UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

PEDAGOGICKÁ FAKULTA

Ústav speciálněpedagogických studií

**Diplomová práce**

Bc. Aneta Pehalová

Vnímání média Youtube ve vztahu k žákům a studentům se specifickými potřebami

Olomouc 2020 vedoucí práce: Mgr. Lucia Pastieriková, Ph.D.

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „Vnímání média Youtube ve vztahu k žákům a studentům se specifickými potřebami“ vypracovala samostatně a s použitím uvedené literatury a pramenů.

V Olomouci, dne 20.5.2020 …………………….………….

Aneta Pehalová

Děkuji Mgr. Lucia Pastieriková, Ph.D.za pomoc při vedení bakalářské práce. Mé poděkováni patři též pracovníkům a klientům Nízkoprahového zařízení pro děti a mládež v Olomouci za spolupráci při získávání údajů pro výzkumnou část práce.

Obsah

[Úvod 5](#_Toc40863543)

[Teoretická část 7](#_Toc40863544)

[**1** **Internet a děti online** 7](#_Toc40863545)

[**1.1** **Internet jako médium** 7](#_Toc40863546)

[**1.2** **Děti online** 9](#_Toc40863547)

[**1.3** **Vliv internetu na děti** 11](#_Toc40863548)

[**1.4 Rizika číhající na internetu** 12](#_Toc40863549)

[**1.5 Bezpečnost a ochrana na internetu** 18](#_Toc40863550)

[**2** **Děti se specifickými potřebami** 20](#_Toc40863551)

[**3** **Youtube a Youtubeři** 22](#_Toc40863552)

[**3.1** **Youtubeři** 24](#_Toc40863553)

[**3.2 Rizika a problémy spojené s Youtube** 25](#_Toc40863554)

[Praktická část 27](#_Toc40863555)

[**4 Zmapování používání média Youtube** 27](#_Toc40863556)

[**4.1 Metodologie průzkumu** 29](#_Toc40863557)

[**4.1 Průzkumný soubor** 30](#_Toc40863558)

[**4.2 Popis a interpretace výsledků** 31](#_Toc40863559)

[**4.3 Limity výzkumu** 60](#_Toc40863560)

[**4.4 Shrnutí** 61](#_Toc40863561)

[Závěr 64](#_Toc40863562)

[Anotace 67](#_Toc40863563)

[Resume 68](#_Toc40863564)

[Literatura a zdroje 69](#_Toc40863565)

[Seznam obrázků, tabulek a grafů 73](#_Toc40863566)

[Přílohy 75](#_Toc40863567)

# Úvod

V současné době děti tráví více času na internetu. Toto konstatování nenahlíží na tuto problematiku jako na něco negativního, ale je důležité se nad tímto fenoménem naší doby pozastavit a uvědomit si, co vlastně děti na internetu dělají, vyhledávají či sdílejí. Žijeme totiž v době, kdy jsme neustále obklopeni médii jako televize, rádio, noviny, reklamy či internet. A život bez internetu si často už neumíme ani představit. K jeho využívání máme vždy po ruce mobilní telefony, počítače nebo tablety, a právě proto se i pro děti stává internet mnohem dostupnější, a mají i rychlejší a snazší přístup k nejrůznějším informacím. Bohužel tato dostupnost sebou nese nejenom pozitiva, ale i zápory.

Jedním ze zvlášť silných médií je v současnosti i webová stránka Youtube, kde se dají sdílet, nahrávat, sledovat, vyhledávat, komentovat a hodnotit videa. Na YouTube jsou dostupné videoklipy, TV klipy, hudební videa, trailery k filmům a další jako například video-blogy, krátká originální videa, nebo vzdělávací videa. Během doby, kdy se Youtube rozvíjel, začala se zde rodit komunita lidí, kteří si ze sdílení videí na tuto platformu udělali nejdříve koníček a postupně někteří i povolání. Mluvíme o Youtuberech. Toto silné médium značným způsobem ovlivňuje mladou generaci názory, stylem života, vyjadřováním se atd. Bohužel tato oblast není prozatím velmi zmapovaná, a proto se tomuto tématu budeme v této diplomové práci věnovat.

V této práci se zaměříme na to, co sledují, proč, jak dlouho, popř. koho sledují žáci a studenti se specifickými potřebami, a to právě na webové stránce Youtube. Cílem této práce tedy je zmapovat využívání, používání a vnímání Youtube dětmi a studenty se specifickými potřebami. A výzkumnou otázku, kterou si klademe je: „Jakým způsobem používají děti či studenti se specifickými potřebami Youtube?“

V teoretické části se vysvětlíme některé základní pojmy jako internet, Youtube, žák či student se specifickými potřebami apod. Krátce se budeme věnovat vztahem internetu a dětí, a také klady a zápory, které internet nabízí. Zároveň přiblížíme výzkumy, které se ji podobné tématice věnovaly. Cílem teoretické části této práce je vymezit oblast, kterou budeme v praktické části mapovat.

V praktické části již bude následovat samotný průzkum. Ten byl mě být proveden pomocí dotazníků rozdaných v nízkoprahovém zařízení pro děti a mládež. Data získané z těchto dotazníků poté budou graficky znázorněny pomocí grafů a tabulek, poté porovnány, zanalyzovány a bude následovat i krátká interpretace. Tento průzkum tedy bude kvantitativní. A pokusíme se všechna data co nejlépe zpracovat, aby zmapování používání Youtube bylo co nejjasnější a nejpřehlednější.

Inspirací pro tento výzkum byla jedna z praxí, kterou jsem absolvovala v dramatické dílně a kde měli jednu z lekcí nazvanou „Youtubeři“. Během této lekce se uživatelé připravovali své výstupy, které poté měly být natočeny a sdíleny na Youtube. Inspirací jim byli jejich oblíbení Youtubeři, které sledovali, a pokoušeli se svým vystupováním přiblížit svým idolům, ale také pochopili, že než je video umístěno na internet, je potřeba velkého množství „mravenčí“ práce. Jejich vztah k médiu Youtube, byl prvním impulzem k této práci. Bohužel v současné době již jejich společný kanál není aktivní a každý z uživatelů se snaží věnovat svému vlastnímu kanálu s jehož torbou jim ale stále pomáhají pracovníci dramatické dílny.

Bohužel v současné době jsme se ocitli v situaci, která může průběh tohoto průzkumu znesnadnit. Poprvé v historii České republiky byl pro celé naše území vyhlášen nouzový stav. Pandemie viru COVID-19 se v současné chvíli stále rozrůstá a už nyní je uloženo velké množství opatření, která mají zabránit šíření tohoto viru. Mezi tato opatření patří uzavření školských zařízení, knihoven, omezení v zařízeních sociálních služeb a byl zakázán i volný pohyb na území ČR. Z tohoto důvodu není jisté, zda bude průzkum proveden v plné míře, ve které byl zamýšlen.

