

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Cyrlometodějská teologická fakulta a Pedagogická fakulta

Katedra křesťanské výchovy a Ústav pedagogiky a sociálních studií

Studijní obor: Sociální pedagogika – specializace projektování a management



Sharenting, rostoucí praktika rodičů ve světě nových médií

Sharenting, Growing Practice of Parents in the World of New Media

Diplomová práce

Autor:

Bc. Lucie Sedláčková

Vedoucí práce:

Mgr. Milena Öbrink Hobzová,
Ph.D.

Olomouc 2024

Tato diplomová práce byla podpořena z projektu SIVV CMTF_2023_007 –
Edukace dětí a dospělých jako cesta rozvoje hodnot a osobnosti člověka

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „Sharenting, rostoucí praktika rodičů ve světě nových médií“ vypracovala samostatně. Veškeré literární prameny a použité informace jsou uvedeny v seznamu literatury.

V Olomouci dne 18.06. 2024

.....

Bc. Lucie Sedláčková

Poděkování

Na tomto místě bych chtěla poděkovat vedoucí mé práce paní Mgr. Mileně Öbrink Hobzové, Ph.D. za její ochotu, cenné rady, pochopení a čas, který mi věnovala nejen v rámci této diplomové práce, ale i po čas celého studia.

Anotace

Diplomová práce se věnuje praxi sharentingu jako novodobého fenoménu. Teoretická část popisuje nová média, online prostředí a sociální sítě. Pozornost je věnována praxi sharentingu, jeho pozitivům, negativům, možnostem prevence a intervence, dětským právům a také nám poskytuje vhled na výzkumy a statistické údaje v rámci této problematiky. Výzkumná část se zaměřuje na několik aspektů sdílení obsahu týkajících se dětí jejich matkami v online prostředí. Cílem bylo prozkoumat nejen motivace matek a jejich povědomí o rizicích, ale také zjistit, zda a případně jakým způsobem matky regulují obsah týkajících se jejich dětí na internetu a zda se svým dítětem řeší jeho online prezentaci prostřednictvím profilu matky. K odhalení těchto aspektů bylo použito otevřené kódování, které je nám pomohlo analyzovat data z poskytnutých rozhovorů.

Klíčová slova: sharenting, sdílení, sociální sítě, rodičovství, online prostředí, soukromí, rizika sdílení

Annotation

This thesis explores the practice of sharenting as a modern phenomenon. The theoretical part describes new media, online environment and social networks. Attention is paid to the practice of sharenting, its positives and negatives, prevention and intervention possibilities, children's rights, and provides insights into research and statistical data related to this issue. The research part focuses on a deeper insight into several aspects of content sharing related to children by their mothers in the online environment. The aim was not only mothers motivations and risks awareness, but also to find out whether and how mothers regulate content related to their children on the internet and whether they discuss their child's online presentation through the mother's profile. To uncover these aspects was used open coding, that helped us analyze the data provided from the interviews.

Keywords: sharenting, sharing, social networks, parenting, online environment, privacy, sharing risks

Obsah

ÚVOD	8
1 NOVÁ MÉDIA.....	9
1.1 CHARAKTERISTIKA MASOVÝCH A NOVÝCH MÉDIÍ	9
1.2 ONLINE PROSTOR.....	12
1.3 SOCIÁLNÍ SÍŤ.....	13
1.3.1 Facebook.....	14
1.3.2 Instagram.....	15
1.3.3 TikTok.....	15
1.3.4 Platformy pro digitální fotogalerie.....	16
1.4 VLIV NOVÝCH MÉDIÍ.....	17
1.5 RODIČOVSTVÍ A ONLINE SVĚT.....	19
2 SHARENTING	22
2.1 CHARAKTERISTIKA SHARENTINGU	22
2.2 POZITIVA.....	23
2.3 NEGATIVA	24
2.4 PREVENCE A INTERVENCE.....	25
2.5 ETIKA V ONLINE PROSTORU	26
2.6 DĚTSKÁ PRÁVA V KONTEXTU SHARENTINGU	27
2.7 STATISTIKA A VÝZKUM.....	29
3 METODOLOGICKÝ RÁMEC VÝZKUMU	32
3.1 TÉMA VÝZKUMU	32
3.2 CÍLE VÝZKUMU	32
3.3 VÝZKUMNÝ PROBLÉM	33
3.4 STANOVENÍ VÝZKUMNÝCH OTÁZEK.....	33
3.5 POPIS SLEDOVANÉHO SOUBORU	34
3.6 POSTUP PŘI SBĚRU DAT	35
3.7 METODOLOGIE VÝZKUMU.....	36

3.8	VYHODNOCENÍ VÝSLEDKŮ VÝZKUMU	38
3.8.1	<i>Sociální propojení a vyjadřování identity prostřednictvím sdílení obsahu</i>	38
3.8.2	<i>Obavy z bezpečnosti, ochrana soukromí a respektování intimity</i>	41
3.8.3	<i>Regulace obsahu a ochrana soukromí a intimity dětí na sociálních sítích</i>	42
3.8.4	<i>Respektování dětské autonomie a názoru v rámci online sdílení obsahu</i>	44
3.9	DISKUSE.....	46
	ZÁVĚR.....	52
	LITERATURA.....	54
	SEZNAM OBRÁZKŮ	61
	SEZNAM PŘÍLOH	62

Úvod

Naše společnost se ve světě nových médií neustále vyvíjí. Lidé se přizpůsobují novým technologiím a online prostředí. Termín „sharenting“ je kombinací slov „share“ (sdílet) a „parenting“ (výchova). Je to novodobá praktika rodičů, která se právě v tomto prostředí vykytuje. Tento fenomén zahrnuje zveřejňování fotografií, videí a dalších informací o dětech online jejich rodiči. Rodiče v online prostředí sdílejí radostné okamžiky, úspěchy, vzpomínky na dovolenou, ale také výzvy spojené s rodičovstvím. Tímto způsobem mohou rodiče se mohou pochlubit svými ratolestmi, mohou pociťovat spojení s rodinou, přáteli či online komunitou nebo si tvořit online archiv rodinných vzpomínek. Tento fenomén je spojen s etickými otázkami, jako je soukromí dětí, bezpečnost, digitální stopa a dlouhodobé důsledky, které mohou při sdílení obsahu nastat. Tímto způsobem se tak sharenting stává středem pozornosti v diskusích o soukromí a digitální etice v online prostředí.

Tato diplomová práce se zaměřuje na fenomén sharentingu a jeho význam v kontextu digitálního světa. Cílem této práce je popsat nová media a online svět, abychom pochopili podstatu tohoto prostředí. Hlavní pozornost diplomové práce směřujeme k problematice sharentingu. V teoretické části se práce soustředí na nová média, jejich vliv a proměny rodičovství v tomto světě. Dále se zaměřuje na definici a vysvětlení sharentingu, jeho pozitivních a negativních aspektů. V této části je začleněna kapitola věnující se prevenci negativních dopadů sharentingu. Pro pochopení kontextu sharentingu jsou zde rovněž zahrnuty statistické údaje a výzkumná data.

Praktická část této práce se zaměřuje na výzkum, jehož cílem je analyzovat pohled rodičů, kteří mají zkušenost se sharentingem. Pozornost soustředí na jeho důsledky v oblasti soukromí a identity. Výzkum se dále snaží porozumět jejich motivacím a zkušenostem. Diplomová práce se tak zaměřuje na hlubší porozumění fenoménu sharentingu prostřednictvím teoretického zkoumání a praktického výzkumu pohledu praktikujících rodičů.

1 Nová média

Nová média, zejména sociální sítě a digitální platformy, hrají hlavní roli v provozování a rozvoji novodobého fenoménu sharentingu. Média poskytují rodičům prostor, kde mohou sdílet své rodičovské zážitky se svými přáteli, rodinou a ostatními uživateli. V této kapitole si popíšeme charakteristiku médií, zejména těch nových, které se s tímto fenoménem významně pojí.

1.1 Charakteristika masových a nových médií

Nejprve je třeba si definovat termín médium, což je slovo odvozené od latinského *medius* = prostřední. Halada a kol. ve Slovníku žurnalistiky (2017, s. 148-149) popisují, že médium funguje jako zprostředkující prvek, který nám usnadňuje komunikaci v prostoru a čase. V komunikačním kontextu tak zahrnuje vše, co slouží, jako nástroj k uchování a přenosu sdělení. Širší definice médií zahrnuje různé formy, jako je řeč, písmo, hudba, výtvarné umění, architektura, tanec, styl oblékání a další.

Kraus (2014 s. 127–129) zmiňuje velký význam masových médií, který v dnešní době nabývají a který se projevuje v našem každodenním životě. Poskytují nám informace o událostech z celého světa, díky nim sledujeme oblíbené filmy, seriály a zároveň nám poskytují zábavu a relaxaci. Masová média ovlivňují naše postoje a názory pozitivním i negativním způsobem. Mohou nám rozšířit naše obzory, vnuknout nápady, ale také mohou působit dezinformačně nebo manipulativně.

Masová média mají několik funkcí, které jsou důležité pro jejich působení. V díle od Blahoslava Krause (2014 s. 126-127) jsou popsány jako:

- a) **Informativní funkce:** Masmédia nám poskytují informace a zpravodajství z celého světa. Zahrnuje také různé dokumentární pořady vzdělávací programy.
- b) **Formativní funkce:** Masová média ovlivňují osobnost a postoje diváků. Mohou formovat názory a postoje lidí k různým tématům a událostem.
- c) **Komunikativní funkce:** Umožnění komunikace a spojení mezi lidmi. Nejen v rámci jedné země, ale i s lidmi geograficky vzdálenými.
- d) **Rekreační funkce:** Poskytování zábavy a relaxace. Masmédia mohou vyvolat pocit odpočinku prostřednictvím hudby, filmů a dalších forem zábavy.

Termín „nová média“ zahrnuje mediální technologie založené na digitálním zpracování dat, který v obecném smyslu označuje celou oblast počítačových technologií. Pojem se začal více využívat od 80. let v souvislosti s rozmachem digitálních technologií a počítačů a následně s rozvojem internetu v 90. letech 20. století. Marshall McLuhan byl pravděpodobně prvním, kdo použil termín „nová média“ v 60. letech 20. století. Nová média jsou charakterizována několika společnými rysy, včetně nehmotné číselné podstaty, matematického zpracování, kombinovatelnosti, modularitou a variabilitou. (Halada a kol., 2017 s. 160–161)

Nová média staví Antonín Pavlíček (2007) na čtyřech klíčových principech:

- Prvním pravidlem je, že jsou založena na *digitální platformě*.
- Druhý princip spočívá v jejich *využívání výpočetního výkonu*.
- Třetí princip zdůrazňuje *interaktivitu*, což znamená, že reagují na podněty od uživatele.
- Čtvrtým principem je *podpora komunikace a zpětné vazby*.

Tato média přinášejí nový způsob šíření informací mezi lidmi po celém světě. Způsob přijímání informací jde stále kupředu a stále se vyvíjí. Kromě televize, rozhlasu či počítačem nám stačí pouze mobilní telefon, který je už dnes běžně vybaven mobilními daty, a tak se člověk může snadno dostat k potřebným informacím kdykoliv a kdekoliv bez ohledu na čas a místo. To zapříčiňuje násobení množství i různorodost přijatých informací. S touto změnou přichází i změna v chování mediálního publika, kdy díky této různorodosti informačních zdrojů a novým technologiím mají uživatelé větší možnost si zvolit přijímaný obsah, který konzumují a také jej mohou kontrolovat. To uživatelům umožňuje vytvářet si vlastní *personalizované informační prostředí*. Lze tedy říct, že každý uživatel má své vlastní prostředí, kde informace přijímá, které se skládá z jeho zvolených zdrojů. Z doposud zjištěných informací, je však známo, že aktivním způsobem tímto stylem chování na internetu disponuje jen část uživatelů. (Nečas, 2019)

Nová média zahrnují činnosti ve virtuálním nebo fiktivním světě, jako je například sledování seriálů, hraní her nebo používání mobilních aplikací, které fungují

online. Antonín Pavlíček (2007) také popisuje digitální propasti, které se týkají sociálních struktur, místa narození, generace a kultury, které se v tomto prostředí mísí.

Média vytvářejí alternativní realitu mimo naši přímou zkušenost, umožňují nám porozumět fungování světa a identifikovat důležité prvky. Tyto informace jsou často odvozeny od geograficky vzdálených či fiktivních informačních kanálů. Média nám prezentují různé obrazy světa, od afrických savan a povrchu Marsu po známé tváře a lokality, čímž nám potvrzují existenci těchto prvků a zároveň ukazují na existenci řádu a hierarchie v tomto světě. Komunikace s blízkými probíhá přes média, ať už jde o telefon, poštu, chatovací aplikace a sociální sítě. Tímto způsobem udržujeme vztahy i na dálku, bez ohledu na to, zda jsou založeny na silných nebo slabých vazbách. Sdílením médií získaných informací o světě vytváříme společný obraz reality, což usnadňuje vytváření funkčních vztahů navzdory geografické vzdálenosti. Média mají klíčový vliv na naše každodenní životy a sociální identity. Také strukturování prostoru v domovech, organizace času a formování našich životních stylů je silně ovlivněno médii (Macek, 2011 s. 9-10).

Macek (2011, s 13-14) ve svém díle také uvádí, že nová média představují složitou kategorii. Důvodem je, že označení „nová“ je problematické, protože technologie, které sem spadají, nejsou vždy ve svém smyslu nové, ale spíše proměnlivé a stále se vyvíjející. Za nová média jsou považovány různé technologie, jako například internet, osobní počítač, tablet nebo mobilní telefony, webové stránky a softwarové aplikace. Nesnadnost definice nových médií je zapříčiněna jejich různorodostí a neustálým vývojem. To vede k širokému spektru možných forem užití nových médií, což je odlišuje od masových médií, jako jsou tisk, rozhlas a televize, která jsou relativně dobře definována v technologickém a textovém smyslu. Nová média jsou interaktivní, mnoho směrná, individualizovaná, síťová a hypertextová, ale tato charakteristika není univerzální a může se měnit v závislosti na konkrétních technologiích. S postupnou digitalizací tradičních médií se začíná mazat hranice mezi „starými“ analogovými médii a novými médii, což zvyšuje obtížnost jejich jednoznačné definice.

1.2 Online prostor

Jelikož se tato diplomová práce soustředí na novodobý fenomén sharenting je třeba věnovat pozornost hlavně online prostoru, ve kterém se sharenting odehrává. Online prostor je digitální a zároveň virtuální prostředí, kde spolu uživatelé interagují, sdílí informace, komunikují a provádějí další aktivity nejrůznějšího charakteru. V online prostoru máme k dispozici mnoho platforem, které nám umožňují plnit potřeby, získávat různé informace nebo se bavit.

V raném výzkumu nových médií v 90. letech minulého století bylo běžné striktní oddělení online aktivit od sociálního jednání ve fyzickém světě. Brzy se ukázalo, že je nemožné zkoumat online chování izolovaně od toho, co lidé dělají a prožívají ve fyzickém kontextu (Macek, 2011 s. 55). Rozmachu internetu napomohl také rozvoj chytrých telefonů, jehož výsledkem je, že lidé tráví v online prostoru průměrně sedminu doby, kdy jsme vzhůru (Ramsden, 2021 s. 4).

Uživatelé internetu jsou neodmyslitelně součástí nějaké národní nebo etnické kultury. Komunikují v určitém jazyce, mají vzdělání, hodnoty a mají fyzická těla, což ovlivňuje jejich prožívání. Představa, že internet zbaví lidi omezení lidského života, se ukázala jako naivní. Dichotomie mezi „virtuálním“ a „reálným“ sociálním světem byla zanechána, jelikož online sociální život je ve své podstatě reálný ve všech svých aspektech a důsledcích. Komunikace prostřednictvím internetu je pevnou součástí offline života. Společenské vztahy, normy chování a interakce v reálném světě, se odrážejí v online životě. I přesto, že interakce v online prostředí jsou specifické a mají svá vlastní pravidla, nelze je oddělit od sociálního života jako celku. V rámci studií nových médií se zkoumá skupinová interakce v komunikačních sítích, které otevřely prostor pro vytváření platforem umožňujících komunikaci mezi mnoha lidmi. Odborná diskuse o skupinové komunikaci prošla různými fázemi a témata se vyvíjela spolu s rozvojem komunikačních rozhraní. Od počátku 80. let do počátku 21. století, byla skup nová online interakce zaměřena zejména na asynchronní diskusní fóra a synchronní chatovací místnosti. Virtuální komunity a problém anonymity v síťovém komunikačním prostředí byly klíčovými tématy výzkumu v této době. Termín „komunita“ v sociologii označuje skupinu lidí s intenzivními vazbami, sdílejících společný prostor a každodenní život. Moderní společnost od 19. století viděla oslabení a postupný zánik těchto komunit, což vedlo k jejich zkoumání ve smyslu sociologických výzkumů a

politických debat. Nová média byla vnímána jako prostředek k možné obnově komunitního života, a v této souvislosti se objevil termín „virtuální komunita“. Novinář Howard Rheingold v roce 1993 ji definoval jako delokalizované, technologicky podporované společenství spojené sdílenými zájmy. Typologie virtuálních a lokálních komunit zdůrazňují, že komunity jsou spíše výjimečně „čistě“ virtuální. (Macek, 2011 s. 55-58)

1.3 Sociální sítě

Sharenting probíhá v online prostoru, konkrétně na sociálních sítích, což jsou platformy, které právě v tomto prostředí můžeme nalézt. Sociální sítě se staly běžnou součástí našich životů za poměrně krátkou dobu. První sociální síť byla stránka Sixdegrees.com, která je datována do roku 1996. Na této sociální síti si uživatelé mohli vytvářet síť kontaktů, jak se známých, tak i neznámých lidí. V českém prostředí prvenství patří sociální síti Spolužáci, která vznikla v roce 1999. (Křivánková a kol., 2019 s. 13)

Havlová (2003) definuje sociální sítě (anglicky *social network*) jako internetovou službu, která umožňuje uživatelům vytvářet si osobní či firemní profil. S tímto profilem pak může uživatel navazovat virtuální vztahy, komunikovat, sdílet informace, fotografie, videa a různé odkazy. Sociální sítě jsou charakteristicky digitální, interaktivní, virtuální, automatizované, variabilní a přístupné v reálném čase. Sociální sítě zahrnují různé nástroje a platformy, jako jsou Facebook, Messenger, YouTube, Wikipedia, různé blogy a další (Zhong, 2022 s. 28). Uživatelé mají možnost obsah aktivně tvořit a sdílet s ostatními uživateli nebo mohou pasivně sledovat, co sdílí jiní uživatelé. Na sociálních sítích můžeme sdílet různé druhy obsahu, jako například své postoje, zážitky, názory (Kopecký a Krejčí, 2023 s. 17). Zhong (2022, s. 35) popisuje dnešní společnost jako *internetovou civilizaci*. Tato civilizace je typická svou rozsáhlou konektivitou, kdy je všechno a všichni propojeni v reálném čase. Tato konektivita slouží jako nástroj pro společenský vývoj a poskytuje příležitost k transformaci světa na síťovou společnost.

