

**UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA**

**BAKALÁŘSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM**

2015-2018

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**Lucie Mrštinová**

**Vliv českých YouTube tvůrců na adolescenty (10–13 let)**

Praha 2018

Vedoucí bakalářské práce:

Mgr. Michal Schuster MBA

**JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE**

**BACHELOR FULL-TIME STUDIES**

**2015-2018**

**BACHELOR THESIS**

**Lucie Mrštinová**

**The Impact of Czech YouTube Creators on Adolescents  
(10–13 years)**

**Prague 2018**

**The Bachelor Thesis Work Supervisor:**

**Mgr. Michal Schuster MBA**

### **Prohlášení**

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 20.2.2018

Lucie Mrštinová

## **Poděkování**

Děkuji za vstřícný přístup a cenné rady svému vedoucímu bakalářské práce Mgr. Michalu Schusterovi, dále děkuji Martinu Rotovi a Damienu Dantemu za ochotu k časově náročným hloubkovým rozhovorům.

## **Anotace**

Bakalářská práce se ve své teoretické části zabývá oblastí Nových médií, nástupem Webu 2.0, vznikem a fungováním platformy YouTube. Následně rozebírá obsah videí na YouTube, její tvůrce a uživatele. Věnuje se také adolescentům, na které je vztahována praktická část práce složená z dotazníkového šetření a hloubkových rozhovorů. Zodpovídá otázku vlivu na ně z hlediska parasociální interakce a parasociálních vztahů.

## **Klíčová slova**

Adolescenti, DeeThane, Martin Rota, Nová média, parasociální interakce, parasociální vztahy, YouTube, Web 2.0, youtubeři.

## **Annotation**

The bachelor thesis deals with the New Media, the Web 2.0, the creation and operation of the YouTube platform in its theoretical part. It then analyzes the content of videos on YouTube, its creators and users. It also deals with adolescents, who are covered by the practical part of the work, which consists of questionnaire surveys and in-depth interviews. Answered the question of the influence on them from the point of view of parasocial interaction and parasocial relationships.

## **Keywords**

Adolescents, DeeThane, Martin Rota, New Media, Parasocial Interaction, Parasocial Relationships, YouTube, Web 2.0, Youtube.

|                                                          |           |
|----------------------------------------------------------|-----------|
| <b>ÚVOD.....</b>                                         | <b>8</b>  |
| <b>TEORETICKÁ ČÁST.....</b>                              | <b>10</b> |
| <b>1 NOVÁ MÉDIA .....</b>                                | <b>10</b> |
| <b>2 WEB 2.0.....</b>                                    | <b>13</b> |
| <b>3 YOUTUBE .....</b>                                   | <b>15</b> |
| 3.1 Historie youtube .....                               | 16        |
| 3.2 Uživatelé a tvůrci na youtube .....                  | 19        |
| 3.3 Kanály a obsahy videí .....                          | 22        |
| <b>4 PARASOCIÁLNÍ JEVY A PARASOCIÁLNÍ INTERAKCE.....</b> | <b>25</b> |
| <b>5 VÝVOJOVÉ ZMĚNY V OBDOBÍ ADOLESCENCE .....</b>       | <b>29</b> |
| 5.1 Dospívání – raná adolescence .....                   | 29        |
| <b>PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>                              | <b>32</b> |
| <b>6 VÝZKUMNÉ ŠETŘENÍ.....</b>                           | <b>32</b> |
| 6.1 Výzkumný cíl, otázky a hypotézy .....                | 32        |
| 6.2 Metodika výzkumu, vzorek a časová náročnost.....     | 34        |
| 6.2.1 Kvantitativní výzkum .....                         | 34        |
| 6.2.2 Kvalitativní výzkum – hloubkové rozhovory .....    | 35        |
| 6.3 Interpretace a diskuze výsledků .....                | 39        |
| 6.3.1 Kvantitativní výzkum .....                         | 39        |
| 6.3.2 Kvalitativní výzkum .....                          | 55        |
| 6.4 Shrnutí průzkumu .....                               | 60        |
| 6.4.1 Kvantitativní průzkum .....                        | 60        |
| 6.4.2 Kvalitativní průzkum .....                         | 61        |
| <b>ZÁVĚR .....</b>                                       | <b>63</b> |
| <b>SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....</b>                      | <b>64</b> |
| <b>SEZNAM TABULEK A GRAFŮ.....</b>                       | <b>66</b> |
| <b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>                                | <b>68</b> |

## ÚVOD

S nástupem nových médií a jejich postupným vývojem, přes možnost zasahovat do obsahu webu až po jeho tvoření, úzce souvisí i obrovský úspěch tzv. youtuberů. Dříve o nich slyšel jen málokdo, ale dnes jsou již považováni za veřejně známé osobnosti a mají možnost přes svá videa ovlivňovat nespočetné množství lidí a zejména pak dětí, na které mnoho z nich cílí. Firmy s nimi uzavírají reklamní spolupráce, televize se na ně obrací s žádostmi o vyjádření a velké množství rodičů zná jejich hlas ozývající se dětských pokojíčků. Staly se tak plnohodnotnými celebritami dnešní doby s neopomenutelnou přidanou hodnotou – můžete je snadno kontaktovat, a dokonce s nimi kdykoliv komunikovat. Díky jejich videím s nimi prožíváte jejich životní úspěchy i prohry, trávíte s nimi volný čas, hledáte útěchu i útěk od reality. Umí rozesmát, dokonce vás mohou i rozplakat. To vše v pohodlí vašich domovů, při cestě autobusem nebo čekání v zubní ordinaci. Jsou neustále k dispozici, když máte připojení k internetu a přístup k platformě YouTube. Znáte jejich rodiny, co celý den jedli, denní rozvrhy a nejintimnější tajemství, která sdělují na kameru nebo při hraní počítačových her, kdy máte dojem, že mluví pouze na vás. Snadno pak může jejich publikum dojít k závěru, že jsou přáteli těchto osobností a mají s nimi určitý druh vztahu typický pro dnešní internetovou komunikaci – parasociální interakce. Zejména pak děti se snadno upínají na tyto osobnosti jednoho kliknutí myší, tvoří si pak iluzi, že s nimi mohou navázat reálné přátelství, obracet se na ně s nejintimnějšími tajemstvími, žádat o rady. Neuvědomují si ale jednosměrný systém upínání se na tyto lidi, kteří mají vlastní životy s vlastními přáteli a mnohdy by si s vámi v reálném životě neměli o čem povídat. Avšak tento vztah není většinou založen na skutečných základech.

Cílem práce je zaměřit pozornost na fenomén plně prostupující zejména svět dětí a mládeže. Téma bylo vybráno s ohledem na osobní zkušenost autorky práce, která měla možnost zúčastnit se jedné akce, na které vystupovali největší čeští youtuberi se svým programem. Možnost pozorovat děti s jakým fanatickým zájmem se s nimi chtějí fotit, obejmout je nebo je alespoň pozdravit byla až zarážející. Podotýká, že po vybrání tématu byl věnován dlouhý časový úsek pozorování tvorby některých z nich napříč všemi sociálními sítěmi, tak aby mohl být vytvořen ucelený názor na jejich obsah a životní postoje, které mnohdy tvoří jejich osobnosti, případně alter ega. Autorka není fanouškem

žádného z nich a funguje tedy pouze jako tichý pozorovatel v nekonečných vodách YouTube. V rámci předešlého studia v minulém roce oslovila jednoho z nich s žádostí o rozhovor. Po jeho uskutečnění si začala klást otázku, proč mají děti potřebu jim lichotit, důvěrně je oslovovat a kam až tento virtuální vztah může zajít. Považují se za své skutečné přátele? Zanechávají jim pravidelně vzkazy s nadějí, že se jim snad jejich vzory ozvou? Toto se bude snažit v následujících stránkách prozkoumat s ohledem na to, zda je opravdu sleduje tolik adolescentů a kolik času jsou ochotni jim v denním programu vymezit.

Práce bude následně rozdělena do kapitol a podkapitol, které budou úzce souviset, avšak se tak na první pohled nebude zdát. Autorka práce si klade za cíl vytyčit základní teoretické úseky pro pochopení následné praktické výzkumné části práce, která je rozdělena do dvou částí. Nutností je zasazení tématu do uceleného rámce, jak v oblasti teorie, tak v oblasti praktické. Druhá část práce je složena z dotazníkového šetření uskutečněného mezi žáky 5. a 6. tříd základních škol a rozhovorů s youtubery, jejich názory na tuto problematiku, která bude následně podrobena analýze.

Svět těchto internetových celebrit vstoupil do života dětí v takové míře, že nosí oblečení s jejich podobiznami, chlubí se fotografiemi a baví se s nimi jako se členy rodiny, i když je mnohdy při setkání vidí prvně v životě. Autorka by se ráda věnovala tomuto eskalujícímu jevu nejen na následujících stranách, ale pokusila se ho sledovat i v budoucnu.

# TEORETICKÁ ČÁST

## 1 NOVÁ MÉDIA

V úvodní kapitole definujeme samotný pojem nových médií, co nového přináší jak jejich uživatelům, tvůrcům nebo celé společnosti a shrneme jejich výhody a nevýhody. Než se podrobněji podíváme na jednotlivé aspekty nových médií, definujeme pojem samotný, kterému ale musí předcházet definice slova médium.

Ať už se jedná o nová média, digitální média, masmédia – všechny tyto pojmy spojuje stejný základ slova média. Vědci oblasti měkkých věd (sociologové, psychologové) a veřejnost zastoupená novináři nebo politiky o médiích mluví a píše v nejrůznějších společensko-vědních souvislostech. Pojem média je nejčastěji spojován s tiskem, rozhlasem, televizí nebo médii založenými na digitálním přenosu a zpracování dat. Slovo vychází z latiny, kde jeho základní význam znamenal prostředek, prostředníka, zprostředkovatele. S pojmem se ale můžeme setkat napříč dalšími obory, jakými jsou fyzika, chemie aj.

Jiráková s Köpplovou (2003, s.16) podotýkají, že v oborech věnujících se mezilidské komunikaci znamená: „*to, co zprostředkovává někomu jiné sdělení, tedy médium komunikační*“. Pavlíček (2010, s.7) dále upozorňuje na problematiku spojenou s termínem, jelikož spousta teoretiků nesouhlasí s tímto označením pro výše uvedené komunikační prostředky.

Termín nová média byl prvně použit hlavním představitelem Torontské školy a prvním teoretikem nových médií Marshalllem McLuhanem v roce 1962 a od první chvíle, kdy byl uveden do veřejného povědomí se stal zavádějícím označením pro elektronická média a jejich produkováný obsah. Slovo médium jsme si definovali v předchozím odstavci. Logicky tedy vyvstává otázka, co vše může být považováno za Nová média? Zařazujeme mezi ně velké množství technologií, jakými jsou zejména osobní počítače, mobilní telefony, internet nebo jednotlivé webové služby (například sociální sítě). Pojem vznikl jako kontrastní výraz ke klasickým médiím (tisk, rozhlas, televize) a i přes jeho jednoznačnou problematiku díky jeho neurčitosti (vhodnějším slovem digitální) a otázce jeho „novosti“ v chápání diskursu dnešní doby a evoluce technologií, se vžilo

jeho použití. Jako příklad jedné z možných definic využijme McQuaila (1999, s.41), jež charakterizuje „*nová elektronická média*“ jako „*soubor inovací soustředěných kolem systému, jehož podstatou je vizuální zobrazovací jednotka spojená s počítačovou sítí*“. Můžeme říci, že to, o čem McQuail píše, je aplikovatelné na nová média již zhruba od sedmdesátých let dvacátého století, kdy je pojem chápán jako soubor nejrůznějších elektronických technologií s různorodým využitím, ať už se jedná o přenosové technologie (kabel, satelit), miniaturizaci nebo ukládání, zobrazení a vyvolání dat. Slovo „nová“ má za úkol stanovit pomyslnou hranici a oddělit tak média „stará“ (klasická) rozšířená od 80. let 20. století založená na analogovém záznamu od těch současných, digitalizovaných. Jakub Macek ale vychází při své definici z historického vývoje již od 40. let 20. století zahrnující technologické a teoretické koncepty spojující svět výpočetní techniky, jejich vynálezů s oblastí mediální sféry. Podle jeho názoru lze hledat kolébku digitálních medií u prvních programovatelných strojů z 19. století<sup>1</sup> přes tzv. nultou generaci počítačů (ABC, Colossus). Vznik úspěšného hypertextového média a pak vidí ve spojení počítačového prostředí a první vojenské sítě nesoucí název ARPA z roku 1963. Prosazení digitálních medií zaznamenalo boom po vzniku prvního osobního mikroprocesorového počítače na konci 70. let. V časopise Revue Macek uvádí (Revue pro média (2002) online, cit. 2017-12-15), co stojí za úspěchem digitálních medií: „*Klíčem k masovému rozšíření a prosazení se digitálních medií a digitálních technologií byl především vznik osobního mikroprocesorového počítače, ...otevření počítačových sítí univerzitám a posléze veřejnosti, a průnik digitálních technologií do sfér obchodu, výroby, dopravy a kulturního průmyslu v téže době.*“ V 90. letech pak přichází k digitální revoluci s nástupem internetu do každodenního života lidí zejména v Americe, později dochází k celosvětovému rozšíření. Dochází k závěru, že rozdíly mezi novými a starými médii přestanou mít jasně vymezené hranice, na které upozorňuje i Moravec v publikaci Média v tekutých časech (2016, str.33), kde hovoří o tzv. digitální mediamorfóze.

Právě proto, že definice není jednoznačně určitelná, shrňme raději základní rysy nových medií, na něž poukazuje ve své práci Pavlíček (2010, s.11) a vymeze hlavní rozdíly, jimiž se tato média liší od těch klasických:

---

<sup>1</sup> 1833 – Charles Babbage, jež vyvinul ze svého „Difference engine“ – „Analytical engine“, jež se stal prvním Turingovským počítačem s děrnými štítky. Jeho první pokus však skončil neúspěšně.

- jsou založena na digitální platformě (digitálním kódu)
- využívají procesoru
- jsou interaktivní – příjemce si může vybírat, odpovídat, vyměňovat si obsahy a spojovat se s příjemci a transformuje se tak do role uživatele,
- podporují komunikaci a zpětnou vazbu.

Teoretik Martin Lister (2003, s.13) ještě zdůrazňuje pojmy zcela zásadní pro nová média: hypertextualitu (možnost odkazování v rámci digitálního média), kterou McQuail nazývá jako jistou flexibilitu formy, obsahu a užití. Disperzi (rozptyl), kdy je masová autorita potlačena a do popředí vystupuje uživatel. Stírá se hranice mezi producentem a konzumentem. Na tento jev upozorňuje Moravec (2016, s.14) a tvrdí, že jsme svědky nástupu nového typu sociálního aktéra – „*produživatele, jež v sobě kombinuje role producenta a uživatele (konzumenta)*“. Jako příklad uvádí fenomén youtuberů, kterému se budeme věnovat v následujících částech práce. Dalším bodem, na který Lister upozorňuje je virtualita, místo, kde dochází k interakci diváka. Zdůrazněme také vysokou kapacitu, která zcela překonává dřívější omezené náklady, vzdálenosti a objemu dat. Pavlíček (2010, s. 16) ještě klade důraz na další rozdíly, jež podle jeho názoru trefně sumarizoval Štěpán Kotrba. A doplňuje tyto autory dalšími vlastnostmi charakterizujícími nová média: multimedialita – interakce textu, obrazu, ovládací grafiky, zvuku a videa; víceúrovňovost – asociativnost komunikace a distribuce informací skrze hypertextovost; kolaborativnost (schopnost spolupráce virtuálních týmu); komunikativnost, jež je jedním z pilířů globálního světa, která nikdy nebyla snadnější.

Ovšem klasická média v dnešní době procházejí evolucí do takové míry, že nabývají charakteristik médií nových.

## 2 WEB 2.0

Je důležité zmínit, že charakterizování termínu Webu 2.0 je dosti složité a nejednoznačné z důvodu mnohých definic, které jsou nesprávné. Jak podotýká Pavlíček (2010, s.4), do jisté míry s ním obchodovali i marketingoví specialisté, jež se snažili pod hlavičkou Webu 2.0 nalákat zákazníky. Vraťme se ale k úplným začátkům tohoto pojmu. Mezi lety 1996 až 2000 probíhala ve světě internetu tzv. internetová bublina (internetová horečka). Toto období se vyznačovalo boomem na trhu internetových firem, jež neměly předem jasný obchodní model, a tak zcela přirozeně do několika let zkracovaly. Etapa následně končí v roce 2001, kdy bublina praskla a několikanásobně nadhodnocené akcie těchto firem se rázem ocitly v nulových hodnotách. Na americkém trhu se z nich udrželo jen velmi malé množství, mezi nimi například Yahoo.com<sup>2</sup>. Tuto krizi přežily jen ty společnosti, které dokázali produkovat alespoň malý zisk, avšak došlo k velké redukci zaměstnanců. Prvně se název Web 2.0 vyskytuje ve článku s názvem Fragmented future již v roce 1999. Avšak termín jako první definoval Tim O'Reilly společně se zástupci Medialive International, když hledali název pro mezinárodní konferenci pořádanou v říjnu roku 2004. Hledali takové jméno, jež by plně vystihovalo novou éru ve světě webu. Mezi další odborníky patří například Dale Dougherty, nebo John Battelle.

Web 2.0 však neznamená novou verzi internetu, jakou byl v minulosti například pokusný projekt vysokorychlostního internetu pro vysoké školy v USA, Internet2. Velice zjednodušeně ho lze ale označit za druhou generaci webových služeb. Nehovoříme tedy o technologickém vývoji, ale o posunu k vnímání a využívání webu jako platformy. Konkrétněji společném sdílení informací mezi uživateli služby napříč sociální sítí. Z tohoto důvodu mnozí současní odborníci odmítají tyto dva pojmy rozlišovat. Web 2.0 tedy stojí na inovativním pojetí navrhování a používání webů. Ty uživatelům umožňují vzájemnou interakci v sociálních médiích v diskurzu virtuální komunity na rozdíl od první generace stránek Web 1.0, které bylo omezeno na pasivní prohlížení obsahu. Weby tak neumožňovaly implicitní personalizaci, naopak Web 2.0 plně dovoluje utvářet a využívat sociálních profilů uživatelů. Napomáhá také plnému rozvoji interakce webu,

---

<sup>2</sup> Internetový portál založený roku 1994 (Yet Another Hierarchical Official Oracle).

kdy komunita a uživatelé diskutují a utváří tak interaktivní obsah, který je mnohem snadněji a častěji aktualizován, než jak tomu bylo v případě Webu 1.0.

K vymezení hlavních rozdílů mezi klasickým webem a webem druhé generace využijeme následující přeloženou tabulku sestavenou O'Relym (2006).

Tabulka 1: Rozdíly mezi klasickým webem a Webem 2.0

| <b>Web 1.0</b>                                   | <b>Web 2.0</b>                                                             |
|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| Osobní webové stránky                            | Blog                                                                       |
| Publikování – obsah tvoří výhradně vlastník webu | Účast – na obsahu se podílí návštěvníci webu, vlastník je zejména správcem |
| Systémy spravující obsah                         | Wiki                                                                       |
| Spekulování se jménem domény                     | Optimalizace nalezitelnosti webu                                           |
| Britannica Online (odborné zpracování)           | Wikipedia (možný amatérský a neověřený obsah)                              |
| Počítadlo zobrazení                              | Cena za klik                                                               |
| Reklamy bez kontextu                             | Google AdSense-Reklamy navazující na obsah stránky                         |
| mp3.com                                          | Napster – sdílení hudby                                                    |
| Ofoto                                            | Flicker – možnost tagů                                                     |
| Akamai                                           | BitTorrent                                                                 |
| Publikování schváleného obsahu                   | Obsah nemusí být schválen                                                  |
| Komerce                                          | Lidé                                                                       |

(Pavlíček, 2010, str. 8)

Produkty Webu 2.0 jsou tedy v současnosti například platformy Wiki; Facebook; My space; Reddit; Flickr; Twitter; MushUp a mnoho dalších. My se ale zaměříme zejména na platformu YouTube, kterou charakterizujeme v následující kapitole.

### 3 YOUTUBE

YouTube je internetový video-hosting server a zároveň sociální síť založená třemi bývalými zaměstnanci americké společnosti PayPal v únoru roku 2005 pro vkládání, přehrávání a následné sdílení videoobsahu tak, aby je mohl prohlížet kdokoliv, bez stahování dalšího softwaru (pouze zabudovaného Adobe Flash Player pro instalaci do prohlížeče) nebo registrace. Server následně automaticky zkonvertuje nahrávané video do formátu H.263, k jehož pozdějšímu přehrávání stačí pouze Micromedia Flash plug-in. Uživatel je díky tomu ušetřen problémům s kompatibilitou nejrůznějších jiných kodeků u formátů, jakými jsou například MOV, AVI nebo WMR. Tak, jak tomu bylo u předchozích starších verzí obdobných přehrávačů.

Díky svému jednoduchému konceptu umožňuje komukoliv s internetovým připojením sdílet video celému světu<sup>3</sup> a diváci ho mohou sledovat během několika následujících minut. Základními charakteristickými rysy jsou například výhradní zaměření na videa, služby zdarma, dostupnost v lokálním jazyce, minimální omezení kvality nebo délky videí, nápověda a žádný pornografický obsah. Aby se celý server dokázal uživit sám o sobě je ekonomicky opřen zejména o reklamu. Ta videa doprovází před každým přehrávaným videem nebo během něj. Kvůli vysoké efektivitě a dopadu reklamy na uživatele není možné videoobsah stahovat do uživatelského počítače, pouze do osobní knihovny, kterou YouTube nabízí (opětovaně dochází k přehrávání reklam). Nicméně je nutné podotknout, že existuje řada možností, a to v programové nebo serverové nabídce, jak tuto skutečnost obejít.

Odpověď na otázku, proč je právě YouTube zastupuje výsadní postavení na poli serverů pro přehrávání videí nabízí Zbiejczuk, který se upozorňuje, že obdobné servery (MetaCafe.com již v roce 2003) existovaly mnohem dříve nebo vznikly paralelně, avšak takto průlomový úspěch na poli webu 2.0 nikdy nezaznamenaly. Dochází k závěru složenému ze 3 nejdůležitějších faktorů – správné načasování, dostatek publicity a hojná aktivní uživatelská základna, která stojí za vznikem komunit. (Pavlíček, 2010, s. 155)

---

<sup>3</sup> Několik zemí má zablokovaný přístup na YouTube pomocí filtrování webu. Například v Čínské lidové republice je nedostupný od prosince 2010, Maroko vyplo službu v roce 2008 a mnoho dalších mezi nemožňovalo přístup služby v jednotlivých obdobích. K blokování obsahu také přistoupilo mnoho škol.

V roce 2009 se pak YouTube stal nejnavštěvovanějším webem v České republice, v současnosti podle webu Alexa.com nejpopulárnější sociální síť Facebook, následují vyhledávače Google a Seznam a YouTube patří čtvrté místo. Konkurencí na místním trhu je za posledních let mnoho. Pro ilustraci na lokálním trhu vyberme například internetovou televizi Stream (působící na hlavní stránce serveru Seznam.cz), která nabízela tvůrcům přechod z YouTube pod podmínkou, že budou pokračovat v osvědčených formátech nebo budou fungovat jako tváře například kosmetických značek. Pro pochopení celého vývoje platformy a jeho konkurence si v následující kapitole stručně nastíníme vývoj, historii a celý proces vzniku YouTube.

### **3.1 Historie youtube**

Jejími zakladateli jsou Chad Hurley, Steve Chen a Jawed Karim. Hurley studoval design na Pensylvánské univerzitě a Chad s Karimem počítačové vědy na University of Illinois. Příběh o tomto nápadu se však v médiích často rozchází. Jednou z variant je prvotní impuls při potížích se sdílením videa, na kterém byl zaznamenán výstřel na večírku v Chanově bytě. Nicméně všichni přiznávají, že nápad se rodil pomalu a postupně. Nechali se inspirovat webovou stránkou HotOrNot.com, kam lidé vkládali své fotografie a ostatní hlasovali, zda jsou přitažliví nebo ne. Tuto inspiraci následně využili při tvorbě stránky s videi o aukčních předmětech. Tento web již nesl název YouTube a jeho doména byla aktivována 14. února 2005. Lidé ale začali na stránky přidávat videa s odlišnou tematikou a autoři je kvůli obrovskému počtu přestali mazat. Prvním videem nahraným na server v témže roce neslo název „Me at the zoo“ (23.4.2005) na kanále „javed“ o délce 18 sekund, které je dodnes na YouTube dohledatelné. V současnosti s téměř 39 miliony zobrazeními. Hlavním aktérem je Jawed Karim před sloním výběhem v San Diegu. V květnu byl pak spuštěn veřejný beta-test webu a v listopadu jeho plný provoz. Avšak je nutné zdůraznit, že za vznikem a následným úspěchem stojí zejména společnost Sequoia Capital (založena Donem Valentinem v roce 1972), jež poskytla společnosti YouTube mezi listopadem 2005 a dubnem následujícího roku kapitál ve výši 11,5 milionu dolarů. Jedná se soukromou firmu stojící za společnostmi - například Apple, Paypal nebo Google. (Helft, Richtel, 2010, str. 11-27)

YouTube nebyl prvním pokusem o online správu videí v podobě obdobné síťové platformy. Jedním z prvních předchůdců byl například web shareyourworld.com. Byl založen již v roce 1997, ale neměl dlouhého trvání zejména kvůli nevyspělým technologiím. Následovaly další sítě, jakými byly například Singingfish v roce 2000, patřící společnosti Thompson Multimedia nebo weby blinx (2004), který založil samostatný vyhledávač, Google (2005) nebo Yahoo! (2005). Yahoo! pak společně s nově uveřejněným YouTube přidávají možnost lidem videa nahrávat a sdílet, později přidává YouTube klíčovou funkci – přetváří se v sociální síť a umožňuje tak přímou reakci na zveřejňovaný obsah (komentování videí, zasílání zpráv atd.).

