č. 21). Porovnáme-li tyto výsledky s tím, jak chlapcům záleží na tom, co si o nich myslí ostatní, můžeme vidět, že chlapcům na názoru ostatních záleží podstatně méně než dívkám (viz Graf č. 22).

Ačkoliv tedy adolescentům záleží na tom, co si o nich myslí ostatní v jejich okolí, názor lidí na sociálních sítích je pro dívky i chlapce mnohem méně relevantní (viz Graf č. 23 a Graf č. 24). Samozřejmě jsou to opět chlapci, komu na názoru na sociálních sítích záleží ještě mnohem méně než dívkám. Pouze u chlapců ve věkové kategorii 13 let jsme zjistili zvýšené procento těch, kterým na názoru ostatních lidí na sociálních sítích záleží alespoň občas.

Abychom mohli vyhodnotit vliv sociálních sítí na sebehodnocení adolescentů, zajímalo nás také, jak jsou adolescenti spokojeni s vlastním vzhledem. Dívky jsou oproti chlapcům dvakrát více nespokojené se svým vzhledem než chlapci (viz Graf č. 25). Pouze 7,5 % chlapců je nespokojeno se svým vzhledem, u dívek je to téměř dvojnásobek – 14,8 %. Více než dvakrát více dívek než chlapců je pak se svým vzhledem spíše nespokojeno. Chlapci pak oproti dívkám ve větší míře uváděli, že jsou se svým vzhledem docela nebo úplně spokojeni.

Nejen že jsou dívky se svým vzhledem více nespokojené než chlapci, jsou to také právě dívky, kdo má tendenci porovnávat se s lidmi na sociálních sítích. Zatímco 65,4 % chlapců uvedlo, že se s nikým neporovnává, u dívek to bylo pouze 23,9 % (viz Graf č. 26). Naopak

27,4 % dívek se porovnává s lidmi na sociálních sítích a mají pocit, že nejsou tak hezké, u chlapců je to pouze 2,9 %.

Pokud se pak podíváme na souvislost mezi nespokojeností s vlastním vzhledem a mírou porovnávání se s lidmi na sociálních sítích, vidíme především u dívek jasnou souvislost mezi tím, že čím více se dívky porovnávají s někým na sociálních sítích, tím více jsou samy se svým vzhledem nespokojené (viz Graf č. 27). Dívky, které se s nikým neporovnávají, jsou pak se svým vzhledem mnohem více spokojené. Podobné výsledky můžeme vidět i u chlapců, ale jelikož chlapci obecně neměli tendenci srovnávat se s lidmi na sociálních sítích a byli se svým vzhledem více spokojeni, není zde tato souvislost tak patrná (viz Graf č. 28). Abychom zjistili relevantnější data, zda u chlapců dochází k podobným souvislostem jako u dívek, potřebovali bychom zřejmě větší výzkumný vzorek. Přesto však můžeme konstatovat, že zde existuje určitá souvislost mezi nespokojeností se svým vzhledem a tendencí porovnávat se s ostatními. Respondenti, kteří nebyli spokojeni se svým vzhledem pak měli problém napsat o sobě něco hezkého, naopak ti, kteří se svým vzhledem spokojeni byli, dokázali v mnohem větší míře vybrat své pozitivní vlastnosti (Podrobně viz kapitola 5.5.3.7 Názor na sám/sama sebe.)

5.6.4 Jaké další vlivy mají sociální sítě na adolescenty?

Vliv sociálních sítí na sebehodnocení adolescentů nebyl jediným vlivem, který nás zajímal. Těchto vlivů bychom mohli najít mnoho, proto není možné je v rámci této práce všechny vyhledat a prozkoumat. Zaměřili jsme se proto pouze na některé a především na to, zda si jsou adolescenti těchto vlivů vědomi.

Ukázalo se, že jedna třetina adolescentů vůbec nepřemýšlí o tom, že by na ně sociální sítě mohly mít nějaký vliv (viz Graf č. 29). Dvě třetiny adolescentů pak o případných vlivech sociálních sítí uvažují a z nich se polovina domnívá, že je sociální sítě ovlivňují, a druhá polovina se domnívá, že nikoliv.

Pokud jde o nakupování merche, který influenceři ve velké míře propagují, inklinují k jeho nákupům spíše chlapci. O merch influencerů nemá zájem 50,9 % dívek (viz Graf č. 30). Mezi těmi, kdo si nějaký merch jednou či několikrát koupili, převládají chlapci. Domníváme se, že to může být dáno tím, že merch je běžnější u influencerů, kteří se věnují gamingu či sportu, kvůli čemuž je sledují spíše chlapci. Influencerky, které vyhledávají spíše dívky, se věnují módě, zdravému životnímu stylu apod., pak svůj merch nemívají tak často.