Tato situace velmi ovlivnila tento průzkum v rámci získávání dat od respondentů, celkovým snížením počtu respondentů a zároveň i složení výzkumného vzorku. Krom Dotazníku, který bude využit v praktické části, musela být zrušena i část výzkumu, která měla probíhat formou rozhovoru s uživateli dramatické dílny, jejichž práce byla inspirací pro tuto práci.

Tento průzkum by mohl být přínosný nejen pro sociální pracovníky či pracovníky v sociálních službách, pedagogy či pedagogické pracovníky a preventisty, ale i pro veřejnost, k pochopení toho, jak děti na internetu tráví čas, jaká rizika ale i pozitiva jim internet a Youtube může přinést a zároveň zvýšit zájem o tuto problematiku, obzvláště u dětí se specifickými potřebami, které mohou podlehnout rizikům internetu stejně jako děti intaktní.

# Teoretická část

Teoretická část nám poslouží k definování několik základních pojmů, které jsou potřeba znát pro praktickou část. Budeme se zde věnovat nejdříve samotnému termínu internet a jakým způsobem se vyvíjel, jak funguje v rámci kyberprostoru a kyberkultury. Poté popíšeme vztah dětí s internetem a jakým způsobem ho děti využívají, jaký na ně může mít internet vliv a zda pomáhá nějakým způsobem s jejich rozvojem. Krátce zmíníme i pozitiva a rizika, se kterými se mohou děti na internetu setkat a v krátké kapitole se budeme věnovat i prevenci proti nebezpečím číhajících na internetu. Nutno bude i popsat skupinu, které se poté budeme věnovat v praktické části, a to osoby se specifickými potřebami, kterou se pokusíme co nejpřesněji definovat v rámci zákonu i literatury. Nakonec se budeme věnovat samotné webové stránce Youtube, jak funguje, co nabízí, definujeme roli Youtubera a jeho možný vliv na diváky a nakonec si krátce uvedeme rizika, které mohou souviset s používáním média Youtube.

## **Internet a děti online**

Tato kapitola bude pojednávat o internetu a jaký vztah k němu mají v současné době děti. Pokusíme se na základě literatury a dalších zdrojů definovat některé termíny s internetem spojené a také definovat vztah mezi internet a dětní užívající ho a zároveň popsat některá rizika, ale i pozitiva, které v prostředí internetu můžeme objevit.

### **Internet jako médium**

Za médium považujeme prakticky cokoliv, co můžeme používat ke sdělení nějaké zprávy či informace. Vznik masmédií může být zdůvodněn potřebou komunikace, podmíněný pokrokem v oblasti technologií, společenská organizace pro produkci a distribuci médií a instituce, která má dohled nad vývojem a užíváním daného média. Jak uvádí Giles (2012), mezi masmédia můžeme počítat noviny, časopisy, rozhlas, televizi a hlavně internet.

Historie samotného internetu se datuje od 1957 a od té doby se neustále rozrůstá, avšak termín Internet byl poprvé použit až od roku 1981. Velmi důležitým mezníkem byl moment, kdy na svět přišel World Wide Web, který se dá popsat jako celosvětová pavučina stránek s obsahem nejrůznějších informací. (Kras, 2001)

Internet je globální síť, která propojuje lokální počítačové sítě a jeho vývoj souvisel s rozvojem informačních komunikačních technologií, lidské zvídavosti, potřeby komunikovat a ze sociálního kontextu doby. Poskytuje nám nejrůznější služby, a to v podobě webových stránek, sociálních sítí, vyhledávačů a z toho důvodu je zdrojem nebo součástí nejrůznějších informací (písemných, vizuálních či audio), zábavy práce či studia. (Šmahal, 2014)

Internet je místo, které může každý prohledávat kvůli informacím, ale také kde může čímkoliv přispět. (Preston, 2003)

S internetem souvisí ještě několik termínů jako kyberpopulace, kyberprostor a kyberkultura, které nyní krátce shrneme:

1. Kyberpopulaci můžeme definovat jako heterogenní soustavu lidí ve vztahu ke kyberkultuře. Jedná se tedy o skupinu, která se narodila po 1994 a tedy se učila pracovat s informačními technologiemi od raného věku. (Šmahal, 2014)
2. Kyberprostor je nové komunikační prostředí, které utváří celosvětové propojení počítačů. (Šmahal, 2014).

Jirovský definuje kyberprostor jako místo, kam se přenáší rysy současné společnosti, ale kde se zároveň formují vlastní pravidla, která se vymykají přirozenému řádu. Tento prostor přináší nová či modifikovaná nebezpečí a formy chování, které se musí společnost naučit akceptovat nebo najít způsoby, jak těmto problémům čelit. (in Šmahal, 2014)

1. Posledním termínem je kyberkultura. Jedná se o nový fenoném, který vznikl v rozpětí jedné generace. Jde o existenci a sdílení globálního prostoru, který je nad rámec národních kultur. Kyberkultura se vymezuje několik prvky, které si nyní vyjmenujeme. Výrazně zasahuje do tradičních socializačních, edukačních a sociálních obsahů, poskytuje prostor pro kolektivní inteligenci a nabízí možnost synchronní i asynchronní komunikace. Virtuální sociální skupiny vznikající samovolně nebo mohou směřovat k určitému tématu, a to v celosvětovém měřítku. Kyberkultura poskytuje nový kulturní prostor (kyberprostor), kde dochází k digitalizaci informací a rychlým transformacím. Další důležitým sociálním prvkem kyberkultury je možnost identity ve virtuálním světě, kde člověk může sdílet své emoce také virtuálně a to např. pomocí emotikonu. A v neposlední řadě je důležité zmínit, že významnou složkou pro začlenění se do kyberkultury jsou online hry. (Šmahal, 2014)

Nyní si vyjmenujeme základní služby internetu. Mezi ně patří elektronická pošta, která umožňuje rychlou komunikaci, a pomocí e-mailu se dá posílat nejen text ale i zvuk či obraz. Internet také nabízí databázi informací, které jsou přístupné na webových stránkách a ty můžeme využívat díky webovým prohlížečům. Mezi informace, které nám internet poskytuje patří i noviny, a to v elektronické verzi, jsou tedy mnohem rozsáhlejší a aktuálnější. Další službou internetu je elektronické obchodování, kdy abyste nakoupili není potřeba ani vstát od počítače. Vznikají tedy virtuální obchody. S touto sužbou souvisí i ta následující, a to je elektronické bankovnictví, kdy člověk nemusí navštívit banky, aby zjistil stav účtu, přesunul sumu peněz a to v jakoukoli denní hodinu či den. Diskuzní skupiny umožňují uživatelům internetu získané informace si ověřit, poradit se nebo si jen tak promluvit. A nakonec televize a rozhlas, které může oba sledovat přes internet. (Kras, 2001)

Naším cílem při užívání internetu by mělo být neztratit se a naučit se používat internet hlavě k našemu vlastnímu prospěchu. (Kras, 2001)

### **Děti online**

*„Dnešní mladí se do světa digitálních technologií přímo narodili a že už nemají ponětí o tom, jak by vypadal, život bez mobilního telefonu, elektronických zařízení a internetu.“* (Ševčíková a kol., 2014, s. 19)

Tato citace nám dává jasný obrázek o tom, že dnes mají nejen děti ale i většina populace přístup k internetu ať z domova, ve škole nebo v práci. Jak uvádí Giles (2012), tak internet dříve fungoval jako jistá alternativa televize, a i když u adolescentů stále více převažovala televize jako forma relaxace, tak po pár letech se situace změnila a internet se pro teenagery stal primárním sociálním médiem. V současné době se stal internet nástrojem sociálních kompetencí.