V této moderní společnosti se sociální sítě stávají nástrojem, který je uživateli využíván každodenně. Tato tendence způsobuje, že lidé se na těchto platformách stávají závislými (Akram a Kumar, 2017 s. 353). Sociální sítě se navíc stávají novým

činitelem socializace, který dále ovlivňuje způsob komunikace (Výrost a kol., s. 243). Tyto proměny společnosti jsou zásadní pro pochopení současného sociálního prostředí v kontextu sociálních sítí.

1.3.1 Facebook

Mezi nejpoužívanější platformy rodičů patří Facebook, Messenger, WhatsApp, platformy pro digitální fotogalerie a Instagram. Kromě sociálních sítí je praktikován i pomocí SMS, MMS nebo e-mailu (Kopecký, 2022 s. 21). Abychom pochopili, jak tyto sociální sítě fungují, je třeba si je charakterizovat.

Platformu Facebook založil Mark Zuckerberg v roce 2004. Jeho původním cílem bylo, aby studenti Harvardu mohli navazovat osobní vztahy, sdílet své osobní informace a fotografie. Později se Facebook rozšířil i na jiné školy a poté byl zpřístupněn pro celou veřejnost. Facebook se tak stal platformou, která výrazně změnila způsob, jakým probíhá online komunikace (Kopecký a Krejčí, 2023). Nyní je největší sociální sítí na internetu, co počtu uživatelů (Akram a Kumar, 2017 s. 348). Na Facebooku si mohou uživatelé vytvořit profil skrze který se mohou seznamovat, komunikovat s přáteli, sdílet své fotografie, videa a také se mohou zapojovat do vybraných skupin. Můžeme zde nalézt různé funkce, jako například vytváření událostí, stránek, možnost videohovorů a další. Dalšími funkcemi jsou *Facebook Reels* pro tvorbu a sdílení krátkých videoklipů a *Facebook Stories*, které slouží ke sdílení fotografií či videí, který automaticky po 24 hodinách zmizí. Pod Facebook patří platforma Messenger, která slouží pro zasílání zpráv, provádění hlasových hovorů a videohovorů mezi uživateli Facebooku. Původně tato platforma byla interagována přímo do platformy Facebooku. Později se z něj však stala samostatná aplikace. Na webové verzi je však stále součástí Facebooku. (Kopecký a Krejčí, 2023)

Kopecký a Krejčí (tamtéž) dále zmiňují, že s platformou Facebook se pojí jistá rizika. Mezi ně patří například úniky a zneužívání dat uživatelů, online podvody (phishingové útoky¹, falešné soutěže), potencionální rizika spojená se seznamováním

¹ Phishing je kybernetický útok, který využívá techniky sociálního inženýrství. Snahou pachatele je získat citlivá data oběti nebo poškodit zařízení uživatele. Probíhá ve formě e-mailů, chatovacích aplikací a na sociálních sítích, kdy pachatelé žádají uživatele o důvěrné informace. (eset.com, 2024)

na Facebooku, kdy může dojít ke kybergroomingu², agresi, šikaně nebo šíření dezinformací.

1.3.2 Instagram

Instagram je platforma, která se zaměřuje hlavně na fotografie a videa. Byla založena v roce 2010 a odkoupena v roce 2012 Facebookem. Nyní je tedy součástí Facebooku, avšak i přesto si zachovává svou samostatnou aplikaci a image (Kopecký a Krejčí, 2023 s. 13). Tato sociální síť, stejně jako Facebook, patří pod společnost Meta. Je využívána jako platforma ke sdílení informací o koníčcích, každodenního života, jídla, cestování a dalších. Akram a Kumar (2017 s. 348) zmiňují, že 95 % uživatelů Instagramu využívalo v roce 2017 také Facebook.

Kopecký a Krejčí (2023) zmiňují, že platforma Instagramu má přes 1.3 miliardy aktivních uživatelů měsíčně. Jeho hlavními funkcemi je sdílení fotografií a videí, které je možné si na této síti upravit za pomoci různých filtrů a jiných nástrojů. Uživatelé mohou mezi sebou interagovat, dávat si lajky, komentáře, reakce. Na této platformě si může uživatel zvolit profily, které chce sledovat a dle toho si jemu zobrazovaný obsah přizpůsobuje. Instagram nejvíce cílí na vizuální stránku, avšak uživatelé si mohou mezi sebou posílat textová a hlasové zprávy, provádět hovory či videohovory. Funkcemi Instagramu jsou také *Instagram Stories* a *Instagram Reels*, které fungují stejně jako na Facebooku.

1.3.3 TikTok

TikTok je původem čínská mobilní aplikace, která vznikla v roce 2017. Původně se tato aplikace jmenovala Musical.ly, jejíž zaměřením byla hlavně hudební a taneční videa, ale později se spojila se společností Douyin a vznikl TikTok jak ho známe dnes. Na TikToku se objevují krátká videa zaměřená na zábavu a kreativitu, které trvají 15 až 60 sekund. Videa lze pomocí nejrůznějších nástrojů, filtrů a efektů upravovat, přidávat k nim hudbu nebo namluvit hlasový komentář. TikTok má svá

² Za kybergrooming je považována psychická manipulace dítěte dospělou osobou s využitím moderních komunikačních technologií. Cílem je získat důvěru dítěte, dovést je k osobnímu setkání, případně i sexuálně zneužít. (internetembezpecne.cz, 2024)

negativa, jelikož má velice vyvinutý algoritmus, a tak velmi rychle pozná, co se uživateli líbí, jaké má preference, náladu a dle toho doporučuje mu vybraná videa, aby čas strávený na této aplikaci, byl co nejdelší. Právě tento algoritmus zapříčinil velkou popularitu TikToku. Aplikace je velmi kontroverzní i co se týče ochrany dat, kvůli kterým je aplikace v několika zemích zakázána. (Kopecký, 2023)

V České republice tato platforma k březnu roku 2023 čítala 1,5 milionu aktivních uživatelů. V této době by množství uživatelů mělo přesahovat 2 miliony. (Sedlák, 2023)

Kopecký (2019) upozorňuje na nebezpečnost TikToku u mladších uživatelů, kteří si nejsou vědomy možných rizik na této platformě. Nahrané fotografie či videa, která jsou na TikTok nahrávány, mohou obsahovat sexuálně explicitní obsah, což může být lákadlem pro sexuální predátory. Jelikož se TikTok zaměřuje na hudební a taneční videa, může docházet k nevhodným situacím, kdy mohou být zobrazena obnažené části těla. Taková videa jsou na této platformě považována za žádoucí, protože to zvyšuje popularitu nahraného videa. To může napomoci tomu, že se dostane mezi zmíněné sexuální predátory. U takových videí se pak mohou vyskytovat komentáře, které vyzývají k dalším sexuálně explicitním materiálům a uživatel, který video zveřejnil je za toto chování chválen. Výskyt tohoto chování na platformě TikTok poukazuje na nutnost monitorování obsahu, který je dětskými uživateli sdílen, aby se těmto rizikům mohlo předejít.

1.3.4 Platformy pro digitální fotogalerie

Tyto platformy se zaměřují výhradně na sdílení fotografií a videí. Můžeme je tedy chápat jako online úložiště těchto materiálů. Přístup k těmto galeriím mohou uživatelé upravovat, nastavit galerie jako soukromé, zaopatřit je heslem nebo je mohou ponechat veřejné. Nejznámější platformou pro digitální fotogalerie v České republice je Rajče.net., která patří společnosti MAFRA, a. s. Výhodu v těchto platformách mohou uživatelé vidět například v možném zálohování jejich vzpomínek nebo ve sdílení fotografií a videí s rodinou a přáteli. (Rajče.net recenze, 2020)

Kopecký a kol. (2023) poukazují na to, že veřejné fotogalerie jsou vysoce rizikové, jelikož obsahují citlivé a zneužitelné fotografie dětí. Některé tyto materiály by

se daly označit za dětskou pornografií. Na těchto platformách můžeme nalézt například sprchování dětí mateřské školy nebo koupání novorozenců. Profily na těchto platformách zakládají rodiče, prarodiče a také mateřské a základní školy.

1.4 Vliv nových médií

Vliv nových médií na společnost je komplexní. Ovlivňuje různé aspekty života jedinců i celé společnosti. Již jsme si zmínili, že nová média umožňují lidem rychle a efektivně komunikovat bez ohledu na geografickou vzdálenost, typický je také informační tok, který právě díky novým médiím neustále probíhá a je svou charakteristikou rychlý a neomezený. Uživatelé si vytváří svůj vlastní personalizovaný obsah, který odpovídá jejich představám a požadavkům. Lze tedy říct, že nová média ovlivňují společnost v mnoha aspektech, a proto je třeba být obezřetným uživatelem, který dokáže chránit své soukromí a bezpečí.

Nová média, konkrétně sociální sítě nám umožňují vyjádřit své myšlenky a pocity. Díky nim můžeme nalézt podporu od svých přátel či rodiny, nalézt nové přátele nebo sdílet své zájmy a vzdělávat se (Keles a kol., 2019). Důležité je zmínit také inspiraci, která na sociálních sítích probíhá. Zdrojem inspirace na sociálních sítích nám mohou být například různé profily, skupiny nebo webové stránky. Ty nás mohou ovlivňovat ve výběru oblečení, make-upu, vaření. Také je možné na sociálních sítích nalézt různé návody na opravu nejrůznějších věcí nebo výrobu doplňků do domácnosti a další. (Křivánková a kol., 2019 s. 19)

Vliv nových médií se však jeví jako problematický, co se týče soukromí. Soukromí můžeme pojímat jako „*proces udržování interpersonální hranice v níž jedinec či skupina reguluje interakci s ostatními*“ (Altman, 1975 s. 6). To znamená, že si regulujeme a koordinujeme a jaké informace sdělíme druhé straně a jaké informace zůstanou soukromé. To se však stává na sociálních sítích problematické, jelikož v tomto prostředí není tak snadné kontrolovat, kdo se dostane k naší zveřejněným informacím a materiálům (fotografiím, videím aj.). Platformy v online prostoru nás vybízejí ke sdílení osobních informací, jelikož na profilech na sociálních sítích je mnoho možností, co se týče organizování svého profilu. V našem profilu můžeme zadat náš věk, datum narození, bydliště, rodinný stav, můžeme sdílet aktuality z našeho života,

zapojovat se do vybraných skupin, chatovat, ostatní uživatelé vidí, zda jsme právě online nebo kde se nacházíme (Ševčíková, 2014).

S nárůstem používání mobilních telefonů a zejména nahrávání fotek a videí na sociální sítě obsahuje mnoho obrázků „metadata“³, která obsahují informace o poloze a identifikační údaje. Tuto digitální stopu nelze žádným způsobem ovlivnit, jelikož je trvalá (Blum-Ross, 2015 s. 2). Sociální sítě shromažďují údaje svých uživatelů (např. telefonní číslo, e-mail, adresu, fotografie nebo videa). V některých případech však může dojít k úniku těchto dat, proto je třeba bedlivě uvážit jaká data budeme na sociálních sítích sdílet (Kopecký a Krejčí, 2023 s. 63)

Sociální sítě mají vliv na naše sebevědomí. Průzkum provedený britskou charitativní organizací SCOPE, zaměřenou na rovné příležitosti pro zdravotně postižené jednotlivce, zjistil, že téměř polovina z 1500 respondentů ve věku 18 až 34 let cítí, že jsou kvůli sociálním médiím vnímáni jako nepříťažliví. Studie rovněž odhalila, že ženy hodnotí samy sebe negativně na základě srovnání s fotografiemi jiných žen (Ramsden, 2021 s. 9). Kopecký a Krejčí (2023 s. 69–70) ve svém díle zdůrazňují vliv sociálních sítí na duševní zdraví uživatelů. Neustálé vnímání ideálních životů lidí na těchto platformách mohou vytvářet pocit vlastní nedostatečnosti, nespokojenosti a mohou snižovat sebevědomí. U některých jedinců se mohou objevovat pocity úzkosti nebo deprese. U uživatelů můžeme spatřovat také návykovost sociálních sítí. Při nadměrném užívání může dojít ke odtržení od reality a se vytvářet FOMO⁴. Velkou roli v tomto hraje dopamin, což je neurotransmitter, který přenáší impulsy v našem mozku. Funguje tak, že když se jedinci přihodí něco příjemného nebo vzrušujícího, tak nám tato látka v mozku způsobí pocit potěšení a štěstí. V souvislosti se sociálními sítěmi funguje například v případě, kdy je uživateli pozitivně ohodnocena jeho nová fotografie nebo mu přijde milá zpráva.

Subramanian (2017) prezentuje svůj výzkum, ve kterém zjišťoval vliv sociálních sítí na mezilidskou komunikaci. Jeho zjištěním bylo, že sociální sítě mohou

³ Metadata jsou informace o jiných datech, která vycházejí z řeckého slova „meta“ znamenajícího „mezi“ nebo „za“ a latinského slova „data“, což značí „to, co je dáno“. Může se jednat například o jméno autora, datum a místo, kdy byl materiál vytvořen. (merriam-webster.com, 2024)

⁴ FOMO (fear of missing out) je obava z promeškání něčeho, co by nám mohlo uniknout (orangeacademy.cz, 2024)

změnit způsob, jakým lidé mezi sebou komunikují. To může vést také ke ztrátě sociálních dovedností nebo ke strachu komunikovat v realitě. Také pozoruje vliv na schopnost psaní a jazykové schopnosti, a to pozitivním i negativním způsobem. Sociální sítě nám sice umožňují komunikovat s lidmi geograficky vzdálenými, ale také můžeme ztratit schopnost komunikovat s lidmi osobně.

Na sociálních sítích také běžně dochází k online podvodům. V rámci této problematiky můžeme sledovat vysoký nárůst kybernetické kriminality. To platí pro většinu evropských zemí, což nám dokazují statistiky policie ČR. Online podvody jsou zaměřené na vylákání finančních prostředků z uživatelů. Těchto podvodů je několik typů. Mezi časté formy patří podvody v rámci seznamování (romance scam), vydírání pomocí intimních materiálů, podvody s kryptoměnami, falešným dědictvím, inzeráty nebo klamavými soutěžemi. Sociální sítě jsou také často zdrojem dezinformací a fake news. Ty pak mohou ovlivňovat velké masy lidí a měnit jejich mínění a rozhodování. V několika zemích jsou právě dezinformace prostředkem politického boje (Kopecký a Krejčí 2023, s. 66-67). O dezinformacích se zmiňuje též Křivánková a kol. (2019 s. 21), která hovoří o tom, že dezinformace se skandálním podtextem se na sociálních sítích šíří velice rychle. Dle výzkumu z Massachusettského technologie institutu se tak děje šestkrát rychleji oproti ověřeným a pravdivým informacím. Také upozorňuje na možné setkání s nevhodným obsahem (např. s násilím nebo pornografií).

1.5 Rodičovství a online svět

Ve *Velkém sociologickém slovníku*, jehož autorem je Miloslav Petrušek (1996), je rodina popisována jako sociální skupina, která je základním článkem sociální struktury. Její variabilita se týká její velikosti a vnitřního členění. Z hlediska vývoje a sociálního postavení je hlavní skupinou.

Šrajer a Musil (2008) popisují rodinu jako původní a klíčovou sociální skupinu a instituci, která tvoří základní článek sociální struktury a základní ekonomickou jednotku. formy vnitřních rodinných vztahů a jejich vnější vztahy úzce souvisejí s biologickými procesy narození, dospělosti a smrti, které určují rodinný cyklus. Rodina vytváří optimální podmínky pro zachování biologické kontinuity jedince i společnosti zajištěním narození dětí a péči o něj v obdobích nesoběstačnosti. Reprodukční chování

vyplývající z biologických a sociálních procesů je považováno za klíčový prvek rodiny. Reichel (s. 185, 2008) pojímá ve svém díle rodinu jako sociální prostředí a zároveň za součást celé společnosti kde dítě vyrůstá a kde se socializuje.

Kraus (2014 s. 80-83) hovoří o rodině jako o instituci, která je klíčovou při předávání hodnot. Zároveň je nejdůležitějším socializačním činitelem a představuje počátek vývoje osobnosti s možností ji ovlivňovat v jejím rozhodujícím stádiu. Dále ve svém díle popisuje, několik podstatných funkcí rodiny, které tato instituce plní. *Biologicko-reprodukční funkce* zajišťuje reprodukci dětí. Má význam nejen pro jedince, ale pro celou společnost. Další funkcí je *sociálně-ekonomická funkce*, kdy členové rodiny jsou zapojeni do pracovního života a stávají se spotřebiteli. Význam rodiny je pojímán jako ekonomická jednotka, která má vztah k trhu a ekonomickému systému. *Ochranná funkce* rodiny je funkcí, která zabezpečuje životní potřeby dětí. Zahrnuje poskytování péče, ochrany a podpory členů rodiny v různých situacích. Tato funkce je důležitá z hlediska vytvoření bezpečného a podpůrného prostředí pro členy rodiny. *Socializačně-výchovná funkce* je zaměřena na přípravu dětí a mladistvých jedinců na přechod do reálného života, osvojení si návyků a způsobů chování ve společnosti. Zde je možné spatřit významný vliv mladší generace na starší v oblasti nových médií. Rodina je také prostorem, kde probíhá zábava, kde můžeme rekreovat a relaxovat. Plnění této funkce závisí na míře trávení volného času pospolu. Dále rodina plní *funkci emocionální*, kdy je rodina citovým zázemím. V rodině je projevoována láska, pocítujeme v ní bezpečí a jistotu. Aby byly v rodině vytvořeny silné vazby a její členové pocívali psychickou pohodu, je třeba, aby rodina tuto emocionální funkci plnila.