V roce 2006 pak následně společnost Google oznámila odkoupení YouTube za částku 1,6 miliardy dolarů. Mnoho kritiků v té době předesílalo nesmyslnost částky. Google podle nich částku obrovským způsobem přeplatil a web nikdy nedosáhne takového zpětného zisku jako mnoho jiných internetových počinů, jež prošly obdobnou zkušeností s nenávratnou investicí. V té době měl YouTube roční náklady na provoz v částkách milionu dolarů, ale žádným způsobem neprofitoval. Společnost proto nabídla autorům populárních videí, aby se stali jejími partnery a přidávali do svých videí reklamu. To umožnilo mnohým z nich například Michaelu Buckleymu<sup>4</sup>, aby našli pevné místo pro svůj kanál a ten mohl dále narůstat a vydělávat. Nicméně v roce 2009 byla reklama zobrazována na méně než 9 % videí v USA. Příjmy byly nakonec tak nízké, že si toho všiml i americký týdeník Time a v květnu roku 2009 zařadil YouTube do žebříčku největších technologických propadáků desetiletí (Strangelove, 2010, str. 7), který okomentoval argumentem, že *„služba Youtube nevytvořila model, který by vydělával peníze buď prodejem reklamy nebo nabízením prémiového obsahu, přestože má obrovské publikum a obsahovou knihovnu. Obchodníci se proto zdráhají přicházet s reklamními nabídkami zejména kvůli nízké kvalitě obsahu videí.“*

---

<sup>4</sup> Michael John Buckley (8. červen 1975) – americká internetová celebrita, komik a vlogger známý zejména pro svůj YouTube kanál What the Buck?!, založený v létě roku 2006, kde komentoval populární kulturní události a celebrity. Jeho kanál se ve své době stal nejpůvodnějším na YouTube, když se čtyři z jeho parodií dostaly do deseti nejsledovanějších videí v jednom týdnu. Buckley se následně objevoval v časopisech a novinách, jako například The New York Times o podnikání v internetu a The Advocate, kde se jako člen gay komunity vyjadřoval k homofobii na internetu. Dne 18. března 2008 vyhrál v kategorii YouTube Awards za nejlepší komentář s videem "LonelyGirl15 is Dead!"

Avšak hodnoty akcií se několikanásobně navýšily a Hurley zbohatl o 345 milionů dolarů, Chen dostal 326 milionů dolarů a Karim 64 milionů dolarů. Sequoia Capital si z původní investice 11,5 milionu dolarů přišla na 442 milionů dolarů. Celková popularita YouTube narůstala raketovou rychlostí a podle jednoho z tvůrců Hanka Greena (2015) by se dala rozdělit do několika následujících etap. Největší boom zaznamenala v roce 2006. S obrovským přívalem uživatelů se ale začalo projevovat mnoho nedostatků, mezi které se dá zařadit například i porušování autorských práv. Tento problém byl následně vyřešen v roce 2007 funkcí Content ID, kdy mohou vlastníci autorských snadno identifikovat a spravovat jejich YouTube obsah. Jimi nahraná videa jsou porovnávána s rozsáhlou databází souborů, který vlastníci obsahu odeslali. *„Jak to dělají s 60 hodinami videa nahranými každou minutou do databáze, která obsahuje všechny filmy, písně, televizní epizody a videa chráněné autorskými právy YouTube, nemám tušení, ale dělají to úspěšně“*. Ti se pak mohou rozhodnout, co se stane, když obsah odpovídá autorské části, kterou vlastní, zda zobrazování plně zablokuje, zpeněží a tržby bude sdílet nebo pouze sledovat statistiku sledovanosti. Pro mnoho firem, umělců apod. se tak druhá z uvedených možností stala zcela novým významným zdrojem příjmů na YouTube. Videoklipy se staly první entitou na platformě a dlouho vévodily žebříčku nejsledovanějšího obsahu, kde se pravidelně objevují dodnes. (Feldman & Feldman, 2013)

Do druhé fáze svého vývoje se YouTube dostává až po pěti letech své existence, kdy se snaží nalézat nový originální obsah od profesionálních a amatérských uživatelů. Významně proto zlepšil podmínky partnerského programu, který již sice existoval od roku 2007, ale nebyl plně životaschopný. (Miller, 2012, s.33)

Partnerským program je tedy nabízen zejména populárním autorům s vysokým počtem odběratelů a velkou fanouškovskou základnou. Ti zpočátku dostávali určitou finanční částku (původně se jednalo o 5 amerických centů) za každé zhlédnutí videa a komentář umístěný pod ním (15 centů). Jak už je zmíněno výše, postupné poodhalování marketingového potenciálu začalo před vybraná videa umisťovat reklamy a partneři (autoři) dostali možnost získat podíl na takto vydělaných penězích (viz. dále jen monetizace). Období mezi lety 2010-2014 přineslo rozmanitost obsahu a úspěch jeho tvůrcům. Vzhledem k tomu, že YouTube se stal zcela legitimním způsobem, jak přijít ke

slávě a výdělku, začalo se do něj zapojovat stále více lidí. Květen roku 2010 zaznamenal denní návštěvnost portálu 2 miliardy uživatelů. V květnu 2010 se denní návštěvnost portálu vyšplhala na 2 miliardy uživatelů a YouTube se v té době stal třetím nejvyhledávanějším webem za vyhledávačem Google a sociální sítí Facebook.

V posledních letech nárůst popularity tvůrců vyústil v mnohé nevyhnutelné skandály, které otřásly jejich důvěryhodností. Ať už se jednalo o drobné spory kolem nepřiznaných sponzorovaných příspěvků, což je v Americe zločin, který bere FTC (Federální obchodní komise) velmi vážně nebo podvody s falešnými Youtube účty. Jedním z takových případů je i aféra kolem nejúspěšnějšího švédského tvůrce PewDiePie (vlastním jménem Felixe Kjellberga) s více než 50 miliony odběratelů, kterého obvinil článek The Wall Street Journal z antisemitismu. Z článku vyšlo najevo, že v celkem devíti videích použil protižidovské vtipy nebo nacistickou symboliku v podobě části Hitlerova projevu, nakreslených svastik nebo nacistické hymny. Mnoho firem na skandál reagovalo ukončením spolupráce. Toto téma však není předmětem práce, pouze se snaží poukázat na společenské problémy vzniklé v minulosti s platformou YouTube.

### **3.2 Uživatelé a tvůrci na youtube**

Uživatele platformy YouTube a členy komunit lze rozdělit do dvou hlavních skupin – uživatele (subscribers–odběratele) a autory (dále jen youtubeři). Pro člena komunity na platformě YouTube je běžně užíván název odběratel, představuje pro youtubera mnohdy nejceněnější jednotku. Pokud se takový uživatel rozhodne pro odebrání konkrétního YouTube kanálu daného tvůrce, dostává upozornění na jeho aktivitu. Odběratel se tak může pravidelně vracet nebo v konkrétních případech komentovat video v sekci komentáře, popř. přímo komunikovat s tvůrcem. Je třeba podotknout, že v mnoha případech se odběratel přihlásí k odběru, ale následně upozornění ignoruje. Stává se tak „mrtvou duší“, na první pohled statistickým číslem, které nebude zvyšovat počet aktivity na kanále. Avšak kanály s vyšším počtem odběratelů mají mnohem větší šanci dostat se do diváckého povědomí. Takové tvůrce s nejvyššími čísly posouvá YouTube algoritmus na hlavní stranu YouTube v dané zemi. A konkrétní takto úspěšná videa do sekce populárních, a tedy nejzobrazovanějších videí, Trendy.

Ty odběratelům nabízejí obsah, jehož oblíbenost na YouTube neustále roste. Některé trendy lze předem předpovědět. Například v případě nových skladeb oblíbených interpretů nebo upoutávek na očekávané filmové premiéry. Nicméně mnohé jsou i zcela nečekané, například u virálních videí. Jedná se o videa, která si lidé posílají nebo sdílí mezi sebou a šíří se jako „virus“. Mohou být tvořena jako součást marketingu jednotlivců i firem pro jejich zviditelnění, ale často jsou náhodně spontánně vytvořena a sdílena kvůli zajímavému obsahu. (Botello, 2007, str. 20-25)

Samotný YouTube se snaží doporučovat videa, u kterých je pravděpodobné, že zaujmou širokou škálu diváků. Seznam oblíbených videí je každých 15 minut aktualizován. Ta se pak mohou v seznamu pohnout nahoru, dolů, nebo zůstat na stejné pozici označené značkou „#“ a číslem v pořadí. (Miller, 2012, str. 33)

Mezi youtubery je počet odběratelů hlavním měřítkem úspěšnosti, porovnávají se díky tomu mezi sebou a tvoří statistiky.<sup>5</sup> YouTube je pak odměňuje za dosažení určité hranice a následně jim zasílá YouTube Button. Za 100 tisíc odběratelů získávají tzv. Silver button (na České scéně vlastní většina známějších youtuberů), Golden button (GoGoManTV) a diamond za 10 milionů odběratel.

Dalším a neopomenutelným faktorem je počet zhlédnutí videa. Přináší reálné výsledky a samotným tvůrcům zpětnou vazbu o sledovanosti jeho produkce. Jedná se o jedno „kliknutí“ a sledování videa alespoň po dobu 30 sekund (pokud není kratší). Existují reálné případy, kdy se počty zhlédnutí kupují na webových stránkách (tzv. mikroslužby) a ovlivňují přesnost a kvalitu statistických údajů. Ty jsou také zkreslovány nepravdivostí osobních údajů vyplněných pro uživatelské účty. Služba YouTube účtů spadá pod věkové požadavky Google uživatelských podmínek. Ti mohou neoprávněně užívat účet s nepravdivým pohlavím, věkem. Často jsou takto obcházeny Google minimální věkové požadavky pro jejich zaregistrování. Věkové limity se v různých zemích liší:

- Spojené státy: starší 13 let, s výjimkou účtů Google vytvořených v aplikaci Family Linky pro děti mladší 13 let
- Španělsko: starší 14 let

---

<sup>5</sup> Statistické údaje o nárůstu odběratelů, počtu zhlédnutí videí a dalších informacích o konkrétních kanálech nabízí například stránka [www.socialblade.com](http://www.socialblade.com).

- Jižní Korea: starší 14 let
- Nizozemsko: starší 16 let
- Všechny ostatní země: starší 13 let.

(Nápověda YouTube (2017) online, cit. 2017-12-01)

Největšího počtu zhlédnutí dosahují hudební videoklipy. Jedná se o typ videa, který je lidmi neustále přehráván dokola a na rozdíl od jiné tvorby se k nim vrací i s odstupem doby. V listopadu roku 2012 překonal klip korejského rappera Psyho všechny rekordy sledovanosti na internetu a již o měsíc později byl prvním videem, které atakovalo miliardu zhlédnutí. Květen 2014 pak přináší další milník. Song Gangnam style pokořil dvě miliardy. Po pěti letech ale musel odstoupit z vrcholu tabulek a přenechat své místo písničce See You Again (píseň věnovaná vzpomínce na zemřelého herce Paula Walkera, který zahynul při autonehodě). Ta si své místo neudržela ani měsíc a novým nejprehrávanějším videem se stal letní hit Despacito<sup>6</sup> od zpěváků Luisa Fonsiho a rappera Daddyho Yankee. Již po pouhých sedmi měsících přesáhl hranici 3 miliard. Nejsledovanějším videem<sup>7</sup> na českém YouTube v českém jazyce je reklamní píseň Bohušovické mlékárny na smetanový krém Bobík s názvem Mňam mňam Bobík uveřejněná před více jak devíti lety.

V neposlední řadě musíme zahrnout i YouTube službu hodnocení a komentářů. Odběratelé mají možnost hodnotit jednoduchým stisknutím tzv. like tlačítka, tedy palcem směrem vzhůru, znamená kladné ohodnocení (v překladu se tedy video líbí). Zápornou variantou je pak palec dolů a tzv. dislike. Přihlášení uživatelé mohou pod videi komentovat. V této sekci ho blíže hodnotí, kritizují, vyjadřují své názory k tématu nebo v mnohých případech jen vyjadřují náklonnost nebo nenávist k danému tvůrci.

---

<sup>6</sup> Aktuálně ke 4.9.2017 – 3 560 499 913 zhlédnutí.

### 3.3 Kanály a obsahy videí

YouTube obsahuje tzv. kanály, což jsou knihovny videí, ve kterých lze dohledat všechna videa od jednotlivých tvůrců. Kanál musí nést konkrétní název pro jeho snadné vyhledávání. Zde přichází místo pro kreativitu youtuberů. Čím originálnější a snadno zapamatovatelnější název kanál nese, tím vyšší je pravděpodobnost jeho úspěšnosti.

Videa z hlediska obsahu je možno dělit podle nejrůznějších kritérií, kategorií a žánrů. Mnohdy se ale daná témata prolínají. Většina tvůrců točí široké tematické spektrum.

Samotná platforma YouTube dělí videa na hlavní stránce do těchto tematických kategorií pod názvem To nejlepší z YouTube:

- hudba
- sport
- hry
- zprávy
- živě
- 360 °.

(Nápověda YouTube (2017) online, cit. 2017-12-01)

Tematických kategorií je ale mnohem více, do kterých lze dané video zařadit. Pokusme se proto shrnout a blíže specifikovat nejrozšířenější okruhy, se kterými se uživatelé běžně setkávají.

- Hudební videa – audiostopy písní nebo hrané klipy k písním – např. kanál Vevo.
- Animace – jeden z prvních druhů videí na YouTube. Dnes již není tak populární z hlediska časové náročnosti při jeho výrobě. Animacemi začínal například Martin Rota na kanálu Troll news v anglicky hovořícím prostředí. Rota zde stvořil postavu, která komentovala současné dění a skandály na YouTube.
- Let's play (herní videa) – záznam během hry s komentářem youtubera k průběhu nebo naprosto jinému tématu. Nejúspěšnějšími hrami jsou například GTA (Grand Theft Auto), Minecraft, DOTA2 (Defense of the Ancients 2), LoL (League of legends).

- Promo – upoutávky např. na organizované setkání, akce se spolupracujícími firmami, koncerty, festivaly.
- Vlogy – video sledující každodenní život youtubera, jeho „deník“ nebo vyjádření k nejrůznějším osobním tématům.
- Sketch – vtipné scénky na určité téma s příběhem a pointou na konci.
- Challenge – neboli výzva, jejím úkolem je splnit daný úkol, ke kterému je většinou někým vyzván. V minulosti se jednalo například o cinnamon challenge, jejímž úkolem bylo pokusit se spolknout lžici skořice.
- Reakční videa – youtubeři reagují na společenské dění, událost, video od jiného youtubera atd. V zahraničí jsou velice oblíbené reakce na filmové upoutávky, nově uveřejněné písně atd. Na České scéně převažují negativní reakce, kdy daný youtuber svým videem vytýká chování druhému. Série takto laděných videí, kdy si youtubeři v jednotlivých videích odpovídají a argumentují je nazýváno tzv. youtube válkou.
- Sociální experimenty – testují reakce lidí na veřejnosti na uměle vyvolané situace.
- Rozbory, názorová videa – většinou rozbor videa jiného tvůrce, pořadu vysílaného v televizi s komentářem.
- TOP 5 / TOP 10 – například. 5/10 vybraných věcí k tématu, které vybírá sám autor nebo se vážou na žebříček popularity. Například. TOP 5 nejvýdělečnějších filmů. Věnuje se mu například kanál Pixelorez – TOP5.
- Parodie – filmové, k písni, youtuberů. Např. Parodie k písni Despacito od youtubera KOVYHO.
- Beauty – videa o líčení, úpravě vlasů, pečující kosmetice. Např. kanály Petralovelyhair, GetTheLoul.
- Fashion – o módních aktuálních módních trendech, módní policie a poradna. Např. Shopaholic Nicol, Makyna016, Týnuš Třešničková.
- Lifestyle – videa o cvičení, stravě, přístupu k životu, aj.
- Unboxing – rozbalování a prvotní reakce na zakoupený nebo darovaný (od firmy) výrobek.
- Tutorial – návod na výrobu, předělání nebo získání nějaké věci. Například tutorial na výrobu halloweenských masek.
- DIY\do it yourself – návody a inspirace k rukodělné tvorbě.

- ASK nebo Q&A - video s odpověďmi na často kladené otázky buď ze sociálních sítí nebo ze sekce komentáře.
- Haul – neboli nakupovací video, youtuber představuje již rozbalenou věc, kterou si zakoupil nebo dostal ke spolupráci. Zde už přichází možnost recenze produktu. V českém prostředí natáčí videa o oblečení například Týnuš Třešničková.
- Tag – jedná se o video, ke kterému je někým nominován. Zodpovídá předem určené otázky nebo musí plnit úkoly podle předem daného návodu.
- Živé streamy – živé vysílání v reálném čase.

## 4 PARASOCIÁLNÍ JEVY A PARASOCIÁLNÍ INTERAKCE

Psycholog David Giles (2012, s.89) ve své publikaci definuje pojem parasociální interakce jako: „*aktivitu, ke které dochází během samotného aktu užívání média*“, v našem případě tedy sledování tvůrců YouTube videí. Parasociální interakce ale konkrétně znamená jednostranný proces vnímání osoby v médiích během expozice (působení vlivu) médií. Zatímco parasociální vztahy, které se vyvíjejí z parasociálních interakcí, znamenají vzájemný situační vztah, který divák nebo uživatel pociťuje k mediální osobnosti, která zahrnuje specifické kognitivní a afektivní složky. Schmid a Klimmt (2011) dále tvrdí, že parasociální interakce a vztahy jsou progresivní vztahy. Tedy, že existuje velká možnost vzniku parasociálního vztahu z dlouhodobého stimulu parasociální interakcí. (Mayerowitz, 2006, s. 105)

Hartmann s kolegy pak popisuje tři základní psychologické procesy, které tvoří parasociální interakci: kognitivní, afektivní a behaviorální.

- Kognitivními procesy zde nazývá zejména naše osobní soudy o mediálních postavách. Jaký má divák emocionální vztah k osobnosti – má ji rád nebo ne, souhlasí s jejími názory.
- Afektivními procesy se projevují emočními reakcemi na osobnost (smích, pláč, empatie, lítost, pohrdání)
- Behaviorální procesy jsou pak třetím stádiem, kdy divák verbálně komentuje a komunikuje s osobností jako kdyby se přímo účastnila interakce ve stejné místnosti.

(Giles, 2012, s. 86)

Parasociální interakce byla poprvé popsána a blíže vědecky specifikována z pohledu mediálních a komunikačních studií v roce 1956, kdy psychiatr Donald Horton a sociolog R. Richard Wohl objevili nový typ psychologického konceptu - interakce mezi postavami masových médií a jejich publikem, kdy se uživatel (publikum) chová jako kdyby se podílel na typickém společenském vztahu.

Avšak parasociální interakce existovala daleko dříve před masovými médii, kdy si lidé začali vytvářet vazby s politickými osobnostmi, bohy nebo dokonce duchy. Tento termín později přijali psychologové zabývající se studiem sociálních vztahů. Postupem času začaly objevovat mezi spotřebiteli hromadných sdělovacích prostředků a osobami, které je zastupují (celebrity, osobnosti televizního zpravodajství, aj.). Zpočátku Horton a Wohl nahlíželi na parasociální interakce jako na abnormality vyplývající z nedostatku uspokojení osobnosti klasickými sociálními vztahy, tedy nedostatku času tráveného s ostatními lidmi v přímém kontaktu. Perse a Rubin v roce 1989 ale tento názor zcela zpochybňují ve své rozsáhlé studii a popisují zde teorii, že parasociální interakce je zcela přirozeným vedlejším produktem času tráveného s mediálními údaji. (Meyerowitz, 2006 s. 105) Ačkoliv se vychází z psychologického tématu, výzkumy parasociální interakce byly prováděny rozsáhle v oblasti hromadné komunikace s různými a mnohdy i nejasnými výsledky a závěry. Znovu začali psychologové projevovat větší zájem o tento koncept až v osmdesátých letech, a tak byl výzkumníky rozsáhle rozvíjen v oblasti nových komunikačních věd.

Vraťme se ale k Hortonovi a Wohlovi, kteří již ve článku z padesátých let na téma současných médií tvrdí, že i v případě jednosměrné rozhlasové nebo televizní komunikace se vyvíjí zvláštní vztah, jež v dobách tištěných médií nebyl dosud zaznamenán. Zvláštností nových masových médií je iluze interakce s politickými a sociálními aktéry. Podmínky reakce na aktéra pak podle dvojice vědců připomínají situaci primární skupiny. Známé osobnosti, které dnes nazýváme celebritami pak vnímáme, jako kdyby patřily k okruhu našich nejbližších přátel. Ve svém článku publikují a poprvé nazývají nový typ vztahu vytvořený novými médii – parasociální interakce. Tvrdí, že se jedná o zcela mediovaný vztah, psychologicky připomínající interakci tváří v tvář. Diváci pak získávají pocit, že ty, s nimiž se setkávají prostřednictvím televizní obrazovky (dnes už i obrazovky počítačové) znají stejně dobře jako své přátele a známé. Rozumí jim, dokážou předvídat jejich reakce, aj. Množí z diváků pak mohou propadnout pocitu, že znají a rozumějí televizní hvězdě lépe než ostatní. Nutné je ale zdůraznit, že parasociální aktér, tedy známá osobnost si dokáže vytvořit tento vztah s „miliony“ diváky. Jejich koncepce dále vysvětluje popularitu moderátorů talk show, která se dá přímo aplikovat a srovnat s popularitou youtuberů. Jejich oblíbenost vychází z faktu, že většinou nemají žádné jevištní dovednosti, a tak se chovají přirozeněji. Nejsou

to většinou profesionální zpěváci, hudebníci, herci nebo komici. Obsahem jejich tvorby jsou většinou drby nebo jen krátké gegy. Jsou milí, oblíbení, stejně tak jako naši nejbližší přátelé. Divák se u nich může spolehnout na to, že budou sami sebou. „*Čistý parasociální aktér je prostě známí proto, že je známí*“, jak poznamenává Wohl s Hortonem. (Meyerowitz, 1985, s. 105)

Koncepce parasociálních vztahů vysvětluje, proč se mnoho pěveckých hvězd během vývoje kariéry obrací k osobnější lyrice a tématům nebo proč veřejní činitelé do svých projevů spolu s růstem popularity přidávají více informací ze soukromí. Teorii lze rozšířit i na herce fiktivních rolí. Například herec hrající doktora je žádán o rady. Horton a Wohl nespojili svou koncepci s analýzou vlivu elektronických médií, ale nabídli porovnání, která význam této analýzy potvrzují. Zmiňují například, že parasociální vztah má největší vliv na „*sociálně izolované, potřebné, bázlivé a odmítnuté*. (Meyerowitz, 1985, s.105)

Vzhledem k tomu, že elektronická média poskytují typy interakce a zkušenosti, které dříve vyplývaly z důvěrných živých setkání, je logické, že by měla mít největší účinek na ty, kteří jsou od každodenní sociální interakce fyzicky nebo psychologicky vzdáleni. Jeden z výzkumů zjistil, že síla parasociálního vztahu roste s věkem diváka, že mnozí starší lidé přemýšlejí o moderátorech jako o svých přátelích a že někteří udržují dokonce interakci prostřednictvím verbálních odpovědí. I mezi „obyčejnými“ lidmi má parasociální vztah své místo mezi denními živými interakcemi s přáteli, rodinou a spolupracovníky. „Skuteční“ přátelé si často povídají o osudech svých parasociálních přátel.

„*At' je naplněn láskou nebo nenávisť, normálností či bizarností, parasociální vztah je novou formou interakce. Má něco z tradičních vlastností živých setkání i z komunikace prostřednictvím knih, ale ve skutečnosti ani jednou z těchto forem.*“ (Meyerowitz, 1985, s.106)

Teorie Hotona a Wohla jsou pro nás užitečné, protože tvrdí, že interakce tváří v tvář již není jediným určujícím faktorem osobní a intimní interakce. Vývoj médií dospěl k zastírání rozdílu mezi cizím člověkem a přítelem a oslabení distinkcí mezi lidmi, kteří jsou zde a někde jinde.

Elektronická média jsou v pojetí této koncepce unikátní svou schopností maskovat rozdíly mezi přímou a nepřímou komunikací. Tyto teorie však nedoceňují rozsah změny sociálního chování, k níž dochází, jestliže spolu mohou prostorově oddělení lidé komunikovat jako by byli na jednom místě. Zatímco ze strany původce se vyznačuje manipulací, z příjemcovy strany do ní vstupuje například sebeobelhávání a podléhání iluzi vzájemnosti. Podstatou parasociálního lidského vztahu je vztahování se k někomu, kdo je reálně nedostupný (oblíbená rozhlasová moderátorka) nebo kdo někdy ani ve skutečnosti neexistuje (vztahování se k postavě ze seriálu). Divák nebo posluchač si psychicky naplňuje vztah sám -- projekcemi, projektivní identifikací, přenosem, iluzí, nerealistickým přáním -- nebo obyčejnou lidskou potřebou kontaktu a komunikace.