Šmahalův (2014) názor na problematiku vztahu mládeže a internetu je takový, že současná mládež je propojena díky využití informačních komunikačních technologií a vzdaluje se tak od tradiční kultury. Vedle sebe tak žijí generace, které mají odlišnou zkušenost s kyberkulturou a tím pádem i rozdílnými postoji vůči ní. Tento fenomén se nazývá generační rozdíl, a proto je nutné posílit zmapování a analyzování kyberkultury, která výrazně přitahuje a ovlivňuje děti a mládež. Například využívání interaktivního komunikačního prostředí může být obohacující i neblahé, nebo že na internet vzniká prostředí bez zábran, které mohou mít na uživatele pozitivní ale i negativní dopad.

Pokud je tomu tak jak Šmahal naznačuje, tak je nutné běžnost používání internetu u dětí zhodnotit několika čísly z různých výzkumů či projektů. Projekt EU Kids Online z roku 2010 uvádí, že české děti jsou jedny z digitálně nejvzdělanějších, jelikož ve věku od 9 do 13 let používají ¾ dětí internet každý den. Dle českého statistického úřadu v roce 2012 v České republice vlastnilo počítač 91% domácností s dětmi. Internet používá 69% celé populace a dle výzkumu z roku 2008 používá internet 93% dětí ve věku 12 – 18 let. A tyto čísla stále rostou. Výsledky Projekt EU Kids Online II uvádí, že 80% českých dětí ve věku 9-16 let stráví na internetu minimálně jednu hodinu denně. Ve stejném projektu také bylo uvedeno, že nejvíce tráví děti svůj čas u počítače při práci do školy. Poté následují aktivity spojené s čtením a posíláním e-mailů, sledování videoklipů, používání sociálních sítí, posílání zpráv přes messengery, sledování online zpráv, stahování filmů nebo hudby, hraní her online, návštěva chatových místností či virtuálních světů. (Ševčíková a kol., 2012)

Šmahel (2003) uvádí, že internet je prostředí bez zábran, a to jak v pozitivním, tak i v negativním světle. Popisuje fenomén prostředí internetu, kdy se jedná o takové prostředí, které mladiství vnímají jako prostředí bez zábran, kde mizí bariéry, což vede k větší otevřenosti. Mladí lidé jsou odvážnější a výřečnější a toto prostředí navíc redukuje pocit úzkosti, jelikož zde mizí strachy a komplexy. Proto mají možnost projevit sami sebe. Jak popisuje Šmahel toto prostředí je pro mladistvé atraktivní hned z několika důvodů. Na internetu panuje absence sankcí, tedy že zde nehrozí trest a jedinec si tak může dovolit téměř cokoliv. Zároveň umožňuje přetvářku a možnost lži, kdy je možno si vymýšlet i měnit vlastní identitu. S tím souvisí i pocit fyzického bezpečí s čímž souvisí i možnost ukončení či přerušení kontaktu, pokud jedinci nechtějí v konverzaci nadále pokračovat. Z důvodu absence sebe samotného jako fyzického objektu se ztrácí i obavy ze vzhledu. A posledním velmi důležitým prvkem aktivity na internetu je anonymita, které je základní proměnou, jež ovlivňuje chování i cítění lidí v prostředí internetu. Jak už bylo výše uvedeno, jedná se o prostředí, které nabízí odreagování a zábavu, během které dochází k pohlcení činností.

Pokud nahlédneme na některé tuzemské studie věnované tomuto tématu, můžeme nalézt krátkou studii v knize Děti online od Krčmářové a Vackové. Ty se společně věnují problematice dětí předškolního a mladšího školního věku na internetu. Média popisují jako součást kultur prezentující modely chování a hodnoty, které jsou klíčové pro danou společnost, a to ve smyslu pozitivním i negativním. Jelikož se používat technologie děti učí už v mateřských školách, tak jsou děti mnohem více počítačově gramotné než jejich rodiče. To ale bohužel přináší problém, že se šance zachytiti či pochopit, co děti na internetu dělají nebo kontrolovat, kde se pohybují a čeho jsou schopné, minimalizuje. Z toho plyne, že ne vždy jsou rodiče vědomi rizik s internetem spojených. (Krčmářová a kol., 2012)

Nakonec této kapitoly je důležité zmínit, že to, co dítěti prezentují média audiovizuálně, vnímá mnohem realističtěji. Navíc věnuje pozornost tomu, co je pro něj osobně atraktivnější a významné, například podobnost s jeho životní zkušeností, svůj ideál, negativní a zakázané chování, a to jak formou aktivního využívání nebo pasivní působení média. (Krčmářová a kol., 2012)

### **Vliv internetu na děti**

Častým tématem je, zda má nadměrné užívání internetu nějakým způsobem vliv na vývoj dítěte. Velmi často se se v literatuře a médiích zmiňují negativní jevy spojené s internetem, ale nyní se pokusíme nahlédnout spíše na pozitivní prvky, které nám virtuální svět přináší.