Rodinná výchova, která je považovaná za základ výchovy, je zkoumána disciplínami, kterými jsou psychologie, sociologie výchovy, sociální pedagogika a pedagogika samotná. Sociologie, sociální geografie a kulturní antropologie studují rodinu jako základní sociální instituci, která vytváří vzory chování z ideje odvozené z hodnot, cílů, omezení a jiných tlaků, které podněcují organizované aktivity. Tyto aktivity, vyvíjené rodinnou skupinou na základě individuálních motivací a rozhodnutí, mají důsledky, které přesahují rámec této skupiny a v celkově tak významně ovlivňují společnost jako celek. Rodina je institucí, která je klíčovou pro vznik a změnu hodnotových a normativních systémů ve společnosti. Orientační rodina, ve které se jedinec narodí, hraje klíčovou roli v poskytování sociálního a kulturního základu, který ovlivňuje nejen jeho individuální předpoklad, ale také to, jakou rodinu si založí v budoucnu. Tímto

způsobem rodina uplatňuje a uchovává danou kulturu a přispívá k reprodukci a rozvoji kulturních vzorů a způsobu života. Nicméně některé teorie naznačují, že v současné době jsou tyto role rodiny oslabovány a korigovány, a rodina se stává nahraditelnou jinými institucemi ve společnosti. (Šrajer a Musil, 2008)

Informační technologie se stávají nedílnou součástí života i pro rodiče (Eckeroová a Dočekal, 2013 s. 19). V současné době mají média spolu s rodinou významnou roli v procesu socializace. V dnešní době se rodina běžně pohybuje ve světě médií a virtuální reality, přičemž tato realita stále více konkuruje přirozenému prostředí. Zatímco dříve byl převažující svět reálný s postupným pronikáním médií a virtuální reality, dnešní generace vstupuje do světa utvářeného primárně médii a virtuální realitou. Virtuální realita a kyberprostor nejenže generují vlastní časoprostor, ale také přeformátovávají časoprostor přirozeného světa. V tomto kontextu probíhá sociální zrání nové generace, která se formuje v prostředí silně ovlivněném digitálními technologiemi a virtuální realitou (Sak, 2006).

Sloboda (2016) ve své publikaci zmiňuje termín *mediální socializace*, který označuje specifickou formu socializace, jež je součástí socializačních prostředí, jako je právě rodina. Právě rodina je prostor, kde se poprvé setkáváme s médii, které jsou zároveň prostředkem socializace a výchovy. Tato nová technologie ovlivňuje rodinu v mnoha směrech. Pro rodinu představuje nový způsob komunikace (umožňují rodině komunikovat a sdílet informace rychleji a efektivněji), vzdělání, a hlavně nový způsob trávení volného času, kdy digitální média mohou vést k tomu, že rodina bude trávit více času u televize nebo na počítači. Je běžné, že rodina tráví čas spolu, a přitom mají při ruce mobilní telefony, ať už je to při společném obědě, rodinných setkání, či trávení společného času u televize. Média ovlivňují také vztahy mezi členy rodiny, například mohou nastat hádky při výběru pořadu, který budou sledovat nebo hry, kterou budou hrát. Rodinní příslušníci se mohou více izolovat a komunikace může být méně osobní. Dále mohou mít média vliv na utváření hodnot a postojů u dětí.

Coyne a kol. (2017 s. 13) uvádí, že užívání digitálních médií v rodině může snížit množství rodinných interakcí. Studie v rámci této problematiky naznačují, že při zapnuté televizi klesá počet interakcí mezi dítětem a rodičem.

2 Sharenting

2.1 Charakteristika sharentingu

Termín „sharenting“ vznikl spojením anglických slov „sharing“ (sdílení, konkrétně sdílení rodičů na sociálních médiích) a „parenting“ (rodičovství) (Marasli a kol. 2016, s. 399). Jedná se o nadměrné používání sociálních sítí rodiči, kteří sdílí obsah týkajících se jejich dětí. Toto chování zahrnuje přílišné sdílení fotografií nebo videí dětí. Často se tak děje bez jejich vědomí či souhlasu. Extrémní formy sharentingu mohou zahrnovat zakládání prenatálních profilů nebo vedení online deníků, kde je detailně mapován život dítěte (Kopecký, 2019). Fenomén se na internetu poprvé objevil v roce 2013 a na vědecké půdě byl popsán v roce 2015 v článku *'Sharenting: ' Parent bloggers and managing children's digital footprints* autorkou Aliciou Blum-Ross.

Rodiče sdílejí informace o svých dětech na sociálních médiích z mnoha důvodů. Chtějí tímto způsobem získat podporu, sdílet své zkušenosti, hledat rady v souvislosti s výzvami a obavami spojenými s rodičovstvím, zůstat v kontaktu a informovat rodinu a přátele o vývoji svého dítěte, zaznamenávat vývojové milníky a sbírat vzpomínky (Cataldo, 2022 s. 1). Takto činí i bez explicitního souhlasu dítěte, i přesto, že děti mají nárok na soukromí (Eckerová a Dočekal, 2013 s. 105). Sociální média se stávají důležitou součástí jejich života tak, že prostřednictvím nich hledají rady a sdílejí své zkušenosti z rodičovství.

S tímto fenoménem však nastávají i různá rizika a následky. Vznikají tak otázky týkající se soukromí dětí. Sharenting tak přitahuje pozornost vědců, kteří se snaží o porozumění těmto rodičovským tendencím a jejich důsledkům v éře nových médií. (Cataldo, 2022 s. 1). Damkjaer (2018 s. 1) uvádí, že chování na sociálních sítích je ovlivněno normami a očekávanými sociálního okolí aktérů. Rozdílné přístupy aktérů sharentingu bývají ovlivněny také jejich hodnotami, postoji a obavami vzhledem ke sdílení informací o svých dětech na sociálních sítích (tamtéž, s. 7).

Nejaktivnějšími uživateli bývají blogeři. Někteří se přímo specializují na rodinný kontent, kdy je sdílení jejich dítěte na denním pořádku. Tímto způsobem získávají followery a vydělávají velké množství peněz (Kopecký, 2019). Pro tyto blogery je těžké učit, kdy končí identita jejich dítěte a začíná jejich. V budoucnu by se studie

měly věnovat zkoumání dlouhodobějších následků na vztahy mezi dětmi a jich rodiči zejména co se týče expozici dětí na sociálních sítí (Cataldo, 2022 s. 8).

Při analýze tohoto fenoménu jsme narazili i na tzv. Family channels, které zatím nebyly zkoumány na akademické úrovni. Jsou to YouTube kanály rodin, které natáčejí vlogy z jejich rodinného života. Jsou to například videa z porodu, z oslav, výletů ale i z běžných školních dní dětí. Family channels jsou velmi populární a mají spoustu sledujících, kteří mohou nahlédnout do života rodin ve velmi detailním měřítku. U těchto kanálů je možné sledovat statistiky demografických údajů sledujících, a ty ukazují, že velké procento tvoří muži od 18 do 65 let.

Je důležité vytvořit si rovnováhu mezi online a off-line životem, a to zejména v rámci rodinného života. Uživatelé internetu umisťují velké množství nezabezpečených osobních fotografií na veřejně přístupná internetová úložiště a sociální sítě. Rodiče často opomíjejí vhodné nastavení ochrany soukromí. V současné době je běžné, že maminky přidávají na své profily fotografie a videonahrávky, které dříve zůstávaly v rodinných albách nebo na pevných discích. Na internetu lze najít záznamy o malých dětech, které jsou na fotografiích obnažené nebo holčičky v modelkovských pózách. Matky těchto dětí též sdílejí na profilech své osobní údaje⁵ a tak se stávají pro internetové predátory lehkým cílem (Eckorvá a Dočekal, 2013 s. 52). Sharenting nám ukazuje, jaký vliv mají v dnešní době nová média na rodičovství a jejich komunikaci a svým způsobem představuje nový komunikační tlak na rodiče (Damkjaer s. 9).

2.2 Pozitiva

Sharenting může mít několik pozitivních aspektů, které pro rodiče mohou být nějakým způsobem přínosné. Damkjaer (2018 s. 209-217) ve článku „*Sharenting = Good Parenting?*“ zmiňuje, že sharenting může rodičům umožnit sdílet radost z rodičovství a milníky svých dětí, může pomoci rozvíjet vzájemný vztah mezi členy rodiny, kteří mohou na příspěvky na sociálních sítích reagovat. Pozitivem může být jakési sociální spojení a interakce s rozšířenou rodinou a přáteli, zejména s těmi, kteří bydlí

⁵ Osobní údaje jsou informace, díky kterým můžeme být identifikováni (jméno, bydliště, telefonní číslo, aktuální geografická pozice apod.) (commission.europa.eu, 2024)

daleko a se kterými nemohou rodiče trávit čas v osobním kontaktu. Sharenting může rodičům sloužit jako způsob, kterým mohou dokumentovat a uchovávat rodinné vzpomínky a zkušenosti. Na sociálních sítích mohou také získat podporu a povzbuzení, což zmiňuje také (Cataldo, 2022 s. 1), spolu se srovnáváním rodičovských zkušeností s ostatními uživateli, které může pomoci rodiči zvládat péči o dítě.

Co se týče blogerů, kteří sdílí každodenní život z jejich rodičovství, autorka Blum Ross (2017) poukazuje na to, že tímto způsobem může být rodičům poskytována validace rodičovských zkušeností a zároveň jim otevírá přístup k autentickým komunitám, které poskytují podporu a rady.

2.3 Negativa

Negativní stránkou je výhradně narušení soukromí dětí, o nichž jsou informace zveřejňovány (Cataldo, 2022). Kopecký (2019) zmiňuje, že sharenting má negativní vliv na sebevědomí dítěte. Tento negativní dopad souvisí s negativními reakcemi internetového publika na obsah, který jejich rodiče sdílí. Dítě může zažívat problémy při formování své vlastní identity, která se liší od identity, kterou mu vytvořili rodiče na internetu. Blum-Rossová (2015 s. 2-3) popisuje, že v době, kdy dítě není schopné utvořit si na chování rodičů na sociálních sítích názor, nemůžeme vědět, jak na toto chování budou děti reagovat až dospějí a jak budou schopni tuto digitální stopu reflektovat. Také zmiňuje, že je zde možnost, že zveřejněné materiály dítě ovlivní, co se týče jejich budoucnosti (např. jejich studijní a profesní život, kdy bude možné jedince na internetu snad dohledat).

Fotografie a videozáznamy se mohou stát cílem predátorů, kteří je vykrádají a strádají. Jsou to materiály z rodinných dovolených, oslav či výletů, které by nutně nemusely být na první pohled zhodnoceny jako závadné. Skutečnost, že je zaznamenaný moment velice autentický, dítě lze snadno identifikovat a vědomí, že jej lze potkat v reálném světě nebo jej dokonce oslovit, je pro predátora velmi přitažlivé (Eckertová a Dočekal, 2013 s. 61). Ševčíková a kol. (2014 s. 54) popisují, že v souvislosti se zveřejněnými materiály může dojít ke kybersikaně či zneužití citlivých údajů. Kopecký a kol. (2023) uvádí, že děti často toto sdílení ve veřejném prostoru mohou vnímat jako narušení jejich soukromí. V dalším díle Kopecký (2023 s. 68) poukazuje na

to, že děti postižené tímto fenoménem, mohou sharenting vnímat jako ponižující, a to například materiály jako jsou snímky z nočníku, špinavého dítěte nebo dítěte v emočně vypjaté situaci. Také se sharenting může propsat do jeho vztahu s vrstevníky nebo později, jak bylo zmíněno v díle od Blum-Ross, i do jeho profesního života. Fotografie nebo videa, které rodiče na sociální sítě umístí, mohou být dohledatelné i po několika letech. Tímto je tvořena digitální stopa dítěte bez jeho svolení. Tyto materiály si pak mohou například spolužáci ze třídy dítěte dohledat na sociálních sítích, a tak se dítě může stát terčem posměchu či přímo kyberšikany.

2.4 Prevence a intervence

Kopecký a kol. (2023 s. 5) upozorňují na důležitost zvážení rizik při zveřejňování jakéhokoliv materiálu o svém dítěti na sociálních sítích. Jelikož fotografie, videa nebo informace o dítěti mohou být zneužity. Rodič by měl nejdříve získat souhlas svého dítěte ohledně sdílení těchto materiálů v online prostoru. Tyto podněty ohledně důležitosti ochrany soukromí a dětí v online prostoru by měl rodič šířit v okruhu své rodiny a přátel.

Kopecký (2019) také doporučuje získat souhlas dítěte ke sdílení i v případě nízkého věku dítěte a tento názor by měl respektovat. V případě sdílení skupinových fotografií, například z různých oslav s více dětmi, by si měl rodič ověřit, zda se sdílením fotografií a videí souhlasí rodiče ostatních dětí.

Rodič by měl před uveřejněním materiálů zobrazující dítě mít několik pravidel k uvědomělému sdílení. Měl by se zamyslet nad účelem sdílení příspěvku a zda by jeho sdílení případně nemohlo mít dlouhodobý dopad na jeho budoucnost nebo vztahy. V případě sdílení na různých úložištích, je důležité fotografie a videa zabezpečit heslem. Rodič by se měl vyhýbat sdílení citlivých údajů jako je adresa, datum narození nebo běžná místa, kde se dítě nachází. Na platformách, kde sdílení probíhá, je dobré využít nastavení soukromí. Přístupnost k příspěvkům nebo stories tak můžeme omezit na námi zvolený okruh přátel a známých. V těchto zdravých návycích by měl rodič podporovat i své děti, jelikož sociální sítě budou součástí i jejich života. (zdroj: zvoli.info)

2.5 Etika v online prostoru

Termín etika pochází z řeckého slova *étos*, které původně odkazuje na místo, kde se zvířata pasou nebo kde jsou ustájena. Také označuje jejich způsob života a chování. V přenesení na člověka si *étos* můžeme vyložit jako místo, kde člověk bydlí a které je určeno společenstvím nebo původem. Zahrnuje tak vše, co se týká obyčejů a mravů v rámci společného soužití. Postupem času se toto slovní označení začalo používat ve vztahu k charakteru jedince a označuje tak způsob jednání, postoje a myšlení jednotlivců. (Anzenbacher, 1994 s. 17)

Etika je kritickou filosofickou analýzou morálky. Vznikla v antickém Řecku a nejznámějšími představiteli jsou sofisté, Sokratés, Platón nebo Aristoteles. Morálka zahrnuje hodnoty, normy a pravidla pro správné jednání. Ve formování morálky a chování jedince hraje klíčovou roli kultura, která poskytuje rámec, ve kterém jsou morální normy a hodnoty vytvářeny, sdíleny a reprodukovány. Tradice, autority a pravidla v různých institucích (např. v rodině, škole nebo v práci), mají vliv na jednání lidí. Idea toho, co považujeme za dobré a zlé, je však ovlivněna nejen kulturou, ale také vrozenou predispozicí jedince. (Šmajš a kol., 2012 s. 34)

Anzenbacher (1994 s. 14) uvádí, že lidé přisuzují mravní hodnoty vlastnímu jednání a jednání druhých. Jednání posuzujeme jako dobré nebo špatné, a to zahrnuje i chválu a kárání.

S řešením etických otázek se pojí pojem *etické dilema*, což je vnitřní konflikt jednotlivce, ve kterém se musí rozhodnout mezi dvěma protichůdnými skutečnostmi. Představuje rozhodnutí, které vyžaduje volbu mezi možnostmi, které se vzájemně vylučují (Petráčková a kol. s. 166).

Trojan poukazuje na kontrast etického a morálního chování s jednáním motivovaným osobním ziskem: „*Mravní svět, mravní odpovědnost, mravní rozhodování se rodí až v okamžiku, kdy se neptáme, co nám naše jednání vynese, ale když svými postoji odpovídáme na otázku, co je správné a co má být, bez ohledu na to, zda nám to přináší uspokojení či prospěch.*“ Trojan (2012 s. 10)

Tento autor směřuje své dílo ke vztahům v ekonomice, avšak v kontextu sharentingu je pro nás důležitý jeho názor o tendenci jedinců přizpůsobovat se, včetně

neetických a nemorálních postupů, což vede k vytváření apatie vůči rozhodování, které vyžaduje morální úsudek. (Trojan, 2012 s. 101)

Etika v médiích hraje klíčovou roli pro plynulý chod společnosti. Odpovědnost médií je spojena s vytvářením a dodržováním jistých etických norem, které mají za účel zabránit anarchii a chaosu v tomto prostředí (McQuail 2009 s. 222). Eid a Ward (2009) uvádějí, že v souvislosti s rozvojem nových médií, které zahrnují digitální informační a komunikační technologie, byly vyvolány obavy a diskuse týkající se jejich pozitivních a negativních dopadů. Etiku a společenskou odpovědnost tak vnímají jako klíčové principy ve fungování nových médií.

Goodyear (2017) popisuje, že tématem diskusí o sociálních sítích a jejich etických dilematech se v současné době mluví o stopovatelnosti uživatelů a jejich dat, autorských právech, svobody informací, ochrany dat a jejich zpracování. V rámci sharentingu jsou zmiňovány hranice mezi sdílením radostných okamžiků a dodržování soukromí a důstojnosti dětí (zvolsi.info).

V příspěvku od Maddy McTique (2021), která analyzuje obsah účtů matek na Instagramu, autorka diskutuje o etice sharentingu. Maddy McTique zdůrazňuje, že sharenting může mít různé negativní etické důsledky na děti. V praxi sharentingu může dojít k porušení soukromí, vytváření trvalých digitálních stop, anebo omezení možnosti dětí formovat si svou vlastní identitu. Dále autorka diskutuje o tom, jak sharenting může vést k dehumanizaci dětí a také k tomu, že rodiče mohou manipulovat s online prezentací svých dětí za účelem získání pozitivní pozornosti nebo finančního zisku. Zároveň zdůrazňuje fakt, že rodiče mají zodpovědnost za to, jakým způsobem jsou jejich děti prezentovány v online prostředí a také za to, že sharenting může ovlivnit vztahy mezi rodiči a dětmi.