David Giles později tvoří třístupňový model mediálních postav (2012, str. 89) od nejsilnějšího po nejslabší vztah k aktérům.

- Postavy prvního řádu – jednoznačně existující a skuteční lidé. Jedná se zejména o celebrity, postavy zábavných médií nebo zpravodajské osobnosti.
- Postavy druhého řádu – fiktivní postavy, které ztvárňují reální lidé (herci) s reálnou tváří. Zejména filmoví nebo seriáloví hrdinové.
- Postavy třetího řádu – zcela fiktivní postavy nejčastěji z animovaných seriálů, filmů nebo komiksů.

McQuail také upozorňuje na dvě obdobné koncepce od Rosengrena a Windahla (1972;1989), kteří identifikovali rovinou interakce a identifikace s postavou na obrazovce. Pokud ve spojení těchto dvou procesů nastává stav upoutání. YouTube jako platforma pak rozvíjí koncepci parasociálních vztahů a interakcí do zcela nových rozměrů, protože YouTube kanály jsou cíleně mířeny na člověka. Tento fakt pak podporuje jejich pravidelné vydávání tvorby a neformální vystupování youtuberů umocňující možnost přímé komunikace v sekci komentářů v interaktivním prostředí nových médií, jakým je platforma YouTube.

## 5 VÝVOJOVÉ ZMĚNY V OBDOBÍ ADOLESCENCE

Během života člověk projde několika psychickými vývojovými obdobími, kdy se zcela mění jeho způsob prožívání a uvažování. Psychický vývoj je pak analyzován z hlediska několika různých měřítek, kterými jsou například zaměření na osobnost daného jedince, dle jednotlivých psychických funkcí, ale i změny v jeho sociálním postavení v rámci sociálních skupin.

Jak uvádí Vágnerová (2005, s. 9): „*Vývoj je chápán jako výsledek interakce biologických, tj. genetických a psychosociálních vlivů, které se uplatňují v různé míře, v závislosti na sledované funkci i vývojovém období*“. Za nejdůležitější vývojové období v životě jedince je pak považováno právě období dospívání neboli adolescence, které ho formuje na celý život a mnohdy utváří jeho další budoucnost.

Následující kapitola shrnuje nejdůležitější poznatky rané adolescence, jež je vývojovou fází dospívání zahrnující žáky pátých a šestých tříd základních škol. Popsány jsou hlavní tělesné proměny, význam poznávacích procesů. Dalšími neopomenutelnými faktory jsou emoční a osobnostní vývoj.

### 5.1 Dospívání – raná adolescence

Je přechodnou životní etapou mezi obdobím dětství a dospělosti. Mezi jednotlivými autory se pak liší jeho přesné věkové hranice napříč různými odbornými publikacemi. Někteří odborníci ho rozdělují na pubertu a adolescenci, časnou a pozdní adolescenci nebo na prepubertu, pubertu a adolescenci (časnou adolescenci, střední adolescenci a pozdní adolescenci). Práce bude dále vycházet z vývojového rozdělení Vágnerové (2005, str. 323-325), která rozděluje dospívání na období rané adolescence mezi jedenáctým až patnáctým rokem života, a na pozdní adolescenci mezi patnáctým a dvacátým rokem jedince. Raná adolescence dále popisuje věkovou skupinu dospívajících mezi 11-13 lety, se kterou pracuje praktická část této odborné práce. Kdybychom pak měli obecně charakterizovat nastupující změny u jednotlivých pohlaví, je jednoznačné, že u dívek je kratší a uzavřenější, zatímco chlapců je rozptýlenější a dlouhodobější. Proto můžeme u chlapců častěji předpokládat problémy ve školním a rodinném prostředí.

Raná adolescence je také označována jako pubescence a její hranice mnohdy individuálně oscilují mezi jedenáctým až patnáctým rokem, jelikož u každého se prvotní znaky objevují v jiném věku s nástupem výrazných zejména tělesných změn, se kterými se váže také sebepojetí osobnosti, i reakce okolí na ni samotnou. Tradičně se hovoří o období „bouře a vzdoru“, ale je nutno podotknout, že se pak jedná o zjednodušení problematiky jejich projevů. V tomto čase dochází k významným změnám ve změně způsobu myšlení, kdy více zapojuje abstraktní myšlení, a to i o nereálných neexistujících variantách. Zejména pak hormonální proměny rapidně ovlivňují změny emočního prožívání, kdy se jedinec snaží více osamostatnit od vazeb na rodiče a mnohonásobně větší význam v jeho životě zaujímají vrstevníci, se kterými dochází ke ztotožnění. Začínají být kladeny požadavky dospělé společnosti, kdy se musí podřídít normám jejího chování a jak již bylo napsáno, osamostatnit se od rodiny, pomalu volit budoucí povolání a vytvářet si jakousi vlastní filosofii života. Pro tuto etapu vývoje je velice důležité přátelství, první navazování partnerských heterosexuálních vztahů. Jedinci se pak snaží odlišit jak od skupiny dětí, tak dospělých, kterou signalizují kladením důrazu na úpravu zevnějšku, specifického životního stylu, zájmů, hodnot, které mohou být mnohdy i nápodobou jejich vzorů. Následně pak ale může docházet ke střetu těch společenských nátlaků a velice intenzivně působících biologických a psychologických faktorů, které vedou ke rozkolísání osobnosti a jejímu konfliktu. (Vágnerová, 2005, str. 323)

Jitka Čimíčková Čížková a kol. (2005, str. 102) pak upozorňuje na výrazné fyziognomické změny, kdy v somatickém vývoji začíná období vytáhlosti, které je vidět na výrazném růstu dolních končetin a samotného trupu (chlapci vyrůstají běžně až o 22 cm). Objevují se druhotné neboli sekundární pohlavní znaky, u dívek růst prsů, rozšiřování pánve a boků. Chlapcům přibývá svalové hmoty a hrubne hlas. Jsou vidět výraznější sexuální rozdíly ve fyzickém vzhledu. Vlivem těchto tělesných změn nastupují i nerovnoměrné a intenzivní sexuální pudy. Avšak zrychlený fyzický vývoj není zcela v souladu s vývojem psychickým, a dochází tak k rozdílu, kdy somatický vývoj předstihuje vývoj psychický.

Výrazně narůstá také fantazie v emočním rozvoji jedinců, která se projevuje zejména denní formou snění, kdy má adolescent ideální podobu sebe samého i jeho kvalitách a dovednostech. Také myšlení prochází zásadní proměnou, kdy pomalu upouští

od konkrétních operací a přistupuje k operacím formálního charakteru, a tak narůstá počet úspěšně řešených problémů zcela novým způsobem – abstraktním myšlením. Dokáže již operovat s výroky a vyvozovat z nich logické závěry, a to ne již jen na základě reálné zkušenosti. V této vývojové fázi jde ruku v ruce s myšlenkovými změnami i logická paměť, která se později u chlapců projevuje v odmítání mechanického učení textů např. učiva nazpaměť bez souvislostí. Dívky se naopak uchylují k verbálnímu projevu, ve kterém jsou mnohdy zdatnější

Z pohledu citového jsou adolescenti labilní – proměňují se u nich city až afektivního rázu. Střídají se náhlé a prudké projevy emocí, mnohdy výbušného charakteru vyvolaného pouhými nepatrnými podněty následované intenzivními reakcemi hněvu, vzteku, smíchu nebo smutku. Citové projevy jsou závislé na předchozím vývoji, dosavadních zkušenostech získaných primárně v rodině nebo vrstevnické skupině. Často dochází k maskování skutečných emocí způsobenou přecitlivělostí nebo naopak výraznou hrubostí v chování. Mnohdy jedinec odmítá projevovat city vůči rodině, a zároveň je nechce přijímat. Avšak stále touží po uznání z jejich strany a úplném akceptování, protože v tomto období dochází k selektování chlapců a děvčat ve skupině. Je to dáno i tím, že děvčata jsou již vyspělejší a projevují zájem spíše je starší chlapce s jinými zájmy. Chlapci si naopak hledají autoritativního vůdce své skupiny, který vyplňuje vlivné místo party a má vliv na chování dospívajících jedinců. (Jitka Čimíčková Čížková, str. 103-105)

# PRAKTICKÁ ČÁST

## 6 VÝZKUMNÉ ŠETŘENÍ

Po teoretické části práce byl z jejich východisek vytvořen koncept dotazníkového šetření, který byl distribuován mezi žáky pátých a šestých tříd mladoboleslavských základních škol prostřednictvím online dotazníku na webu Google v sekci Formuláře. Dále na základě dotazníkového šetření byly sestaveny tematické okruhy pro hloubkové rozhovory polostrukturovaného charakteru. Pro tuto část výzkumu byli vybráni a následně osloveni dva youtubeři – Martin Rota a DeeThane.

V nadcházejících částech práce bude detailně popsán výzkumný cíl, otázky a hypotézy, metodika používaná při výzkumu, výzkumný soubor, medailony respondentů hloubkových rozhovorů a výsledky pomocí výsečových grafů zkombinované s komentáři respondentů.

### 6.1 Výzkumný cíl, otázky a hypotézy

Cílem výzkumné části této bakalářské práce bylo zjistit, jak jsou žáci pátých a šestých tříd ve věku 10–13 let ovlivněni tvůrci na platformě YouTube. Zda YouTube vůbec sledují, kolik času denně koukají na videa a jak přesně vnímají youtubery, jestli jen jako pouhé tvůrce obsahu nebo k nim zaujímají větší citové vazby a hledají u nich pomoc nebo radu.

V návaznosti na cíl práce byly formulovány tyto výzkumné otázky, které se později odrážejí v dotazníkovém šetření a jeho dílčích částech.

- **Sledují děti ve věku 10–13 let pravidelně české YouTube tvůrce?**  
K této otázce se v dotazníkovém šetření vztahují části číslo 3-7.
- **Jakým způsobem děti ve věku 10–13 let vnímají YouTube tvůrce?**  
K této otázce se v dotazníkovém šetření vztahují části číslo 8-17.
- **Jsou YouTube tvůrci pro děti ve věku 10–13 let vzorem?**  
K této otázce se v dotazníkovém šetření vztahují části číslo 9-21.

Z těchto výzkumných otázek bylo dále vycházeno v práci pro tvorbu následujících hypotéz:

**Hypotéza č.1:** Adolescenti ve věku 10–13 let sledují videa českých youtuberů proti věkovým omezením platformy YouTube více jak hodinu denně.

**Hypotéza č.2:** Adolescenti ve věku 10–13 let považují youtubery za své přátele.

**Hypotéza č.3:** Adolescenti ve věku 10–13 let kontaktují youtubery na sociálních sítích v soukromých zprávách a svěřují se jim s osobními problémy nebo je žádají o radu.

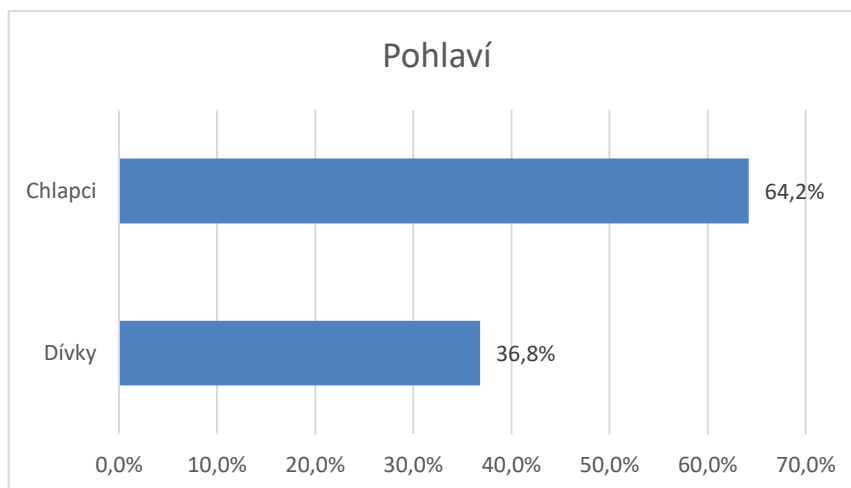
## 6.2 Metodika výzkumu, vzorek a časová náročnost

### 6.2.1 Kvantitativní výzkum

Výzkumný soubor tvoří 108 osob, které vyplnily dotazníkové šetření na serveru Google pomocí funkce online formuláře. Distribuce těchto online dotazníků proběhla po předchozí domluvě s vedením základních škol v Mladé Boleslavi. Odkaz na vyplnění dotazníku byl rozeslán všem žákům do systému Bakaláři, který má za úkol zjednodušit správu školní agendy a cestu mezi školou, žáky a jejich rodiči. Rozesláno bylo celkem 108 odkazů, kdy návratnost byla 100 %, protože systém Bakaláři si jeho vyplnění vynutil.

Převážnou část výzkumného souboru tvořili chlapci z důvodu jejich momentální převahy v jednotlivých pátých a šestých třídách mladoboleslavských základních škol, kteří vyplnili dotazník v 64 případech (64,2 %), dívek tedy bylo 39 (36,8 %). Tato skutečnost se i později odráží v některých odpovědích v otevřených otázkách, kdy jim možnost anonymity poskytla příležitost k vulgárním vyjádřením nebo k záměrně nesmyslným odpovědím.

Graf 1: Pohlaví výzkumného souboru



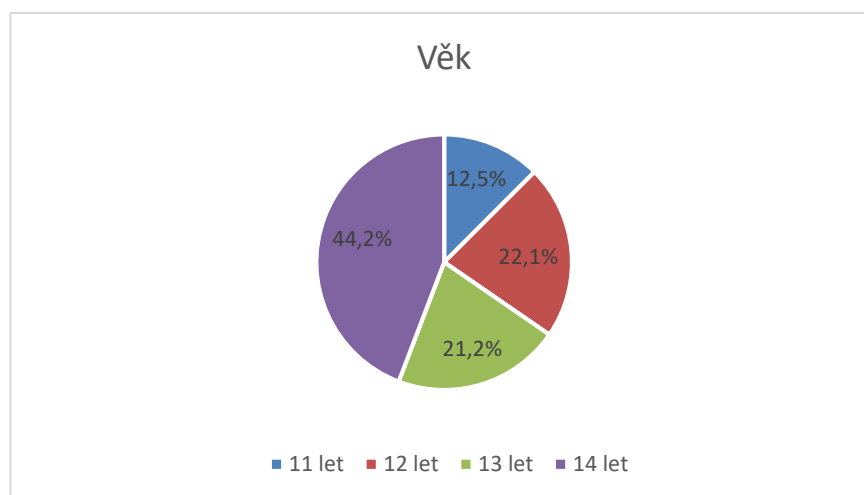
Zdroj: Autorka práce, 2017 (vlastní šetření)

V části, kdy byl zkoumán věk respondentů odpovědělo pouze 104 osob ze 108, což může nasvědčovat nezáměrnému přeskočení otázky nebo neochotu svůj věk sdělit. Převažuje věková skupina 13 let (46 respondentů, tj. 44,2 %), dále 11 let (23 respondentů,

tj. 22,1 %), 12 let (22 respondentů, tj. 21,2 %) a nejméně odpovídalo dětí ve věku 10 let (13 respondentů, tj. 12,5 %).

Časově celý průzkum trval týden, než všichni vyplnili potřebné rozeslané dotazníky. Respondenti a zejména pak učitelé a ředitelé škol byli seznámeni s využitím dotazníků a výsledků. Poučení proběhlo osobním setkáním jak s řediteli škol, tak třídními učiteli žáků pátých a šestých tříd. S odkazem byly také zasílány detailní informace k vyplňování.

Graf 2: Věk výzkumného souboru



Zdroj: Autorka práce, 2017 (vlastní šetření)

### 6.2.2 Kvalitativní výzkum – hloubkové rozhovory

Pro druhou část výzkumu byl zvolen kvalitativní přístup, především jako doplnění hlavního výzkumu kvantitativního. Pro získání jeho dat měl za úkol posloužit polostrukturovaný rozhovor s předem stanovenými tematickými okruhy. Oba účastníci byli kontaktováni přes sociální síť (Facebook) v osobní konverzaci a následně byly dohodnuty schůzky v neutrálním prostředí kaváren. Osloveno bylo celkem deset youtuberů, bohužel většina z nich si zprávu přečetla, ale následně neodpověděla. Přes dosavadní zkušenosti obou youtuberů s rozhovory pro média, byli předem srozuměny s výzkumem, a také jim bylo přislíbeno, že nedojde ke zneužití získaných dat, které se objeví pouze v této odborné práci. Předem byl stanoven nejen čas rozhovoru, kdy si oba vyčlenili dvě hodiny, ale také byli požádáni o souhlas s duplicitním nahráváním rozhovoru na diktafony z důvodu jeho zálohování. Souhlasili předem také s uveřejněním

jejich stručných životopisů na základě dostupných informací z internetu a jmen. Stanoveny byly tematické okruhy, ale přesné znění otázek neměli k dispozici. Po rozhovoru bylo oběma nabídnuto nahlédnutí nebo zaslání výsledků výzkumu nebo celé závěrečné podoby práce, o tuto nabídku ani jeden nepožádal.

Pro stručnou charakteristiku obou youtuberů jim byly sepsány následující medailony.

### **Martin Rota**

První zvolenou osobností je Martin Rota, který měl již v roce 2009 s YouTube uzavřenou partnerskou smlouvu, která mu otevřela možnost zpoplatnění videí. Byl tak pouze jedním ze dvou Čechů (druhou byla fitness youtuberka Zuzana Light žijící v USA) a to jen díky tvorbě v angličtině při svém dlouhodobém pobytu v Británii. V té době bylo nutné o partnerství požádat motivačním dopisem. Jak sám podotýká, tehdy bylo v partnerském programu jen asi okolo 20 tisíc lidí a finanční výnosy za zhlédnutí byly daleko vyšší než v současnosti.

Martin Rota se narodil jako mladší ze dvou synů 7. února 1988 ve městě Chodov. Ve dvou letech podstoupil operaci tukového nádoru na zádech, kdy mu byla porušena mícha, proto je nucen se pohybovat o berlích. Po vystudování oboru Informační technologie na Střední průmyslové škole elektrotechnické v Plzni odjel rozšiřovat své obzory na Banff and Buchan College ve Skotsku, kde navštěvoval obor Social scientist (humanitní zaměření), který neukončil diplomem, ale výstupem na nejvyšší horu Afriky. Tímto činem se v roce 2009 stal prvním tělesně postižným Čechem na vrcholu Kilimandžára. Pouze on, jeho jediný průvodce, berle a fakt, že svůj záměr nikomu neoznámil. V tomto okamžiku natočil video jako medailon pro účast v pořadu Show Jana Krause, ale v té době nebylo youtuberství tak atraktivní pro televizní show, a proto nebyl vybrán. Po návratu do České republiky se krátce živil jako programátor, než se ze zdravotních důvodů a touze po kreativním naplnění rozhodl zcela žít YT tvorbou. Typickou vlastností Martina Roty je mimo jiné vytrvalost a nezlomnost, po prvním neúspěšném pokusu o pokoření nejvyšší hory Evropy má tak na svém kontě i vrchol Elbrusu, který se mu podařilo vylézt napodruhé v létě 2015. V témže roce se umístil na 3. místě ve čtenářské anketě českého internetu zpravodajského serveru LUPA.CZ, za videa

naučného kanálu Vědecké kladivo. Jeho několik projektů pravidelně sledují desetitisíce diváků.

Na platformě YouTube začínal anglicky v roce 2009 s animovaným zpravodajstvím o trollech<sup>8</sup> - Troll news. O rok později založil Ztrátu času, kam přidává krátké komediální skeče točené s přáteli. Nejsledovanějším projektem je Naprosto retardovaný. Zde argumentuje a vyvolává diskuze na nejružnější společenská témata ve svém typickém červeném výsadkářském baretu. Započal také mnoho kanálů, na které v současnosti aktivně videa nepřidává, podle jeho vlastních slov pouze čekají ve stínu na svou chvíli – Z formy (2014), Zbytečné recenze (2016). Každé všední ráno v 7:00 vychází pro diváky Zvědátoři s podtitulem Proč to řešíme, kde společně s Patrikem Kořenářem debatují na populárními vědecko-společenskými tématy.

Dalším z jeho mnoha zájmů jsou počítačové hry. Je majitelem rozsáhlé sbírky sběratelských edicí her a plyšových postaviček, které recenzuje v projektu Lepší než pracovat (2016). Jeho hlas můžete také slyšet v české počítačové hře Blackhole, kde namluvil postavu Skeleta nebo filmu Emoji jako trojského koně. Se streamerem Deethanem (Damien Dante) a youtuberem Sterakdarym (Radek Starý) každou středu v 18 hodin vysílají online pořad PodcaSTR o počítačových hrách a filmech, kam si zvou zajímavé hosty k neméně zajímavým tématům ze světa internetu. Je až neuvěřitelné, kolik lidí sleduje jeho vysílání – Nakupovací stream, kde online nakupuje potraviny pro své „přežití“. Pravidelně zveřejňoval populárně-naučné články v měsíčníku tvořeném youtubery s názvem Jj pro děti a mládež, dále autorsky pracoval na knize o osobnostech české YouTube scény, která se jmenuje Já, Jů Tuber 2. Vystupoval také v pořadu televize Prima Aliho partáci.

Často spolupracuje s charitativními organizacemi, kterým ale jak říká otevírá dveře on sám. V minulosti se tak stal například jednou z tváří boje s ALS (Amyotrofická Laterální Skleróza), propagoval petici nadačního fondu Klíček proti zrušení rodičovské ubytovny nemocnice Motol nebo odesílal pohledy z Elbrusu divákům, kteří pod jeho jménem přispěli UNICEFU. Dlouhodobě spolupracuje s organizací Cesta za snem,

---

<sup>8</sup> anonymní internetový účastník snažící se vyprovokovat k emocionální odezvě

se kterou absolvuje akce pro handicapované a videa následně sdílí na svém osobním kanálu. V roce 2016 mu po vleklých zdravotních potížích se zánětem kosti (pístěl) amputována pravá noha pod kolenem. Celý proces dokumentoval ve třináctidílné sérii videí nazvané Amputace na svém osobním kanále. Je častým hostem mnoha přednášek a veřejných debat na nejrůznější témata, které jsou většinou improvizované s Rotovým charakteristickým projevem a notnou dávkou charismatu. Po dosažení čtyřicátého roku svého života se chystá kandidovat na prezidenta České republiky.

### **DeeThane – Damien Dante**

V pořadí druhým respondentem k hloubkovému rozhovoru byl vybrán streamer, komentátor počítačových her a hudebník, který nahrává svou tvorbu na YouTube pod přezdívkou DeeThane, Damien Dante. Jeho osobní kanál byl zaregistrován 27.5.2014 a v současnosti dosahuje téměř osmdesáti tří tisíc odběratelů. Videem s největším počtem zobrazení je pak píseň Zdvořilý gangster, které má 1,4 milionů zhlédnutí. Je nutné podotknout, že není klasickým youtuberem, protože nejčastěji vysílá živě na platformě Twitch. Avšak posléze videa nahrává na YouTube a splňuje tak veškeré charakteristiky platící pro jiné tvůrce, točí zejména Let's play videa.

Damien Dante (občanské jméno) se narodil 12.10.1993 v Třebíči. Od dětství se věnoval sportu, zejména fotbalu a tanci, nakonec u něj ale zvítězil basketbal. Tento týmový sport posléze hrál na republikové úrovni, proto se prolíná celou jeho tvorbou. V šestnácti letech se s rodinou odstěhoval do Kladna, kde vystudoval střední školu a odmaturoval. V této době se živil zejména doučováním anglického jazyka, kdy záměrně mystifikoval své žáky tvrzením, že tento obor studuje na univerzitě. Na vysokou školu nenastoupil a začal pracovat na postu překladatele největší firmy zabývající se prodejem a distribucí řezaných květin v České republice. Při tomto povolání se rozhodl zkusit streamování videí poté, co se náhodou ocitl na jednom z herních turnajů, kde se poprvé setkal s touto možností. Sám se charakterizuje slovy: „Jsem streamer, komentátor, bavič a sexy kluk, co miluje psy“. Jeho hlavním důvodem pro natáčení bylo bavit lidi. Jelikož si rychle získal pozornost diváků, přestěhoval se do Prahy a od ledna roku 2015 se žije pouze streamem a YouTube tvorbou. Brzy zaujal i lidi z herního průmyslu a dostal nabídku ke komentování

e-sportových turnajů her Heartstone a Counter Strike. Vystupuje i na televizním kanále

Prima COOL, kde společně s kolegou Ivanem Lazarovem pravidelně doprovázejí živá vysílání největších herních zápasů z akcí v České republice a na Slovensku. Společně s Martinem Rotou a Radkem Starým pravidelně vysílali pořad Podcastr. Již od dětství inklinoval k hudbě, jeho autorské písně již z roku 2006 jsou dohledatelné na internetu, jednou z nich je i song Loutka. Díky jeho fanouškům a jejich finanční podpoře se rozhodl v roce 2017 začít pracovat na prvním albu nesoucím název ZG.