Internet je důležitý prostor, který nabízí možnost vypořádat se s vývojovými úkoly. Ve výzkumech se často objevuje, že děti do online prostoru přináší své problémy a výzvy, kterým čelí ve svém každodenním životě. To především platí pro adolescenty, kteří prochází řadou změn v podobě vývojových úkolů jako například nalezení vlastní identity, naučit se navazovat a udržovat osobní vztahy, to vše se odráží i ve způsobu, jak používají internet. (Ševčíková a kol., 2014)

Jak uvádí Krčmářová (2012), tak tyto nové technologie nabízí nové možnosti vyjadřování a je zde teda možný i rozvoj novách mentálních schémat. Například během hraní online her se u dětí může zlepšovat pozornost, vizuální představivost a paměť. Při surfování na webových stránkách dochází k posilování schopností interpretace textu i obrazu, gramotnost, schopnost řešit problémy, vizuálně zpracovávat informace. Díky online komunikace dochází k rozvoji jazykových a vyjadřovacích schopností, děti se učí multitaskingu a umí se tak soustředit na několik úkolů najednou. Yarto uvádí, že díky tomu, že děti vyrůstají obklopené zdroji různých podnětů, které působí současně, jejich pozornost velmi flexibilní. (in Krčmářová a kol., 2012)

Internet nabízí různé příležitost ke vzdělávání, učení se psané komunikaci i v cizím jazyce, sebeprezentaci, práce s programy či webovými stránkami apod. Internet totiž může vybízet ke kreativitě, a děti zde velmi často kreativní jsou. (Ševčíková a kol., 2014)

Krom rozvoje tedy internet nabízí i další služby, jako například instantní komunikaci, ať už zvukovou nebo obrazovou, zábavu v různých formách nebo možnost vlastní tvorby a realizace. Tyto aktivity umožňují také rozvoj, a to kreativity, získání nových schopností a dovedností a zároveň možnost zpětné vazby. (Krčmářová a kol., 2012)

Pro mladé lidi jsou digitální světy velmi reálné a často se může reálný a virtuální svět prolínat. (Ševčíková, 2014) A tento virtuální svět dětem nabízí uspokojení čtyř důležitých potřeb. První touto potřebou je ovlivňování vlastní identity a experimentování. Tuto potřebu můžeme popsat jako hledání odpovědi na otázku kdo jsme? A díky anonymitě, kterou mám internet nabízí, je to bezpečné. Další je potřeba intimity a touhy někam patřit, kterou může zastřešit možnost zapojit se do skupiny, kdy na internetu tato potřeba nevyžaduje tolik energie, času či financí, jako v reálném životě. Třetí potřebou je potřeba separace od rodiny či blízkých pečujících osob, a internet nabízí možnost zažít separaci, pocit strachu a úzkosti. Poslední je ventilace frustrace, kdy například u počítačových her je potřeba vyventilovat agresivitu, vztek či zlost. (Krčmářová a kol., 2012)

Tuto podkapitolu můžeme shrnout pomocí Karáskové Ulbertové tak, že při používaní internetu sice převažují pozitiva, ale ve snaze chránit děti na ne zapomínáme. Internet je místem, kde se může objevovat a zkoumat svět dík nahromaděným informacím, ke kterým je rychlý přístup. Zároveň nám velmi zjednodušuje život v podobě nakupování na internetu, možnosti kontaktu pomocí např. aplikace Skype a nabízí i různé formy zábavy nebo relaxace. K tomu všemu na rozdíl od televize není internet jednosměrný. Tím pádem nás nutí myslet a procvičovat mnoho sociálních dovedností jako kontakt s druhým člověkem, formulace a prosazování vlastních názorů, projevování emocí. A mimo jiné i nabízí rozšíření jazykových znalostí a rozvoj fantazie či nalezení přátel s podobnými zájmy. (in Krčmářová a kol., 2012)

### **1.4 Rizika číhající na internetu**

Bohužel internet není jen dobrým místem a o rizicích, která děti ohrožují je třeba znát a mluvit o nich, aby mohl být člověk připraven a uměl je řešit. (Karásková Ulbertová in Krčmářová a kol., 2012) Proto si v této kapitole vyjmenujeme několik z těchto rizik, a krátce se budeme věnovat i tomu, jak zajistit bezpečí při používání internetu.

Kromě známých rizik, která si uvedeme níže, tak Karásková Ulbertová uvádí ještě další negativa internetu, která mohou přerůst ve vážnější podoby. Například nepřirozený únik do světa fantazie skrz počítačové hry, nejrůznější virtuální lákadla, online ztráty zábran, který může vést k hodinám strávených na internetu, ochlazení reálných vztahů, anonymita a minimalizace sankcí za nevhodné chování či vyjadřování či uvolnění, které může být, jak v pozitivním úhlu pohledu jako možnost lépe vyjádřit své názory, ale také negativní v podobě extrémní kritiky, agresivity a vulgarismu. (in Krčmářová a kol., 2012)

Rizika, která jsou nejčastěji zmiňovaná v souvislosti s internetem rozdělujeme následujícím způsobem:

1. Závislost na internetu, kterou můžeme shrnout jako neschopnost představit si život bez internetu.
2. Kyberšikana, což je zjednodušeně šikana prováděné pomocí elektronických prostředků.
3. Kyberstalking neboli opakované a stupňované obtěžování a pronásledování oběti např. zprávy, telefony apod.
4. Kybergrooming, což je chování uživatelů, kteří se vydávají za jiné osoby s cílem vylákat nezletilé na schůzku, za účelem obtěžování či zneužití.
5. Sexting, rozesílaní zpráv, fotografií, videí se sexuálním obsahem
6. Webové stránky s nevhodným obsahem, tedy stránky nabádající k agresivnímu chování, podporující trestnou činnost, obsahující materiály s návody na sebepoškozování či sebevražedné chování. (Karásková Ulbertová in Krčmářová a kol., 2012)

V následujících podkapitolách krátce shrneme a definujeme některá zmíněná rizika, jejich specifika a negativní vliv na uživatele. Jedna podkapitola se bude navíc věnovat sociálním sítím a rizikům, která vznikají při jejich používání.

#### 1.4.1 Kyberšikana

Slovník speciální pedagogiky definuje kyberšikanu takto: „*Zneužití informačních komunikačních technologií, především mobilních telefonů a internetu, k činnostem, které mají někoho záměrně ohrozit a ublížit mu.“* (Valenta a kol., 2015, s. 89)

Pokud ovšem chceme upřesnit termín kyberšikana, tak je potřeba nejdříve znát termín tzv. tradiční šikany, kterou Olweus vnímá jako *„agresivní, úmyslné, opakované jednání či chování prováděné vůči jednotlivci či skupině, který/á se nemůže snadno bránit“* (in Kopecký, 2015, s. 11). Samotná kyberšikana pak může být chápána jako hrozby, ponižování a jiné útoky pomocí internetu, interaktivních či digitálních technologií nebo mobilních telefonů. (Dehue et al. In Kopecký, 2015) A jak u tradiční šikany, tak u kyberšikany je důležité zmínit, že se jedná o opakované násilné chování, u kterého agresor a oběť nejsou v přímém kontaktu, což může vést k minimalizaci pocitu viny u agresora. (Valenta a kol., 2015)

Kyberšikana často začíná podobně jako tradiční šikana a vychází z projevů psychické šikana. Formy kyberšikany mohou mít následující průběh:

1. Publikování ponižujících záznamů nebo fotografií
2. Ponižování a pomlouvání
3. Krádež identity, zneužití cizí identity ke kybešikaně
4. Ztrapňování pomocí falešných profilů
5. Provokování a napadání uživatelů v online komunikaci
6. Zveřejňování cizích tajemství s cílem oběť poškodit
7. Vyloučení z online komunity
8. Obtěžování
9. Kyberšikana spojena s online hrami
10. Happy slapping (záznam fyzického útoku, který je publikován na internetu a sdílen)
11. Kyberstalking (Kopecký a kol., 2015)