2.6 Dětská práva v kontextu sharentingu

Zákon, který by se věnoval výhradně specificky sharentingu v našem prostředí, neexistuje. V České republice se však můžeme opírat o některé body právních předpisů platných na našem území.

Rodič má nad svým dítětem rodičovskou odpovědnost, která zahrnuje práva a povinnosti rodičů. Rodičovskou odpovědnost nalezneme v § 858 Občanského zákoníku. Odpovědnost vzniká narozením dítěte a končí, jakmile dítě dosáhne svéprávnosti. Důležitý bod tohoto paragrafu pro kontext sharentingu je ochrana dítěte. Zvláštní ustanovení o výkonu rodičovské odpovědnosti v § 875 v prvním a druhém odstavci zmiňuje, že zájmy dítěte jsou klíčovým faktorem při rozhodování rodičů. Před rozhodnutím, které bude mít vliv na zájmy dítěte, by měl rodič obeznámit dítě a brát v potaz jeho úsudek. To však neplatí v případech, že dítě není schopné si vlastní názor vytvořit. (Zuklínová a kol., 2014)

V § 3 odst. 2 písm. a) zákona č. 89/2012 Sb. v novele občanského zákoníku, který platí od 1. ledna 2024, je uvedeno, že *„každý má právo na ochranu svého života a zdraví, jakož i svobody, cti, důstojnosti a soukromí“*, což se nám může jevit jako velice podstatné pro problematiku sharentingu. (zdroj: zakonyprolidi.cz)

Dětská práva zakotvená v zákonech relevantních pro problematiku sharentingu můžeme také nalézt v Úmluvě o právech dítěte, což je nejuznávanější dokument OSN z roku 1989 na ochranu dětských práv. V něm čl. 16. říká, že: *„Žádné dítě nesmí být vystaveno svévolnému zasahování do svého soukromého života, rodiny, domova nebo korespondence ani nezákonným útokům na svou čest a pověst.“* a také čl. 19., který uvádí: *„Státy, které jsou smluvní stranou Úmluvy, činí všechna potřebná zákonodárná, správní, sociální a výchovná opatření k ochraně dětí před jakýmkoli tělesným či duševním násilím, urážením nebo zneužíváním, včetně sexuálního zneužívání, zanedbáváním nebo nedbalým zacházením, trýzněním nebo vykořisťováním během doby, kdy jsou v péči jednoho nebo obou rodičů, zákonných zástupců nebo jakýchkoli jiných osob starajících se o dítě.“* (Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR, 2016 s. 6-7)

Poměrně novým zákonem je nařízení GDPR platné od 25. května 2018, které upravuje pravidla pro zpracování osobních údajů. Tento zákon nahrazuje zákon č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů, který však nadále upravuje některé právní předpisy. Tento zákon definuje pojmy jako „osobní údaj“ a stanovuje zásady pro jejich zpracování. (Nezmar, 2017)

Z průzkumu právních norem je zřejmé, že neexistuje zákon, který by výhradně zmiňoval sharenting. I přes jeho absenci se však můžeme opřít o stávající právní předpisy, které nám poskytují rámec, ve kterém lze hodnotit etické aspekty sharentingu.

2.7 Statistika a výzkum

Velmi aktivním výzkumníkem v této problematice je vysokoškolský pedagog profesor Kamil Kopecký. Například jeho výzkumná zpráva z roku 2022 „*Sharenting u českých rodičů*“ ve spolupráci s dalšími odborníky, kdy jedním z nich je doktor René Szotkowki – odborník zabývající se riziky online prostředí, nám poskytuje řadu významných dat mapujících tuto problematiku v našem prostředí. Tento výzkum se zaměřil na sdílení citlivého obsahu dětí rodiči a jejich vnímání rizik. Výzkumem bylo zjištěno, že 69 % rodičů sdílelo někdy obsah spojený s jejich dítětem. Nejčastějším obdobím, kdy je dítě poprvé určitou formou sdíleno, je první rok dítěte, z toho 9,9 % je sdílení obsahu přímo z porodnice. Co se týče souhlasu dítěte se sdílením jeho osoby na internetu, 45,5 % dětí bylo sdíleno bez jejich souhlasu. Závažným zjištěním je, že téměř každý třetí rodič nepocituje obavy týkající se sdílení těchto materiálů. Četnost sdílení je u českých rodičů intenzivní, konkrétně 31,2 % rodičů sdílí měsíčně určitou formou své dítě alespoň jednou až pětkrát. 6,7 % rodičů někdy na sociálních sítích zveřejnilo materiál zachycující dítě částečně nahé a s viditelnou tváří. Výzkum se také věnoval motivacím, které rodiče vedou ke sdílení obsahu a ukazuje, že nejčastějšími důvody jsou udržení spojení s rodinou, pochlebení se přátelům a také zaznamenání momentů s dítětem. Z výsledků je také patrné, že nejpoužívanějšími sociálními sítěmi a platformami jsou především Facebook, Messenger, WhatsApp, e-mail a platformy pro digitální fotogalerie. Data výzkumu také zachycují negativní důsledky sharentingu a to, že 8,4 % rodičů má zkušenost s vyhrožováním ve spojitosti s obsahem o jejich dítěti a 6,4 % pak s vydíráním. (Kopecký a kol., 2022 s. 8–38)

V zahraničních výzkumech bylo zjištěno, že existuje pozitivní vztah mezi obecným sdílením na Instagramu a praxí sharentingu. Pro některé rodiče tak sdílení obsahu o jejich dětech představuje rozšíření jejich online sebereprezentace (Ranzini a kol., 2020). Studie také ukázaly, že rodiče, kteří sdílí více fotografií svých dětí, jsou méně striktní v rodičovství a tráví více času na sociálních sítích. Další výsledek byl, že rodiče obvykle nerozlišují mezi sdílením fotografií svých dětí a obecným sdílením fotografií na sociálních sítích. Výsledky tohoto výzkumu mohou znamenat, že tito rodiče nevnímají sdílení obsahu týkající se jejich dětí jako rizikové. (Amon a kol., 2022)

Přínosnou v této oblasti je studie zabývající se postojem belgických adolescentů k sharentingu, ve které bylo záměrem zjistit, jak adolescenti vnímají důvody, proč rodiče sdílí obsah týkající se dětí v online prostředí. Výzkum zjistil, že účastníci hodnotí důvody pro sdílení nejčastěji jako archivaci vzpomínek a obecně mají k tomuto fenoménu negativní postoj. Avšak u adolescentů, kteří jsou sami aktivnější na svých sociálních sítích, byl pozorován pozitivnější postoj (Verswijvela, Walrave a kol., 2019).

V podobném složení výzkumníků byl realizován výzkum zabývající hranicemi ve sdílení obsahu online. Výzkum probíhal pomocí polostrukturovaných rozhovorů s deseti belgickými rodinami, ve kterých alespoň jeden z rodičů má zkušenost se sharentingem. Bylo zjištěno, že motivace sdílet obsah o dětech je vyšší v době, kdy jsou děti mladší. Toto sdílení je často omezeno na zvláštní příležitosti (oslavy, dovolené, úspěchy). Motivy pro sdílení rodičů jsou převážně vyjádření hrdosti a spojení s rodinou a přáteli. Adolescenti z těchto rodin mají dané hranice a preferují, když jejich rodiče nesdílí příliš osobní informace nebo trapné věci a také, když toto sdílení neprobíhá příliš často. Dále považují za vhodné, aby jejich rodič nejdříve požádal jejich osobu o souhlas. Výzkumníci se tak přiklání k názoru, že v oblasti online identity, dospívající touží po tom, aby byli vrstevníky vnímáni atraktivně. Rodiče naopak mají rádi, když mohou sdílet autentický okamžik, kde se jejich dítě směje. Definice přijatelného obrázku, který rodič může sdílet, tak vnímají děti a jejich rodiče odlišně. Rodiče dotazovaných rodin se v oblasti soukromí snaží předejít negativním dopadům tím, že dítě požádají o souhlas. Dospívající se spíše u jejich účtů na sociálních sítích uchylují k využití různých nastavení soukromí. (Walrave, Verswijvela a kol. 2022)

Další ze zahraničních výzkumů od autorů Manotipya Paweeny a Ghazinoura Kambize (2020) „*Children's Online Privacy from Parents' Perspective*“ se zaměřuje na problematiku online soukromí dětí z pohledu rodičů ohledně sdílení obsah o svých dětech online. Tento výzkum probíhal ve dvou fázích, kdy v první fázi, se výzkumníci snažili porozumět tomu, jak rodiče tuto problematiku vnímají. Z průzkumu bylo zjištěno, že 65 % rodičů vnímá své znalosti o online soukromí jako velmi dobré. Menší procento rodičů usoudilo, že jejich znalosti jsou vynikající nebo špatné. Výzkumníci následně v druhé fázi vytvořili ze získaných poznatků vzdělávací hru, jejímž cílem bylo vzdělat rodiče na téma soukromí jejich dětí na internetu. Rodiče v této hře měli k dispozici simulaci online sítě, kde měli za úkol zvolit si formu sdílení obsahu o dítěti.

Následně obdrželi zpětnou vazbu o rizicích tohoto sdílení a důvodech, proč jejich volba může být považována za negativní. Tato vzdělávací hra tak rodičům pomohla porozumět důsledkům svého chování na internetu pomocí skóre. Po tomto experimentu se u účastníků projevilo větší povědomí o online soukromí, žádný z rodičů již neoznačoval své znalosti o problematice jako špatné a většina z nich poskytla výzkumu pozitivní zpětnou vazbu. Účast ve hře tak kladným způsobem podnítila účastníky k přehodnocení jejich chování v online prostředí.

3 Metodologický rámec výzkumu

3.1 Téma výzkumu

Rozsah problematiky sharentingu je díky rozmachu digitálního prostoru v online prostředí velmi rozsáhlý. Přesto, že je tento fenomén poměrně nový, sdílení osobních momentů na sociálních sítích se stalo běžnou součástí života mnoha rodin.

V zájmu prohloubit znalosti o jevech, které se sharentingem pojím bylo výzkumným tématem této diplomové práce, zjistit, jak rodiče, kteří mají zkušenost s fenoménem sharentingu, vnímají možné důsledky, které se s touto praxí pojí. Hlavním zájmem této práce jsou tři hlavní oblasti: motivace rodičů pro praktikování sharentingu a vliv sharentingu na soukromí a intimitu dítěte.

3.2 Cíle výzkumu

Hlavním cílem výzkumu je analyzovat pohled rodičů, kteří mají zkušenost se sharentingem, na jeho důsledky v oblasti soukromí a identity.

Parciálními cíli výzkumu jsou:

- Identifikovat motivace rodičů pro praktikování sharentingu.
- Identifikovat limity, se kterými se rodiče setkávají při sdílení obsahu týkající se jejich dětí.
- Zjistit, zda rodiče využívají strategie a postupy k regulaci sdíleného obsahu týkajícího se jejich dětí.
- Zjistit, zda rodiče respektují preference svých dětí ve vztahu k jejich digitální prezentaci.

3.3 Výzkumný problém

Pohled na problematiku sharentingu v oblasti soukromí a identity u českých rodičů, kteří mají zkušenost s touto praxí.

3.4 Stanovení výzkumných otázek

Na to, abychom dosáhli stanovených výzkumných cílů, jsme zformulovali jednu hlavní výzkumnou otázku a čtyři parciální otázky.

Hlavní výzkumná otázka:

- Jak vnímají rodiče, kteří mají zkušenost se sharentingem, jeho důsledky v oblasti soukromí a intimity dětí?

Parciální výzkumné otázky:

- Jaká je motivace rodičů k praktikování sharentingu?
- S jakými limity se potýkají rodiče při sdílení obsahu o svých dětech online?
- Jak rodiče přistupují k regulaci obsahu na sociálních sítích týkajícího se jejich dětí s ohledem na jejich soukromí a intimitu?
- Zohledňují rodiče názory a přání svých dětí ohledně online sdílení obsahu týkajícího se jejich dětí?

Struktura rozhovoru:

Pro tento výzkum jsme zvolily polostrukturovaný rozhovor, který postupuje od úvodního seznámení s účely rozhovoru, informovaného souhlasu, sociodemografických údajů, po analýzu zkušeností participantů.

1. Úvod:

- Představení se a podání informací o účelu rozhovoru.
- Získání informovaného souhlasu a ujištění o anonymitě.

2. Sociodemografické údaje

- Zjištění základních informací o participantovi (věk, vzdělání, povolání, rodinný stav, počet dětí, jejich věk)

3. Analýza zkušeností:

- a) Jak jste se dostali k rozhodnutí sdílet informace, fotky nebo videa o svých dětech online?
- b) Jaké jsou Vaše zkušenosti se sharentingem?
- c) Jak vnímáte reakce od rodiny, přátel nebo online komunity?
- d) Když přehodnotíte svoji zkušenost se sharentingem, jak to s odstupem času hodnotíte?

Sociodemografické údaje jsou důležité pro získání základních charakteristik participantů a umožňují nám lépe porozumět kontextu jejich zkušeností. Část rozhovoru, která se věnuje analýze zkušeností s praxí sharentingu, má za cíl otevřít prostor pro reflexi a hodnocení vlastních zkušeností, a tak analyzovat perspektivu participantů na téma sharentingu. V případě, že tento navržený polostrukturovaný rozhovor neposkytoval odpovědi na výzkumné otázky, byly v průběhu rozhovoru přidávány další otázky, které napomohly k nasměrování participanta k žádanému tématu.

3.5 Popis sledovaného souboru

Abychom našli odpovědi, pro náš výzkum problematických aspektů sharentingu, zvolili jsme si kvalitativní přístup. Při kvalitativním výzkumu pracujeme s malým počtem participantů. Podmínkou pro úspěšnost výzkumu je, aby byli participanté vhodně zvoleni, jelikož se zde snažíme o saturaci kategorií významných pro cíle našeho zkoumání. (Gavora, 2006)

Participanty byly matky ve věku 25 až 33 let. Jako kritérium pro jejich výběr byla stanovena *nutná zkušenost se sdílením obsahu týkajících se jejich dětí v online prostředí*. Lze je identifikovat jako mladé matky, které se běžně pohybují ve světě nových médií. Další specifikace definovány nebyly. Ve sledovaném souboru se tak nacházejí matky, které jsou více benevolentní ke sdílení jejich dětí, tak matky, které

k této praxi přistupují s vyšší opatrností. Níže jsou popsány jejich sociodemografické charakteristiky.

Participant 1 (P1): 25letá žena, na rodičovské dovolené, bakalářské vysokoškolské vzdělání, předtím pracovala v sociálních službách, vdaná, má syna ve věku 12 měsíců.

Participant 2 (P2): 25letá žena, bakalářský titul a momentálně pokračuje ve studiu na magisterském programu dálkově, což ji řadí mezi vysokoškolsky vzdělané osoby, je vdaná a má jedno dítě, dceru ve věku 2 a půl roku.

Participant 3 (P3): žena ve věku 33 let, má bakalářský titul v oboru hotelového managementu, v současné době na rodičovské dovolené a zároveň si přivydělává jako baristka, vdaná, má dvě děti, z nichž jedno má téměř 6 let a druhé má necelé 3 roky.

Participant 4 (P4): 29letá žena, středoškolské vzdělání, nyní pracuje jako konstruktér, je vdaná, má dvě děti, jedno má 3 roky a druhé 5 let.

Participant 5 (P5): žena ve věku 32 let, s vyšším odborným vzděláním, pracuje jako fakturantka – administrativní pracovnice ve stavební firmě. Je svobodná a má dvě děti, syna ve věku 6 let a dceru ve věku 3 let.

Participant 6 (P6): žena ve věku 26 let, která má dokončené středoškolské vzdělání, nyní přerušené vysokoškolské vzdělání, dříve pracovala jako chůva v dětské skupině, nyní je na rodičovské dovolené. Je vdaná a má syna ve věku 15 měsíců.

3.6 Postup při sběru dat

Sběr dat se uskutečnil dvěma způsoby. První probíhal v prostředí sociálních sítích. Ve facebookových skupinách, které jsou charakteristické tím, že jejich členy

jsou maminky, byly přidány příspěvky se žádostí o účast ve výzkumu na téma sharenting. Z důvodu, že tento způsob se nestal příliš úspěšným, ač byly příspěvky publikovány několika skupinách, které čítaly od 2 do 6 tisíc členů, byl zvolen další způsob. Tímto způsobem byla výzva k respondentkám vyslovena na konci rozhovoru nebo později prostřednictvím zprávy, o doporučení dalšího vhodného kontaktu na maminku, která je aktivní v oblasti sdílení obsahu týkajících se dětí v prostředí sociálních sítí.

Všechny respondentky z důvodu časové vytíženosti nebo geografické vzdálenosti preferovaly setkání online prostřednictvím hovoru na Messengeru nebo Instagramu. Jednotlivé hovory trvaly okolo 15–30 minut a byly zaznamenávány na aplikaci diktafon v mobilním telefonu. Některé respondentky nechtěly nebo nemohly mít v průběhu hovoru zapnutou kameru, což mohlo negativně ovlivnit propojení a otevřenost respondentek. Rozhovory však probíhaly v uvolněné atmosféře, kdy jsme se snažili objektivně a nezaujatě klást otázky a na odpovědi tímto způsobem také reagovat. Tento přístup byl velkou prioritou v průběhu rozhovorů, jelikož jsme se snažili o co nejupřímnější pohled respondentek na problematiku. Gavora (2006) poukazuje na důležitost objektivnosti, jako na základní princip kvalitativního výzkumu. Výzkumník si musí získat od participantů odstup, aby svými názory neovlivňoval průběh a také výsledek výzkumu.