Stejně jako Martin Rota se pravidelně věnuje mnoha charitativním projektům. Spolupracoval s Klinikou dětské onkologie v Motole, pořádal sbírku hraček pro dětské domovy a navštívil své dětské fanoušky, kteří ho skrz své přátele a rodiny oslovili. Pro své diváky, kteří nazývají svou komunitu Tlupa v roce pořádá mnoho setkání, jakými jsou například basketbalové srazy, hromadné návštěvy kina nebo autogramiády v rámci kampaně #jetovtobě pro společnost Vodafone.

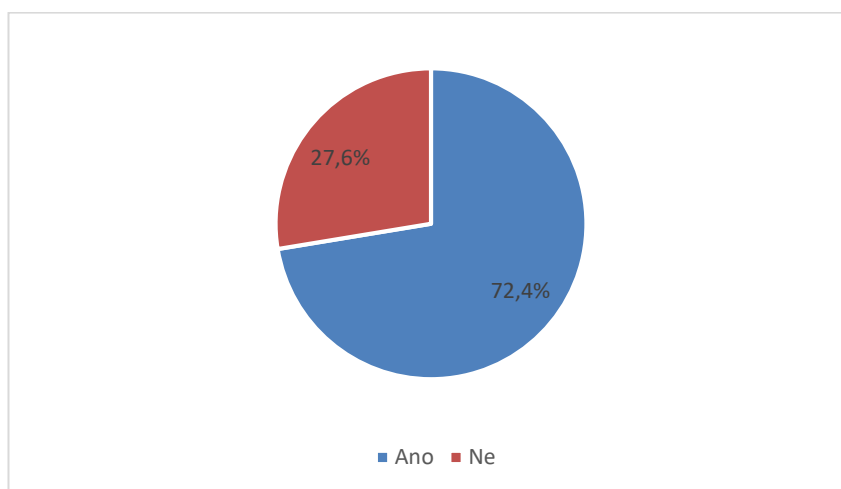
## **6.3 Interpretace a diskuze výsledků**

### **6.3.1 Kvantitativní výzkum**

V této podkapitole jsou prezentovány výsledky jednotlivých otázek z dotazníkového šetření, které jsou prezentovány v totožném pořadí jako v něm samotném. Pro jejich jasnou a jednoznačnou srozumitelnost byl vybrán typ výsečových grafů, ve kterém jsou výsledky procentuálně uvedeny se slovním komentářem. Přepis jednotlivých výroků respondentů z dotazníkového šetření je doslovný, výjimečně došlo pouze k úpravám gramatiky.

## 1. Sleduješ pravidelně videa na YouTube?

Graf 3: Četnost sledování YouTube

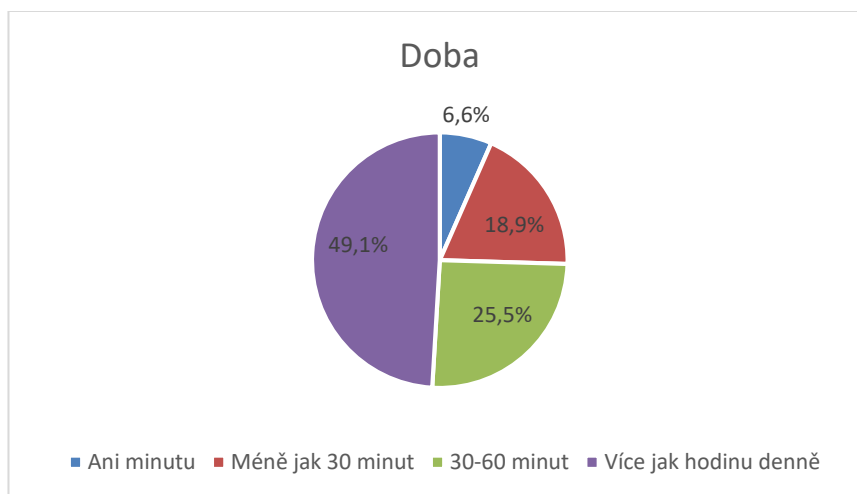


Zdroj: Autorka práce, 2017 (vlastní šetření)

V části dotazníkového šetření, která se jako první zabývá již samotným užíváním platformy YouTube odpovědělo 76 respondentů (tj. 72,4 %), že sleduje videa a 29 respondentů (tj. 27,6 %) YouTube nesleduje vůbec. Na důvody, proč je nesledují se již práce dále neptá.

## 2. Čas strávený sledováním YouTube videí

Graf 4: Doba strávená sledováním videí



Zdroj: Autorka práce, 2017 (vlastní šetření)

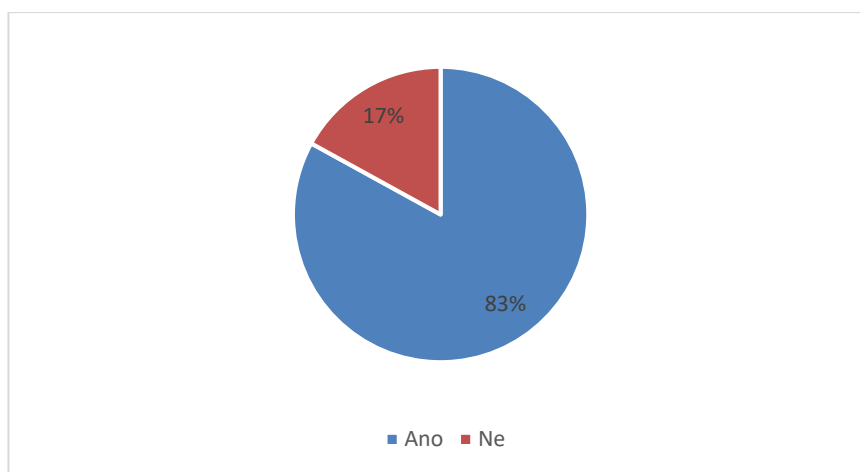
V této otázce měli respondenti na výběr ze 4 možností. Odpovědělo ale pouze 106 osob, dva respondenti otázku přeskočili. Nejčastější odpovědí bylo sledování více jak hodinu

denně, kdy takto odpovědělo 52 respondentů (tj. 49,1 %), 27 respondentů (tj. 25,5 %) kouká na videa po dobu 30-60 minut. Ani minutu denně pak na videa nekouká pouze 7 respondentů (tj. 6,6 %). S předchozí otázkou odpovědi korespondují, protože někteří videa pravidelně nesledují.

K této otázce se pak ani jeden z respondentů hloubkových rozhovorů v kvalitativní části výzkumu nevyjadřuje a nebyl na ně ani dotazován, jelikož otázka se týká pouze uživatelů a ne tvůrců.

### 3. Sleduješ české youtubery?

Graf 5: Četnost sledování českých YouTube tvůrců



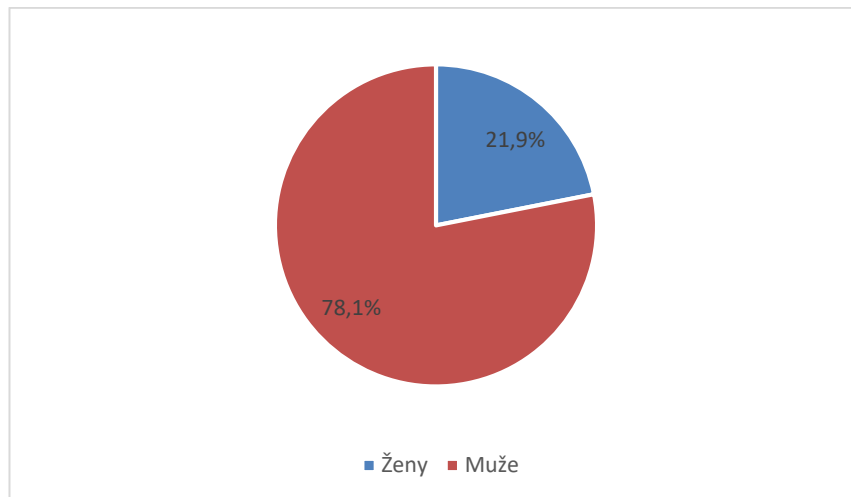
Zdroj: Autorka práce, 2017 (vlastní šetření)

Na otázku, zda respondenti sledují tvůrce domácí scény v rodném jazyce odpověděla většina respondentů, že ano. Konkrétně 88 osob (tj. 83 %) zvolilo kladnou odpověď (tj. 88 osob) a 18 respondentů (tj. 17 %) odpovědělo záporně. U této otázky ale opět odpovědělo pouze 106 osob ze 108, kteří dotazník odeslali.

Opětovně se k tématu nevztahují hloubkové rozhovory, protože tvůrci se nemohou vyjadřovat k otázkám kladeným pro uživatele.

#### 4. Sleduješ spíše ženy nebo muže?

Graf 6: Pohlaví sledovaných tvůrců



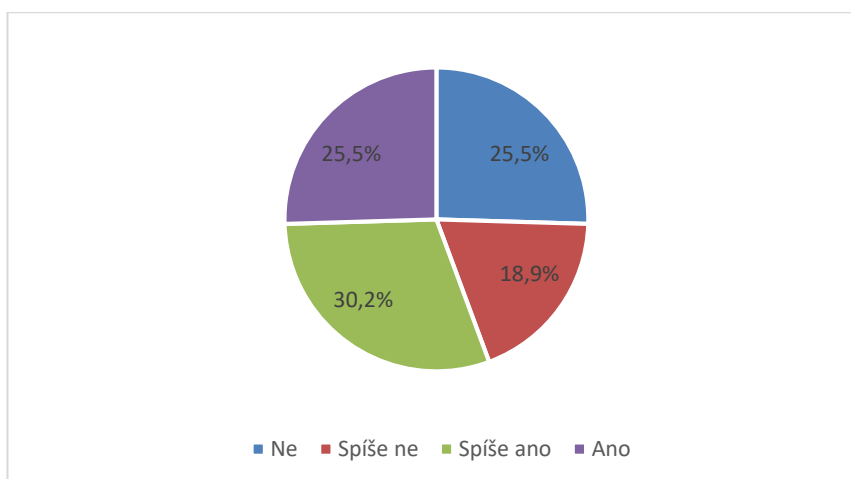
Zdroj: Autorka práce, 2017 (vlastní šetření)

Otázka, která se věnovala pohlaví sledovaných tvůrců byla zodpovězena pouze ve 105 případech ze 108. Uživatelé sledují výrazně více muže, a to až ve 82 případech (tj. 78,1 %). Ženy sleduje na platformě 23 respondentů (tj. 21,9 %).

Hloubkové rozhovory opět nebyly využity po komentář k této otázce.

#### 5. Sleduješ každé video tvého oblíbeného youtubera?

Graf 7: Četnost sledování oblíbeného tvůrce uživatelem



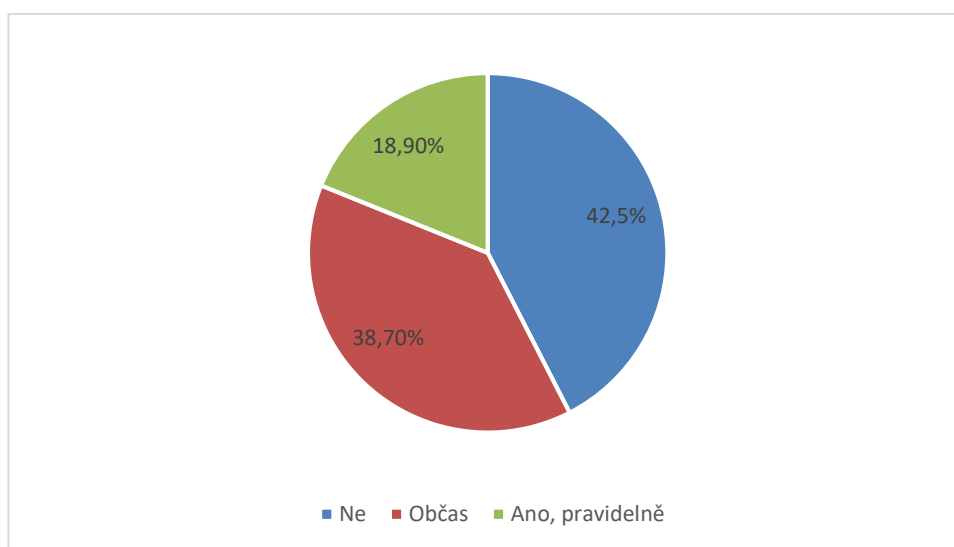
Zdroj: Autorka práce, 2017 (vlastní šetření)

Nejčastěji respondenti uváděly odpověď „spíše ano“, kdy takto odpovědělo 32 z nich (tj. 30,2 %). Shodně pak byly zvoleny odpovědi „ano“ a „ne“, kdy je vybralo 27 respondentů (tj. 25,5 %). Nejméně se vyskytovala odpověď „spíše ne“, kterou zvolilo 20 osob (tj. 18,9 %). K této otázce se vyjádřilo jen 106 respondentů a 2 otázku přeskočili.

Hloubkové rozhovory nebyly k této otázce využívány, protože se jako v předchozích případech nevztahují k tvůrcům.

## 6. Komentuješ jeho videa?

Graf 8: Komentování videí

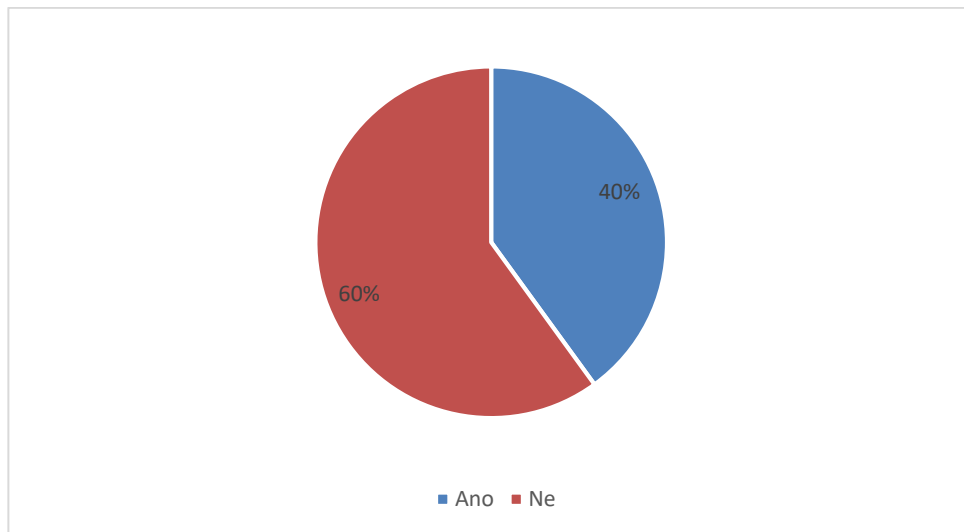


Zdroj: Autorka práce, 2017 (vlastní šetření)

Odpověď, že videa pravidelně komentují si vybralo 20 respondentů (tj. 18,9 %). Pouze občas zanechá komentář 41 osob (tj. 38,7 %) a videa vůbec nekomentuje 45 respondentů (tj. 42,5 %). Otázce se věnovalo 106 ze 108 respondentů.

**7. Napsal /a jsi někdy youtuberovi do komentářů, že ho máš ráda nebo, že ho obdivuješ?**

Graf 9: Vyjádření pomocí fráze "mám tě rád/a" v komentářích

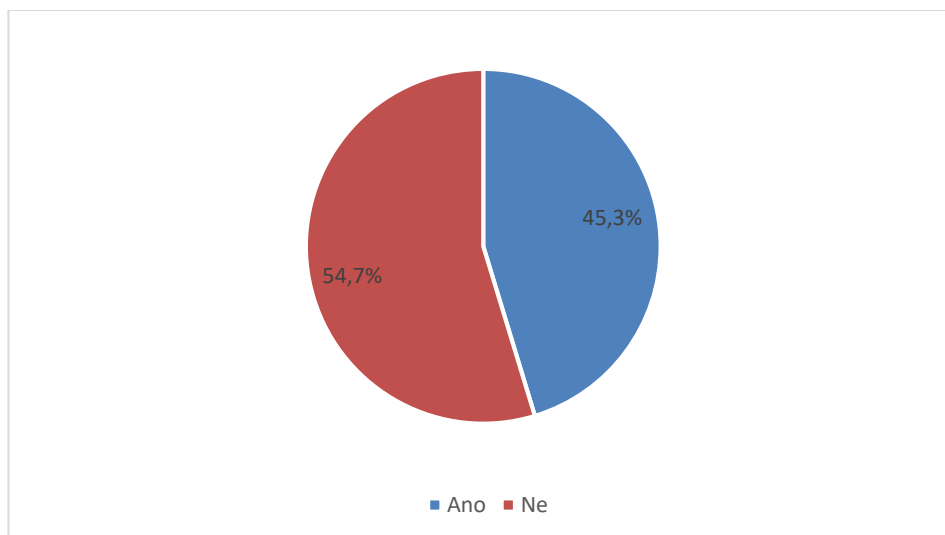


Zdroj: Autorka práce, 2017 (vlastní šetření)

V této otázce odpovědělo 42 respondentů, že někdy vyjádřili náklonnost k YouTube tvůrci pomocí fráze „mám tě rád“ (tj. 40 %), nikdy si takto nepočínalo 63 osob (tj. 60 %). Odpovědělo pouze 105 respondentů ze 108 zpracovávaných.

**8. Setkal /a se s ním někdy osobně?**

Graf 10: Setkání s youtuberem

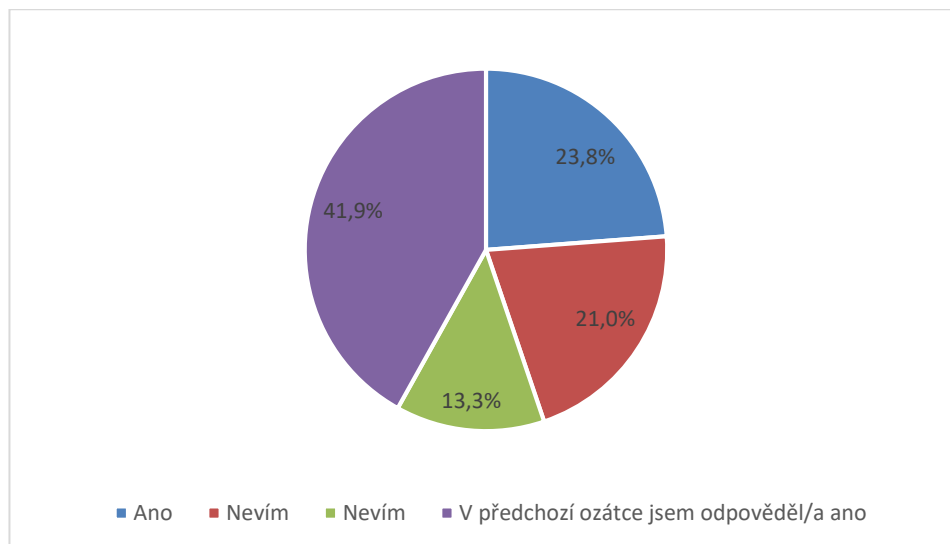


Zdroj: Autorka práce, 2017 (vlastní šetření)

K otázce, zda se respondenti někdy osobně setkaly s nějakým youtuberem, ať už na záměrně plánované akci nebo náhodně na ulici, odpovědělo 58 respondentů „ne“ (tj. 54,7 %) a „ano“ vyplnilo 48 respondentů (tj. 45,3 %). Otázku vyplnilo 105 osob.

#### 9. Pokud ne, chtěl /a by ses s ním setkat?

Graf 11: Touha po setkání s youtuberem

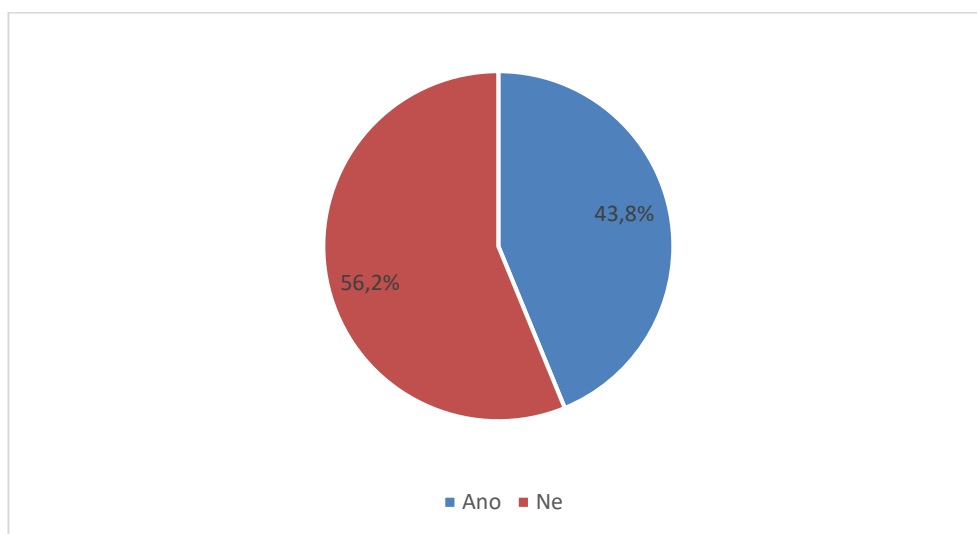


Zdroj: Autorka práce, 2017 (vlastní šetření)

K otázce, zda se respondenti chtějí setkat s youtubery se vyjádřilo opět vyjádřilo pouze 105 osob, kdy 25 z nich (tj. 23,8 %) volilo možnost „ano“, 22 osob volilo možnost „ne“ (tj. 21 %). Nevědělo 14 osob (tj. 13,3 %) a v předchozí otázce se kladně rozhodlo 44 respondentů (tj. 41,9 %).

## 10. Máš nějaké předměty spojené s youtuberem (tzv. merch)?

Graf 12: Četnost předmětů spojených s youtubery



Zdroj: Autorka práce, 2017 (vlastní šetření)

V otázce, která se týkala předmětů spojených s YouTube tvůrci (prodávanými obchody pod licencí) odpovědělo 59 respondentů, že žádný nevlastní (tj. 56,2 %) a 46 respondentů přiznalo vlastnictví těchto věcí (tj. 43,8 %). Jako u předchozí odpovědi se otázce věnovalo jen 105 respondentů ze 108.

## 11. Uved', co pro tebe znamená tvůj oblíbený youtuber.

Tato otázka byla zvolena jako otevřená. Nejčastěji se objevovala odpověď, „nic“ a to hned u 17 respondentů pod různými variacemi jako například „vůbec nic“, „nic akorát se nudím“, „nic, jen ho sleduji“ nebo „nic, je to týpek“. Z důvodu otevřené otázky se vyskytlo také několik případů, kdy respondenti nepochopili otázku nebo přistoupili k vulgárnímu vyjádření jako například: „velké péro“, „?“ nebo „youtuber“.

Dále se respondenti vyjadřovali, že youtuber pro ně vyplňuje volný čas, nudu a je zdrojem zábavy a inspirace jako v těchto následujících případech.

- „Líbí se mi, inspiruje mě.“
- „Srandu.“
- „Je s ním zábava a hraje dobrý hry.“
- „Relax.“
- „Zábavu, uklidnění, smích.“
- „Je milý na fanoušky a má zajímavý koncept videí.“

- „Člověk, který mě pobaví.“
- „Inspiruje mě.“
- „Život.“
- „Je zábavný, rád ho sleduji.“
- „Člověk, co dokáže rozesmát.“
- „Denní zábavu.“

V některých odpovědích respondenti přiznávají, že pro ně youtubeři znamenají něco víc jako například v těchto vyjádřeních:

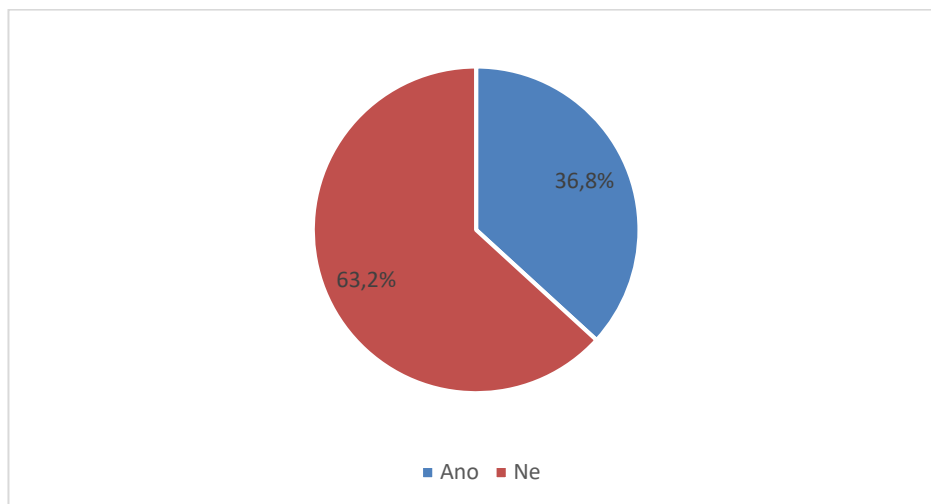
- „Idol.“
- „Kousek mě.“
- „Životní láska <3“
- „Vzor, radost.“
- „Podporu.“
- „Všechno.“
- „Všechno nedokážu si představit svůj volný čas bez youtuberů.“
- „Tvůrčí osobnost schopná mě motivovat, tak to je pro mě JůTúber.“
- „Dělá věci, co bych chtěl jednou taky dělat.“

Také se vyskytla jedna velice odlišná odpověď od všech ostatních, která spíše zodpovídá na otázku, proč se respondent zajímá o youtubery.