Často zmiňovaným kritériem pro kyberšikanu může být, že oběť vnímá celou situaci jako nepříjemnou a ubližující. Ale pokud bychom měli shrnout jasné znaky kyberšikany, tak sem patří opakovanost, záměrný agresivní obsah, mocenské nerovnováha, zraňující jednání a hlavně, že vše se odehrává prostřednictvím elektronických médií. (Ševčíková a kol., 2014)

1.4.2 Kybergrooming

Tento termín používáme, pokud mluvíme o chování uživatelů internetů, které má u oběti vyvolat falešnou důvěru a přesvědčit ji k osobní schůzce, kdy výsledkem této schůzky může být fyzické násilí, zneužití oběti pro dětskou prostituci, sexuální zneužití apod. (Kopecký, 2015)

Podstatou kybergroomingu je online komunikace nejčastěji sexuálního útočníka s dítětem, kdy pomocí vytvoření falešné atraktivní identity ve věkové skupině oběti, se snaží přimět dítě k osobnímu setkání. Útočník často vybuduje kamarádský vztah s obětí a staví na vzájemné blízkosti v podobě společných zájmů, preferencí či problémů. Snaží se získat citlivé informace, popřípadě podplatí oběť, a tyto informace pak využívá ke vzbuzení pocitu viny. To vše nakonec používá k vynucení osobní schůzky, která nemusí být napoprvé spojena s útokem. Cílem této i následujících schůzek může být sexuální zneužití dítěte či opakované zneužívání, výroba dětské pornografie nebo fyzický útok, který může končit i smrtí oběti. (E-bezpečí)

1.4.3 Sexting

Pod pojem sexting spadá elektronické rozesílání textových zpráv, vlastní fotografií a videí se sexuálním obsahem, ke kterému dochází v prostředí internetu. (Kopecký, 2015)

Oběť útočníkovi poskytuje citlivý materiál, který lze zneužít k různým formám útoků v internetovém prostředí. A zde tento materiál může kolovat dlouho dobu a může být obtížné ho odstranit a útok se může tedy kdykoliv opakovat. To vše může vliv, jak na společenskou pověz a prestiž, ale i na zdravotní stav, kdy může docházet k emoční a psychické úzkosti, které mohou přerůst ž do pokusů o sebevraždu (Kopecký, 2015)

Motivací k rozesílání nebo zveřejňování intimních materiálů může být například snaha navázat kontakt s osobou, se kterou touží jedinec navázat partnerský vztah, potřeba zpestřit trvající sexuální vztah či zachytit vlastní tělo v nejlepší kondici. Někdy se ale jedná o pokus získat reakci od okolí či se zviditelnit, popř. jde o tlak okolí, kdy se může jednat o nevhodný vzor kamarádů či celebrit. (E-bezpečí)

Riziko se u sextingu ukrývá právě v rozesílání intimního materiálu, který je velmi snadno zneužitelný, jelikož nebezpečnou vlastností je rychlé a dlouhodobé šíření. Také je možné, že vše přeroste v šikanu či kyberšikanu nebo sexuální obtěžování, ale může to mít vliv i na osobní prestiž. (E-bezpečí)

#### 1.4.4 Online závislost

Dnešní mladá generace je s internetem velmi těžce spojena, jelikož většina dětí a dospívajících ho nejrůznějšími způsoby využívají jak ze soukromých, tak i ze studijních důvodů. (Hýbnerová in Krčmářová a kol., 2012)

Než zmíníme samotnou problematiku online závislosti, je důležité zmínit, že se jedná o progresivně se vyvíjející médium, a tedy jeho užívání je málo ohraničené ustálenými normami. (Ševčíková, 2014)

Pro závislost na internetu se používá termín netolismus, což znamená závislost na tzv. virtuálních drogách, mezi které patří počítačové hry, sociální sít, internetové služby, virální videa apod. Znaky u tohoto druhu závislosti odpovídají závislosti na návykových látkách. Tyto znaky popisuje WHO jako silnou touhu nebo pocit puzení po látce, potíže v kontrole užívání látky, a to pokud jde o začátek a ukončení nebo o množství látky, dále užívání látky k odstranění abstinenčních příznaků, průkazná tolerance, postupné zanedbávání jiných potěšení a zájmu ve prospěch užívané látky a zvýšené množství času potřebného k získání nebo užívání látky a posledním je pokračování i přes jasný důkaz zjevně škodlivých následků. (Kopecký, 2015)

Nadměrné užívání internetu, které jedinci způsobuje psychické, fyzické či sociální problémy nemusí záviset pouze na čase stráveném u počítače, ale též o kvalitu jeho užívání, která ne vždy musí být patologická. (Ševčíková, 2014)

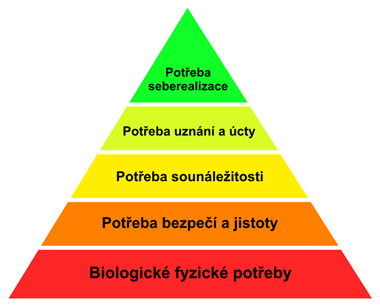
Důležitou otázkou je „jak vlastně vzniká závislost na internetu?“ Internet a různé počítačové aplikace slouží k překonání nepříjemných pocitů jako nuda, stres, úzkostnost či samota. Internet, který je rychlý a dostupný, v sobě tedy skrývá atraktivitu, že každý zde najde, co potřebuje. Navíc umožňuje do jisté míry kompenzaci neúspěchu. (Hýbnerová in Krčmářová a kol., 2012)

Významným psychickým faktorem online závislosti je zvýšená tendence se nudit nebo zvýšená impulzivita. Proto jsou v tomto případě rizikovou skupino děti s poruchami pozornosti. Mohou totiž využívat aktivity spojené s mnoha zároveň otevřenými aplikacemi a mohou tak mezi nimi „těkat“ a nesoustředit se plně ani na jednu. Stejně tak je i komunikace na internetu útržkovitá, což je pro děti s poruchou pozornosti jednodušší oproti každodenní komunikaci, navazování a udržování vztahů. Další faktorem nadměrného užívání internetu může být nízké sebehodnocení, slabá sebedůvěra, depresivita, sociální úzkost, a jiné psychické problémy. (Ševčíková, 2014)

Závislostní chování na internetu můžeme rozdělit do následujících kategorií:

1. závislost na virtuální sexualitě
2. závislost na virtuálních vztazích
3. internetová kompulze
4. přetížení informacemi
5. závislost na počítači (Kopecký, 2015)