3.7 Metodologie výzkumu

Výzkum byl zaměřen kvalitativně, jelikož se snaží o hlubší proniknutí do kontextuálních aspektů sharentingu. Šváříček a kol. (2007) popisují, že kvalitativní výzkum se soustředí na zkoumání jevů a problémů s orientací na hluboká data. Naším úkolem, jako výzkumníků, je reprezentovat to, jak lidé vnímají a prožívají jejich sociální realitu. Cílem tedy je se vžít do role aktérů, a tak porozumět jejich situaci, jak jí rozumí oni sami. To nám může pomoci docílit toho, že dojdeme k pochopení důvodů, které aktéry vedou k určitému jednání.

Při kvalitativním výzkumu pracujeme se slovy, která jsou popisována jako *kvalitativní data*. Ty získáváme za pomoci rozhovorů (standardizovaných nebo polostrukturovaných), terénních poznámek nebo analýzou různých dokumentů. Získaná data musíme analyzovat kvalitativními přístupy, interpretovat je a najít mezi nimi

sémantické vztahy, které se spojují do deskriptivních kategorií a logických celků. (Šváříček a kol, tamtéž)

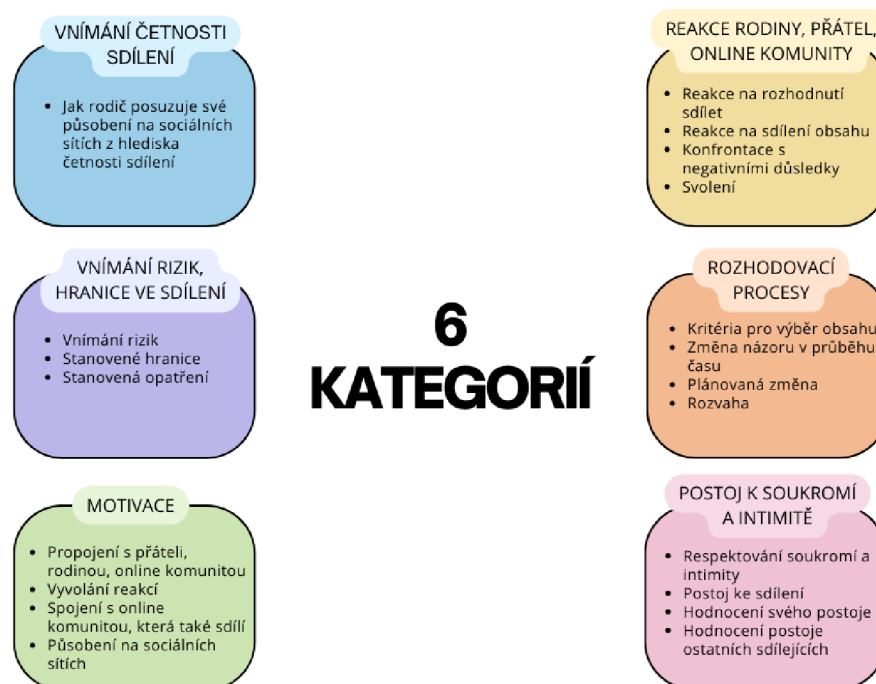
Při zkoumání fenoménu sharentingu, nám kvalitativní přístup může umožnit lepší pochopení různých aspektů této problematiky. Tento přístup je vhodný pro komplexní pochopení důvodů, proč rodiče sharenting praktikují, jaké jsou jejich motivace, obavy, vnímání problematických oblastí jako soukromí nebo intimity. Sharenting je často spojen s osobním a emocionálním nastavením rodiče, a tak považujeme kvalitativní metody jako vhodné pro zkoumání těchto prvků.

Při analýze surových dat bylo prvním krokem přepsat audio nahrávky rozhovorů s respondenty. Data byly transkribovány do jednotlivých wordových dokumentů pomocí aplikace na webové stránce app.speakai.co. Aplikace nezaručuje 100% bezchybnost, tudíž bylo nutné provést podrobnou ruční kontrolu transkriptů.

Analýza transkriptů probíhala prostřednictvím metody otevřeného kódování rozhovorů. Metoda otevřeného kódování je základní fází analýzy kvalitativních dat. Úlohou výzkumníka je si během čtení textu všimnout témat a pojmů, které se zde objevují. Může se jednat o slova, věty nebo celé odstavce, které nám opisují konkrétní jevy. Výsledkem otevřeného kódování je výčet kategorií a jim příslušných podkategorií, které nám poskytují systematický a strukturovaný souhrn témat. Otevřené kódování pomáhá výzkumníkovi pochopit analyzovaný materiál v souvislostech. (Hendl, 2016)

Transkripty rozhovorů tak byly v několika fázích pročítány a při analyzování byly označovány podstatné části textů a k těmto částem byly případně doplňovány poznámky (viz příloha č. 1). Na základě takto získaných proměnných jsme snažili o vytvoření teorie.

Kódy byly v konečné fázi řazeny dle souvislosti do šesti kategorií, které měly své vlastní podkategorie. Kategoriemi byly motivace pro sdílení obsahu; reakce rodiny, přátel a online komunity; rozhodovací procesy; postoj k soukromí a intimitě; vnímání rizik a hranice ve sdílení; vnímání četnosti sdílení. Jejich podkategorie jsou vyobrazeny na následujícím nákresu:



Obrázek č. 1 - Zvolené kategorie a podkategorie kódování

3.8 Vyhodnocení výsledků výzkumu

Analýza dat vycházela ze stanovených výzkumných cílů. Poskytla nám odpovědi, které nastiňují hlubší porozumění problematice sharentingu. Následující oblasti poukazují na několik klíčových aspektů, které respondentky ve svých rozhovorech akcentovaly.

3.8.1 Sociální propojení a vyjadřování identity prostřednictvím sdílení obsahu

Tato kategorie reflektuje motivace rodičů pro sdílení obsahu týkajících se jejich dětí. Zvolenými kódy pro tuto oblast byly: propojení s přáteli, rodinou, online komunitou, vyvolání reakcí, spojení s online komunitou, která také sdílí a působení na sociálních sítích. Respondentky v rozhovorech identifikují hned několik motivací. Celkově lze říci, že motivace matek jsou převážně pozitivní.

Jedním z důvodů, proč rodiče sdílejí obsah je, aby informovali své přátele, rodinu a online komunitu o dění v jejich životě a v životě jejich dětí. Na tomto tvrzení se shoduje většina respondentek.

P1: „...aby bylo očividný, že se narodil.“

P2: „...první fotku jsem dala už hned z porodnice, ale to byla jako jenom nožička jakoby takový prostě oznámení, že se nám narodila.“, „...aby okolí jako vědělo třeba že vůbec jako máme, mám tu dceru a co třeba zrovna děláme a tak.“

Platformy sociálních sítí tak rodiče používají jako jakýsi prostředek komunikace a informování. Z tohoto můžeme vyvodit, že se také tímto způsobem snaží vytvářet a udržovat propojení s lidmi, kteří jsou jim geograficky vzdáleni.

P1: „To jsem chtěla sdílet z toho důvodu, že i třeba moje okolí, s kterými nejsem jako v kontaktu nějak jakože pravidelně.“

P6: „Tím, že mám hodně rodinných příslušníků po České republice, tak vím, že mě třeba sledují a moje storýčka sledují, ...“

Z rozhovorů také vyplynulo, že sdílením obsahu se matky také snaží o vyvolání reakcí pozitivního charakteru. Matky se rády chlubí svými dětmi, jejich úspěchy nebo zážitky spojenými s rodičovstvím. Také vnímají potěšení z pozitivních reakcí a komentářů, které jim jejich přátelé, rodina, nebo online komunita v tomto prostředí poskytuje. Při tomto počínání mohou matky také pociťovat společenské uznání.

P1: „když vyfotím nějakou fotku, která je třeba fakt pěkná, tak ji tam chci dát. Nebo když je i trošku nějaká srandovní.“, „...když sdílím nějakou fotku a pak jsou na to dobré reakce, tak se párkrát stalo, že jsem chtěla sdílet další.“

P6: „...pochlubit se. Je to prostě kus ze mě, ...“

P4: „...když to tak jako shrnu, tak je to jedna z...nejhezčích záležitostí asi, která se mi zatím v životě stala. Takže tak, takové prostě pochlobení se, mám krásné a šikovné děti“

Sdílení také matkám napomáhá k propojení se s online komunitou, neboť se tímto způsobem mohou identifikovat s ostatními rodiči, kteří prožívají podobné zážitky v průběhu rodičovství. Sdílením obsahu interagují s online komunitou a vyměňují si zpětnou vazbu s ostatními sdílejícími rodiči.

P1: „*když vidím od jiných jako kamarádek, třeba když tam daj prostě nevím své dítě něco, tak si prostě řeknu, jako že už roste, jakože třeba jak se má, jak vypadá, jakože i tady z té strany mě to zajímá, tak občas tam asi taky tak dám a vim, že mi potom právě lidi píšou třeba že vyrostl a tak.*“

P3: „*...že mi přišlo přirozený vlastně být toho součástí, jako že vlastně sdílet tu svou cestu taky.*“

Pro některé matky může být sdílení obsahu týkajícího se jejich dětí v prostředí sociálních sítí prostředkem, který vyjadřuje jejich identitu a zároveň dokumentuje důležité momenty. Sdílení je nástrojem prezentace jejich rodiny a současně může také sloužit jako dokumentace vzpomínek nebo tvorba osobního „deníčku“.

P2: „*...jakoby nějaká prezentace...*“

P3: „*...když jsem se stala mámou, tak to byla ta největší událost v mém životě...*“

P5: „*...sbírání nějakých asi vzpomínek.*“, „*tak všechno jako pospolu a mám to tam fakt jako takovej deníček*“

Analýza nám také poskytla možnost sledovat jev, kdy matky berou sdílení obsahu týkajícího se jejich dětí jako další aspekt/pokračování jejich působení na sociálních sítích. Na sociálních sítích mají několikaletou historii sdílení různých obsahů a po narození dítěte vnímají jako přirozené v tomto sdílení pokračovat a dítě se stává dalším dílem sdíleného obsahu.

P3: „*...vlastně to bylo postupný a přirozený, vlastně přechod nebo další vlastně aspekt mého sdílení...*“

P4: „*...protože jsem sdílela prostě něco málo, takže to tak přišlo tak prostě jako v souvislosti v návaznosti na to prostě že tak nějak sdílím i, ale jakože asi ne úplně ve velkém, ale prostě tak, jako svůj život, tak prostě ty děti jsou součástí mého života.*“

P6: „*...přijde mi to takový prostě normální, nebo prostě přirozený, jakože sdílím tam svůj život, ale on je součástí mého života.*“

Tyto oblasti nám ukazují, že motivace matek pro praktikování sharentingu jsou pozitivního charakteru. Při analýze transkriptu nebyla zaznamenána žádná negativní motivace, tedy taková, která by měla za cíl dítěti nějakým způsobem uškodit.

3.8.2 Obavy z bezpečnosti, ochrana soukromí a respektování intimity

Kódy relevantní pro zkoumání otázky týkající se limitů, se kterými se rodiče potýkají při sdílení obsahu o svých dětech v online prostředí, byly vnímání rizik, stanovené hranice, respektování soukromí a intimity, kritéria pro výběr obsahu a rozvaha nad přidáním obsahu. Na základě poskytnutých dat můžeme identifikovat několik limitů a zábran, které matky při praktikování sharentingu vnímají a řídí se jimi.

Respondentky vyjadřovaly obavy z nebezpečí spojeným se sílením obsahu týkajících se jejich dětí. Mezi ně patří zneužití, kyberšikana, pornografie a ukradení identity. Při výběru obsahu, který respondentky chtějí sdílet, zvažují, zda by sdílený obsah nemohl narušit soukromí, bezpečnost a intimitu jejich dítěte. Takto se děje zejména v souvislosti se situacemi, kdy se dítě nachází v nepohodlné situaci (pláč, zlost, jiné emoční vypjetí a negativní emoce) či v situaci intimního charakteru včetně nahoty, což bychom mohli považovat za jejich limity. Respondentky při sdílení volí obsah z běžného života dítěte, výletů a oslav. Lze tedy říci, že se respondentky snaží nalézt rovnováhu mezi sdílením a soukromím, intimitou a bezpečností svých dětí.

P2: „...co se takhle týče, fakt potom nějaké kyberšikany, nebo teď prostě se hodně rozjíždí, co jsem takhle slyšela nějaká jako pornografie i děcka jako na internetu, a tak a nějaké jako to ukradení identity...“

P3: „Snažím se jim to v rámci v rámci toho mého sdělení střežit to jejich soukromí co, co nejvíc to jde...“

P5: „...sdílím, ale v takové míře, aby to, pokud možno, nemohlo být nikdy použito proti nim.“

V tomto výzkumném vzorku jsme také upozorovali tendenci sdílet obsah týkající se jejich dítěte méně v souvislosti s jeho rostoucím věkem. S přibývajícím věkem dítěte matky respektují jeho soukromí a intimitu ve větší míře, než je tomu v jeho kojeneckém a batolecím období. Domníváme se, že tato tendence může mít několik důvodů jako je například pocíťování novosti a radosti po narození dítěte, kdy matky chtějí sdílet tuto důležitou část jejich života s ostatními. Mohou pocíťovat touhu sdílet milníky ze života jejich dítěte (první kroky, slova apod.) nebo zábavné okamžiky. Případně mohou v raném věku dítěte hledat podporu a sdílet zkušenosti s ostatními rodiči. Některé z respondentek také popsaly, že vnímají, že život takto malých dětí je velmi

podobný, a proto nepocítují, že by sdílení mohlo narušit jejich soukromí a intimitu. Toto zjištění naznačuje, že u matek v průběhu dospívání dítěte, stoupá jejich vědomí o individuálních hranicích dítěte a důležitosti respektování jejich soukromí. Tendence sdílet dítě v menší míře pozorujeme také u matek, které mají děti dvě a více a etapu mateřství tak nezažívají poprvé.

P3: „...zvlášť čím jsou starší...snažím se jim to v rámci v rámci toho mého sdělení střežit to jejich soukromí co, co nejvíc to jde...už to pak prostě začíná být vlastní člověk...vlastně miminka mají v podstatě všechny podobný potřeby, ten život toho miminka každého miminka je velmi, velmi podobnej...A vlastně od těch třeba tři let...už jsou to vlastní osoby...mají vlastní osobnost, mají vlastní jako záliby a zájmy...už je to velmi specifický. No, takže si myslím, že potom už u většiny maminek, který já sleduju a vnímám i u sebe, že už vlastně nemám tu potřebu jako takhle sdílet tolik. Informací tolik o nich jako, jako když jsme řešili, jestli je nosit nebo nenosit, nebo jestli budu mít v kočárku, nebo kojit nebo nekojit, nebo tak jo, tak to jsou takový věci, který jako řeší každá maminka a potom už to začíná být víc a víc specifický.“

3.8.3 Regulace obsahu a ochrana soukromí a intimity dětí na sociálních sítích

Pro tuto kategorii byly základem kódy rozvaha, kritéria pro výběr obsahu, respektování soukromí a intimity, stanovené hranice, vnímání rizik, opatření, postoj ke sdílení a konfrontace s negativními důsledky. Z dat lze konstatovat, že matky volí určité strategie a přemýšlejí nad tím, co sdílí. Způsob, jakým matky regulují obsah o jejich dítěti v online prostředí, úzce souvisí s vnímáním limitů. Většina respondentek uvedla, že u sdílení uvažují, zda obsah neporušuje soukromí nebo intimitu jejich dítěte. Respondentky také vnímají že mají povědomí o možných rizicích spojených se sdílením materiálu. Rizika sdílení se snaží minimalizovat tím, že si obsah volí selektivně. Prioritou je pro ně ochrana soukromí a bezpečí jejich dětí.

P6: „Víte, třeba jsem měla hrozně hezkou fotku z vany a pak jsem si řikala, ty jo, to už to už je moc...“

Zároveň, jak už bylo řečeno v předchozí kategorii, matky volí obsah z běžného života a vyhýbají se sdílení extrémních situací nebo fotkám, které by mohly být vnímány jako nevhodné (např. nahota nebo dítě na nočníku). Některé matky považují

sdílení za přirozenou součást života v dnešní době, zatímco jiné přistupují ke sdílení opatrněji a preferují sdílet obsah pouze s omezeným okruhem lidí. Respondentky po většinou přijaly opatření k ochraně soukromí svých dětí nastavením soukromých profilů nebo selektivním přijímáním přátel na sociálních sítích. Níže uvedeno na příkladech.

Přirozená součást dnešní doby:

P3: „...*my jsme vyrostli úplně jinak, jako v jiné době ... zvláště mi to přijde naopak vlastně připravit to dítě na to, že vlastně tohle je ta doba, ve které žijeme, že vlastně většina z nás chce mít tady nějaký profil. Nebo ne? No a jim to připadá přirozený, teda protože vlastně já to dělám...*“ (zároveň má tato matka profil veřejný)

Preference sdílet v omezeném okruhu lidí:

P1: „*Ještě vím, co jsem udělala, že jsem si promazala přátele, co mě sledují jakoby na Instagramu... A dala jsem si jako soukromý profil. A fakt jsem si tam nechala lidi, který jako znám.*“

P4: „*Sdílím je spíše na Instagramu, protože ten profil tam mám soukromý.*“

P6: „...*tím, že jakoby mám třeba soukromej účet na Instagramu a na Facebooku mám taky jakoby těch okruh přátel, tak teoreticky vím, kdo se na mě dívá...*“

V důsledku vědomí rizik, se kterými se mohou matky při sdílení obsahu týkajícího se jejich dítěte, si stanovují pevné hranice a volí určité strategie. Tímto způsobem se matky snaží chránit své děti před možným zneužitím nebo šikanou.