- „Nesleduji ho a nebýt mé kamarádky o něm nic nevím, ale tím že všichni sledují YouTube a já chci jít s davem, tak jsem se o něj začala zajímat více.“

## 12. Vnímáš ho jako svého přítele?

Graf 13: Vnímání youtubera jako přítele

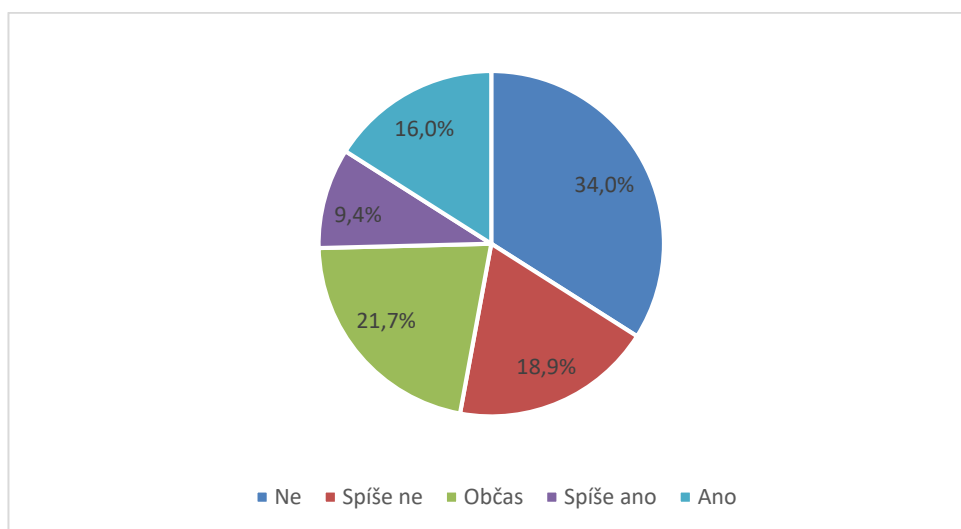


Zdroj: Autorka práce, 2017 (vlastní šetření)

Na tuto otázku odpovědělo 106 respondentů. Jako přítele vnímá youtubera 39 respondentů (tj. 36,8 %). Pocit, že není youtuber jejich přítelem pak má 67 respondentů (tj. 63,2 %).

## 13. Komunikuješ s ním, když sleduješ jeho video (mluvíš na něj, směješ se, apod.)?

Graf 14: Reakce k youtuberovi z pozice diváka



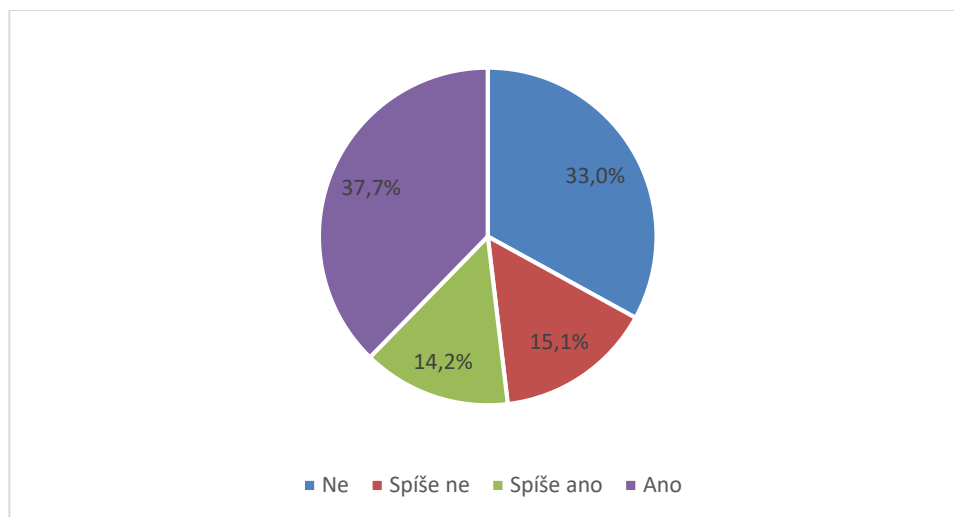
Zdroj: Autorka práce, 2017 (vlastní šetření)

Otázku vyplnilo 106 respondentů, kteří nejčastěji volili odpověď „ne“ a to ve 36 případech (tj. 34 %), následovanou odpovědí „občas“ ve 23 případech (tj. 21,7 %).

Odpověď „spíše ne“ si vybralo 20 osob (tj. 18,9 %) a „spíše ano“ pouhých 10 respondentů (tj. 9,4 %).

#### 14. Je pro tebe nějaký youtuber vzorem?

Graf 15: Youtuberi jako vzor



Zdroj: Autorka práce, 2017 (vlastní šetření)

Odpověď, že je pro ně youtuber vzorem si vybralo 40 respondentů (tj. 37,7 %). Možnost „spíše ano“ zaškrtnulo v dotazníkovém šetření 15 osob (tj. 14,2 %), „spíše ne“ pak zvolilo 16 respondentů (tj. 15,1 %). A jako vzor je vůbec nevnímá 35 respondentů (tj. 33%) ze 106 odpovídajících. V části hloubkových rozhovorů se k tomuto tématu blíže vyjádřil Martin Rota.

#### 15. V čem chceš být jako on?

Tato otázka byla koncipována jako druhá otevřená. V sekci pro vyplnění byla zadána možnost krátké odpovědi. Odpovědělo pouze 82 respondentů. Nejčastěji se vyskytovaly podobné negativní odpovědi typu: „ničem“, „nechci“, „nechci být jako on“ a to hned ve 20 případech. Opětovně se objevily 2 vulgární odpovědi: „VELká vagyna“ a „peníze, kurvy“. V některých případech respondent nezodpovídá kladenou otázku, ale pouze nejasnou odpověď:

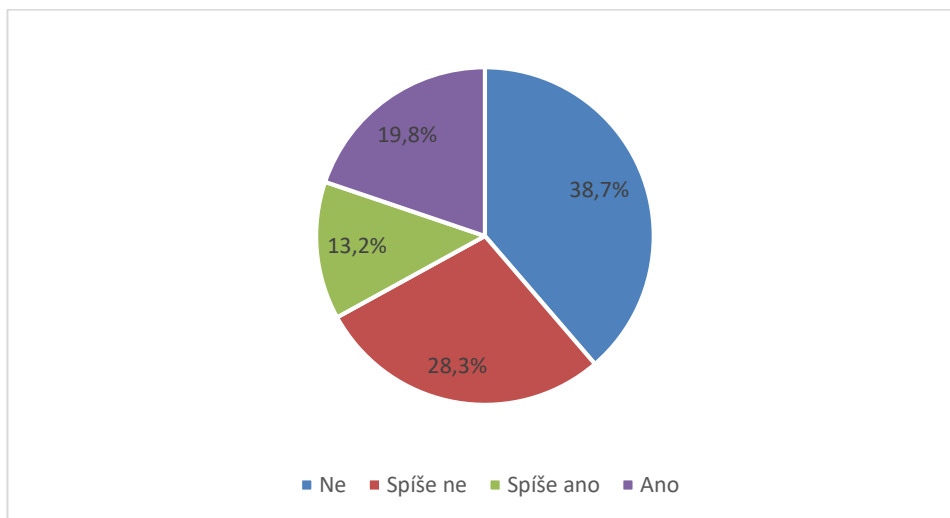
- „:“
- „Carrie Cirsten fotit nahe fotky.“
- „Youtuberku kterou sledují zabírá hračkové koníčky a má jich docela hodně takže jich chci mít podobně jako má.“

Dvakrát se objevila odpověď: „je inteligentní“. Dále byly vybrány tyto rozsáhlejší nebo rozmanitější odpovědi:

- „Je vtipný a dost úspěšný v tom, co dělá.“
- „Chci být stejně bohatý.“
- „Být úspěšný a známý.“
- „Chtěla bych být tak pěkná jako ony.“
- „Chci umět hrát hry jako on.“
- „Mít tolik přátel jako má on.“
- „Peníze a vliv.“
- „Být oblíbená.“
- „Bavit lidi.“
- „Chtěla bych mít podobné názory a být stejně vychovaná.“
- „Většinou se koukám na to, jak někdo staví domy v jedné hře. Chtěla bych stavět tak hezké domy jako ona.“
- „Chci být stejně vtipná. A otevřená.“
- „V tom že si de za svým snem a překonává všechny překážky.“
- „Je mým vzorem, ale nepotřebuju ze sebe dělat něco, co nejsem.“
- „Chci umět hrát na kytaru jako on.“
- Populární.
- „Tím že se nebojí natáčet před kamerou a že jsou sebejistí.“
- „V ničem každý by měl být takový jaký už je a neměnit se.“
- „Chci dosáhnout toho, čeho dosáhl on“
- „Být úspěšný.“

## 16. Přemýšlíš o něm, když zrovna nekoukáš na jeho video?

Graf 16: Přemýšlení o youtuberovi mimo sledování jeho videí

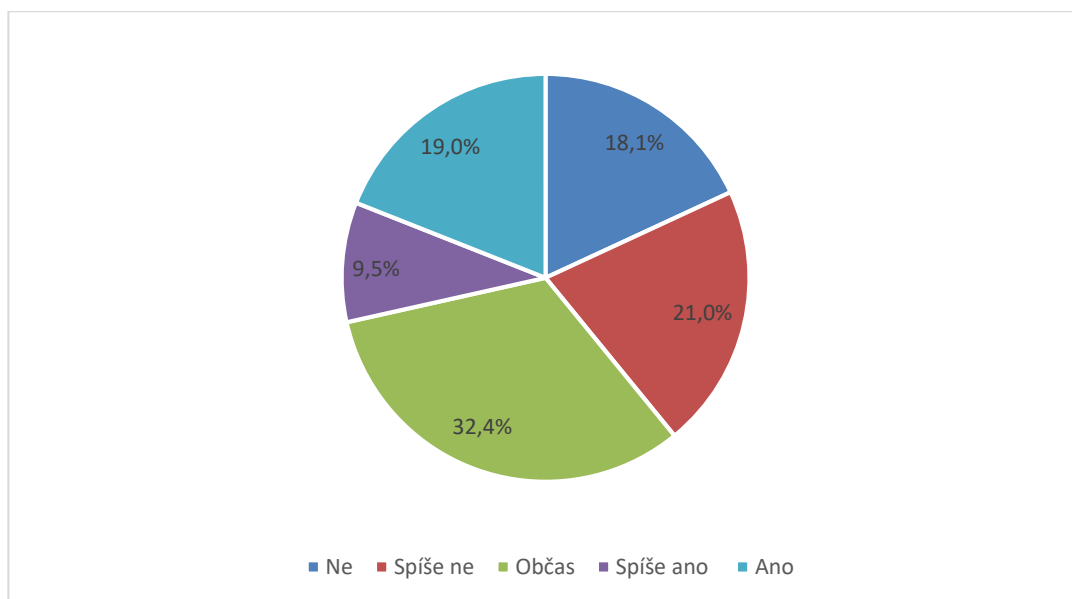


Zdroj: Autorka práce, 2017 (vlastní šetření)

Na otázku, zda respondenti přemýšlí o youtuberech, když zrovna nesledují jejich videa odpovědělo 21 osob „ano“ (tj. 19,8 %), možnost „spíše ano“ si zvolilo 14 osob (tj. 13,2 %). Dále se ve výsledcích objevuje možnost „spíše ne“, kterou si vybralo 30 osob (tj. 28,3 %) a úplně zamítlo přemýšlení o nich 41 respondentů (tj. 38,7 %). Opětovně odpovědělo 106 respondentů a nebylo zde využito komentáře z hloubkových rozhovorů.

## 17. Baviš se o něm s přáteli?

Graf 17: Diskutování o youtuberech s přáteli



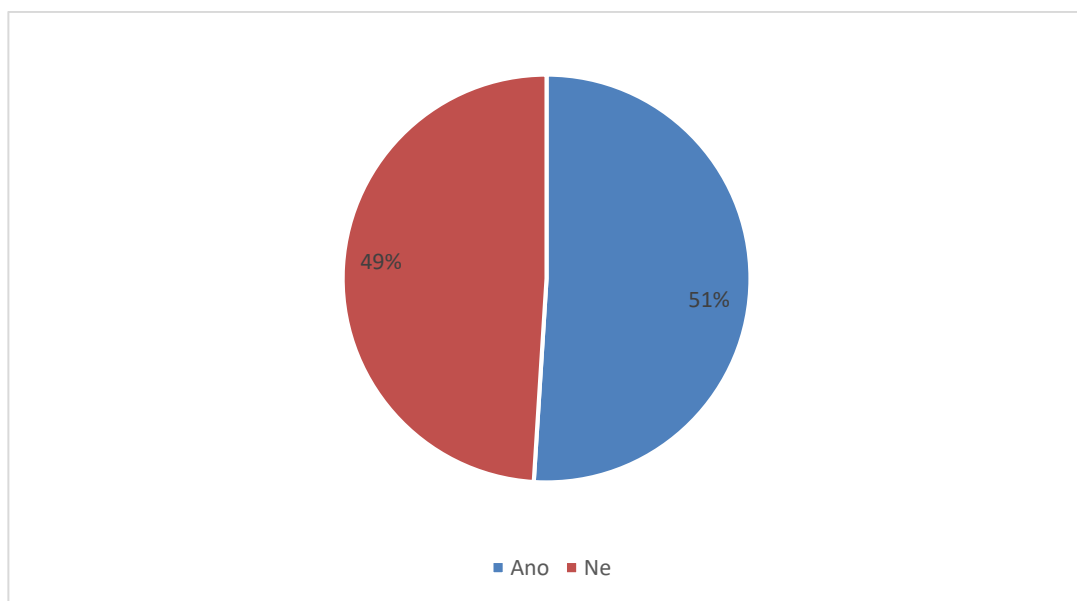
Zdroj: Autorka práce, 2017 (vlastní šetření)

Na tuto otázku zodpovědělo 19 respondentů, že se vůbec nebaví o youtuberech s přáteli (tj. 18,1 %), „spíše ne“ si vybralo 22 respondentů (tj. 21 %). Odpověď „občas“ zvolilo nejvíce respondentů ve 34 případech (tj. 32,4 %), v četnosti výskytu následovala odpověď „ano, pravidelně“, kterou zvolilo 20 respondentů (tj. 19 %) a „spíše ano“ zvolilo pouze 10 respondentů (tj. 9,5 %).

Hlubkových rozhovorů zde nebylo využito a odpovědělo 105 respondentů.

#### **18. Kontaktoval/a jsi někdy youtubera na sociální síti v osobní konverzaci?**

Graf 18: Četnost paní youtuberům na sociálních sítích

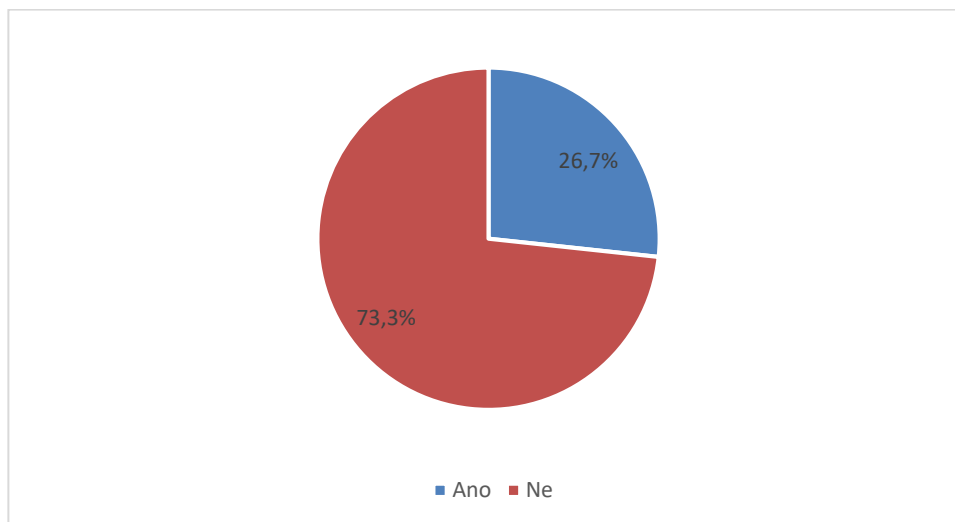


Zdroj: Autorka práce, 2017 (vlastní šetření)

V osobní konverzaci na sociální síti kontaktovalo někdy nějakého youtubera až 53 respondentů (tj. 51 %), nikdy k tomuto kroku naopak nepřistoupilo 51 respondentů (tj. 49 %). Otázku zodpovíдалo 104 osob.

**19. Pokud ano, svěřil/a ses mu s osobním problémem nebo ho požádal/a o radu?**

Graf 19: Svěřování s osobními problémy nebo žádost o radu

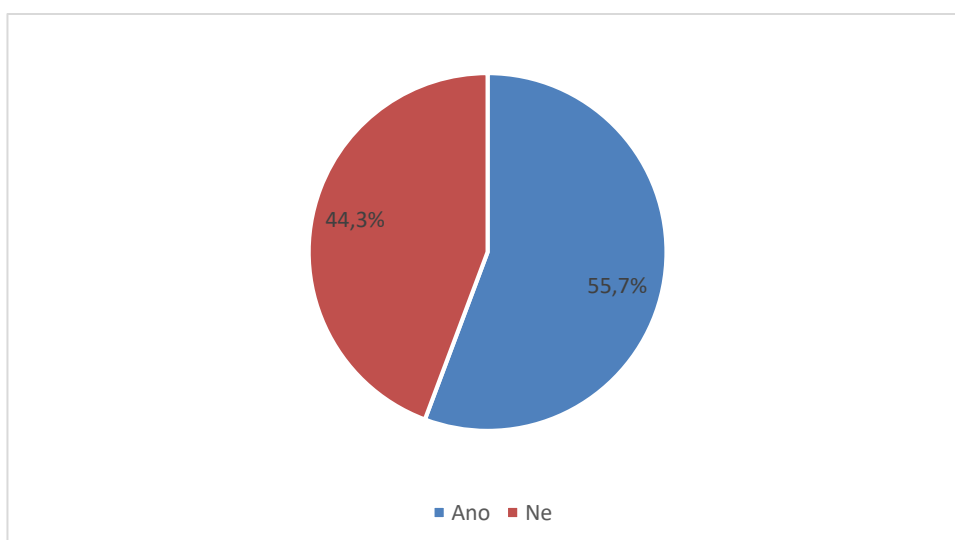


Zdroj: Autorka práce, 2017 (vlastní šetření)

V otázce, která navazuje na předchozí, která se dotazovala, zda někdy respondenti kontaktovali youtubera na sociální síti, se přiznalo 28 osob, že je touto poprosili o radu (tj. 26,7 %) a 77 respondentů tak nikdy neučinilo (tj. 73,3 %). Tuto část dotazníkového šetření vyplnilo 105 respondentů.

**20. Natočil/a jsi někdy vlastní videa a uploadoval/a ho na YouTube?**

Graf 20: Četnost nahrávání videí na YouTube



Zdroj: Autorka práce, 2017 (vlastní šetření)

Na závěrečnou otázku dotazníkového šetření, která se ptá, jestli respondenti někdy také nahráli video na YouTube odpovědělo 59 osob „ano“ (tj. 55,7 %) a 47 osob zvolilo zápornou odpověď (tj. 44,3 %). Na otázku opět odpovědělo pouze 106 respondentů. Nebylo zde nijak využito hloubkových rozhovorů.

Na základě výše zpracovaných výsledků dotazníkového šetření budou následně ověřeny tři předem stanovené hypotézy, buď potvrzeny nebo vyvráceny. (viz. Kapitola 7.1).

**Hypotéza č.1:** Adolescenti ve věku 10–13 let sledují videa českých youtuberů proti věkovým omezením platformy YouTube více jak hodinu denně.

Hypotéza č.1 byla potvrzena. Hypotéza pracovala s předpokladem, že více jak polovina dětí ve věku 10–13 let sleduje platformu YouTube. Konkrétně pak necelých 73 % adolescentů (viz. Graf 4) si pravidelně pouští tato videa, což je ale zcela proti uživatelskému řádu účtu Google, který je dostupný v České republice až od 13 let. Znamená to tedy, že děti běžně lžou na internetu o svém věku. Otevírá se zde ale možnost i delšího časového úseku, kdy děti mohou sledovat videa průběžně celý den a nedokážou později odhadnout takto strávený čas nebo se k němu nechtějí přiznat. Čtvrtina žáků pátých a šestých tříd přistoupí k tomuto zdroji zábavy na půl hodiny až hodinu. Pouhých 6 % obsah na platformě YouTube nesleduje během dne vůbec. Vychází otázka, proč tomu tak je. Důvody mohou být různé, buď nemají zájem o druh takto vyplněného volného času, nemají přístup k internetu, osobnímu počítači (nebo jinému zařízení) nebo jim bylo sledování zakázáno rodiči.

**Hypotéza č.2:** Adolescenti ve věku 10–13 let považují youtubery za své přátele.

V pořadí druhá hypotéza byla vyvrácena. Vycházela z předpokladu, že většina adolescentů, kteří sledují konkrétní youtubery si k nim postupně začne utvářet přes parasociální interakce parasociální vztah, který později začínají vnímat jako jistou formu přátelství (viz. Kapitola Parasociální interakce a parasociální vztahy). Hypotéza ale nebyla potvrzena, protože pouhých 37 % (viz. Graf 14) přiznalo, že youtubery takto vnímá. Lze ale říci, že pokud děti nechtěly použít slovo „přítel“, které je dosti osobní, samy definovaly vyjádření jako: „idol“, „kousek mě“, „život“, „inspiraci“ nebo v mnohých případech naopak: „vůbec nic“. Dojem přátelství mohou získat i na základě

možnosti komentování videí, kdy jim mnohdy youtubeři odpovídají. Až 57 % adolescentů někdy přistoupilo k okomentování videopříspěvku (viz. Graf 9), ať už s nějakou připomínkou, dotazem nebo vyjádřením náklonnosti tvůrci velice oblíbenou formulací „mám tě rád“, ke které se ve výzkumné části přiznalo 40 % dětí (viz. Graf 10). Jistou roli může hrát i osobní setkání s youtubery, kdy se s nimi setkali ať už záměrně na nějaké akci nebo zcela náhodně až 45 % (viz. Graf 8), pokud však tuto zkušenost doposud neměly, rády by s nimi setkaly ve více jak 24 % případů (viz. Graf 9). Vlastnictví předmětů spojených s youtubery také může hrát jistou nepřehlédnutelnou roli, ať se jedná o velice oblíbenou formu podpisů, fotografií nebo záměrně prodávaných předmětů samotnými youtubery (např. plakáty, trička, náramky, aj. – tzv. „merch“) jež vlastní až 44 % adolescentů (viz. Graf 10). Mnozí respondenti u sebe také alespoň někdy vyzorovali reagování na tvůrce videa, když ho sledují ve 47 % (viz. Graf 15), které je běžným projevem parasociální interakce. Ta může být podporována i diskutováním o youtuberech v rámci vrstevnické skupiny, kterou připustilo 61 % (viz. Graf 18), avšak většina adolescentů po vynutí videa již o youtuberech nepřemýšlí – 67 % (viz. Graf 17).

**Hypotéza č.3:** Adolescenti ve věku 10–13 let kontaktují youtubery na sociálních sítích v soukromých zprávách a svěřují se jim s osobními problémy nebo je žádají o radu.

Hypotéza č.3 byla částečně vyvrácena. Tato hypotéza předpokládala, že více jak polovina žáků pátých a šestých tříd někdy přistoupila ke kontaktování youtuberů v soukromých zprávách na sociálních sítích (tj. Facebook, Instagram) se žádostí o radu nebo u nich hledala jistou formu útěchy, když se jim svěřil s osobním problémem. Z dotazníkového šetření následně vyplynulo, že zprávu odeslalo někdy 51 % adolescentů (viz. Graf 18), s problémem se rozhodlo svěřit téměř 27 % z nich (viz. Graf 19).

### 6.3.2 Kvalitativní výzkum

Ani jeden rozhovor nebyl po jeho uskutečnění přepsán do písemné podoby z důvodu jejich velké časové náročnosti a mnoha jiných témat, která nesouvisela s výzkumem. Zůstal tedy pouze v audio podobě přiložený ve formátu mp3 jako příloha k práci.

Po uskutečnění obou rozhovorů byla data analyzována technikou otevřeného kódování, kterou uvádí Švaříček: „Při otevřeném kódování je text jako sekvence rozbit na jednotky,

těmto jednotkám jsou přidělena a s takto nově pojmenovanými fragmenty textu potom výzkumník dál pracuje.“ (Švaříček, 2007, s. 211).

Následně byla vybrána metoda tužka papír (jinak také kódování v ruce), kterou Švaříček (2007, str.221) interpretuje následovně: „Jakmile máme vytvořený seznam kódů, je možné začít s jejich systematickou kategorizací.“

Byly vytvořeny čtyři tematické kategorie k analýze vzniklých rozhovorů.