Dívky sice nepatří k hlavním kupujícím merche, přesto to jsou dívky, kdo se nechá snáze ovlivnit k tomu, aby se inspirovaly něčím, co dělá někdo na sociálních sítích. Tím, co influenceři dělají na sociálních sítích, se často inspiruje 27 % dívek (viz Graf č. 31). Z chlapců

se pak často inspiruje jen 14,2 %. Tématy, kterými se adolescenti inspirují nejčastěji, jsou cvičení a posilování (viz Graf č. 32).

Mohli bychom předpokládat, že pokud se adolescenti na sociálních sítích setkají s tím, že influenceři sdílí negativní příspěvky a události ze svého života, bude to v jejich sledujících vyvolávat negativní emoce. Zjistili jsme však, že pouze u jednotek procent dívek tento typ příspěvků vždy vyvolává negativní emoce (viz Graf č. 33), u chlapců jsou tímto způsobem negativní emoce vždy vyvolávané jen minimálně (viz Graf č. 34). U dívek můžeme vidět, že v nich negativní emoce tento typ příspěvků vyvolává občas, nejedná se však o výrazně větší skupinu než dívky, ve kterých negativní emoce nejsou spíše nebo vůbec vyvolávány (viz Graf č. 33). Chlapci jednoznačně uvádějí, že v nich negativní příspěvky influencerů negativní emoce spíše nevyvolávají nebo vůbec nevyvolávají (viz Graf č. 34).

6 Závěr

Cílem této práce bylo zjistit, jaký vliv mají sociální sítě na sebekritiku dospívajících. Kromě toho jsme se zaměřili i na další vlivy sociálních sítí a pokusili se zmapovat, jakým způsobem dospívající používají sociální sítě. K tomu jsme využili kvantitativního šetření, které probíhalo prostřednictvím online dotazníku, který byl distribuován mezi žáky druhého stupně základní školy. Do výzkumu se zapojily dvě základní školy, FZŠ Hálkova Olomouc a ZŠ Velehrad. Dotazník vyplnilo celkem 223 žáků ve věku 11 až 16 let.

Z našeho výzkumu vyplynulo, že nejpoužívanější sociální sítí je mezi oslovenými adolescenty Instagram, který pak následuje TikTok a Snapchat. Adolescenti také online tráví velké množství času, protože více než třetina z nich uvedla, že se online pohybuje tři a více hodin. Jelikož se jedná o poměrně velkou část dne, domníváme se, že je důležité dále zkoumat, co na sociálních sítích adolescenti dělají a jak je to ovlivňuje.

Mezi adolescenty navíc stále klesá věk, kdy se poprvé zaregistrují na některé sociální síti. Podle našeho výzkumu si totiž respondenti, kterým je v současné době 11–13 let, zakládali sociální sítě velmi často ve věku devět let a dříve. Respondenti starší 14 let pak odpovídali, že sociální sítě začali převážně používat zhruba o dva roky později než jejich mladší spolužáci. Jak jsme zmínili v kapitole věnované zařazení této problematiky do RVP, domníváme se, že by bylo vhodné se tomuto tématu začít postupně a přiměřeně věku věnovat již na konci prvního stupně, kdy se značná část žáků dostává do prvního kontaktu se sociálními sítěmi.

Pro dívky je v porovnání s chlapci mnohem důležitější, co si o nich myslí jejich bezprostřední okolí i lidé na sociálních sítích. Z našeho výzkumu také vyplynulo, že jsou se svým vzhledem dívky mnohem více nespokojené než chlapci a zároveň se dívky mnohem více porovnávají s influencery na sociálních sítích. V případě dívek pak lze pozorovat jasnou souvislost mezi tím, jak se porovnávají s lidmi na sociálních sítích a jak jsou nespokojené se svým vlastním vzhledem. Čím více se totiž dívky porovnávaly s někým na sociálních sítích, tím více byly nespokojené se svým vzhledem. Naopak dívky, které neměly tendence se porovnávat, byly se svým vzhledem mnohem spokojenější. U chlapců byly výsledky podobné, ale jelikož měli chlapci mnohem menší tendenci srovnávat se s lidmi na sociálních sítích a byli se svým vzhledem poměrně spokojeně, potřebovali bychom větší výzkumný vzorek pro získání relevantnějších dat.