Hýbnerová dodává, že internet může sloužit i k uspokojování potřeb, tak jak je známě z Maslowy pyramidy, a i tento fakt může vést k závislosti na internetu. Na nejnižším stupni se nachází biologické fyzické potřeby, mezi které spadá i sexuální pud, který jedinci díky sextingu či porna mohou na internetu uspokojovat pravidelně. Na druhé příčce je potřeba bezpečí a jistoty, která u internetu lze uspokojit tak, že každou nepříjemnou situaci může jedinec ukončit tím, že jednoduše vypne počítač. Potřeba sounáležitosti se na internetu naplňuje jednoduše přes online komunikaci, kdy se můžete neustále seznamovat s novými lidmi nebo i randit po internetu. Předposlední potřeba, potřeba uznání a úcty, se v online prostoru naplňuje např. skrz diskuzní fóra, která nabízí prestiž. Internet nabízí uspokojení potřeby seberealizace takovým způsobem, že je jednoduché příjemné věci přijímat a negativní ignorovat či blokovat. (in Krčmářová, 2012)



Obr. 1 - Maslowova pyramida potřeb (Zdroj <https://www.filosofie-uspechu.cz/)>

#### 1.4.5 Rizika na sociálních sítích

Tato kapitola trochu odhalí i další z rizik, které na internetu hrozí, a to jsou rizika spojená s užíváním sociálních sítí a je důležité toto riziko zmínit, jelikož 44% dětí ve věku 10 až 13 let má sociální sítě v mobilním telefonu (Krčmářová a kol., 2012).

Sociální sítě představují důležitou součást sociálního života a vývoje adolescentů, protože dospívající zde nalézají prostor k seberealizaci a komunikaci s blízkým i širokým okruhem přátel. Nebýt na sociál í síti je určitou formou sociálního vyloučení. (Ševčíková a kol., 2014)

Pokud bychom měli definovat v krátkosti sociální sítě, tak se jedná o internetové služby, které požíváme k získání a udržení sociálního kontaktu s dalšími uživateli internetu. Společné vlastnosti všech sociálních síti jsou, že obsah vytvářejí sami uživatelé, umožňují nám vytvářet sociální vazby a zároveň obsahují množství osobních a citlivých informací, které šíří sami uživatelé. Poslední společnou vlastností je podpora jednoduchého a efektivního sdílení informací. (Kopecký, 2015)

Dříve mohl být internet chápán jako místo, kde se zachovává plná anonymita, ale dnes je mnoho lidí přesvědčeno, že na internetu nelze být anonymní, i tak sami publikují intimní údaje. S touto problematikou se spojeno riziko zneužití osobních údajů, které sebou přinášejí problémy v mezilidských vztazích nebo i v profesním životě a u dětí mohou být tyto informace zneužity ke kyberšikaně. (Ševčíková a kol., 2014)

Jako internet tak i sociální sítě nabízí jista pozitiva a negativa. K pozitivům patří možnost navazovat mezilidské kontakty, nebo také to, že nástroj pro překonání sociální izolace. Je zde umožněno realizovat reklamu na cílovou skupinu, ale i sociální sítě využít jako zdroj poučení či zábavy. Negativní aspekty sociálních sítí souvisí s obsahem množství zneužitelných osobních údajů, a jedná se o místo, kde se snadno, rychle a anonymně dá realizovat kyberšikana, kyberstalking. internetové podvody, majetková kriminalita, a uživateli hrozí internetové útoky nebo únik osobních informací. (Kopecký, 2015)

### **1.5 Bezpečnost a ochrana na internetu**

Pokud na internetu číhá na děti tolik nebezpečí, je důležité klást si otázku, jak zabezpečit děti proti problémům, které mohou přijít při používání internetu?

Rodiče mohou chránit své děti např. technickým zabezpečením počítače, sledováním historie nebo filtrováním obsahu programů. Avšak nejdůležitější je prevence. Ta by měla vycházet z informovanosti všech stran (rodičů, dětí, učitelů apod.), z vybudování vzájemné důvěra a posílení empatie. (Burdová, Traxler, 2014)

Projekt E-bezpečí se snaží pomocí přehledových listů informovat, jak se chovat v kyberprostoru, aby to bylo co nejbezpečnější.

Jedním z rizik, které jsme i zmínili v předešlé kapitole, byl kybergrooming. Jak ale postupovat, aby se děti nestali obětí. Jako prevenci tohoto nebezpečí můžeme zmínit dobrou komunikaci rodičů s dětmi a zároveň by rodiče měli dětem věnovat dostatek času, aby si vytvořili mezi sebou důvěrný vztah. Děti si musí být vědomi toho, že se mohou rodičům kdykoliv svěřit se svými problémy. To vše musí být ukotvenou dobrou informovaností dětí. Základem je obezřetnost při komunikaci s cizími osobami, obzvlášť když nás taková osoba sama kontaktuje. Nejlepší je se do takové komunikace vůbec nepouštět, ani si nepřidávat osoby, které neznáme, mezi své přátele v rámci internetových sociálních služeb. Pak totiž hrozí, že dojde ke zpřístupnění chráněných informací a útočník má umožněný vstup do soukromí oběti. I u osob, které známe, je nutné být obezřetný, a vždy je lepší se přesvědčit, že se jedná skutečně o onu osobu. Proto je důležité držet se určitých pravidel jako nebýt přehnaně důvěřivý, nesdělovat citlivé informace, které mohou být zneužitelné, nesvěřovat se se svými problémy, a hlavně být velmi opatrný v případě zveřejňování fotek, obzvlášť nezveřejňovat intimní fotografie, což souvisí i se sextingem. A zřejmě nejdůležitější krok, který je nutný dětem často připomínat, nechodit na osobní schůzku s osobou, kterou známe jen z internetu. (E-bezpečí)

Dalším nebezpečím, ke kterému uvedeme, jakým způsobem se chránit, je kyberšikana. Krom preventivních kroků, kterou jsou zmíněny výše, musíme ještě zmínit respekt vůči ostatním jedincům. Preventivní jednání při kyberšikaně je nevyvolávat zbytečné konflikty ani ve skutečné ani ve virtuálním světě, dále nesdělovat žádné citlivé informace, osobní údaje, osobní fotografie, nebo hesla, které by mohl někdo zneužít. (E-bezpečí)

Nakonec bychom měli uvést další kroky, jak se bránit proti nebezpečím na internetu, které doposud nezazněly. Burdová a Traxler uvádí ještě, že nutné ze strany rodičů ovlivnit čas, který dítě u počítače stráví, také je potřebné zabezpečit počítač, ale i sociální sítě. S dalšími riziky, která jsme výše ani neuváděli jako například Hoax, neboli poplašné zprávy, kdy je důležité nedůvěřovat informacím, které jsou sdílené na internetu. (Burdová, Traxler, 2014)

Naštěstí existuje velké množství preventivních programů, které jsou nabízeny školám, aby žáci i studenti byly informováni o těchto rizicích a zároveň, aby věděli, jak postupovat, kdyby se oni sami nebo jejich blízcí stali oběťmi těchto internetových útoků.