- Komunikace s „fanoušky“ na akcích a přes zprávy na sociálních sítích
- Možnost navázání přátelství
- Youtubeři jako vzor
- Pomoc s osobními problémy formou zpráv na sociálních sítích

Jako nejvhodnější technika pro zpracování bylo vybráno tzv. vyložení karet, kdy jsou „kategorie vzniklé skrze otevřené kódování uspořádány do nějakého obrazce či linky a na základě tohoto uspořádání je sestaven text tak, že je vlastně převyprávěním obsahu jednotlivých kategorií.“ (Švaříček, 2007, s.226)

- **Komunikace s „fanoušky“ na akcích a před zprávy na sociálních sítích**

První kategorií byla zvolena komunikace s „fanoušky“ na akcích a prostřednictvím sociálních sítí. Martin Rota se vyjádřil: *„je to kus od kusu, jsou ti, co přijdou a někdy jsou až překvapivě inteligentní, a pak jsou takový ty, co vidí youtubera a jdou se s ním vyfotit, ačkoliv nemají vůbec tušení, kdo to je. Akce jsou v tomhle ohledu výjimečnější, jsou vlastně standardizovaný chováním, mají určitou etiku. Ale když někoho potkám na ulici, tak je to možná víc přirozený tím bodem, že to je mimo to prostředí. Kolikrát chtějí lidi jen pokecat, aniž by si z toho něco odnesli. Nejsou na tu situaci připravený a zeptají se na úplnou blbost, jako co jsem třeba studoval za vysokou. Sice se snažím maximalizovat na akcích svoji přítomnost mezi lidma, ale kolikrát jsem jen jedinej youtuber, kterýho potkají, tak jsem jen přidaná hodnota. Ale já o sobě nemám problém mluvit s cizíma lidma.“* DeeThane s komunikací také nemá problém: *„většinou se chtějí jen vyfotit, ale to záleží na situaci, ale někdy mě zastaví na ulici a ptají se, jak se mám, ale spíš se ptám já jich, protože nechci mluvit o sobě“.*

DeeThane přiznal, že mu lidé projevují náklonnost: „dost často mi říkají, že mě mají rádi, ale snažím se to jen proplachovat, než aby mi to uvízlo v hlavě“. Zkušenost Martina Rota je opačná: „ne, neříkají. Spíš se používá, že jsem jejich nejoblíbenější youtuber. Ale to rádi, si myslím, že se mi nestává. To se stává jiným youtuberům. Moje publikum nemá pocit, že by mi to mělo říkat. Jen občas se mi stane, že mě chce na akci nějaká holka obejmou, ale ta je většinou hluboko pod zákonem a viděla tak jedno moje video.“ Zkušenost s objímáním má i DeeThane: „obejmout mě chce dost lidí a mě to vůbec nevadí, když jim to udělá radost.“

Martin Rota říká, že děti jsou více otevřené přímé komunikaci než dospělí lidé: „více přijdou děti a jsou oprsklejší, což není negativní věc. Je to lepší než, když se skupina lidí dívá zcela podezřele mým směrem, když čekám na tramvaj a nic neudělají.“ DeeThane pro tuto situaci používá vlastní název: „s kamarádem jsme vymysleli, že se fanoušci dělí na dvě skupiny – čumilové a přichozí.“

Jako problematickou záležitost vidí Martin Rota komunikaci s dívkami u citlivějších případů: „na interakci není moc času, tak člověk nahazuje velice přátelský způsob, určitou familieritu. Spustím, jako kdybychom se bavili normálně, a to může být někdy neepochopený, ale přepochopený. Přijdou s větším očekáváním a můžou to pochopit jako určitou formu flirtu. Jakmile to ucítím, tak je potřeba to rychle srazit.“ DeeThane se vyjádřil následovně: „snažím se být slušný, ale pro holky nedostupný.“

V porovnání lze tedy říci, že oba dva nemají vůbec žádný problém komunikovat s cizími lidmi jak na ulici, tak na akcích k tomu určených. Náklonnost prostřednictvím velice oblíbené formule: „mám tě rád“ přiznává pouze DeeThane, protože jeho publikum má k takovému chování blíže. Nemají rádi lidi, co je okatě pozorují nebo je dokonce fotí, ale nepřijdou za nimi. Shodují se také u problematiky komunikace s dívkami, která může být brána jako forma flitru, když jsou milí.

- **Možnost navázání přátelství**

Druhou kategorií v pořadí je možnost navázání přátelství s fanoušky. Martin Rota říká, že mu lidé běžně píšou, že by se chtěli kamarádit: „píšou, že jsou v tom stejní a nikdo v jejich okolí takový není, tak jestli bychom se mohli bavit. Můj problém je ale v tom, že já mám kolem sebe jen takové lidi jako jsem já. Může to vyznít arogantně, ale já nemám

*důvod se s těma lidma bavit. Ale jde jen čistě o to, že mám limitovaný množství času, kterej mám rád. Těch lidí je prostě moc. Jednodušší je kategoricky odmítnout všechny, což dělám.“* DeeThane říká, že naopak kvůli YouTube poznal hodně lidí, se kterými se později spřátelil: *„spoustu lidí takto znám a můžu říct, že jsme kamarádi. Dáváme si dárky, oslavujeme společně a scházíme se na srazech.“*

Martin Rota upozorňuje, že mnoho lidí si neuvědomuje cestu navazování přátelství: *„jakýkoliv vztah prochází formou setkávání, komunikace, a tak se to postupně vyvíjí. Ale protože mě kolikrát znají víc jak já je, tak se snaží tento krok přeskóčit. Ale já prostě nemám moc důvod se bavit s mladšíma lidma. Říká se, že herci chodí s herečkama, a tak to je i tady. Jako neměli bychom stejná témata pro větší přátelství, takže to je spíš slepá láska z jejich strany a doufání, že by se tomu tak mohlo stát.“* Důležitá je taky aktivita v komunikaci: *„často komentovat a být aktivní zvětší potom šanci, že si je zapamatuju a případně jim budu odepisovat, z čehož by se mohlo potom stát přátelství třeba. Vždy toho o mně ale budou vědět víc, takže nebudeme startovat na stejné čáře.“* DeeThane tuto tezi potvrzuje: *„je to problém, protože mi vadí, když lidi o mně ví všechno a já o nich nic.“*

Oba připouštějí, že přátelství s fanoušky lze skrz určitou formu navázat, ale bude to velice složité a u mladších lidí je to téměř nemožné.

- **Youtubeři jako vzor**

Třetí kategorií je vnímání youtuberů jako vzorů. Martin Rota uvedl: *„lidi, co mi říkají, že jsem jejich vzor tak se snažím motivovat k tomu, aby byli co nejvíc kritický k tomu, co říkám a dělám, protože občas říkám a dělám hovadiny.“* Jako vzor se cítí i DeeThane: *„jsem těm lidem vzorem, i kdybych si to nepřál. I kdybych jim nakrátko říkal, že jim nechci být, tak jsem. Vím, že moje skutky lidem na internetu dokážou ovlivnit hlavu.“* Martin Rota se cítí být za své chování zodpovědným: *„nikdo z nás není dobrej, ale to je spíš filosofická otázka. Jde jen o tom, kdo se snaží pak víc nebo míň. Takže je otázka, zda se všichni nechováme tak, že vytváříme vzory. Ale lidi, co mě vnímají jako vzor a jsou názorově nejbliž by si na to měli dávat bacha. DeeThane si také uvědomuje, že je v mnoha případech vnímán mladšími dětmi jako vzor: „uvědomuju si tuhle sílu, a proto se snažím být těm lidem vzorem a snažím se je motivovat a inspirovat, aby se nebáli a dělali to, co chtějí dělat. Ale neříkám, že to vždy funguje a neříkám, že vždy plním tu roli na sto*

*procent. Jsem sprostěj a chovám se občas jako idiot, ale jsem jen člověk. Ale ať radši poslouchají mě než někoho, kdo jim bude říkat, ať berou drogy chlastaj nebo hulej.“*

Jak Martin Rota, tak DeeThane se shodují, že jsou zejména dětmi vnímány jako příklady a snaží se podle toho upravovat své chování, které se vztahuje zejména na obsah jejich videí.

- **Pomoc s osobními problémy formou zpráv na sociálních sítích**

Posledním tématem hloubkových rozhovorů je pomoc s osobními problémy formou zpráv na sociálních sítích. Martin Rota říká: *„já odpovídám na hodně málo zpráv a skoro nikomu koho neznám, ale všechny je čtu. Opačný postoj zaujímá DeeThane: „na takový věci teď neodepisuju vůbec, ale v minulosti jsem to dělával.“* S problematikou sdělování problémů, žádostmi o radu nebo dokonce zprávy, kde se objevují sebevražedné tendence komentuje Martin Rota následovně: *„když se objeví takováhle zpráva, tak na ni jako na jedinou odpovím. Ale když budou lidi vědět, že to je jediná forma, kdy odpovídám, tak se bojím, to pak budou lidi dělat a nemyslím si, že to do nějaké míry dělají záměrně.“* DeeThane se chce v budoucnu na tento problém zaměřit: *„na Vánoce chci založit email pro lidi, co na tom budou špatně. Jeden sen si sednu a na všechno jim budu odepisovat. Když budou sami, aby nepodlehli těm mentálním problémům. Pak mě to bude asi štít, že jsem to udělal ale prostě vím, že to k něčemu může být a ty lidi mě budou poslouchat. Když je to fakt akutní a vážný, tak se jim snažím odpovědět, ale je to těžký, protože člověk nepozná, kdy je to fakt akutní a vážný.“*

Jak Martin Rota, tak DeeThane přiznávají, že se na ně lidé obrací s žádostmi o radu a v extrémních případech se může jednat až o myšlenky na sebevraždu nebo sebepoškozování. I přes to, že k tomu nemají žádné vzdělání, tak se snaží lidem pomoci, když si těchto zpráv všimnou. Obávají se, ale zneužitelnosti. Mohlo by se podle nich stát, že by je takto lidi chtěli upoutat a donutit k odepisování a věnování se jim, což může být způsobeno i nedostatkem pozornosti.

## 6.4 Shrnutí průzkumu

### 6.4.1 Kvantitativní průzkum

Cílem průzkumu bylo, jaký vliv mají youtubeři na adolescenty ve věku 11-13 let. Průzkum si kladl za cíl potvrdit nebo vyvrátit předem stanovené hypotézy, které vyplývaly z výzkumných otázek k tématu. Dotazníkové šetření probíhalo v pátých a šestých třídách mladoboleslavských základních škol.

Získané dotazníkové šetření po jeho uskutečnění potvrdilo první hypotézu, že adolescenti ve věku 11-13 let sledují videa českých youtuberů proti věkovým omezením platformy YouTube více jak hodinu denně. Výsledek nebyl ale žádným překvapením, protože většina dětí v dnešní době vlastní internet a má přístup k platformě YouTube. Nelze také očekávat, že nutné potvrzení věku pro registraci bude pro děti překážkou. Mnozí totiž na internetu o svém věku záměrně lžou. A je známo, že zakázané ovoce nejvíce chutná. Potvrzena byla i druhá část hypotézy, jež tvrdí sledování videí více jak hodinu denně. Blíže již ale takto strávený čas nebyl specifikován, existují jistě případy, kdy dochází ke sledování mnohem delší časové úseky. Je velice nutné čas omezovat a sledovat obsah vyhledávaný dětmi, protože mnohé z nich jsou nevhodné. Jako vhodná doporučení bylo vybráno: nechat se dětmi o službách YouTube pučit o legálnosti jejich užívání. Otevřít si vlastní účet na YouTube nejlépe s jeho pomocí, kdy uvidíte, jak s platformou umí pracovat. Nutná je komunikace o youtuberech a tématech jejich videí, která může být vedena i formou zábavných diskuzí s dětmi a jejich přáteli.

Dotazníkové šetření následně zkoumalo hypotézu, zda adolescenti ve věku 10–13 let považují youtubery za své přátele, která byla vyvrácena. K tomuto jevu dochází a je možné, že pouze použité slovo „přítel“ nebylo pro adolescenty vhodné. Vliv na ně, ale mají jako blízcí členové rodiny, youtubeři jsou pro některé útekem od reality, často byly definováni jako „všechno“ nebo „celý život“. Tato vyjádření mohou směřovat k závěrům, že některým dětem mohou nahrazovat rodiče nebo sourozence, vrstevnickou skupinu, tímto problémem se ale práce nezabývá. Alarmující ale je zjištění, že 37 % procent dětí je opravdu za své přátele vnímá.

Poslední hypotéza byla částečně vyvrácena. Zkoumala dva jevy, kdy jeden byl potvrzen, ale druhý vyvrácen. Potvrzeno bylo kontaktování adolescenty na sociálních sítích v soukromých zprávách. Zjištění bylo velice překvapující, protože k účelu kontaktu je na YouTube primárně určena sekce komentářů. Lze tedy říci, že děti s nimi chtějí navázat bližší vztah a záleží jim na pozornosti a případně i názorů, který jim takto může být sdělen. Vyvrácena byla ale druhá část hypotézy, jež zahrnovala kontakt v soukromých zprávách za účelem svěření se s osobním problémem, nelézt u nich útěchu nebo řešit v extrémních případech i myšlenky na smrt. I tak jim ale ve více jak třetině případech svěřují. Rodiče by se měli zajímat o problémy svých dětí a nenechávat je svěřovat se cizím lidem, kteří i z přihlédnutím na jejich věk a celkovou mentální vyspělost nemusí být vhodným rádčem při jejich nejintimnějších problémech a starostech.

Výzkum vyvrátil a potvrdil zcela nebo částečně stanovené hypotézy, jež byly stanoveny za začátku praktické části práce. Průzkum přinesl očekávané výsledky, nicméně ale i ty zcela překvapivé z důvodu anonymity dotazníkového šetření. Pro snadnou orientaci ve velkém množství dat byly výsledky zpracovány do přehledných výsečových grafů.

#### **6.4.2 Kvalitativní průzkum**

V první řadě je nutné podotknout, že zkoumání skupiny youtuberů je v mnoha ohledech problematické a složité, protože každý vnímá své publikum a fanoušky jiným způsobem. Na jedné straně jsou otevření komunikaci s nimi přes sociální sítě formou osobních zpráv, které ve většině případů čtou, ale odpovídají jen na ty nejnutnější z nich, které se týkají depresivních stavů, myšlenek na sebevraždu. Zároveň ale oba přiznávají, že jistou výhodu má ženské pohlaví, kterému odpoví spíše. Vyzdvihují také případy, kdy se dostávají do kontaktu s dětmi trpícími poruchou autistického spektra. V jednom rozhovoru se objevuje i problematika kontaktování youtubera napříč všemi sociálními sítěmi u každého jeho příspěvku. Každý z youtuberů má ale jinak velký počet jeho odběratelů na jeho YouTube kanále, zúčastňuje se akcí pro fanoušky v menší nebo větší míře, také jsou otevřenější nebo uzavřenější v komunikaci s nimi z hlediska svých povahových rysů. Proto je potřeba brát na zřetelnost, že nelze použít všechny komparace a závěry vyplynulé z kvalitativního výzkumu za relevantní pro všechny youtubery. Lepší reprezentativní vzorek by tvořil mnohem větší počet rozhovorů, který by byl ale velice časově náročný, ale jeho aplikovatelnost na celou skupinu youtuberů by byla nejspíše snadnější.

Kvalitativní výzkum měl v této práci sloužit pouze jako doplnění výzkumu kvantitativního

a obsáhnout také druhou stranu YouTube prostoru – tedy nejen uživatele, ale i tvůrce. Oba youtubeři mají ale zcela jinou tvorbu svého obsahu videí, takže mají dosti odlišnou cílovou skupinu. Důležitou roli hraje i subjektivnost jejich názorů a ovlivnění jejich chování ženským pohlavím tazatele. Jak Martin Rota, tak DeeThane vypověděli své vlastní zkušenosti a zážitky, které ale nelze nijak ověřit. Dalším z problémů je i faktor, že si na některé příklady nedokázali vzpomenout, interpretovat nebo naopak odbíhali od tématu k jiným mnohdy až filosofickým otázkám. V největší míře se tak jednalo u Martina Roty, který má tendence asociovat myšlenky a přemýšlet až filosofickým směrem, který ale nemusí vždy korespondovat s reálnými teoretickými filosofickými teoriemi. Cíl vytvoření také pohledu z druhé strany problematiky byl splněn a rozhovory mohou dále sloužit jako podklady pro další výzkum, protože kontaktování youtuberů a přislíbení rozhovoru do odborné práce je dosti výjimečné.

## ZÁVĚR

Bakalářská práce byla pojata jako specifický náhled na jednu část problematiky dnešního fenoménu youtuberů. Zejména pak jejich vliv na adolescenty prostřednictvím parasociální interakce a parasociálních vztahů. Tyto interakce a vztahy vznikají na základě postupného vztahování se k osobě, která je ve skutečnosti nedostupná a žije vlastním životem, do kterého nemá sebemenší ambice své obdivovatele vztáhnout. Divák videí, které youtubeři vydávají na svých kanálech si pak vztah dokáže naplnit sám, kdy si vykonstruuje představu, že je jeho přítelem. Takový stav může dokonce gradovat pokusem youtubery jakkoliv kontaktovat a dokonce tendence s ním konzultovat významné životní události. První část práce se specializuje na teorii Nových médií, Webu 2.0 a samotné platformy YouTube. Dále jsou charakterizovány parasociální vztahy a interakce. Jedním z nutných dílů teoretické části je vymezení adolescentů, kteří jsou dále zkoumáni v praktické části práce. Praktická část se věnovala nastoleným výzkumným otázkám a hypotézám, které byly ověřovány pomocí dotazníkového šetření distribuovaného mezi žáky pátých a šestých tříd základních škol. Jako doplňující výzkum byla zvolena metodika hloubkových rozhovorů se dvěma vybranými youtubery, aby nabídla pohled z druhé strany zkoumaného problému. Vytvořen byl výzkumný vzorek 108 respondentů, sebrána data a jejich následná analýza pro ověření stanovených hypotéz. U hloubkových rozhovorů byly kontaktováni dva tvůrci, kteří souhlasili s uveřejněním jejich odpovědí na základě předem stanovených kategorií tematických okruhů tak, aby korespondovaly s otázkami z dotazníkového šetření. Stěžejní část práce se zaměřuje na interpretaci výsledků dotazníkového šetření a ověření hypotéz, u hloubkových rozhovorů srovnává výpovědi youtuberů a vyhodnocuje je. V rámci tohoto výzkumu byly mnohdy vyhodnoceny velice překvapivé odpovědi, kdy i přes nepotvrzení hypotézy stále velká část adolescentů považuje tyto tvůrce za své přátele a je ochotna je kontaktovat prostřednictvím sociálních sítí a svěřit se jim s osobními problémy. Při samotném psaní vyplynulo mnoho dalších otázek, které by bylo vhodné v rámci fenoménu youtuberů zkoumat. Pro obsáhlejší sondu do problému je navrhováno zajistit větší vzorek respondentů hloubkových rozhovorů, který se bohužel do bakalářské práce z důvodu rozsahu nevešel.

## SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

### Seznam použitých českých zdrojů

GILES, D. 2012. *Psychologie médií*. Vyd. 1. Praha: Grada. ISBN: 978-80-247-3921-2.

JIRÁK, J. a B. KÖPPLOVÁ. 2003. *Média a společnost*. Vyd.1. Praha: Portál. IBSN 978-80-7367-287-4.

MCQUAIL, D. 1999. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, IBSN 978-80-7367-574-5.

MILLER, M. 2012. *Internetový marketing s YouTube: Průvodce využitím on-line videa v byznysu*. Vyd. 1. Brno: Computer Press. IBSN 978-80-251-3672-0.

MORAVEC, V. 2016 *Média v tekutých časech: konvergence audiovizuálních médií*. Vyd. 1. Praha: Academia. IBSN 978-80-200-2572-2.

MAYEROWITZ, J. 2006. *Všude a nikde: Vliv elektronických médií na sociální chování*. Vyd. 1. Praha: Karolinum. IBSN 80-246-0905-3.

PAVLÍČEK, A. 2010. *Nová média a sociální síť*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica. IBSN 978-80-245-1742-1.

ŠIMÍČKOVÁ ČÍŽKOVÁ, J. a kol. 2005. *Přehled vývojové psychologie*. Vyd. 2. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. IBSN 80-244-0629-2.

ŠVAŘÍČEK, R. 2007. *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Praha: Portál. IBSN 978-80-7367-313-0

VÁGNEROVÁ, M. 2005. *Vývojová psychologie: dětství a dospívání*. Vyd. 1. Praha: Karolinum. IBSN 80-246-0956-8.

## **Seznam použitých zahraničních zdrojů**

BOTELLO, CH. J. a D. SAHLIN. 2007. *YouTube For Dummies*. Vyd. 1. Canada: Wiley Publishing. IBSN 978-0-470-14925-6.

FELDMAN, W. a P. FELDMAN. 2013. *YouTube: Your marketing platform*. *Contractor Magazine*, 60(12), 30.

GREEN, J. a J. BURGESS. 2009. *YouTube: Online video and Participatory Culture*. Vyd. 1. Cambridge: Polity Press. IBSN-13: 978-0-7456-4478-3.

LISTER, M. 2003. *New Media: A Critical Introduction*. Vyd. 2. New York: Routledge,. IBSN 10: 0-415-43160-3.

STRANGELOVE, M. 2010. *Extraordinary Videos by Ordinary People*. Toronto Buffalo London: University of Toronto press Incorporated. IBSN 978-1-4426-4145-7.

## **Seznam použitých internetových zdrojů**

HELFT, M. a RICHTEL M. (2006). *Venture Firm Shares a YouTube Jackpot* [online]. [cit. 2017-12-01]. Dostupné z:  
<http://www.nytimes.com/2006/10/10/technology/10payday.html>

MACEK, J. (2002). *Revue pro média*. [online]. [2017-12-11]. Dostupné z:  
[http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Revue04/archiv\\_04.htm](http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Revue04/archiv_04.htm)

MCINTYRE, D. (14.5. 2009). *The 10 Biggest Tech Failures of the Last Decade* [online]. [cit. 2018-02-07]. Dostupné z:  
[http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,1898610\\_1898625\\_1898631,00.html](http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,1898610_1898625_1898631,00.html)

O'REILLY, T. (2006). *Radar: Insides, analysis, and research technologies about emerging technologies* [online]. [cit. 2018-01-23]. Dostupné z:  
<http://radar.oreilly.com/2006/12/web-20-compact-definition-tryi.html>

ZBIEJCZUK, A. (2007). *Web 2.0-charakteristika a služby* [online]. [cit. 2018-01-23]. Dostupné z: <http://www.zbiejczuk.com/web20/>

# SEZNAM TABULEK A GRAFŮ

## Seznam tabulek

|                                                          |    |
|----------------------------------------------------------|----|
| Tabulka 1: Rozdíly mezi klasickým webem a Webem 2.0..... | 14 |
|----------------------------------------------------------|----|

## Seznam grafů

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| Graf 2: Pohlaví výzkumného souboru .....                          | 34 |
| Graf 3: Věk výzkumného souboru.....                               | 35 |
| Graf 4: Četnost sledování YouTube .....                           | 40 |
| Graf 5: Doba strávená sledováním videí.....                       | 40 |
| Graf 6: Četnost sledování českých YouTube tvůrců .....            | 41 |
| Graf 7: Pohlaví sledovaných tvůrců.....                           | 42 |
| Graf 8: Četnost sledování oblíbeného tvůrce uživatelem .....      | 42 |
| Graf 9: Komentování videí .....                                   | 43 |
| Graf 10: Vyjádření pomocí fráze "mám tě rád/a" v komentářích..... | 44 |
| Graf 11: Setkání s youtuberem .....                               | 44 |
| Graf 12: Touha po setkání s youtuberem.....                       | 45 |
| Graf 13: Četnost předmětů spojených s youtubery.....              | 46 |
| Graf 14: Vnímání youtubera jako přítele .....                     | 48 |
| Graf 15: Reakce k youtuberovi z pozice diváka .....               | 48 |
| Graf 16: Youtubeři jako vzor.....                                 | 49 |
| Graf 17: Přemýšlení o youtuberovi mimo sledování jeho videí ..... | 51 |

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| Graf 18: Diskutování o youtuberech s přáteli .....              | 51 |
| Graf 19: Četnost paní youtuberů na sociálních sítích .....      | 52 |
| Graf 20: Svěřování s osobními problémy nebo žádost o radu ..... | 53 |
| Graf 21: Četnost nahrávání videí na YouTube .....               | 53 |

## SEZNAM PŘÍLOH

|                                            |            |
|--------------------------------------------|------------|
| <b>Příloha A – Dotazník .....</b>          | <b>I</b>   |
| <b>Příloha B– Fotografie .....</b>         | <b>V</b>   |
| <b>Příloha C– Hlubkové rozhovory .....</b> | <b>VI</b>  |
| <b>Příloha D– Datová matice .....</b>      | <b>VII</b> |

## **Příloha A – Dotazník**

Vliv YouTube tvůrců na adolescenty ve věku 10–13 let

1. Pohlaví:
  - a) Dívka
  - b) Chlapec
  
2. Věk:
  - a) 10 let
  - b) 11 let
  - c) 12 let
  - d) 13 let
  
3. Sleduješ pravidelně videa na YouTube?
  - a) Ano
  - b) Ne
  
4. Kolik minut denně strávíš koukáním na YouTube videa?
  - a) Ani minutu
  - b) Méně jak 30 minut
  - c) 30-60 minut
  - d) Více jak hodinu denně
  
5. Sleduješ české youtubery?
  - a) Ano
  - b) Ne
  
6. Sleduješ spíše ženy nebo muže?
  - a) Ženy
  - b) Muže
  
7. Sleduješ každé video tvého oblíbeného youtubera?
  - a) Ne
  - b) Spíše ne
  - c) Spíše ano

d) Ano

8. Komentuješ jeho videa?

a) Ne

b) občas

c) Ano, pravidelně

9. Napsal/a jsi někdy youtuberovi do komentářů, že ho máš rád/a nebo, že ho obdivuješ?

a) Ano

b) Ne

10. Kontaktoval/a jsi někdy youtubera na sociální síti v osobní konverzaci?

a) Ano

b) Ne

11. Setkal/a jsi se s ním někdy osobně?

a) Ano

b) Ne

12. Pokud ne, chtěl/a by ses s ním setkat?

a) Ano

b) Ne

c) Nevím

13. Máš nějaké předměty spojené s youtuberem (tzv. „merch“)?

a) Ano

b) Ne

14. Uveď jedním slovem, co pro tebe znamená tvůj oblíbený youtuber:

.....