P3: „...*hned od začátku nastavila hranice, jakým jakože co mi připadá v pořádku a co ne... že nebudu ukazovat nahatý v choulostivých situacích nějakých a tak, a že nebudu jako sdílet vyloženě prostě soukromý věci...*“

P4: „*Nedávám polohy, kde zrovna jsme, nebo kde jsme byli.*“

P5: „...*rozhodně bych tam nedávala, ale nahatou holčičku ani roční, ani dvouletou.*“

P6: „...*určitě bych nesdílela asi nahotu. To mi hodně jako už přijde takový jo jako někde ho dát bez plínky nebo holýho, jako třeba bez trička. Jo to už je pro mě asi, to už bych nesdílela, nebo nějaké fotky v bazénu, ve vaně.*“

3.8.4 Respektování dětské autonomie a názoru v rámci online sdílení obsahu

Pro tuto kategorii jsme vycházeli z kódů respektování soukromí a intimity a plánovaná změna. Z těchto dat vyplývá, že matky zohledňují názor a přání svých dětí v rámci sdílení obsahu. Respondentky vyjádřily respekt k autonomii dítěte ve vztahu k jeho online prezentaci. Většina respondentek však uvedlo, že zatím s dítětem o jeho názoru na sdílení obsahu, který se ho týká, nekomunikovaly, jelikož je ještě malé a nebylo by schopné formovat názor na tuto problematiku. Tento fakt je v datech velice hojný a rozhovor s dítětem je u většiny matek plánován do budoucna. Data však naznačují, že matky jsou otevřené změně v rámci sdílení, aby tak vyhověly přání dítěte. Případnou změnu v praxi sharentingu tak plánují v budoucím čase, až bude jejich dítě schopné posoudit, zda bude chtít být součástí jejich online prezentace v prostředí sociálních sítí. Konkrétní věk, ve němž se tato komunikace bude odehrávat, nebyl u žádné z participantek specifikován.

P3: *„Kdyby prostě přišla za dva, za tři, za čtyři roky s tím, že nechce tam mít žádnou, žádný informace o sobě, žádnou fotku sobě tak tak, já určitě nebudu protestovat, no ale prostě na to má právo.“*

P4: *„...když se jim to nebude za čas líbit, tak ty fotky si schovám.“*

P6: *„...až bude větší nebo rozumnější, nebo až mi na to řekne svůj názor, tak určitě budu chtít vědět vždycky jeho názor, ať se to týče, týká čehokoliv, vždycky mě bude zajímat jeho názor.“*

Z dat tak lze konstatovat, že matkám záleží na názoru dítěte a ctí jeho soukromí a intimitu. Pokud dítě vyjádří přání, aby určitý obsah nebyl sdílen, jsou ochotné ho smazat nebo zarchivovat (funkce na Instagramu, kdy sdílené příspěvky jsou viditelné pouze majiteli profilu). Respondentky, které již s dítětem konzultovaly jeho online prezentaci prostřednictvím profilu matky, uvádí, že se o problematice s dítětem aktivně baví a přizpůsobují se jeho názoru. Dítěte se dotazují na svolení u konkrétních fotografií či videí. V případě, že se dítěti obsah nelíbí, tak ho na sociální sítě matky nepublikují.

P3: *„...tak se vlastně už jí na to ptám., jestli je s tím okay tím, že samozřejmě rozumím tomu, že má pět necelejch šest, že jako tomu ještě nemůže rozumět, úplně. Ale jakoby*

s tím konceptem jí prostě seznamuju, jako vnímám, že už tomu trošku rozumí do té míry, do jaké je schopná tomu rozumět.“

P5: „...*ten starší a už není úplně možná tím, že je kluk tak se ani nechce tak moc fotit.“*

Z této analýzy se nám jeví, že je velice problematické odhadnout, kdy dítě bude schopné pochopit celý kontext sdílení týkající se jejich života online. Veškeré dopady sdílení materiálů v online prostředí nejsou zřejmé i pro dospělé jedince. Je tak otázkou, kdy sdílení obsahu začít konzultovat s dítětem a kdy je tomu schopné dobře porozumět. Domníváme se, že pro dítě, které za objektivem mobilního telefonu vyrůstá, může jeho figurování v online prostředí přijít normální, protože jsou na toto chování zvyklé. Stránka souhlasu dětí se sdílením je problematickým aspektem.

3.9 Diskuse

V této části se zaměříme na shrnutí výsledků výzkumné práce a na jejich propojení s teoretickými poznatky, které byly představeny v teoretické části. Tématem této diplomové práce byl sharenting, což je novodobá praktika rodičů v online prostředí. Děti jsou rodiči sdíleny formou fotografií, videí nebo prostřednictvím informací, které rodiče zveřejňují na sociálních sítích. Vzhledem k novosti této praktiky, nelze prozatím úplně zjistit, jak historie sdílení vytvořená rodiči, bude dětmi vnímána a jaké důsledky může sharenting v budoucnosti přinést. Vývoj technologií napomohl k normalizaci prezentování v nových médiích se za pomoci nejrůznějšího obsahu. Na sociálních sítích si vytváříme profily, kterými komunikujeme a socializujeme se s dalšími lidmi. S ostatními sdílíme část svých životů a v případě rodičů jsou součástí jejich života dětí.

Tato práce se zaměřila na analýzu vnímání rodičů v případě jejich praxe sharentingu. Zkoumali jsme několik aspektů, které se se sharentingem pojí. Hlavní výzkumnou otázkou bylo: „*Jak vnímají rodiče, kteří mají zkušenost se sharentingem, jeho důsledky v oblasti soukromí a intimity dětí?*“. Ze získaných dat vyplynulo, že respondentky jsou si vědomy rizik a snaží se předejít negativním dopadům prostřednictvím vědomé selekce sdíleného obsahu či omezení přístupu na jejich profily na sociálních sítích. V oblasti intimity dětí bylo většinově respondentkami akcentováno, že hranicí, kterou ve sdílení nepřekračují je pro ně nahota a emočně vypjaté situace, jako je například plačící dítě. U několika matek byla zřejmá rozvaha před sdílením, tj. vědomá selekce obsahu, dle toho, co je na sdíleném materiálu vyobrazeno. Matky ve sdílení vnímají určitá rizika, nejčastěji byly zmiňovány obavy spojené s bezpečností a ochranou proti zneužití fotek, kyberšikana, pornografie a krádež identity. S ohledem na teoretický průzkum této problematiky můžeme říci, že ne všechna rizika byla zmíněna. Dle rešerše můžeme zmínit například dopad na sebevědomí dítěte, který zmiňuje Kopecký (2019) nebo vliv na budoucnost dítěte v rámci jeho profesního a společenského života, na který poukazuje Blum-Rossová (2015). U žádné z matek také nebyla zmíněna, dnes už často diskutovaná digitální stopa, kterou sdílením obsahu v online prostředí zanechávají. Můžeme tak považovat povědomí matek o dopadech sdílení a možných rizicích tohoto jednání pouze za částečné.

Stanovenou dílčí otázkou, kterou jsme chtěli tímto výzkumem zodpovědět, byla otázka „*Jaká je motivace rodičů k praktikování sharentingu?*“. Zjistili jsme tak, že většina matek sdílí tento typ obsahu proto, aby udrželi kontakt s rodinou a přáteli, kteří jsou jim geograficky vzdáleni. Toto zjištění se shoduje s Damkajaerem (2018), který popisuje, že tímto způsobem rodiče posilují vzájemné vztahy s dalšími členy rodiny, kteří mohou na příspěvky s dítětem reagovat a interagovat s rodiči, se kterými nemohou být v reálném kontaktu. S tímto autorem se také shodujeme ve zjištění, že motivací matek pro sdílení obsahu, jehož je jejich dítě součástí, je také dokumentace rodinného života, kdy si tímto způsobem uchovávají důležité momenty svých dětí a sídlení se tak pro ně stává jakýmsi „deníčkem“. Verswijvela, Walrave a kolektiv (2019) také došli ke zjištění, že jednou z hlavních motivací rodičů, je tímto způsobem archivovat vzpomínky. V důsledku technologického vývoje a motivací sdílet různý obsah širšímu publiku, můžeme spatřovat odklon od tradičních rodinných alb, jejichž obsahem byly vyvolané fotografie a které byly prostředkem dokumentace rodinných okamžiků ve většině domácností. Vynořuje se nám tak otázka, zda se fyzická rodinná alba postupně nevytratí, jelikož už v tomto čase můžeme zaznamenat trend uchovávat vzpomínky online prostředí. Tímto způsobem se však zásadně mění přístupnost k takto uchovaným vzpomínkám, jelikož sdílený obsah je dostupný mnohem širšímu publiku a zároveň časově neomezeně. Tento posun má významný dopad na soukromí dětí, které nemohou ovlivnit, co se o nich sdílí. Matky se také sdílením vypořádávají s překážkami v rodičovství, kdy se mezi sebou rodí a sdílejí své zkušenosti s ostatními matkami, což potvrzuje tvrzení z několika publikací, jako například výzkum od autorky Cataldo (2022). Také publikace od Lazardové a kolektivu (2019) zmiňuje, že matky mohou toužit sdílet své děti jako ukazatel úspěchu v jejich životě. Sharenting je tak ukázkou hrdosti nad jejich dětmi. Mnohdy tak matky prezentují jakýsi ideál šťastné rodiny. Samotná prezentace rodiny byla našimi respondentkami akcentována jako další aspekt jejich motivace. Matky rády sdílí radostné okamžiky a vtipné momenty, taková prezentace pak přináší matkám radost a pocit společenského uznání. Tento fakt potvrzuje i výzkum z belgického prostředí autorů Walrave, Verswijvela a kolektivu (2022), který zjistil, že rodiče touží sdílet autentické okamžiky například, když se jejich dítě směje. Z analýzy rozhovorů vyplynulo, že tyto okamžiky matky sdílejí nejčastěji v novorozeneckém a batolecím období, kdy prožívají intenzivní pocit novosti. Vliv této novosti byl spatřen také u míry sdílení v případě prvního dítěte. Toto chování

naznačuje, že je sdílení poháněno emocemi a zkušenostmi spojenými s prvním dítětem. Tedy pokud matka měla více dětí, u druhého dítěte se četnost sdílení obsahu snižovala. Začátek tohoto sdílení několik respondentek určilo dnem narození dítěte čili prostřednictvím fotografie z porodnice. Novorozeneckých fotografií z prostředí porodnice můžeme na sociálních sítích spatřit mnoho. Pověštinou fotografie obsahují cedulku s celým jménem, datumem a časem narození a případně porodní váhou. Tyto citlivé informace jsou dostupné širokému publiku. Zpětně jsme si vědomi, že nebyla věnována pozornost prenatalním snímkům z ultrazvuku, které jsou také často předmětem sdílení, a to z důvodu oznámení těhotenství. Je tak možné, že se na profilech respondentek tohoto výzkumu vyskytovaly. V zahraničí byla problematika ultrazvukových snímků již zkoumána. Leaver a Highfield (2018) zkoumali více než 10 000 veřejně sdílených snímků s hashtagem #ultrasound a zjistili, že 34 % z těchto snímků obsahovalo identifikovatelné údaje, jako jsou celé jméno matky, název nemocnice nebo zařízení provádějící sken, datum narození matky, odhadovaný termín porodu a další.

Parciální výzkumnou otázkou byla také otázka „*S jakými limity se potýkají rodiče při sdílení obsahu o svých dětech online?*“. Z analýzy dat byly identifikovány hlavní limity zábrany, kterým matky při sdílení čelí. Těmito limity byly *vnímání rizik, stanovené hranice, respektování soukromí a intimity, kritéria pro výběr obsahu, rozvaha nad přidáním obsahu*. Jak už jsme zmínili, při vnímaných důsledcích sharen-tingu, tyto vnímaná rizika jsou zároveň limitem rodičů ve sdílení. Převážně to byly rizika zneužití materiálů, kyberšikana, pornografie a ukradení identity. Respondentky mají stanovené jisté hranice ve sdílení, kterými prokazují respekt k soukromí a intimně dítěte. Matky tak zvažují, zda je sdílený obsah nenarušuje. U všech respondentek jsme identifikovali, že se vyhýbají sdílení situací, kdy jsou děti v emočním vypjetí nebo jsou obnažené. Zároveň uvedly, že sdílí převážně momenty z běžného života, výletů nebo oslav. Vybírají takový obsah, který vnímají jako dítěti neinvazivní a bezpečný. Limit těchto matek jsme také zpozorovali v rámci rostoucí autonomie dítěte. Tento kontext jsme již zmiňovali v části o motivaci. V případě staršího dítěte matky četnost snižují. Tento jev tak můžeme vnímat jako limit, se kterým se matky potýkají. Tato tendence se ukazuje i v případě výzkumu Walrave, Verswijvela a kol. (2022), který se s našimi daty shoduje.

Další z našich stanovených otázek, které jsme věnovali pozornost byla „*Jak rodiče přistupují k regulaci obsahu na sociálních sítích týkajícího se jejich dětí s ohledem na jejich soukromí a intimitu?*“. Z dat je zřejmé, že si matky uvědomují důležitost ochrany soukromí a intimity dětí. Ukázalo se, že volí různé strategie, které mají směřovat k ochraně bezpečnosti jejich dětí. Mezi tyto strategie patří určitá rozvaha a stanovená kritéria pro výběr obsahu spojený s jejich dětmi. Je také patrné, že respondentky mají stanovené hranice a vnímají jistá rizika v oblasti bezpečnosti, soukromí a intimity. Obsah, který sdílí, si selektivně volí. Každá matka si avšak stanovuje vlastní hranice, což může vést k velké variabilitě, co je považováno za přijatelné. Objevovaly se zde rozdíly ve vnímání škodlivosti fotografie dítěte v plavkách, kdy některé matky se sdílení takového materiálu vyhýbají, zatímco jiné tento obsah považují za běžný. Mezi strategie patří taktéž vědomé nastavování profilů na sociálních sítích a selektivní přijímání přátel. Tento přístup napomáhá matkám mít lepší kontrolu nad tím, kdo bude mít ke sdílenému obsahu přístup, avšak není absolutní zárukou ochrany dítěte. Soukromý profil neměly všechny respondentky. Jedna z respondentek uvedla, že vlastní veřejný profil na platformě Instagram, který je sledován značným množstvím uživatelských účtů. U této respondentky se projevoval i benevolentnější přístup k praxi sharentingu. Vnímala jej jako součást dnešní doby, kdy je třeba děti připravit na svět sociálních sítích a technologií celkově. Takové sdílení nemusí nutně znamenat, že děti dosáhnou digitální gramotnosti a budou se schopny chránit před riziky, jako je kyberšikana nebo zneužití informací. Ukazuje se, že osobní zkušenost a uvědomění si rizik, může ovlivnit chování rodičů na internetu. V oblasti výzkumů se mluví o *vědomém sharentingu* (anglicky: mindful sharentig), v rámci studií se zjistilo, že právě negativní zkušenosti, ač už zažité nebo zprostředkované, vedli rodiče k praktikování vědomého sharentingu. Vědomý sharenting zahrnuje například focení dítěte z větší vzdálenosti, zakrývání tváře, rozmazání obličeje nebo odstranění dítěte z fotografie (Walrave a kol. 2023).

Naší poslední stanovenou výzkumnou otázkou byla: „*Zohledňují rodiče názory a přání svých dětí ohledně online sdílení obsahu týkajícího se jejich dětí?*“. Výsledky naznačují, že matky zohledňují přání svých dětí, zda chtějí být součástí jejich sdíleného obsahu nebo nikoliv. V praxi sharentingu ale naráží na věkovou nezralost. Akcentovaly názor, že dítě se není schopné vytvořit vlastní názor na tuto problematiku. Postoj

k zohledňování souhlasu se tak ve většině případů stává teoretickým. Většina respondentek s dítětem o jeho názoru nekomunikovala, jelikož dítě vnímají jako příliš malé. Rozhovor je tím způsobem plánován do budoucna. V případě nesouhlasu dítěte, jsou matky připravené vyhovět přání dítěte, ale konkrétní věk, kdy by měla tato komunikace nastat, nebyl stanoven. Matky, které konzultovaly jeho online prezentaci, se údajně přizpůsobují jeho preferencím. V případě pořízených fotografií nebo videí se dítěte dotazují na svolení a pokud nesouhlasí, obsah nepublikují. Toto zjištění nám ukazuje snahu matek respektovat dětskou autonomii. V rámci zahraničí, konkrétně ve Švédsku, byl proveden výzkum v oblasti dotazování se dětí na svolení sdílet obsah s nimi spojenými a ten ukázal, že děti bez ohledu na věk preferují, aby rodiče před zveřejněním obsahu na sociálních médiích požádali o jejich souhlas a naslouchali jejich názorům. Výsledky ukazují, že děti bez ohledu na věk preferují, aby rodiče před zveřejněním jejich fotek na sociálních médiích požádali o jejich souhlas a naslouchali jejich názorům (Sarkadi Dahlberg a kol., 2020). Povinnost souhlasu dítěte se sdílením obsahu s ním spojeným není v České republice ani v dalších mnoha zemích legislativně ukotven. Mohli bychom polemizovat, zda by tak mělo být učiněno, a to alespoň v případě sdílení citlivých údajů nebo intimních fotografií, které jsou náchylnější ke zneužití. Vyvstává nám tu ale problém s odhadnutím adekvátního věku/doby, kdy bude dítě psychicky a kognitivně zralé tak, aby problematice sharentingu porozumělo a bylo schopné vytvořit si informované rozhodnutí o své online prezentaci. Budoucí výzkum sharentingu by se měl zaměřit na právě tuto zralost dítěte, který by rodičům mohl prezentovat výsledky, kdy je nejlepší čas s dětmi tuto problematiku komunikovat.