## **Děti se specifickými potřebami**

V této kapitole se pokusíme jednoduše definovat skupinu dětí, která se v rámci výzkumu stala našimi respondenty. Jedná se o děti, žáky a studenty se speciálními vzdělávacími potřebami. Proto si uvedeme i co jsou to specifické nebo také speciální potřeby a jaká kategorie dětí do této skupiny může spadat.

Školský zákon v současném znění definuje děti, žáky a studenty se speciálními vzdělávacími potřebami či dětí, žáků a studentů nadaných v paragrafu šestnáct takto: *„Dítětem, žákem a studentem se speciálními vzdělávacími potřebami se rozumí osoba, která k naplnění svých vzdělávacích možností nebo k uplatnění nebo užívání svých práv na rovnoprávném základě s ostatními potřebuje poskytnutí podpůrných opatření.“* (Zákon č. 561/2004 Sb., §16, v platném znění)

Někdy se můžeme též setkat s termíny žák se speciálně pedagogickými potřebami či žák se speciálními výchovně-vzdělávacími potřebami nebo i student se specifickými potřebami. U termínu speciální potřeby je důležité ještě zmínit, že každý žák, nejen s postižením, má vzdělávací potřeby. (Lechta, 2016)

Pojem speciálně vzdělávací potřeby definuje slovník speciální pedagogiky jako pojem školské legislativy i praxe, který označuje potřeby dětí, žáků a studentů, jimž je potřena poskytnout nezbytné úpravy ve vzdělávání, ty spočívají v použití zvláštních forem a metod odpovídající jejich vzdělávacím možnostem. (Valenta, 2015)

Pro ujasnění je nutné si krátce uvést, co se rozumí podpůrnými opatřeními. Jedná se nezbytné úpravy ve vzdělávání a školských službách, které odpovídají zdravotnímu stavu, kulturnímu prostředí nebo jiným životním podmínkám dítěte, žáka nebo studenta, kdy podpůrná opatření jsou bezplatně poskytována danými zařízeními, tedy školou či školským zařízením. (Zákon č. 561/2004 Sb., v platném znění)

Podpůrná opatření spočívají v poradenské pomoci školy a školského poradenského zařízení, úpravě organizace, obsahu, hodnocení, forem a metod vzdělávání, použití kompenzačních pomůcek, speciálních učebnic a speciálních učebních pomůcek, vzdělávání podle individuálního vzdělávacího plánu, využití asistenta pedagoga atd. (Zákon č. 561/2004 Sb., v platném znění)

V dřívějším znění vyhlášky o vzdělávání žáků se speciálními vzdělávacími potřebami a žáků nadaných, jsme se mohli setkat s pojmy, které spadaly do pojmu osoby se speciálními vzdělávacími potřebami jako děti, žáci a studenti se zdravotním postižením, se zdravotním znevýhodněním a se sociálním znevýhodněním. (Valenta, 2014)

I školský zákon v dřívějším znění definoval žáky se speciálními vzdělávacími potřebami Takto: „*Dítětem, žákem a studentem se speciálními vzdělávacími potřebami je osoba se zdravotním postižením, zdravotním znevýhodněním nebo sociálním znevýhodněním.“* (Zákon č. 561/2004 Sb., dřívější znění)

Zdravotní postižení bylo chápáno jako mentální, tělesné, zrakové nebo sluchové postižení, vady řeči, souběžné postižení více vadami, autismus a vývojové poruchy učení nebo chování. Zdravotní znevýhodnění zastřešuje zdravotní oslabení, dlouhodobou nemoc nebo lehčí zdravotní poruchy vedoucí k poruchám učení s chování vyžadující zohlednění při vzdělávání. A posledním termínem je sociální znevýhodnění. To je rozděleno ve starším znění školského zákona na tři kategorie. Prvním sociálním znevýhodněním je takové rodinné prostředí, které má nízké sociálně kulturní postavení nebo zde je zde riziko ohrožení sociálně patologickými jevy. Dále jsem spadají žáci a studenti, kterým byla nařízena ústavní výchova nebo uložená ochranná výchova. Poslední skupinou, která do sociálního znevýhodnění spadá je dítě s postavením azylanta, osoby požívající doplňkové ochrany a účastníka řízení o udělení mezinárodní ochrany na území České republiky. (Zákon č. 561/2004 Sb., dřívější znění)

Valenta ve slovníku speciální pedagogiky pojem postižení definuje jako: *„narušení běžné každodenní činnosti včetně osobní péče z důvodu tělesné či duševní poruchy.“* (Valenta a kol., 2015, s. 145) Světová zdravotnická organizace definuje postižení jako omezení nebo ztrátu schopností vykonávat činnost takovým způsobem nebo v takovém rozsahu, který jedinec vnímá jako normální. (Slowík, 2007)

Dalším použitým pojmem je znevýhodnění. To je WHO[[1]](#footnote-1) popisováno jako omezení, které vychází z vady nebo postižení daného jedince a ovlivňuje tak ztížení či znemožnění naplnění jeho role, které, s přihlédnutím k daným faktorům, jsou vnímány jako normální. (Slowík, 2007)

A poslední termín je sociální znevýhodnění, kdy Katalog podpůrných opatření vytvořený Univerzitou Palackého uvádí, že termín sociální vyloučení je nahrazen vhodnějším „žák s potřebou podpory ve vzdělávání z důvodu sociálního znevýhodnění.“ Tento pojem ohraničuje skupinu žáků, kteří mohou potenciálně či reálně selhávat ve vzdělávání, ale pouze pod podmínkou že nejsou zdravotně postižení, dlouhodobě nemocní anebo jim není diagnostikována některá ze specifických poruch učení či chování. Tato kategorie tedy zahrnuje žáky či studenty u nichž je příčinou školní neúspěšnosti v přirozeném sociálním zázemí dítěte, nebo může pramenit z jiných životních okolností mimo školu. (Katalog PO, UP 2015-2020)

## **Youtube a Youtubeři**

**V této kapitole se pokusíme vymezit pojem média Youtube, jakým způsobem funguje, jak se používá, co nabízí apod. Poté si definujeme termín Youtuber, a jeho možný vliv na uživatele Youtube a nakonec si vyjmenujeme některá rizika, která v současné době zmiňuje literatura popř. některé současné studie, zabývající se touto problematikou.**

Youtube byl vytvořen a propagován jako „platforma pro sdílení amatérských videí vytvořených vlastními silami“ a zároveň mohl působit jako alternativa “ke sledování televize“. Jeho původní podtitulek Broadcast Yourself odkazoval nejen na schopnost webu globálně šířit domácí osobní obsah, tedy „vysílat své vlastní já“, ale také na schopnost této platformy přerozdělovat profesionální obsah, který byl již vysílán v televizi tzn. „můžete si to sami vysílat“. Možná díky tomu se toto médium rychle sbližovalo s různými tradičními médii. (Pereira a Fillol, 2018)