V rámci dotazníkového šetření jsme po adolescentech chtěli vlastní zhodnocení. V otevřené odpovědi na otázku, co si respondenti myslí sami o sobě, se pak objevilo několik alarmujících odpovědí naznačujících možné poruchy příjmu potravy či sklony k depresím či jinému

rizikovému chování, předáváme tyto odpovědi metodikům prevence dané školy. Dotazníkové šetření bylo anonymní a několik respondentů se nebálo otevřeně svěřit, proto necháme na pověřených osobách, aby vyhodnotily, jak s těmito odpověďmi naložit a případně jim přizpůsobit preventivní program na školách.

Výzkum také ukázal, že třetina dotázaných nepřemýšlí o tom, že by je sociální sítě mohly nějakým způsobem ovlivňovat. Třetinu respondentů pak napadlo, že by je sociální sítě mohli ovlivnit, ale domnívají se, že se tak neděje. Poslední třetina respondentů pak připouští, že na ně sociální sítě mají nějaký vliv.

Nedílnou součástí sociálních sítí je také propagace merche a marketing. Z výzkumu vyplynulo, že k nakupování merche jsou náchylnější chlapci. Domníváme se, že je to proto, že chlapci častěji sledují influencery věnující se gamingu a sportu a mívají vlastní merch. Dívky se pak inspiroují tím, co influenceři na sociálních sítích dělají, nejčastěji je to cvičení a posilování.

Náš výzkum potvrdil, že sociální sítě hrají v životě adolescentů velkou roli, proto si zaslouží pozornost výzkumníků, pedagogů i rodičů. Ve výzkumu jsme pracovali s cílovou skupinou 11–16 let, ale ukázalo se, že mnoho žáků mělo první zkušenost se sociálními sítěmi již mnohem dříve, bylo by vhodné, kdyby se výzkumy zaměřily i na mladší žáky, kteří sociální sítě teprve objevují.

Sociální sítě jsou prostředím, které se neustále proměňují. Od napsání naší bakalářské práce, která pojednávala o podobném tématu, se objevily nové sociální sítě. Dá se předpokládat, že v blízké době vzniknou další, které přinesou nové možnosti, ale zároveň nová nebezpečí. Mění se také stávající sociální sítě, které přicházejí s novými funkcemi a strategiemi, jak si co nejvíce udržet své uživatele a nalákat nové, a proměňuje se i to, která sociální síť je zrovna mezi různými uživateli nejvíce populární. Domníváme se tedy, že je třeba v této oblasti zůstat neustále ve střehu a reagovat na nové výzvy, se kterými se žáci na druhém i na prvním stupni setkávají, a adekvátně je zohlednit při výuce i osvětě rodičů.

Bibliografické zdroje

- ALEXANDER, Julia. *Instagram launches Reels, its attempts to key you of Tik Tok* [online]. The Verge. Publikováno 5. srpna 2020. [Citováno 2023-04-02]. Dostupné z: <https://www.theverge.com/2020/8/5/21354117/instagram-reels-tiktok-vine-short-videos-stories-explore-music-effects-filters>
- CONSTINE, Josh. *Instagram hits 1 billion montly users, up from 800 mil in September* [online]. TechCrunch. Publikováno 20. června 2018. [Citováno 2023-04-01]. Dostupné z: https://techcrunch.com/2018/06/20/instagram-1-billion-users/?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly9lbi53aWtpcGVkaWEub3JnLw&guce_referrer_sig=AQAAAGmhCRpvV4PWhpHl-ndMh4jqnAr39Vw7KzTPn4mu7C5kq272RHYczxNxIUxy9ruCwn0gp0Lt5w-HJIYQA8XqenQ4_LmhC0TR7sHor7jugHr1-bXUqEBRqiddMjlxnzaildIvDG7965Gkwa-wEkTV6RB1x9n9sySRWiUrLGNmGfF7
- DOLEJŠ, Martin, KASALOVÁ, Vanda a VAVRYSOVÁ, Lucie. *Kdo a co řídí české adolescenty?*. 1. vydání. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2018. 141 s.
- FACEBOOK. *Facebook reports Fourth Quarter and Full Year 2020 Results*. [online] Menlo Park, California, 27. ledna 2021. [Citováno 2023-04-01]. Dostupné z: <https://investor.fb.com/investor-news/press-release-details/2021/Facebook-Reports-Fourth-Quarter-and-Full-Year-2020-Results/default.aspx>
- FERGUSON, Christopher J., MUÑOZ, Mónica E., GARZA Adolfo, GALINDO, Mariza. Concurrent and Prospective Analyses of Peer, Television and Social Media influences on Body Dissatisfaction, Eating Disorder Symptoms and Life Satisfaction in Adolescent Girls. *Journal of Youth and Adolescence: A Multidisciplinary Research Publication*. January 2014, vol. 43, no. 1, str. 2.
- GILLETE, Felix. *Snapchat Reaches Settlement With Its Disappearing Co-Founder*. [online]. Bloomberg. 10. září 2014. [Citováno 2023-04-03]. Dostupné z: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2014-09-09/snapchat-settles-reggie-brown-suit-credits-him-with-original-idea>
- GUPTA, Manas sen. *These Are The Most-Followed Instagram Accounts In The World* [online]. 2023, 20. března 2023 [cit. 2023-04-05]. Dostupné z: <https://www.augustman.com/my/culture/events/these-are-the-most-followed-instagram-accounts-in-the-world/>