Slabou stránkou výzkumné práce je subjektivita interpretace dat, která se v případě otevřeného kódování může projevit. Existuje zde také riziko, kdy výzkumník může přehlédnout některá důležitá témata, která mohou být pro zkoumanou oblast stěžejní. To může vést k nedostatečnému komplexnímu porozumění praxe sharentingu. Vzorek šesti respondentek mohl zapříčinit přílišnou specifičnost dat, kterou jsme však nezaznamenali, jelikož ve většině tvrzení se respondentky shodovaly. V případě kvalitativního výzkumu inklinujeme k omezení generalizace výsledků. Naše závěry, tak mohou platit pouze pro podobné skupiny lidí a nemusí být reprezentativními pro širší populaci (v našem případě u rodičů praktikující sharenting). Výzkumy od autorů

Walrave, Verswijvela a kolektivu (2019, 2022), které se s našimi poznatky v několika bodech shodovaly, nám ovšem naznačují, že zjištěné informace platí v rámci větší skupiny rodičů. Roli v rámci interpretace dat, mohly hrát rovněž předsudky a předchozí znalosti výzkumníka. Na toto riziko upozorňují mnozí autoři působící v oblasti metodologie výzkumu na sociální a pedagogické úrovni. Snažili jsme se tak o nezájatý pohled a absenci hodnotících úsudků. V sociometrických údajích respondentek se objevovalo střední, vyšší a vysokoškolské vzdělání. To mohlo výzkum ovlivnit několika způsoby. U vzdělanějších osob lze předpokládat větší povědomí o problematice a kritické myšlení, které jsme mohli v datech několikrát pozorovat. Respondentky působily v rámci problematiky uvědoměle a kriticky. Je také zřejmé, že otcové jsou, co se týče sharentingu, těmi méně praktikujícími. Žádný otec se k participaci na výzkumu nepřihlásil, což vnímáme jako slabinu této práce. Otcovský pohled by mohl přinést zajímavá data rozšiřující naše porozumění této oblasti. Problematice otcovského pohledu na sharenting by však mohl zkoumat specializovaný kvalitativní výzkum zaměřený pouze na ně. Důležité je zhodnotit taktéž prostředí sběru dat, který probíhal online. Jak už jsme nastínili, učinili jsme tak vzhledem k požadavkům respondentek, které byly časově vytížené nebo geograficky vzdálené. Rozhovory probíhaly formou Messenger nebo Instagram hovorů. U dvou respondentek probíhal rozhovor s vypnutou kamerou, což mohlo negativně ovlivnit míru propojení a otevřenosti. Zpětně tuto formu rozhovorů hodnotíme jako problematickou, jelikož se domníváme, že v případě osobního kontaktu by mohly být respondentky více otevřené, a tak by míra nasycení dat byla bohatější.

Závěr

Sharenting představuje komplexní fenomén, který odráží digitální realitu rodinného života. Cílem této práce bylo prozkoumat vnímání rodičů v oblasti tohoto fenoménu. Naší snahou bylo zjistit, zda rodiče, kteří mají zkušenost se sharentingem, vnímají jeho důsledky v oblasti soukromí a intimity dětí. Zaměřili jsme se také na analýzu jejich motivací, vnímání rizik, přístupům k regulaci obsahu a jejich pohled na problematiku souhlasu dítěte se sdílením.

Problematika sharentingu přináší nové výzvy v oblasti soukromí, intimity a bezpečnosti dětí. V první kapitole teoretické části jsme se věnovaly oblasti nových médií, charakteristice sociálních sítí a jejich vlivu. Druhá kapitola nám nastínila oblast sharentigu, jeho možná pozitiva, negativa, možnosti prevence a intervence rodičů a také etickou, právní a výzkumnou sféru. Tyto témata nám pomohly více pochopit, jak toto digitální prostředí funguje a jakým způsobem ovlivňuje současné rodiny.

V praktické části jsme došli k mnoha zjištěním. Jedním z nich je, že matky, které praktikují sharenting projevují povědomí o některých rizicích a uvedly, že používají určité strategie, kterými se snaží docílit minimalizaci rizik. Důležitým faktorem v motivaci bylo udržení kontaktu s přáteli a rodinou, se kterými nejsou v každodenním styku, chlubení se, sebe prezentace a tvorba deníčku, ve kterém si dokumentují vzpomínky. Rodiče mají různé přístupy k regulaci obsahu, některé matky si střeží soukromí tím, že si nastavují svůj profil na sociálních sítích jako soukromý. Jiné matky naopak projevují benevolentnější přístup a sdílí obsah týkajícího se jejich dítěte se širším publikem. Zjistili jsme, že se matky snaží o selektivní vybírání obsahu spojený s jejich dítětem a byla u nich patrná určitá rozvaha. Z výsledků také byla patrná variabilita ve vnímání přijatelnosti určitých obsahů například v rámci dítěte v plavkách. Jako problematické vnímáme stránku souhlasu dítěte se sdílením obsahu, ve kterém dítě figuruje. Došli jsme k zjištění, že pro matky je velmi složité určit, kdy je třeba s dítětem komunikovat jeho pohled na sharenting. Většina rodičů tuto komunikaci neprovádí a nejsou si jisté, kdy dítě bude zralé na to, aby problematiku sharentigu v jeho kontextu bezpečnosti pochopilo. Avšak i u matek, u kterých komunikace s dítětem proběhla, také nejsme schopni zjistit, zda si dítě uvědomuje jaká jsou v online prostředí rizika a jak ho sharenting může do budoucna ovlivnit.

Tento výzkum může sloužit jako východisko pro rozšíření stávajících poznatků ve zkoumaných oblastech. Výzkumníci mohou zkoumat etické aspekty sharentingu a uplatňování práv dětí v digitálním prostředí. Důležité je také hledání preventivních opatření, které by děti mohly ochránit před hrozícími riziky nových médií. Jelikož se pohybujeme v oblasti sociální pedagogiky, je nutné zmínit, že tyto výsledky mají potenciál pro podklad pro vzdělávací a osvětové kampaně zaměřené na rodiče.

Závěry tak naznačují, že matky v některých případech balancují mezi touhou sdílet radostné okamžiky a potřebou chránit soukromí a intimitu svých dětí. Některé matky však považují sdílení za přirozenou součást dnešní doby, ale i v tomto případě volí různé strategie k omezení negativních důsledků. Ochrana soukromí a intimity dětí na internetu je velice důležitá. Je to proces, který je velmi dynamický a vyžaduje neustálou adaptaci na měnící se rizika v důsledku rozvoji technologií. Rodiče zde hrají opravdu významnou roli, protože jejich strategie a opatření významně ovlivňují to, jak jejich dítě bude chráněno.

Literatura

AKRAM, W. a KUMAR, R., 2017. A study on positive and negative effects of social media on society [online]. *International journal of computer sciences and engineering*, roč. 5, č. 10, s. 348-353. E-ISSN 2347-2693. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/323903323_A_Study_on_Positive_and_Negative_Effects_of_Social_Media_on_Society [cit. 2024-9-1].

ALTMAN, Irwin, 1981. *The Environment and Social Behavior: Privacy, Personal Space, Territory, Crowding*. Velká Británie: Irvington. ISBN 978-0829006391.

AMON, M. J., et al., 2022. Parental Sharing on Social Media: Toward a Comprehensive Understanding of Context and Consequences [online]. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, CSCW1, s. 1-26. Dostupné z: <https://doi.org/10.1145/3449086>

BLUM-ROSS, Alicia, 2015. 'Sharenting': parent bloggers and managing children's digital footprints. *Parenting for a digital future*. Dostupné z: <https://eprints.lse.ac.uk/63324/> [cit. 2024-01-29].

CATALDO, Ilaria, et al., 2022. From the cradle to the web: The growth of “sharenting” - A scientometric perspective [online]. *Human Behavior and Emerging Technologies*. Dostupné z: <https://www.hindawi.com/journals/hbet/2022/5607422/> [cit. 2024-02-10].

Co je phishing? ESET [online]. Dostupné z: <https://www.eset.com/cz/phishing/> [cit. 2024-02-10].

Co jsou to osobní údaje? Evropská Komise [online]. Dostupné z: https://commission.europa.eu/law/law-topic/data-protection/reform/what-personal-data_cs [cit. 2024-02-10].

COYNE, Sarah M. a kol., 2017. Parenting and digital media [online]. *Pediatrics*, listopad 2017, roč. 140, Supplement_2, s. 112–116. ISSN 1098-4275. Dostupné z: https://publications.aap.org/pediatrics/article/140/Supplement_2/S112/34172/Parenting-and-Digital-Media [cit. 21. 2. 2024].

ČESKO. § 3 odst. 2 písm. a) zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník – znění od 1. 1. 2024. In: *Zákony pro lidi.cz* [online]. © AION CS 2010–2024. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89#p3-2-a> [cit. 21. 2. 2024].

DUCHÁČKOVÁ, Daniela, 2020. Co znamená syndrom FoMO a jak se mu bránit? *Blog Orange Academy* [online]. Dostupné z: <https://orangeacademy.cz/clanky/syndrom-fomo/> [cit. 2024-02-09].

ECKERTOVÁ, Lenka a DOČEKAL, Daniel, 2013. *Bezpečnost dětí na internetu: rádce zodpovědného rodiče*. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-3804-5.

EID, Mahmoud a WARD, Stephen J. A., 2009. Ethics, new media, and social networks [online]. *Global Media Journal*, roč. 2, č. 1, s. 1-4. ISSN 1918-5901. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/40765472_Editorial_Ethics_New_Media_and_Social_Networks [cit. 2024-7-2].

GAVORA, Peter, 2010. *Úvod do pedagogického výzkumu*. 2., rozš. české vyd. Přeložil Vladimír JÚVA, přeložila Vendula HLAVATÁ. Brno: Paido. ISBN 978-80-7315-158-4.

GOODYEAR, A. Victoria, 2017. Social media, apps and wearable technologies: navigating ethical dilemmas and procedures [online]. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, roč. 9, č. 3, s. 285-302. Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.1080/2159676X.2017.1303790> [cit. 2024-7-2].

HALADA, Jan a OSVALDOVÁ, Barbora (ed.), 2017. *Slovník žurnalistiky: výklad pojmů a teorie oboru*. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum. ISBN 978-80-246-3752-5.

HENDL, Jan, 2016. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. 4. vyd. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0982-9.

KOPECKÝ, Kamil, 2019. Jste rodiče? A jste aktivní v prostředí internetu? Možná i vy provozujete Sharenting [online]. *E-Bezpečí*, roč. 4, č. 1, s. 12-19. Olomouc: Univerzita Palackého. ISSN 2571-1679. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php?view=article&id=1405> [cit. 2024-9-1].

KOPECKÝ, Kamil, 2019. Problém zvaný Tik Tok [online]. *E-Bezpečí*, roč. 4, č. 1, s. 5-11. Olomouc: Univerzita Palackého. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php?view=article&id=1403> [cit. 2024-9-1].

KOPECKÝ, Kamil a kol., 2023. *Sharenting u českých rodičů a jeho rizika* [online]. *Pediatric pro Praxi*, roč. 24, č. 1, s. 8-12. ISSN 1803-5264. Dostupné z: https://www.pediatricpropraxi.cz/artkey/ped-202301-0001_sharenting_u_ceskych_rodicu_a_jeho_rizika.php

KOPECKÝ, Kamil a kol., 2023. *Sharenting u českých rodičů a jeho rizika* [online]. *Pediatric pro Praxi*, roč. 24, č. 1, s. 8-12. ISSN 1803-5264. Dostupné z: https://www.pediatricpropraxi.cz/artkey/ped-202301-0001_sharenting_u_ceskych_rodicu_a_jeho_rizika.php

KOPECKÝ, Kamil a KREJČÍ, Veronika, 2023. *Sociální síť: úvod do problematiky*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. ISBN 978-80-244-6369-8.

KELES, Betul, MCCRAE, Niall a Annmarie GREALISH, 2019. A systematic review: the influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents. *International Journal of Adolescence and Youth*, roč. 25, č. 1, s. 79-93. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/citedby/10.1080/02673843.2019.1590851?scroll=top&needAccess=true> [cit. 2024-01-19].

KRAUS, Blahoslav, 2014. *Základy sociální pedagogiky*. Vyd. 2. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0643-9.

KŘIVÁNKOVÁ, Kateřina; KNOLLOVÁ, Josefína a ŠUTOVÁ, Marijana, 2019. *Průvodce po sociálních sítích* [online]. Zvol.si.info. [cit. 2024-02-19]. Dostupné z: <https://zvol.si.info/pruvodce-po-socialnich-sitich/> [cit. 2024-01-19].

KUCHAŘOVÁ, Věra; BARVÍKOVÁ, Jana; HÖHNE, Sylva; JANUROVÁ, Kristýna; NEŠPOROVÁ, Olga et al., 2019. *Česká rodina na počátku 21. století: životní podmínky, vztahy a potřeby*. Studie (Sociologické nakladatelství). Praha: Sociologické nakladatelství (SLON) v koedici s Výzkumným ústavem práce a sociálních věc. ISBN 978-80-7419-275-3.

Kybergrooming. INTERNETEM BEZPEČNĚ [online]. Dostupné z: <https://www.internetembezpecne.cz/internetem-bezpecne/rizika-online-komunikace/kybergrooming/> [cit. 2024-01-19]

- LAZARD, Lisa, CAPDEVILA, Rose, DANN, Charlotte, LOCKE, Abigail a ROPER, Sandra, 2019. Sharenting: Pride, affect and the day-to-day politics of digital mothering. *Social and Personality Psychology Compass*. roč. 13. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/331566795_Sharenting_Pride_affect_and_the_day-to-day_politics_of_digital_mothering [cit. 2024-25-05]
- LEAVER, T. a HIGHFIELD, T., 2018. Visualising the ends of identity: Pre-birth and post-death on Instagram. *Information, Communication & Society*, roč. 21, č. 1, s. 30–45. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1259343> [cit. 2024-25-05]
- MACEK, Jakub, 2011. *Úvod do nových médií*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě. ISBN 978-80-7464-025-4.
- MCTIGUE, Maddy, 2021. Communication Ethics of “Sharenting”: A Content Analysis of Instagram Mom Meso-Influencers [online]. *Student Research*. 37, *Scholarly and Creative Work from DePauw University*. Dostupné z: <https://scholarship.depauw.edu/studentresearchother/37> [cit. 2024-02-05]
- MANOTIPYA, Paweena a GHAZINOUR, Kambiz, 2020. Children’s online privacy from parents’ perspective [online]. *Procedia Computer Science*. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050920322924> [cit. 2024-01-11]
- MARASLI, Muge, SUHENDAN, Er; YILMAZTURK, Nergis Hazal a COK, Figen, 2016. Parents’ Shares on Social Networking Sites About their Children: Sharenting. *The Anthropologist*, roč. 24, č. 2, s. 399. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/303763428_Parents'_Shares_on_Social_Networking_Sites_About_their_Children_Sharenting [cit. 2024-02-05]
- MCLUHAN, Marshall, 2011. *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. Přeložil Miloš CALDA. Strategie. Praha: Mladá fronta. ISBN 978-80-204-2409-9.
- MCQUAIL, Denis, 1999. *Úvod do teorie masové komunikace*. Překlad Jan Jiráček a Marcel Kabát. Vyd. 1. Praha: Portál. ISBN 80-7178-200-9.
- Metadata Definition & Meaning* [online]. Merriam-Webster. Dostupné z: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/metadata> [cit. 2024-01-11]

- NEČAS, Vlastimil, 2019. Nová média. *Brána, časopis církve bratrské* [online]. 2019, č. 6. Dostupné z: <https://brana.cb.cz/?/clanek?id=213&nazev=nova-media> [cit. 2024-09-01].
- NEZMAR, Luděk, 2017. *GDPR: Praktický průvodce implementací*. Praha: GRADA Publishing, a.s. ISBN 978-80-271-0921-0.
- PAVLÍČEK, Antonín, 2007. *Nová média a web 2.0*. Praha: Oeconomica. ISBN 978-80-245-1272-3.
- PETRÁČKOVÁ, V., KRAUS, J. a kol., 1998. *Akademický slovník cizích slov*. Academia. 1. vyd. Praha. ISBN 80-200-0607-9.
- PETRUSEK, Miloslav; MAŘÍKOVÁ, Hana a VODÁKOVÁ, Alena, 1996. *Velký sociologický slovník*. Praha: Karolinum. ISBN 80-7184-311-3.
- Rajče.net Recenze*. 5nej.cz [online]. Dostupné z: <https://www.5nej.cz/rajce-recenze/> [cit. 2024-02-05]
- RAMSDEN, Chloe, 2021. *Jak říct ne sociálním sítím: snadné tipy, jak se nenechat ovládnout sociálními médii*. Přeložil Petr FLORIAN. V Brně: Lingea. ISBN 978-80-7508-673-0.
- SAK, Petr, 2006. Proměny volného času a zaostávání pedagogiky.: Referát přednesený na mezinárodní konferenci. *O výchově a volném čase* [online]. Brno, roč. 15, č. 16. 6. Dostupné z: http://www.insoma.cz/index.php?id=1&n=1&d_1=paper&d_2=2006_06a [cit. 2024-01-09]
- SARKADI, Anna, DAHLBERG, Anton, FÄNGSTRÖM, Karin a WARNER, Georgina, 2020. Children want parents to ask for permission before ‘sharenting’. *Journal of Paediatrics and Child Health*. roč. 56, s. 981-983. Dostupné z: <https://online-library.wiley.com/doi/10.1111/jpc.14945> [cit. 2024-05-27]
- SEDLÁK, J., 2023. *Počet uživatelů TikToku v Česku i přes varování NÚKIBu narostl. Úplný zákaz se nechystá* [online]. Lupa.cz. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/pocet-uzivatelu-tiktoku-v-cesku-i-pres-varovani-nukibu-narostl-uplny-zakaz-se-nechysta/> [cit. 2024-02-22]
- SLOBODA, Zdeněk, 2016. Mediální socializace v rodině: několik poznámek k její konceptualizaci. *Mediální studia*, roč. 10, č. 1, s. 86-112. Fakulta sociálních věd

Univerzity Karlovy. ISSN 2464-4846. Dostupné z: <https://medialnistudia.fsv.cuni.cz/post/6> [cit. 2024-02-22]

SUBRAMANIAN, Kalpathy Ramaiyer, 2017. Influence of social media in interpersonal communication. *International Journal of Scientific Progress and Research*, 2017, r. 38 č. 2, s. 70-75 [online]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/319422885_Influence_of_Social_Media_in_Interpersonal_Communication [cit. 2024-09-01]

ŠMAJS, Josef; BINKA, Bohuslav a ROLNÝ, Ivo, 2012. *Etika, ekonomika, příroda*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4293-9.

ŠRAJER, Jindřich a MUSIL, Libor (ed.), 2008. *Etické kontexty sociální práce s rodinou*. České Budějovice: František Šalé – Albert. ISBN 978-80-7326-145-0.

ŠVAŘÍČEK, Roman a ŠEĐOVÁ, Klára, 2014. *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Vyd. 2. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0644-6.

TROJAN, Jakub S., 2012. *Etické vztahy v ekonomice*. Oikúmené (OIKOYMENH). Praha: OIKOYMENH, 2012. ISBN 978-80-7298-480-0.

Úmluva o právech dítěte a související dokumenty. Praha: Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR, 2016. ISBN 978-80-7421-120-1.