15. Myslíš, že byste si spolu rozuměli?

a) Ano

b) ne

c) nevím

16. Vnímáš ho jako svého přítele?

a) Ano

b) Ne

17. Komunikuješ s ním, když sleduješ jeho video (mluvíš na něj, směješ se, gestikuluješ, apod.)?

a) Ne

b) Spíše ne

c) Občas

d) Spíše ano

e) Ano

18. Je pro tebe nějaký youtuber vzorem?

a) Ne

b) Spíše ne

c) Spíše ano

d) Ano

19. V čem chceš být jako on?

.....

20. Přemýšlíš o něm, když zrovna nekoukáš na jeho video?

a) Ne

b) Spíše ne

c) Občas

d) Spíše ano

e) Ano (často)

21. Bavíš se o něm s přáteli?

a) Ne

b) Spíše ne

- c) Občas
- d) Spíše ano
- e) Ano, pravidelně

22. Natočil/a jsi někdy vlastní videa a uploadoval/a ho na YouTube?

- a) Ano
- b) ne

## Příloha B– Fotografie



Martin Rota při interakci s diváky

Zdroj: Autorka práce (vlastní fotografie)



Martin Rota při své přednášce

Zdroj: Autorka práce (vlastní fotografie)

## **Příloha C– Hlubkové rozhovory**

Hlubkové rozhovory jsou přiloženy na CD ve formátu MP3.

Příloha D– Datová matice

(Datová matice je přiložena na CD ve formátu (\*xlsx).

| J  | A                   | B              | C      | D                       | E                       | F                      | G                       | H                       | I                      | J                         | K                        | L                       | M                      |
|----|---------------------|----------------|--------|-------------------------|-------------------------|------------------------|-------------------------|-------------------------|------------------------|---------------------------|--------------------------|-------------------------|------------------------|
| 1  | Časová značka       | Pohlaví        | Věk    | Sleduješ pravidelně vid | Kolik minut denně stráv | Sleduješ české youtube | Sleduješ spíše ženy než | Sleduješ každé video tv | Komentuješ jeho videa? | Napsala/a jsi někdy youtu | Sešla/a jsi se s ním něk | Pokud ne, chtěla by ses | Máš nějaké předměty sp |
| 2  | 12.15.2017 19:06:59 | Diáva          | 13 let | Ano                     | Více jak hodinu denně   | Ano                    | Muže                    | Ano                     | Ano, pravidelně        | Ano                       | Ano                      | V předchozí otázce jsem | Ano                    |
| 3  | 12.15.2017 19:15:08 | Chlapec        | 13 let | Ano                     | Méně jak 30 minut       | Ano                    | Ženy                    | Spíše ano               | Ne                     | Ne                        | Ne                       | Ne                      | Ne                     |
| 4  | 12.15.2017 20:22:29 | Diáva          | 13 let | Ano                     | Méně jak 30 minut       | Ano                    | Ženy                    | Ne                      | Ne                     | Ano                       | Ano                      | V předchozí otázce jsem | Ano                    |
| 5  | 12.15.2017 20:39:23 | Diáva          | 12 let | Ano                     | Více jak hodinu denně   | Ano                    | Ženy                    | Ano                     | Ano, pravidelně        | Ano                       | Ano                      | V předchozí otázce jsem | Ano                    |
| 6  | 12.15.2017 23:05:26 | Chlapec        | 13 let | Ne                      | Ani minutu              | Ne                     | Muže                    | Ne                      | Ne                     | Ne                        | Ne                       | Ne                      | Ne                     |
| 7  | 12.16.2017 15:08:34 | Diáva          | 13 let | Ne                      | Ani minutu              | Ne                     | Muže                    | Ne                      | Ne                     | Ne                        | Ne                       | Ne                      | Ne                     |
| 8  | 12.17.2017 3:56:23  | Diáva          | 13 let | Ano                     | Méně jak 30 minut       | Ano                    | Ženy                    | Spíše ne                | Ne                     | Ano                       | Ano                      | V předchozí otázce jsem | Ne                     |
| 9  | 12.17.2017 13:47:56 | Diáva          | 11 let | Ano                     | Více jak hodinu denně   | Ano                    | Ženy                    | Ano                     | Ano, pravidelně        | Ano                       | Ne                       | Ano                     | Ano                    |
| 10 | 12.17.2017 19:12:07 | Chlapec        | 10 let | Ano                     | Více jak hodinu denně   | Ano                    | Muže                    | Spíše ano               | Občas                  | Ano                       | Ne                       | Ano                     | Ne                     |
| 11 | 12.18.2017 22:36:53 | Chlapec        | 10 let | Ano                     | Více jak hodinu denně   | Ano                    | Muže                    | Ano                     | Občas                  | Ano                       | Ne                       | Ano                     | Ano                    |
| 12 | 12.20.2017 13:41:59 | Chlapec        | 10 let | Ano                     | Více jak hodinu denně   | Ano                    | Ženy                    | Ne                      | Ne                     | Ne                        | Ne                       | Nevím                   | Ne                     |
| 13 | 12.21.2017 12:38:45 | Diáva          | 12 let | Ano                     | Více jak hodinu denně   | Ano                    | Muže                    | Spíše ano               | Občas                  | Ne                        | Ano                      | V předchozí otázce jsem | Ano                    |
| 14 | 12.21.2017 12:37:27 | Diáva          | 12 let | Ano                     | 30-60 minut             | Ano                    | Ženy                    | Spíše ano               | Občas                  | Ano                       | Ano                      | V předchozí otázce jsem | Ano                    |
| 15 | 12.21.2017 12:37:27 | Chlapec        | 12 let | Ano                     | 30-60 minut             | Ano                    | Muže                    | Spíše ne                | Občas                  | Ne                        | Ne                       | Nevím                   | Ne                     |
| 16 | 12.21.2017 12:37:55 | Chlapec        | 11 let | Ano                     | Více jak hodinu denně   | Ano                    | Muže                    | Spíše ano               | Ne                     | Ne                        | Ne                       | Ne                      | Ne                     |
| 17 | 12.21.2017 12:38:21 | Diáva          | 11 let | Ano                     | 30-60 minut             | Ano                    | Muže                    | Spíše ano               | Ne                     | Ne                        | Ne                       | Ano                     | Ano                    |
| 18 | 12.21.2017 12:38:27 | Chlapec        | 11 let | Ne                      | Méně jak 30 minut       | Ne                     | Muže                    | Ne                      | Ne                     | Ne                        | Ne                       | Ne                      | Ne                     |
| 19 | 12.21.2017 12:39:39 | Chlapec        | 12 let | Ano                     | Více jak hodinu denně   | Ano                    | Muže                    | Spíše ano               | Ne                     | Ne                        | Ne                       | Nevím                   | Ne                     |
| 20 | 12.21.2017 12:39:39 | Diáva          | 12 let | Ano                     | Méně jak 30 minut       | Ano                    | Muže                    | Spíše ano               | Občas                  | Ano                       | Ne                       | Nevím                   | Ne                     |
| 21 | 12.21.2017 12:38:45 | Diáva          | 12 let | Ne                      | Méně jak 30 minut       | Ano                    | Ženy                    | Spíše ano               | Ne                     | Ne                        | Ne                       | Ano                     | Ne                     |
| 22 | 12.21.2017 12:38:45 | Diáva          | 12 let | Ne                      | Méně jak 30 minut       | Ano                    | Ženy                    | Spíše ano               | Ne                     | Ne                        | Ne                       | Ano                     | Ano                    |
| 23 | 12.21.2017 12:38:45 | Chlapec        | 12 let | Ano                     | Více jak hodinu denně   | Ano                    | Muže                    | Ne                      | Ne                     | Ne                        | Ne                       | Ne                      | Ne                     |
| 24 | 12.21.2017 12:39:26 | Diáva          | 11 let | Ano                     | Méně jak 30 minut       | Ano                    | Muže                    | Ano                     | Občas                  | Ano                       | Ano                      | V předchozí otázce jsem | Ano                    |
| 25 | 12.21.2017 12:39:30 | Diáva          | 11 let | Ano                     | 30-60 minut             | Ano                    | Ženy                    | Spíše ne                | Občas                  | Ano                       | Ano                      | V předchozí otázce jsem | Ano                    |
| 26 | 12.21.2017 12:39:32 | Diáva          | 11 let | Ano                     | Méně jak 30 minut       | Ne                     | Ženy                    | Spíše ne                | Občas                  | Ne                        | Ne                       | Nevím                   | Ne                     |
| 27 | 12.21.2017 12:39:36 | Chlapec        | 12 let | Ano                     | 30-60 minut             | Ano                    | Muže                    | Ano                     | Občas                  | Ano                       | Ne                       | Ano                     | Ano                    |
| 28 | 12.21.2017 12:39:48 | Chlapec        | 11 let | Ne                      | Ani minutu              | Ano                    | Muže                    | Spíše ne                | Ne                     | Ne                        | Ne                       | Nevím                   | Ne                     |
| 29 | 12.21.2017 12:40:02 | Diáva          | 12 let | Ne                      | 30-60 minut             | Ne                     | Ženy                    | Spíše ne                | Občas                  | Ano                       | Ne                       | Nevím                   | Ne                     |
| 30 | 12.21.2017 12:40:25 | Diáva          | 12 let | Ano                     | 30-60 minut             | Ano                    | Ženy                    | Spíše ano               | Ne                     | Ne                        | Ne                       | Nevím                   | Ne                     |
| 31 | 12.21.2017 12:40:29 | Diáva, Chlapec | 12 let | Ne                      | 30-60 minut             | Ano                    | Muže                    | Spíše ano               | Občas                  | Ano                       | Ne                       | Ano                     | Ne                     |
| 32 | 12.21.2017 12:40:35 | Diáva          | 12 let | Ano                     | 30-60 minut             | Ano                    | Muže                    | Spíše ano               | Občas                  | Ano                       | Ne                       | Ano                     | Ne                     |
| 33 | 12.21.2017 12:41:05 | Diáva          | 11 let | Ano                     | Méně jak 30 minut       | Ne                     | Ženy                    | Ne                      | Ne                     | Ne                        | Ano                      | V předchozí otázce jsem | Ne                     |

| N                          | O                        | P                       | Q                        | R                                    | S                       | T                        | U                        | V                          | W                          |
|----------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|--------------------------------------|-------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Uved', co pro tebe znam    | Vnímáš ho jako svého pří | Komunikuješ s ním, když | Je pro tebe nějaký youtu | V čem chceš být jako oř              | Přemýšlíš o něm, když z | Bavíš se o něm s přáteli | Kontaktovala/a jsi někdy | Pokud ano, svěřila/a ses r | Natočila/a jsi někdy vlast |
| Líbí se mi.                | Ano                      | Ano                     | Ano                      | Je vtipný a dost úspěšný             | Ano (často)             | Ano, pravidelně          | Ano                      | Ano                        | Ne                         |
| Odragování.                | Ne                       | Spíše ano               | Ne                       | Chci být stejně bohatý.              | Ne                      | Občas                    | Ano                      | Ne                         | Ne                         |
|                            | Ne                       | Občas                   | Spíše ano                |                                      | Ano (často)             | Ne                       | Ano                      | Ne                         | Ano                        |
| Kamarád.                   | Ano                      | Spíše ano               | Ano                      | být úspěšný a známý                  | Spíše ano               | Ano, pravidelně          | Ano                      | Ano                        | Ano                        |
|                            | Ne                       | Ne                      | Ne                       |                                      | Ne                      | Ne                       | Ne                       | Ne                         | Ne                         |
|                            | Ne                       | Ne                      | Ne                       |                                      | Ne                      | Ne                       | Ne                       | Ne                         | Ne                         |
| Líbí se mi, inspiruje mě   | Ne                       | Ne                      | Ne                       | Nechci                               | Spíše ne                | Občas                    | Ne                       | Ne                         | Ne                         |
| Srandu.                    | Ano                      | Ano                     | Ano                      | Chtěla bych být tak pěkn             | Spíše ano               | Ano, pravidelně          | Ano                      | Ano                        | Ne                         |
| Je s ním zábava a hraje    | Ano                      | Občas                   | Ano                      | Chci umět hrát hry jako (Ano (často) | Ano, pravidelně         | Ano                      | Ne                       | Ano                        | Ano                        |
| Relax.                     | Ano                      | Spíše ano               | Ano                      | Mít tolik přátel jako má             | Spíše ano               | Ano, pravidelně          | Ne                       | Ne                         | Ano                        |
|                            | Ano                      | Ne                      | Spíše ano                |                                      | Ne                      | Ne                       | Ne                       | Ne                         | Ne                         |
| asi nic                    | Ne                       | Občas                   | Spíše ne                 | v ničem                              | Spíše ne                | Spíše ne                 | Ne                       | Ne                         | Ne                         |
| Můj vzor a člověk, který   | Ne                       | Občas                   | Spíše ano                | Peníze a vliv.                       | Spíše ne                | Spíše ne                 | Ne                       | Ne                         | Ne                         |
| Divný člověk               | Ne                       | Spíše ne                | Spíše ne                 | ne                                   | Ne                      | Spíše ne                 | Ne                       | Ne                         | Ano                        |
| Člověk kterého sleduji má  | Ne                       | Občas                   | Ne                       | Nechci být jako on                   | Spíše ne                | Občas                    | Ano                      | Ne                         | Ne                         |
| zábavu, uklidnění, smíci   | Ano                      | Spíše ne                | Spíše ano                | mít tak super nápady na              | Spíše ne                | Občas                    | Ne                       | Ne                         | Ne                         |
| Nemám rád YouTube          | Ne                       | Ne                      | Ne                       | V ničem                              | Ne                      | Ne                       | Ne                       | Ne                         | Ano                        |
| člověk, který má "originál | Ne                       | Spíše ne                | Ne                       | nechci                               | Ne                      | Občas                    | Ano                      | Ne                         | Ano                        |
|                            | Ne                       | Spíše ne                | Spíše ne                 |                                      | Spíše ano               | Občas                    | Ne                       | Ne                         | Ano                        |
|                            | Ne                       | Spíše ne                | Spíše ano                | tanec                                | Ne                      | Spíše ne                 | Ne                       | Ne                         | Ne                         |
| nic                        | Ne                       | Ne                      | Spíše ne                 | být oblíbená                         | Ne                      | Spíše ne                 | Ne                       | Ne                         | Ne                         |
| nemám oblíbeného you       | Ne                       | Ne                      | Ne                       | v ničem                              | Ne                      | Občas                    | Ne                       | Ne                         | Ne                         |
| Je milý na fanoušky má     | Ne                       | Ano                     | Ano                      |                                      | Spíše ano               | Občas                    | Ano                      | Ano                        | Ano                        |
| Zábava                     | Ne                       | Občas                   | Spíše ne                 | umět dobře makeup tuct               | Spíše ne                | Občas                    | Ano                      | Ne                         | Ne                         |
| Nemám oblíbeného you       | Ne                       | Spíše ne                | Spíše ne                 | Chci si umět stejně lakov            | Ano (často)             | Spíše ne                 | Ne                       | Ne                         | Ne                         |
| člověk který má povabí     | Ano                      | Spíše ne                | Spíše ano                | bavit lidi                           | Spíše ano               | Spíše ano                | Ano                      | Ne                         | Ano                        |
| Nic.                       | Ne                       | Ne                      | Ne                       | Nic.                                 | Spíše ne                | Spíše ne                 | Ne                       | Ne                         | Ne                         |
| Inspiruje mě.              | Ne                       | Ne                      | Ano                      | Věšíinou se koukám na                | Ne                      | Občas                    | Ne                       | Ne                         | Ne                         |
| tvůrce na youtube          | Ne                       | Spíše ne                | Spíše ne                 | Je inteligentní                      | Spíše ne                | Spíše ne                 | Ne                       | Ne                         | Ne                         |
| Je pro mě velkou inspira   | Ne                       | Spíše ano               | Ano                      | chtěla bych mít podobn               | Spíše ne                | Občas                    | Ne                       | Ne                         | Ne                         |
| tvůrce na youtube          | Ne                       |                         |                          | Je inteligentní                      | Spíše ne                |                          |                          |                            |                            |
| SKORO NIC. ZAJÍMAJÍ I      | Ne                       | Ne                      | Ne                       | V NIČEM JEN SE INSPIR                | Ne                      | Ne                       | Ne                       | Ne                         | Ne                         |

| J  | A                   | B       | C      | D                       | E                       | F                      | G                       | H                       | I                      | J                         | K                        | L                       | M                      |
|----|---------------------|---------|--------|-------------------------|-------------------------|------------------------|-------------------------|-------------------------|------------------------|---------------------------|--------------------------|-------------------------|------------------------|
| 1  | Časová značka       | Pohlaví | Věk    | Sleduješ pravidelně vid | Kolik minut denně stráv | Sleduješ české youtube | Sleduješ spíše ženy než | Sleduješ každé video tv | Komentuješ jeho videa? | Napsala/a jsi někdy youtu | Sešla/a jsi se s ním něk | Pokud ne, chtěla by ses | Máš nějaké předměty sp |
| 34 | 12.21.2017 17:41:17 | Chlapec | 11 let | Ne                      | Ani minutu              | Ne                     | Muže                    | Spíše ne                | Ne                     | Ano, pravidelně           | Ano                      | Ne                      | Ne                     |
| 35 | 12.21.2017 17:41:37 | Chlapec | 11 let | Ne                      | Méně jak 30 minut       | Ne                     | Muže                    | Ne                      | Ne                     | Ano, pravidelně           | Ano                      | Ne                      | Ne                     |
| 36 | 12.21.2017 17:42:30 | Diáva   | 11 let | Ne                      | Méně jak 30 minut       | Ne                     | Muže                    | Ne                      | Ne                     | Ne                        | Ne                       | Ne                      | Ne                     |
| 37 | 12.21.2017 17:47:35 | Diáva   | 12 let | Ne                      | Méně jak 30 minut       | Ne                     | Ženy                    | Ne                      | Ne                     | Ne                        | Ne                       | Ne                      | Ne                     |
| 38 | 12.21.2017 17:47:35 | Diáva   | 11 let | Ano                     | Více jak hodinu denně   | Ano                    | Muže                    | Ano                     | Občas                  | Ne                        | Ne                       | Ano                     | Ano                    |
| 39 | 12.22.2017 17:46:47 | Chlapec | 12 let | Ano                     | 30-60 minut             | Ano                    | Muže                    | Spíše ne                | Občas                  | Ne                        | Ne                       | Nevím                   | Ne                     |
| 40 | 12.23.2017 19:53:34 | Diáva   | 11 let | Ano                     | Více jak hodinu denně   | Ano                    | Muže                    | Ano                     | Ano, pravidelně        | Ano                       | Ano                      | V předchozí otázce jsem | Ano                    |
| 41 | 1.1.2018 20:54:47   | Diáva   | 11 let | Ne                      | Méně jak 30 minut       | Ano                    | Ženy                    | Spíše ano               | Ne                     | Ne                        | Ne                       | Ano                     | Ne                     |
| 42 | 1.2.2018 11:42:09   | Diáva   | 13 let | Ne                      | 30-60 minut             | Ano                    | Muže                    | Ne                      | Ne                     | Ano                       | Ano                      | V předchozí otázce jsem | Ne                     |
| 43 | 1.2.2018 11:51:07   | Chlapec | 11 let | Ano                     | Více jak hodinu denně   | Ano                    | Muže                    | Ano                     | Ano, pravidelně        | Ano                       | Ano                      | V předchozí otázce jsem | Ano                    |
| 44 | 1.2.2018 11:55:51   | Chlapec | 13 let | Ne                      | Méně jak 30 minut       | Ano                    | Muže                    | Spíše ne                | Ne                     | Ne                        | Ne                       | Ano                     | Ne                     |
| 45 | 1.2.2018 11:59:47   | Chlapec | 13 let | Ano                     | Více jak hodinu denně   | Ano                    | Muže                    | Spíše ano               | Ne                     | Ne                        | Ne                       | Ne                      | Ne                     |
| 46 | 1.2.2018 12:00:39   | Chlapec | 13 let | Ano                     | Více jak hodinu denně   | Ano                    | Muže                    | Spíše ne                | Občas                  | Ne                        | Ano                      | V předchozí otázce jsem | Ano                    |
| 47 | 1.2.2018 12:01:22   | Chlapec | 13 let | Ne                      | Méně jak 30 minut       | Ano                    | Muže                    | Spíše ano               | Občas                  | Ano                       | Ano                      | V předchozí otázce jsem | Ne                     |
| 48 | 1.2.2018 12:07:01   | Chlapec | 13 let | Ne                      | 30-60 minut             | Ne                     | Muže                    | Ne                      | Ne                     | Ne                        | Ne                       | Ne                      | Ne                     |
| 49 | 1.2.2018 12:08:15   | Chlapec | 13 let | Ano                     | Více jak hodinu denně   | Ano                    | Muže                    | Spíše ano               | Občas                  | Ano                       | Ne                       | Ano                     | Ano                    |
| 50 | 1.2.2018 12:18:49   | Chlapec | 13 let | Ano                     | 30-60 minut             | Ano                    | Muže                    | Spíše ne                | Ne                     | Ne                        | Ano                      | V předchozí otázce jsem | Ne                     |
| 51 | 1.2.2018 12:35:35   | Chlapec | 13 let | Ano                     | Více jak hodinu denně   | Ano                    | Muže                    | Spíše ano               | Občas                  | Ano                       | Ne                       | Ano                     | Ano                    |
| 52 | 1.2.2018 13:06:14   | Diáva   | 12 let | Ne                      | Ani minutu              | Ne                     | Muže                    | Ne                      | Ne                     | Ne                        | Ne                       | Ne                      | Ne                     |
| 53 | 1.2.2018 13:09:49   | Chlapec | 13 let | Ne                      | 30-60 minut             | Ne                     | Muže                    | Ne                      | Občas                  | Ne                        | Ne                       | Ne                      | Ano                    |
| 54 | 1.2.2018 14:05:16   | Chlapec | 13 let | Ne                      | Méně jak 30 minut       | Ano                    | Muže                    | Spíše ano               | Občas                  | Ano                       | Ano                      | V předchozí otázce jsem | Ne                     |
| 55 | 1.2.2018 14:37:06   | Chlapec | 13 let | Ne                      | 30-60 minut             | Ano                    | Muže                    | Ne                      | Ne                     | Ne                        | Ne                       | Nevím                   | Ano                    |
| 56 | 1.2.2018 14:38:32   | Chlapec | 10 let | Ano                     | Méně jak 30 minut       | Ano                    | Muže                    | Ano                     | Ano, pravidelně        | Ano                       | Ano                      | V předchozí otázce jsem | Ano                    |
| 57 | 1.2.2018 14:59:32   | Chlapec | 13 let | Ano                     | Více jak hodinu denně   | Ano                    | Muže                    | Ano                     | Občas                  | Ano                       | Ano                      | V předchozí otázce jsem | Ano                    |
| 58 | 1.2.2018 16:27:12   | Chlapec | 10 let | Ne                      | Ani minutu              | Ne                     | Muže                    | Ne                      | Ano, pravidelně        | Ne                        | Ano                      | Ne                      | Ne                     |
| 59 | 1.2.2018 16:29:31   | Diáva   | 12 let | Ano                     | Více jak hodinu denně   | Ano                    | Muže                    | Spíše ano               | Ne                     | Ne                        | Ne                       | Nevím                   | Ne                     |
| 60 | 1.2.2018 16:39:59   | Chlapec | 13 let | Ano                     | Více jak hodinu denně   | Ano                    | Muže                    | Ano                     | Ano, pravidelně        | Ano                       | Ne                       | Ano                     | Ano                    |
| 61 | 1.2.2018 17:07:15   | Chlapec | 11 let | Ano                     | Více jak hodinu denně   | Ano                    | Muže                    | Spíše ano               | Občas                  | Ne                        | Ano                      | V předchozí otázce jsem | Ne                     |
| 62 | 1.2.2018 17:08:59   | Chlapec | 13 let | Ano                     | Více jak hodinu denně   | Ano                    | Muže                    | Ano                     | Ano, pravidelně        | Ano                       | Ano                      | V předchozí otázce jsem | Ano                    |
| 63 | 1.2.2018 17:31:39   | Chlapec | 10 let | Ano                     | Více jak hodinu denně   | Ano                    | Muže                    | Ano                     | Ano, pravidelně        | Ano                       | Ano                      | V předchozí otázce jsem | Ano                    |
| 64 | 1.2.2018 17:38:22   | Chlapec | 13 let | Ano                     | 30-60 minut             | Ano                    | Muže                    | Ano                     | Občas                  | Ne                        | Ano                      | Ano                     | Ano                    |
| 65 | 1.2.2018 17:40:43   | Chlapec | 13 let | Ano                     | Více jak hodinu denně   | Ano                    | Muže                    | Spíše ano               | Občas                  | Ne                        | Ano                      | Ne                      | Ne                     |
| 66 | 1.2.2018 17:42:08   | Diáva   | 13 let | Ano                     | Více jak hodinu denně   | Ano                    | Muže                    | Spíše ano               | Občas                  | Ano                       | Ano                      | V předchozí otázce jsem | Ano                    |
| 67 | 1.2.2018 17:44:44   | Chlapec | 10 let | Ano                     | Více jak hodinu denně   | Ano                    | Muže                    | Ano                     | Ano, pravidelně        | Ano                       | Ano                      | V předchozí otázce jsem | Ano                    |
| 68 | 1.2.2018 17:47:42   | Chlapec | 13 let | Ne                      | Méně jak 30 minut       | Ano                    | Muže                    | Ne                      | Ne                     | Ne                        | Ano                      | V předchozí otázce jsem | Ne                     |
| 69 | 1.2.2018 17:52:10   | Chlapec | 13 let | Ano                     | 30-60 minut             | Ano                    | Muže                    | Spíše ano               | Občas                  | Ano                       | Ano                      | V předchozí otázce jsem | Ano                    |
| 70 | 1.2.2018 17:53:19   | Diáva   | 13 let | Ano                     | 30-60 minut             | Ano                    | Muže                    | Ano                     | Ne                     | Ne                        | Ne                       | Ano                     | Ne                     |