- HALL, Mark. *Facebook*. [online] Britannica. Aktualizováno 4. února 2021. [Citováno 2023-04-02]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/Facebook>
- HALL, Mark. *Facebook*. [online] Britannica. Aktualizováno 4. února 2021. [Citováno 2023-04-02]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/Facebook>
- HARTL, Pavel, HARTLOVÁ, Helena a HARTLOVÁ, Helena. *Psychologický slovník*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2000. 774 s.
- HARTMANNOVÁ, Deni a VESELÝ, Ivo. *(Ne)jsem influencer: vše, co potřebujete vědět o online světě, a ještě mnohem víc*. Vydání první. [Rohatec]: [Ráj Elegance s.r.o.], 2021. 213 s.
- CHAFFEY, Dawe. *Global social media statistics research summary 2023* [online]. Publikováno 30. ledna 2023. [cit. 2023-04-05]. Dostupné z: <https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/>
- CHERRY, Kendra. *Identity vs. Role Confusion in Psychosocial Development* [online]. 22. 6. 2022 [cit. 2022-11-06]. Dostupné z: <https://www.verywellmind.com/identity-versus-confusion-2795735>
- CHRÁSKA, Miroslav. *Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu*. 2., aktualizované vydání. Praha: Grada, 2016. 254 s.
- IQBAL, Mansoor. *Instagram Revenue and Usage Statistics (2021)*. [online]. Business of Apps. Aktualizováno 8. března 2021. [Citováno 2023-03-05]. Dostupné z: <https://www.businessofapps.com/data/instagram-statistics/>
- *Irozhlas: TikTok je bezpečnostní hrozba, upozorňuje český kyberúřad. Varuje před používáním aplikace* [online]. 8.3.2023 [cit. 2023-04-01]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/veda-technologie/technologie/tiktok-je-bezpecnostni-hrozba-upozornuje-cesky-kyberurad-varuje-pred-pouzivanim_2303081130_ako
- ISAAC, Mike. *U. S. Appeals Injunction Against Tik Tok Ban*. [online]. The New York Times. ISSN 0362-4331. Publikováno 8. října 2020. [Citováno 2023-04-02]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2020/10/08/technology/us-appeals-injunction-against-tiktok-ban.html>
- IWANICKA, Aleksandra, SOROKA, Ewelina. The role of social media in the process of shaping the „body cult“ among young women. *Current Problems of Psychiatry*, 2020, vol. 21, no. 1, str. 15–21.