VÝROST, Jozef; SLAMĚNÍK, Ivan a SOLLÁROVÁ, Eva (ed.), 2019. *Sociální psychologie: teorie, metody, aplikace*. Psyché (Grada). Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5775-9.

WALRAVE, M. a kol., 2022. The Limits of Sharenting: Exploring Parents' and Adolescents' Sharenting Boundaries Through the Lens of Communication Privacy Management Theory. *Front. Educ.* 7:803393. Dostupné z: <https://doi.org/10.3389/educ.2022.803393> [cit. 2024-09-01]

WALRAVE, Michel, ROBBÉ, Sofie, STAES, Luna a HALLAM, Lara, 2023. Mindful sharenting: how millennial parents balance between sharing and protecting. *Frontiers in Psychology*. roč. 14. Dostupné z: <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2023.1171611/full> [cit. 2024-09-01]

WERSWIJVEL, K., WALRAVE, M. a kol., 2019. Sharenting, is it a good or a bad thing? Understanding how adolescents think and feel about sharenting on social

network sites. *ScienceDirect*, č. 104 [online]. ISSN 0190-7409. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0190740919303482?via%3Dihub> [cit. 2023-12-16]

WINMAN, Thomas, 2020. The Role of Social Pedagogy in a Digitalized Society [online]. *The Educational Review*, USA, roč. 4, č. 3, s. 81-92 [cit. 2024-07-09]. ISSN: 2575-7946. Dostupné z: <https://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1474354&dswid=4310> [cit. 2024-03-014]

ZHONG, Bu, 2022. *Social media communication: trends and theories*. John Wiley & Sons, Inc. ISBN 978-1-119-04161-0.

ZUKLÍNOVÁ, M., ELISCHER, D., NOVÁ, H., FRINTOVÁ, D., FRINTA, O., MOCEK, O., DVOŘÁK, J., FIALA, J. a kol. *Občanský zákoník: Komentář, Svazek II, (§ 655-975)*. [Systém ASPI]. Wolters Kluwer ASPI_ID KO89_b2012CZ. ISSN 2336-517X. Dostupné z: <https://www.aspi.cz/products/lawText/13/11562/1/2> [cit. 2024-02-21].

Prohlášení

Tímto prohlašuji, že jsem při tvorbě diplomové práce využívala umělou inteligenci ChatGPT vyvinutou společností OpenAI pro účely stylizace textu v některých částech této diplomové práce. Prohlašuji, že veškeré výsledky a analýzy prezentované v této diplomové práci jsou výsledkem mého vlastního úsilí a jsou řádně citovány podle pravidel akademické etiky.

Seznam obrázků

Obrázek č. 1 - Zvolené kategorie a podkategorie kódování (zdroj: autor) s. 38

Seznam příloh

Příloha č. 1: Příklad kódování rozhovoru s P5 s. 1

Příloha č. 2: Příklad kódování rozhovoru s P5 s. 2

Příloha č. 3: Příklad kódování rozhovoru s P5 s. 3

Příloha č. 4: příklad třízení kódů do kategorií a podkategorií u P1

Příloha č. 5: příklad třízení kódů do kategorií a podkategorií u P3

Přílohy

Příloha č. 1: Příklad kódování rozhovoru s P5 s. 1

PARTICIPANT Č. 5

V: Jde vlastně o sdílení fotek videí informací o dětech, v angličtině se tomu říká sharenting, takže moje diplomová práce je o sharentingu a cílem je prozkoumat pohled maminek, který vlastně mají zkušenosti s tou praxí na tu problematiku. A nejdřív bych vás teda potřebovala požádat o informovaný souhlas s nahráváním a tím, že já tyto data použiju do diplomové práce, ale s tím, že teda ty data budou anonymizována, nebude je tam nic, co by vás mohlo identifikovat. Takže souhlasíte?

P5: Souhlasím.

V: Dobře tak a nejdřív bych teda potřebovala zjistit nějaké základní informace, takže bych se vás zeptala, jaký je váš věk prosím?

P5: 32.

V: A vaše vzdělání?

P5: Vyšší odborné. *sociálněvědní učebny*

V: Jste nyní někde zaměstnána?

P5: Teď čerstvě pracuju jako fakturantka administrativní pracovnice ve stavební firmě.

V: A váš rodinný stav je jaký?

P5: Svobodná.

V: A jako poslední potřebuji vědět počet dětí a jejich věk.

P5: Děti dvě ~~6 let~~ 6 let a ~~3 roky~~ 3 roky.

V: Tak děkuji a teď už teda k tomu sharentingu. Tak nejdřív bych se vás zeptala, jak jste se dostala vůbec k rozhodnutí sdílet informace, fotky nebo videa týkající se vašich dětí v online prostoru?

P5: Tak já je teda sdílím, i když se snažím v takové míře, aby to nikdy nebylo, že by se za to mohli stydět. Takže nefotím je na nočníku, nefotím, je nahý a takže sdílím, ale v takové míře, aby to, pokud možno, nemohlo být nikdy použito proti nim. A já to beru tak, že já mám ten Instagram, třeba například tam chodím třeba víc než na Facebook, a jako beru to jako takovej svůj, jak kdyby deníček třeba zážitku, co jsme prožili a troufnu si říct, že mě tam v podstatě sledujou jenom jako kdyby kamarádi nebo známí. Nemám to veřejný a takže no nemám 10000 sledujících, aby všichni viděli moje děti, takže v takové jako vstřícné formě. *konzeption + jazyk + reprodukce*

*hoří člověka
sdělovací
veřejně*

počet kapek

V: A ten účet na Instagramu máte soukromý nebo veřejný? *hodnocení se
praxe sharentingu?*

P5: Soukromý. *našichni učeni*

V: Soukromý a dokázala byste teda jako pojmenovat nějakou motivaci, co vás k tomu sdílení

Příloha č. 2: Příklad kódování rozhovoru s P5 s. 2

fotek nebo videí, kde jsou děti, vede?

P5: Co mě tak asi jako každá maminka se chce trochu **pochlubit** ^{chlubení} **děťma** jo, fakt to mám jako takovej **deníček**. A kdy **děláme něco zajímavýho**, nebo jsme někde **na výletě** a takhle, takže. ^{maminky taká sčítat každý}

^{dokumenty} Takže takový je to takový **chlubení**. A zároveň **sbírání nějakých asi vzpomínek**. ^{posky ke sdílení}

V: A jak byste popsala zkušenosti se s tímto sdílením?

P5: Moje zkušenosti. No. No to sdílím jako děti, ale. Nemám a mám spoustu kamarádek, který děti nesdílí, nechou je sdílet anebo je sdílí tak, aby nebyl vidět obličej. Takže. ^{zkušenost s jiným přístupem}

V: A vaše zkušenosti jsou jako takhle pozitivní, nebo vnímáte i nějaké negativa?

P5: Um, zatím jsem se já osobně s **žádnými negativními** ^{jak poznat negativní} **nesetkala**, takže, takže já nic negativního k tomu nemám.

V: A vy už jste zmínila nějaké vaše hranice, že byste nevyfotila třeba to dítě na nočníku. Takže mě zajímá, jestli se třeba zamýšlíte předtím, než přidáte nějakou fotku nebo video?

^{rozaha} P5: **Zamýšlím o taky bych nechtěla**, ^{včítání se do dítěte} **aby mě někdo fotil a někde vystavoval**, o, **kdyby to bylo nevhodné jako nevhodná fotka**, takže je to takhle o tom přemýšlím. A jo, když jsem tam třeba já nevím třeba v **plavkách to beru ještě jako OK**, ale **rozhodně bych tam nedávala**, ^{pryč od té s tímto} **ale nahatou holčičku ani roční, ani dvouletou**. A takže takhle jo a taky se snažím, když mám nějaký fotky, třeba s nějakými ^{rodinnými příslušníky} **rodinnými příslušníky**, kterým se s tím jako nesouhlasil, tak buďto tam ty fotky nedám vůbec, nebo je oříznout, takže tenhle se to snažím. ^{hranice} ^{obezprave} ^{hranice} ^{hranice}

V: Takže jste se setkala s tím, že nějaký **rodinný příslušník** byl třeba proti tomu.

P5: Ano enhm setkala jsem se s tím, přímo švagrová si nepřála mít ani zveřejněnou fotku z jejich domu, kde bylo jenom moje dítě, takže jsem se setkala s tím.

V: Jo rozumím super. A jak teda vnímáte vy ty reakce od rodiny, přátel nebo těch vašich sledujících? Na obsah, který se týká vašich dětí?

^{rozdělí jako obsah dětí} P5: Tak tím, že tam mám vážně jenom takový jako troufala bych si říct fakt jako **blízký kamarády**, nebo z rodiny. Třeba na Facebook to přidávám úplně jako **minimálně**, a tak tak zatím jako žádnou negativní reakci se kromě teda tady té švagrové, která jste jako nepřála, ale i tím jako nemám problém. Normálně jsem to stáhla a jako problém jsem s tím neměla, takže, takže kromě tady té negativní **zkušenosti mám jako samý pozitivní**.

V: A jak jste teďka zmínila, že už toho na Facebooku moc nepřidáváte, tak toho si mění se ten váš přístup v čase. Třeba že dřív jste sdílela více teďka méně?

P5: Přijde mi to tak, že dřív byl ten na Facebook, že měl takovej jako boom a jo to třeba 10 let zpátky si myslím, že určitě, ale. A víc se mi to teďka jako líbí na tom Instagramu, že to mám fakt tak **všechno jako pospolu** a mám to tam fakt jako takovej **deníček**. ^{deník}

V: A ještě takhle, když se podíváte do budoucna, tak plánujete nějak vlastně to sdílení konzultovat s vašimi dětmi, nebo to budete dál tak jako přirozeně sdílet a uvidíte, jestli jim se nějak na to vyhraní názor, nebo jak tady k tomuto přistupujete?

Příloha č. 3: Příklad kódování rozhovoru s P5 s. 3

P5: A tak ten starý a už není úplně možná tím, že je kluk tak se ani nechce tak moc fotit. ^{projevu respektu vůči dítěti}
Takže nemám už ani tolik jako jeho fotek jako ta **malá princezna, která chce každé sukýnce** ^{narovnat foto rovnou dítě}
vyfotit a takhle. Takže toto bere ještě úplně jiné. Ale určitě, kdyby prostě přišli s tím, že prostě **nechcou se fotit a nechcou, abych ty fotky někde ukazovala,** tak s tím budu úplně jako v **pohodě,** protože on za chvíli se dostane do věku, kdy bude mít mobilní telefon. A třeba se mu nebude líbit, že mu ta maminka dává fotky a takže jo, může to tak dopadnout, že prostě **řekne, já nechci a nedávej, tak nebudu.** ^{maminka vezme vyfotit s dítětem tak lež u děveček}

V: A když teda přehodnotíte tu svoji zkušenost s tím sdílením, tak jak to s odstupem času hodnotíte?

P5: To sdílení bylo nejčastěji, **když byl miminko, a když byl malej a ještě tím, že byl jako 1. dítě, tak to bylo hodně častý.** A za tu dobu se to asi jako **čím dál tím méně.** A možná i jako odstupem času jsem měla potřebu to jako **méně sdílet,** takže dám třeba takovej příklad, **když byl miminko, tak jsem měla potřebu sdílet na Instagramu každé jeho týden.** Jak vyrostl každé měsíc každé 1 nějaký **milník** a teď si troufám říct, že to je třeba já nevím 1 za měsíc 1 **za 2 dám fakt nějaký jako příspěvek,** to, když jsme právě někde o **na výletě nebo na nějaké akci,** takže asi ta četnost se jako **zmenšuje,** no. ^{zvířna v poměření} ^{aktivně činnost} ^{sdílení událostí}

V: Čím jsou starší? I na to má vliv vlastně to, že už máte 2 dítě, že?

P5: **Tak už to není takové. To všechno poprvé** ^{opadnutí postu novou změnou}

V: Jo rozumím. Tak jo, tak to by asi ode mě bylo všechno tak mockrát děkuju za váš čas.

P5: Tak byste něco ještě potřebovala? Tak se klidně ozvěte.

V: Dobře, tak se mějte hezky.

P5: Vy taky.

V: Neshledanou.

P5: Neshledanou.

Příloha č. 4: příklad třízení kódů do kategorií a podkategorií u P1

P1			
Kategorie	Motivace pro sdílení obsahu		
Podkategorie	Propojení s přáteli, rodinou, online komunitou	aby bylo očitější, že se narodil	to jsem chtěla sdílet z toho důvodu, že i t
	Vyvolání reakcí	když vyfotím nějakou fotku, která je třeba	když sdílím nějakou fotku a pak jsou na to d
	Spojení s online komunitou, která také sdílí	když vidím od jiných jako kamarádek...tak občas tam asi taky tak dám a vím, že mi poto	
Kategorie	Reakce rodiny, přátel a online komunity		
Podkategorie	Reakce na rozhodnutí sdílet	reaguje tak nějak jako že tak to respektuje jako nebo to na to asi nemá nějaký vyhraně	
	Reakce na sdílení obsahu	většinou napíšu, že je třeba roztomilej, ž	když sdílím nějakou fotku a pak jsou na to n
	Konfrontace s negativními důsledky	Jakože nikdy jsem nedostala žádnou jako	Jako asi jsem nedostala na tak negativní ně
	Svolení	Vždycky se mě zeptá, jestli může nějakou fotku třeba přidat, když chce jakoby přidat. A	
Kategorie	Rozhodovací procesy		
Podkategorie	Kritéria pro výběr obsahu	takhle si myslím, že jako u mě to vůbec ne přidávám jenom fotky z nějakýho jako běží ž	
	Změna názoru v průběhu času	jak jsem ho změnila z toho začátku, že jsme ho nesdíleli, pak jo	
	Plánovaná změna	až bude mít z toho rozum a třeba mi řekne	když třeba časem změním názor, že jak js a
	Rozvaha	možná u té první, u té první fotky s tím obli	když sdílím nějakou fotku a pak jsou na to d
Kategorie	Postoj k soukromí a intimitě		
Podkategorie	Respektování soukromí a intimity	ze začátku jako by obličej jsme nesdíleli	jsem si promazala přátele, co mě sledují j u
	Postoj ke sdílení	kdybych měla tisíce sledujících na instagr	Já tam prostě přidávám jenom fotky z něja
	Hodnocení svého postoje	zdravěj postoj. Myslím, že nic jako jakože	myslím si, že to je takový jako normální, že n
	Hodnocení postoje ostatních sdílejících	A asi respektuju, že prostě někdo sdílí víc,	myslím si, že to bude normálně běžný, že ty
Kategorie	Vnímání rizik, hranice ve sdílení		
Podkategorie	Vnímání rizik	Ze začátku jsme to nechtěli s z důvodu..	mzneužití jako vidím jako takový riziko největš
	Stanovené hranice	nesdílela nějakou fakt třeba upravenou fč	Z nějakýho prostě koupání bych nesdílela ž
	Opatření	jsem si promazala přátele, co mě sledují jakoby na Instagramu...A dala jsem si jako sc	
Kategorie	Vnímání četnosti sdílení		
Podkategorie	Vnímání četnosti sdílení	tak sdílím tak jako občas já nevím, třeba jednou za 10 dní. Ne nějak často.	

Příloha č. 5: příklad třízení kódů do kategorií a podkategorií u P3

P3			
Kategorie	Motivace pro sdílení obsahu		
Podkategorie	Propojení s přáteli, rodinou, online komunitou	když jsem otěhotněla, tak jsem psala o těhotenství a vlastně	když se narodily holky, tak tak to bylo vlastně
	Vyvolání reakcí	sdílet tu svou cestu taky	největší motivace být součástí té komunity těch
	Spojení s online komunitou, která také sdílí	bylo vlastně pro mě přirozený psát o mateřství o tom, jak h	psát o své zkušenosti jako mámy tím,
	Pokračování v působení na sociálních sítích		
Kategorie	Reakce rodiny, přátel a online komunity		
Podkategorie	Reakce na rozhodnutí sdílet	reakce je jako pozitivně neutrální, jakože neřekla bych, že nějaká velmi pozitivní, ale rozhodně není negat	
	Reakce na sdílení obsahu	moje zkušenost je pozitivní	
	Konfrontace s negativními důsledky	já jsem nikdy neměla jako negativní žádnou zkušenost	
	Svolení	Už jsem se jí ptala a pravidelně se jí ptám znovu	Kdyby prostě přišla za 2, za 3, za 4 roky s tí
Kategorie	Rozhodovací procesy		
Podkategorie	Kritéria pro výběr obsahu	Jak jsou starší, tak tak miň a miň jako sdílím o nich konkré	pořád je sdílím pořád tam jsou přítomný, a ne t
	Změna názoru v průběhu času	za pár let možná zjistíme, jak to vnímají holky	začíná být vlastní člověk, že jo, to miminko už vl
	Plánovaná změna	snažím hledat tam tu nějakou míru toho	
	Rozvaha		
Kategorie	Postoj k soukromí a intimitě		
Podkategorie	Respektování soukromí a intimity	Už to nejsou prostě miminka, který všechny vypadají stejné	člověk má asi víc a víc a představu o té osc začír
	Postoj ke sdílení	miminka jsou hodně si podobný všechny, takže tam určitě	pořád je sdílím pořád tam jsou přítomný, a začír
	Hodnocení svého postoje	já jsem velmi v souladu s tím, jakým způsobem sdílím svoje	nezměnila bych to, protože mám pocit, že dne
	Hodnocení postoje ostatních sdílejících		
Kategorie	Vnímání rizik, hranice ve sdílení		
Podkategorie	Vnímání rizik	člověk má asi víc a víc a představu o té osobě nebo je potř	já třeba osobně nemám jako o bezpečnos Sam
	Stanovené hranice	jsem si hned od začátku nastavila hranice jakože co mi př	měla jsem prostě od začátku hranice, že n
	Opatření	jsem se se snažila spíš to vztahovat na sebe a vlastně psá	nejdu za tu hranici...soukromí
Kategorie	Vnímání četnosti sdílení		
Podkategorie	Vnímání četnosti sdílení	Jako rozhodně to není na denní bázi a rozhodně to není ja	ne tak často jako dřív sdílí