| N                         | O                      | P                       | Q                       | R                          | S                       | T                        | U                       | V                         | W                           |
|---------------------------|------------------------|-------------------------|-------------------------|----------------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------|---------------------------|-----------------------------|
| Uved, co pro tebe znam    | Vnímáš ho jako svého p | Komunikuješ s ním, když | Je pro tebe nějaký yout | V čem chceš být jako oř    | Přemýšlíš o něm, když z | Bavíš se o něm s přáteli | Kontaktoval/a jsi někdy | Pokud ano, světil/a ses r | Natočil/a jsi někdy vlastní |
| Nic                       | Ne                     | Ne                      | Ne                      | Nic                        | Ne                      | Ne                       | Ne                      | Ne                        | Ne                          |
| vše                       | Ano                    | Ano                     | Ano                     | ve všem                    | Ano (často)             | Ano, pravidelně          | Ano                     | Ano                       | Ano                         |
| Nesleduji ho a nebyť mě   | Ne                     | Spíše ne                | Ne                      | V ničem.                   | Ne                      | Občas                    | Ne                      | Ne                        | Ne                          |
| musím se každý den kou    | Ano                    | Občas                   | Spíše ano               | chci umět oslovit tolik lk | Spíše ne                | Občas                    | Ano                     | Ne                        | Ano                         |
| Nic, jen ho sleduji.      | Ne                     | Ne                      | Ne                      | Nechci být jako on.        | Ne                      | Spíše ne                 | Ne                      | Ne                        | Ne                          |
| Je to můj vzor.           | Ano                    | Ano                     | Ano                     | Chci být stejně vitpná A   | Ano (často)             | Ne                       | Ano                     | Ano                       | Ne                          |
| Nevím                     | Ne                     | Občas                   | Spíše ne                | Mít tak skvělé nápady nř   | Spíše ne                | Ne                       | Ne                      | Ne                        | Ne                          |
| Ne                        | Občas                  | Ne                      | Ne                      | Ne                         | Občas                   | Ano                      | Ano                     | Ano                       | Ano                         |
| Dělat věci, co bych chtěl | Ano                    | Ano                     | Ano                     | Zdá se mi inteligentní.    | Ano (často)             | Ano, pravidelně          | Ano                     | Ano                       | Ano                         |
| Stereotypy <3             | Ne                     | Ano                     | Ano                     | Delat hry                  | Ne                      | Spíše ano                | Ano                     | Ne                        | Ano                         |
| Zábava                    | Ne                     | Ne                      | Spíše ne                | Ne                         | Spíše ne                | Spíše ne                 | Ne                      | Ne                        | Ne                          |
| Tvůrčí osobnost schopní   | Ne                     | Občas                   | Spíše ano               | V přelónání sám sebe.      | Spíše ano               | Občas                    | Ne                      | Ne                        | Ano                         |
| Ne                        | Ne                     | Spíše ne                | Ne                      | Ne                         | Spíše ne                | Ano                      | Ne                      | Ne                        | Ano                         |
| Vůbec nic, beztak to joi  | Ne                     | Ne                      | Ne                      | V ničem, jsou to chomk     | Ne                      | Ne                       | Ne                      | Ne                        | Ne                          |
| Sranda                    | Ano                    | Spíše ne                | Ano                     | V tvorbě                   | Spíše ne                | Občas                    | Ano                     | Ne                        | Ano                         |
| Žádného nř YTbera ne      | Ano                    | Spíše ne                | Spíše ano               | Bavit lidi                 | Spíše ne                | Spíše ne                 | Ne                      | Ne                        | Ano                         |
| nic.                      | Ne                     | Ne                      | Ne                      | v ničem.                   | Ne                      | Ne                       | Ne                      | Ne                        | Ne                          |
| Nic                       | Ne                     | Ne                      | Ne                      | V ničem                    | Ne                      | Ne                       | Ne                      | Ne                        | Ano                         |
| Spolupráce                | Ano                    | Ne                      | Ano                     | Ne                         | Spíše ano               | Ano                      | Ano                     | Ano                       | Ne                          |
| Nic zvláštního            | Ne                     | Spíše ne                | Ne                      | Spíše ne                   | Spíše ne                | Ano                      | Ne                      | Ne                        | Ano                         |
| Mynekraft                 | Ano                    | Ano                     | Ano                     | V hraní mynekraftu         | Ano (často)             | Ano, pravidelně          | Ano                     | Ano                       | Ano                         |
| Baviv přítel              | Ano                    | Ano                     | Ano                     | Ve všem                    | Ano (často)             | Ano, pravidelně          | Ano                     | Ne                        | Ano                         |
| Ztráta času :-). Pořádná  | Ne                     | Ne                      | Ne                      | Peníze, kurvy              | Ne                      | Ne                       | Ano                     | Ne                        | Ano                         |
| Denní zábavu.             | Ne                     | Ne                      | Spíše ne                | Chci být zábavný jako o    | Spíše ne                | Spíše ne                 | Ne                      | Ne                        | Ne                          |
| všechno nedokážu si pře   | Ano                    | Spíše ano               | Ano                     | ve všem vřasy oblecení     | Spíše ano               | Ano, pravidelně          | Ano                     | Ano                       | Ano                         |
| je zábavný rád ho sledu   | Ne                     | Ne                      | Ne                      | Ne                         | Občas                   | Ne                       | Ne                      | Ne                        | Ne                          |
| Je to nakashi sleduji ho  | Ano                    | Ano                     | Ano                     | V natačení                 | Ano (často)             | Spíše ano                | Ano                     | Ano                       | Ano                         |
| zivot                     | Ano                    | Ano                     | Ano                     | bít stejné slavy           | Ano (často)             | Ano, pravidelně          | Ano                     | Ano                       | Ano                         |
| Člověk, který mě dokáže   | Ne                     | Občas                   | Ne                      | Lámat rekordy jako moj     | Spíše ano               | Spíše ano                | Ano                     | Ne                        | Ano                         |
| velké páro                | Ano                    | Spíše ano               | Spíše ne                | VELKÁ vagny                | Spíše ne                | Spíše ano                | Ano                     | Ne                        | Ano                         |
| Člověk kter mme inspiru   | Ne                     | Ne                      | Ano                     | v tom že si de za svým s   | Spíše ne                | Občas                    | Ano                     | Ano                       | Ne                          |
| Všechno                   | Ano                    | Ano                     | Ano                     | Ve všem                    | Ano (často)             | Ano, pravidelně          | Ano                     | Ano                       | Ano                         |
| Zábava                    | Ne                     | Spíše ne                | Ne                      | Spíše ne                   | Spíše ne                | Ano                      | Ne                      | Ne                        | Ano                         |
| Nic,preferuji sportovce   | Ne                     | Spíše ne                | Spíše ne                | Umění se vypořádat s př    | Ano (často)             | Spíše ano                | Ano                     | Ano                       | Ano                         |
| Nic                       | Ne                     | Ne                      | Ano                     | Ano (často)                | Spíše ano               | Ano                      | Ne                      | Ano                       | Ano                         |

| J  | A                 | B       | C      | D                      | E                       | F                     | G                      | H                      | I                     | J                       | K                       | L                       | M                      |
|----|-------------------|---------|--------|------------------------|-------------------------|-----------------------|------------------------|------------------------|-----------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|------------------------|
| 1  | Časová značka     | Pohled: | Věk    | Sleduje pravidelně vid | Kolik minut denně stráv | Sleduje české youtube | Sleduje spíše ženy neč | Sleduje každé video tv | Komentuje jeho videa? | Napapila ji někdy youtu | Setkala ji se s ním něk | Pokud ne, chtěla by ses | Máš nějaké předměty se |
| 71 | 1.2.2018 18:08:48 | Chlapce | 10 let | Ano                    | Více jak hodinu denně   | Ano                   | Muže                   | Spíše ano              | Ano, pravidelně       | Ano                     | Ano                     | Ano                     |                        |
| 72 | 1.2.2018 18:09:18 | Chlapce | 13 let | Ano                    | Více jak hodinu denně   | Ne                    | Muže                   | Spíše ne               | Ne                    | Ne                      | Ano                     | V předchozí otázce jsem | Ne                     |
| 73 | 1.2.2018 18:20:15 | Chlapce | 13 let | Ano                    | Více jak hodinu denně   | Ano                   | Muže                   | Spíše ano              | Občas                 | Ano                     | Ano                     | V předchozí otázce jsem | Ano                    |
| 74 | 1.2.2018 18:37:34 | Chlapce | 13 let | Ano                    | Více jak hodinu denně   | Ano                   | Muže                   | Spíše ne               | Občas                 | Ne                      | Ano                     | Ano                     | Ano                    |
| 75 | 1.2.2018 18:38:20 | Chlapce | 13 let | Ano                    | 30-60 minut             | Ano                   | Muže                   | Spíše ne               | Ne                    | Ne                      | Ne                      | Ano                     | Ano                    |
| 76 | 1.2.2018 18:48:54 | Chlapce | 13 let | Ano                    | 30-60 minut             | Ne                    | Muže                   | Ne                     | Občas                 | Ne                      | Ne                      | Ne                      | Ne                     |
| 77 | 1.2.2018 19:03:25 | Chlapce | 12 let | Ano                    | Více jak hodinu denně   | Ano                   | Muže                   | Spíše ano              | Ne                    | Ne                      | Ne                      | Nevím                   | Ne                     |
| 78 | 1.2.2018 19:15:44 | Chlapce | 13 let | Ano                    | Více jak hodinu denně   | Ne                    | Muže                   | Spíše ne               | Ne                    | Ne                      | Ne                      | Ne                      | Ne                     |
| 79 | 1.2.2018 19:30:57 | Chlapce | 13 let | Ano                    | 30-60 minut             | Ano                   | Muže                   | Spíše ano              | Ne                    | Ne                      | Ne                      | Nevím                   | Ne                     |
| 80 | 1.2.2018 19:43:55 | Divka   | 10 let | Ne                     | Více jak hodinu denně   | Ano                   | Ženy                   | Ano                    | Ano, pravidelně       | Ano                     | Ano                     | Ne                      | Ne                     |
| 81 | 1.2.2018 19:48:25 | Chlapce | 13 let | Ano                    | Více jak hodinu denně   | Ano                   | Muže                   | Spíše ne               | Občas                 | Ne                      | Ano                     | V předchozí otázce jsem | Ano                    |
| 82 | 1.2.2018 19:49:31 | Chlapce | 11 let | Ano                    | Více jak hodinu denně   | Ano                   | Muže                   | Ne                     | Občas                 | Ano                     | Ano                     | V předchozí otázce jsem | Ne                     |
| 83 | 1.2.2018 19:54:06 | Divka   | 11 let | Ano                    | Více jak hodinu denně   | Ano                   | Ženy                   | Ano                    | Ano, pravidelně       | Ano                     | Ano                     | V předchozí otázce jsem | Ano                    |
| 84 | 1.2.2018 19:57:49 | Chlapce | 10 let | Ne                     | Méně jak 30 minut       | Ne                    | Ženy                   | Ne                     | Ne                    | Ne                      | Ne                      | Ne                      | Ne                     |
| 85 | 1.2.2018 20:11:48 | Divka   | 13 let | Ano                    | Více jak hodinu denně   | Ano                   | Muže                   | Spíše ano              | Občas                 | Ano                     | Ne                      | Ano                     | Ano                    |
| 86 | 1.2.2018 20:12:28 | Divka   | 13 let | Ano                    | Více jak hodinu denně   | Ano                   | Muže                   | Spíše ne               | Ne                    | Ano                     | Ne                      | Ano                     | Ne                     |
| 87 | 1.2.2018 20:18:47 | Divka   | 12 let | Ano                    | Více jak hodinu denně   | Ano                   | Ženy                   | Ne                     | Ne                    | Ne                      | Ne                      | Nevím                   | Ne                     |
| 88 | 1.2.2018 20:27:16 | Chlapce | 13 let | Ne                     | 30-60 minut             | Ano                   | Muže                   | Ne                     | Občas                 | Ne                      | Ano                     | Ano                     | Ne                     |
| 89 | 1.2.2018 21:04:50 | Divka   | 13 let | Ne                     | Více jak hodinu denně   | Ano                   | Ženy                   | Spíše ano              | Občas                 | Ne                      | Ano                     | V předchozí otázce jsem | Ne                     |
| 90 | 1.2.2018 21:06:03 | Divka   | Ano    | Ano                    | Méně jak 30 minut       | Ano                   | Muže                   | Ne                     | Ne                    | Ano                     | Ano                     | V předchozí otázce jsem | Ano                    |
| 91 | 1.2.2018 21:22:31 | Divka   | 11 let | Ano                    | Více jak hodinu denně   | Ano                   | Muže                   | Ano                    | Ano, pravidelně       | Ano                     | Ano                     | V předchozí otázce jsem | Ano                    |
| 92 | 1.2.2018 21:45:27 | Chlapce | 13 let | Ano                    | Více jak hodinu denně   | Ano                   | Muže                   | Ano                    | Ano, pravidelně       | Ne                      | Ne                      | Ano                     | Ano                    |
| 93 | 1.2.2018 21:58:33 | Chlapce | 10 let | Ano                    | Více jak hodinu denně   | Ano                   | Muže                   | Ne                     | Ne                    | Ne                      | Ano                     | V předchozí otázce jsem | Ne                     |
| 94 | 1.2.2018 22:18:14 | Chlapce | 12 let | Ano                    | Více jak hodinu denně   | Ano                   | Muže                   | Spíše ne               | Občas                 | Ne                      | Ano                     | V předchozí otázce jsem | Ne                     |
| 95 | 1.2.2018 22:21:04 | Chlapce | 10 let | Ano                    | Více jak hodinu denně   | Ano                   | Muže                   | Ano                    | Ano, pravidelně       | Ano                     | Ano                     | V předchozí otázce jsem | Ano                    |
| 96 | 1.2.2018 22:55:28 | Chlapce | 13 let | Ano                    | Více jak hodinu denně   | Ano                   | Muže                   | Ano                    | Občas                 | Ano                     | Ano                     | V předchozí otázce jsem | Ano                    |
| 97 | 1.2.2018 22:58:04 | Chlapce | 13 let | Ne                     | 30-60 minut             | Ano                   | Muže                   | Ne                     | Ne                    | Ne                      | Ne                      | Ne                      | Ne                     |
| 98 | 1.2.2018 22:59:49 | Chlapce | 13 let | Ano                    | Více jak hodinu denně   | Ne                    | Ženy                   | Ne                     | Ne                    | Ne                      | Ne                      | Ne                      | Ne                     |
| 00 | 1.2.2018 23:43:13 | Divka   | 11 let | Ano                    | Více jak hodinu denně   | Ano                   | Muže                   | Ano                    | Ano, pravidelně       | Ne                      | Ano                     | V předchozí otázce jsem | Ano                    |
| 01 | 1.3.2018 0:20:27  | Chlapce | 13 let | Ano                    | 30-60 minut             | Ano                   | Muže                   | Spíše ano              | Občas                 | Ne                      | Ano                     | V předchozí otázce jsem | Ne                     |
| 02 | 1.3.2018 0:28:26  | Chlapce | 10 let | Ano                    | Více jak hodinu denně   | Ano                   | Muže                   | Ne                     | Ne                    | Ne                      | Ano                     | V předchozí otázce jsem | Ne                     |
| 03 | 1.3.2018 1:06:16  | Chlapce | 13 let | Ano                    | Více jak hodinu denně   | Ano                   | Muže                   | Spíše ne               | Ne                    | Ne                      | Ano                     | Ano                     | Ne                     |
| 04 | 1.3.2018 4:53:42  | Chlapce | 12 let | Ano                    | 30-60 minut             | Ano                   | Muže                   | Spíše ano              | Ne                    | Ne                      | Ne                      | Ne                      | Ne                     |
| 05 | 1.3.2018 5:54:17  | Chlapce | 13 let | Ano                    | 30-60 minut             | Ano                   | Muže                   | Spíše ano              | Občas                 | Ano                     | Ano                     | V předchozí otázce jsem | Ano                    |
| 06 | 1.8.2018 20:54:51 | Divka   | 11 let | Ne                     | 30-60 minut             | Ano                   | Ženy                   | Spíše ne               | Občas                 | Ne                      | Ne                      | Ano                     | Ne                     |
| 07 | 1.8.2018 21:00:00 | Chlapce | 14 let | Ne                     | Ne                      | Ne                    | Ne                     | Ne                     | Ne                    | Ne                      | Ne                      | V předchozí otázce jsem | Ne                     |

| N                         | O                      | P                       | Q                       | R                        | S                       | T                        | U                       | V                         | W                           |
|---------------------------|------------------------|-------------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------|---------------------------|-----------------------------|
| Uved, co pro tebe znam    | Vnímáš ho jako svého p | Komunikuješ s ním, když | Je pro tebe nějaký yout | V čem chceš být jako oř  | Přemýšlíš o něm, když z | Bavíš se o něm s přáteli | Kontaktoval/a jsi někdy | Pokud ano, světil/a ses r | Natočil/a jsi někdy vlastní |
| nic                       | Ano                    | Spíše ne                | Spíše ano               | film                     | Ne                      | Občas                    | Ne                      | Ano                       | Ano                         |
| Rád ho sleduji? xdd       | Ne                     | Spíše ne                | Ano                     | Je mým vzorem, ale nej   | Spíše ne                | Občas                    | Ano                     | Ano                       | Ano                         |
| Zábava                    | Ne                     | Občas                   | Spíše ne                | Natačení videí           | Spíše ne                | Spíše ne                 | Ano                     | Ne                        | Ne                          |
| Nic                       | Ne                     | Občas                   | Ne                      | V ničem                  | Spíše ne                | Občas                    | Ne                      | Ne                        | Ano                         |
| Nic moc prostě normální   | Ne                     | Spíše ne                | Ne                      | Ne                       | Ne                      | Ne                       | Ne                      | Ne                        | Ano                         |
| Podporu                   | Ne                     | Občas                   | Spíše ne                | Populární                | Spíše ne                | Občas                    | Ne                      | Ne                        | Ano                         |
| Nic, je to týpek          | Ne                     | Ne                      | Ne                      | Chci umět hrát na kytaru | Ne                      | Spíše ne                 | Ne                      | Ne                        | Ano                         |
| Člověk co dokáže vždy r   | Ne                     | Občas                   | Ne                      | Stejně humorný           | Spíše ne                | Spíše ne                 | Ne                      | Ne                        | Ano                         |
| ?                         | Ne                     | Ne                      | Ano                     | :                        | Ano (často)             | Ano, pravidelně          | Ano                     | Ano                       | Ano                         |
| Vzor, radost              | Ano                    | Občas                   | Ano                     | Kvalita, charakter       | Spíše ne                | Občas                    | Ano                     | Ano                       | Ano                         |
| YouTube 🤔                 | Ne                     | Ne                      | Ne                      | V ničem :-)              | Ne                      | Spíše ne                 | Ne                      | Ne                        | Ne                          |
| Ano                       | Ano                    | Občas                   | Ano                     | Spíše ne                 | Spíše ne                | Ano, pravidelně          | Ano                     | Ano                       | Ano                         |
| Nic                       | Ne                     | Ne                      | Ne                      | V ničem                  | Ne                      | Ne                       | Ne                      | Ne                        | Ne                          |
| Tak podle toho co dělá    | Ano                    | Spíše ano               | Ano                     | Bavit lidi               | Ano (často)             | Spíše ano                | Ano                     | Ne                        | Ano                         |
| Člověk, který robí to, čo | Ne                     | Spíše ne                | Spíše ne                | Ne                       | Občas                   | Občas                    | Ne                      | Ne                        | Ano                         |
| Ne                        | Ne                     | Ne                      | Ne                      | Spíše ne                 | Spíše ne                | Spíše ne                 | Ne                      | Ne                        | Ano                         |
| Videa na který se můžu    | Ne                     | Spíše ne                | Ne                      | V ničem                  | Ne                      | Ne                       | Ne                      | Ne                        | Ano                         |
| Ano                       | Ano                    | Spíše ano               | Ano                     | Ne                       | Občas                   | Občas                    | Ne                      | Ne                        | Ne                          |
| Vášinou inspirovat nebo   | Ne                     | Občas                   | Spíše ano               | Tím že se nebojí natáče  | Ne                      | Občas                    | Ano                     | Ne                        | Ano                         |
| Životní lásko <3          | Ano                    | Ano                     | Ano                     | Chci být taký youtuberka | Ano (často)             | Ano, pravidelně          | Ano                     | Ano                       | Ano                         |
| Kamarad na seks           | Ano                    | Ano                     | Ano                     | Came Cisten fotit nah    | Ano (často)             | Ano, pravidelně          | Ano                     | Ano                       | Ano                         |
| VSETKO                    | Ano                    | Ano                     | Ano                     | VO VSETKOM               | Spíše ano               | Ano, pravidelně          | Ano                     | Ano                       | Ano                         |
| Člověk co dokáže rozesm   | Ano                    | Ne                      | Spíše ano               | Mít takový humor         | Spíše ano               | Občas                    | Ne                      | Ano                       | Ano                         |
| Ano                       | Ano                    | Ano                     | Ano                     | Ano (často)              | Ano (často)             | Ano, pravidelně          | Ano                     | Ne                        | Ano                         |
| Kousek mě                 | Ne                     | Ne                      | Ano                     | Chci dosáhnout toho č    | Spíše ne                | Občas                    | Ne                      | Ne                        | Ano                         |
| vubec nic                 | Ne                     | Ne                      | Ano                     | peníze                   | Spíše ne                | Občas                    | Ano                     | Ne                        | Ano                         |
| Nic                       | Ne                     | Ne                      | Ano                     | ne                       | Ne                      | Občas                    | Ano                     | Ano                       | Ano                         |
| Muj zivot, sleduji ho s k | Ano                    | Občas                   | Ano                     | Nevím                    | Spíše ano               | Ano, pravidelně          | Ano                     | Ne                        | Ano                         |
| Člověk co mi zlepší nále  | Ano                    | Občas                   | Ne                      | V ničem každý by měl b   | Ne                      | Občas                    | Ano                     | Ano                       | Ano                         |
| Nic                       | Ne                     | Ne                      | Ne                      | V ničem                  | Ne                      | Občas                    | Ano                     | Ne                        | Ano                         |
| nic akorat se nudím       | Ano                    | Občas                   | Ne                      | ne rikam jen se nudím    | Ne                      | Občas                    | Ne                      | Ne                        | Ano                         |
| Ano                       | Ano                    | Spíše ne                | Spíše ano               | Ne                       | Ne                      | Ne                       | Ne                      | Ne                        | Ano                         |
| Ano                       | Ano                    | Spíše ano               | Ano                     | Ano (často)              | Spíše ano               | Ano                      | Ano                     | Ano                       | Ne                          |
| neřím žádného             | Ne                     | Spíše ne                | Spíše ano               | Youtuberku kterou sledu  | Ano (často)             | Spíše ano                | Ano                     | Ne                        | Ne                          |
| Ne                        | Ne                     | Ne                      | Ne                      | ničem                    | Ne                      | Ne                       | Ne                      | Ne                        | Ne                          |

## **BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE**

**Jméno autora:** Lucie Mrštinová

**Obor:** Sociální a mediální komunikace

**Forma studia:** Prezenční

**Název práce:** Vliv českých YouTube tvůrců na adolescenty (10–13 let)

**Rok:** 2018

**Počet stran textu bez příloh:** 57

**Celkový počet stran příloh:** 8

**Počet titulů českých použitých zdrojů:** 10

**Počet titulů zahraničních použitých zdrojů:** 5

**Počet internetových zdrojů:** 5

**Vedoucí práce:** Mgr. Michal Schuster MBA