- KABÍČEK, Pavel a kol. *Rizikové chování v dospívání a jeho vztah ke zdraví*. Vyd. 1. Praha: Triton, 2014. 343 s.
- KOPECKÝ, Kamil, SZOTKOWSKI, René, KVINTOVÁ, Jana, KŘEMÉNKOVÁ, Lucie a VORÁČ, Dominik. *Děti a kult krásy v online světě*. Pedagogická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci, 2022. [Citováno 2023-04-03] Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/361282790_Deti_a_kult_krasy_v_online_svetu_vyzkum
- LANGMEIER, Josef a KREJČÍŘOVÁ, Dana. *Vývojová psychologie*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2006. 368 s.
- MACEK, Petr. *Adolescence*. 2., upr. vyd. Praha: Portál, 2003. 141 s.
- MAHDAWI, Arwa. *Is 2019 the year you should finally quit Facebook?* [online]. The Guardian. 21. prosince 2018. [Citováno 2023-04-03]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/dec/21/quit-facebook-privacy-scandal-private-messages>
- MATĚJČEK, Zdeněk. *Rodiče a děti*. Třetí, upravené vydání (ve Vyšehradu první). Praha: Vyšehrad, 2017. 353 s.
- MEDIAL CENTER, BOSTON. *A new reality for beauty standards. How selfies and filters affect body image*. [online]. Eurekalert. The American Association for the Advancement of Science (AAAS). Publikováno 2. srpna 2018. [Citováno 2023-04-03]. Dostupné z: https://www.eurekalert.org/pub_releases/2018-08/bmc-anr080118.php
- MILLER, Chance. *These were the most – downloaded apps and games of the decade* [online]. 9to5Mac. Publikováno 17. prosince 2019. [Citováno 2023-04-02]. Dostupné z: <https://9to5mac.com/2019/12/16/apps-and-games-of-the-decade/>
- NEUŽILOVÁ MICHALČÁKOVÁ, Radka. *Strachy v období rané adolescence*. 1. vyd. Brno: Společnost pro odbornou literaturu – Barrister & Principal, 2007. 149 s.
- Proč je třeba revidovat RVP ZV?. *Revize rámcových vzdělávacích programů* [online]. [cit. 2023-04-16]. Dostupné z: <https://velke-revize-zv.rvp.cz/>
- *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání* [online]. Praha: MŠMT 2021, s. 38. [Citováno 2023-04-15]. Dostupné z: <https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcovy-vzdelavacici-program-pro-zakladni-vzdelavani-rvp-zv/>
- SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014. 539 s.

- SCHNEIDER, Matěj. *Aplikace BeReal je sociální hit roku. Zvládne své problémy, nebo ji spolkně konkurence?* [online]. 26. 10. 2022 [cit. 2023-04-01]. Dostupné z: <https://wave.rozhlas.cz/aplikace-bereal-je-socialni-hit-roku-zvladne-sve-problemy-nebo-ji-spolkne-8856297>
- SCHWEDEL, Heather. *A Guide to Tik Tok for Anyone Who isn't a Teen.* [online]. Slate Magazine. Publikováno 4. září 2018. [Citováno 2023-04-02.] Dostupné z: <https://slate.com/technology/2018/09/tiktok-app-musically-guide.html>
- Sociální sítě žijí zdravím. *Revize rámcových vzdělávacích programů* [online]. [cit. 2023-04-16]. Dostupné z: <https://clanky.rvp.cz/clanek/22856/SOCIALNI-SITE-ZIJI-ZDRAVIM.html>
- STEINBEKK, Silje, WICHSTRØM, Lars, STENSENG, Frode, NESI, Jacqueline, HYGGEN, Beate Wold, SKALICKÁ, Věra. The impact of social media use on appearance self-esteem from childhood to adolescence – A 3-wave community study. *Computers in Human Behavior*, January 2021, vol. 114, str. 2.
- TRŇÁKOVÁ, Kristýna. *Vliv sociálních sítí na sebekritiku dospívajících dívek* [online]. Olomouc, 2021 [cit. 2023-04-16]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/ub9xnu/>. Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Pedagogická fakulta. 46 s.
- TYRLÍK, Mojmír, ed., MACEK, Petr, ed. a ŠIRŮČEK, Jan, ed. *Sebepojetí a identita v adolescenci: sociální a kulturní kontext*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2010. 144 s.
- VÁGNEROVÁ, Marie. *Vývojová psychologie: dětství, dospělost, stáří*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2000. 522 s.
- VINCENT, James. *Instagram is testing a new videoediting tool called Reels that copies Tik Tok's best features* [online]. The Verge. Aktualizováno 12. listopadu 2019. [Citováno 2023-04-02]. Dostupné z: <https://www.theverge.com/2019/11/12/20960916/instagram-facebook-tiktok-clone-tool-scenes-clips-jane-wong>
- VYORÁLKOVÁ, Edita. *TOP 30 největších influencerů na Instagramu v Česku* [online]. 2023, 18. ledna 2023 [cit. 2023-04-05]. Dostupné z: <https://www.augustman>. Influenceři TOP 30 největších influencerů na Instagramu v Česku
- ZIÓŁKOWSKA B. *Okres dorastania. Jak rozpoznać ryzyko i jak pomagać?* In: BRZEZIŃSKA, Anna (ed.). *Psychologiczne portrety człowieka. Praktyczna psychologia rozwojowa*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne: 2005. str. 379–423.