**Internetová aplikace Youtube vznikla v roce 2005 a od té doby se stala jedním z největších vyhledávacích portálů na světě a uživateli nebo také diváky mohou být podnikatelé, rodiče, studenti i děti. Na této platformě můžeme objevit hudební videoklipy, „how to do“ návody, motivační videa nebo pohádky, z čehož vyplývá, že každý uživatel si zde přijde na své. (Jelínková, 2016)**

**Jak uvádí Pavlíček (2010), tak kdokoliv se na Youtube může zadarmo zaregistrovat a sdílet svá videa nebo filmy s dalšími uživateli, ale také hodnotit videa, komentovat je, či vytvářet vlastní playlisty a sdílet je, avšak většina uživatelů si videa pouze pasivně přehrává.**

Používání Youtube je jednoduché, ale zároveň je navrženo tak, aby zde byla umožněna komplexní řada činností. Uživatelé mohou reagovat na videa, komentovat video, hodnotit video ve formě palce nahoru nebo dolů, nebo označit video jako "Oblíbené". Uživatelé mohou také sdílet videa prostřednictvím e-mailu nebo jinou webovou stránkou a přihlásit se k odběru jakéhokoliv veřejného kanálů. Zároveň je ale uživatelům umožněno označit video jako nevhodné, pokud je obsah chráněn autorskými právy nebo pokud je obsah sexuálně nebo vulgárně explicitní. (Belanger, 2018)

Youtube je v současné době místem, kde se setkávají skupiny velmi odlišných uživatelů, ale je to také místo pro různé producenty, mainstreamové hvězdy a firemní média, jejichž individuální obsah je nejsledovanější. Zároveň se jedná o distribuční platformu pro menší nezávislé výrobce nebo pro marketing různých značek, ale především je to místo pro amatérské tvůrce a pro Youtubery, tedy domácí celebrity Youtube, které jsou v mnoha případech velmi populární. (Pereira a Fillol, 2018) Ale o Youtuberům se bude věnovat až následující podkapitola.

**Youtube nenabízí pouze možnost sledovat a sdílet videa ale také umožňuje veřejnosti neomezené prostředí, kde mohou svobodně a okamžitě sdílet své příběhy, vyjadřovat své pocity. To může některým jedincům pomoci snadněji diskutovat o citlivých otázkách či vyměňovat si názory bez rozpaků nebo strachu z negativní reakce. (Gao a kol. 2014)**

Někdy dochází k označení stránky Youtube jako sociální sítě, proto je nutné říci, že YouTube nemá všechny funkce sociálních sítí, jelikož se spíše zaměřuje na prohlížení obsahu než na vztahy mezi uživateli, jak to bývá u sociálních sítí. I když jisté podobnosti se zde nachází. (De Bérail, 2019)

Jak se uvedeno na samotné stránce Youtube, tak současným posláním Yout

ube je „dát každému hlas a ukázat jim svět“ a také „každý si zaslouží mít hlas, a svět je lepším místem, když posloucháme, sdílíme a budujeme komunitu prostřednictvím našich příběhů“ (in Pereira a Fillol, 2018)

V současné době se Youtube ukazuje i jako užitečný zdroj pro interakci a sociální a vzdělávací účely. Několik studií identifikovalo Youtube jako zdroj pro veřejné vzdělávání anebo jako možnost posílení veřejné diskuse. Možná i díky tomu, je třetí nejnavštěvovanější web na internetu hned po Googlu a Facebooku. (Azer, a kol., 2018)

Azer (2018) se ve své studii věnuje možnosti využití Youtube pro rodiče jejichž děti mají diagnostikovaný autismus. Uvádí, že sdílení zkušeností prostřednictvím videí na Youtube má mnoho výhod. Videa Youtube jsou totiž k dispozici 24 hodin denně zdarma a vše, co potřebujete, je připojení k internetu. Tato videa mohou představovat zkušenosti rodičů z různých zemí a mohou poskytovat rady, jak čelit danému problému. Navíc sledování videa je často přitažlivější než čtení knihy, časopisu nebo brožury o zdravotním stavu. Kvůli stigmatizaci, která je často spojena s podmínkami duševního zdraví, může být pro některé rodiče obtížné otevřít se svým problémům, a proto raději sledují videa a vybírají si, co potřebují vědět. Videa mohou být užitečným vzdělávacím prostředkem nejen na informační úrovni, ale také z hlediska emoční a dynamické podpory. Youtube může určitým způsobem poskytnout poutavé a praktické zdroje, které zodpovídají nejrůznější otázky rodičů, též zde mohou nalézt techniky, jak zvládat náročné situace a usnadňuje sdílení zkušeností mezi touto komunitou. Komentáře, které jsou sdíleny pod videy, poskytují další informace, které nebyly ve videu uvedeny. Tyto informace od rodičů dětí s autismem, kteří sdílejí vlastní zkušenosti, by mohly nabídnout nový vzdělávací zdroj dalším rodičům, psychologům, učitelům škol aj. Obsah Youtube by mohli vytvářet nejen členové veřejnosti, ale i profesionálové z univerzit, nemocnic, výzkumných ústavů, lékařských a zdravotnických časopisů aj.

Takže se již objevují první studie, které se věnují podobné problematice, které je věnována i tato práce, tedy vztahu mezi Youtube a osobami se speciálními potřebami anebo lidem pečujícím o tyto osoby.

### **Youtubeři**

**Youtubeři jsou v současné době velmi populární skupina lidí, a kdo je vlastně takový Youtuber. Kromě ujasnění tohoto termínu, se budeme v této podkapitole věnovat i tomu, jaký vliv mohou mít na své diváky, především na děti a mladistvé, a jejich vývoj.**

Jednou zvláštností Youtube je, že zde mohou být dva typy uživatelů, které můžeme jasně rozlišit, jedním typem jsou diváci a tím druhým tvůrci obsahu. Tvůrci mohou to být politici, zpravodajské organizace, vzdělávací instituce, korporace nebo amatéři tvořící obsah. Youtube je ovšem charakteristický jedním typem tvůrce, který vyniká tím, že ztělesňuje specifickou kulturu Youtube, říká se mu Youtuber. Tito lidé, kterým se říká Youtubeři, jsou blogeři, kteří pravidelně nahrávají videa na své osobní kanály a diváci je mohou komentovat, hodnotit nebo sdílet na dalších internetových platformách. (De Bérail, 2019)

**Cílem Youtubera je mít dostatek fanoušků, kteří budou odebírat jeho kanál a videa, budou je dále sdílet, komentovat a hodnotit. Profesionální youtubeři si navíc budují komunity fanoušků, točí vtipná nebo videa s hodnotným obsahem, stávají se vzory svým fanouškům. Youtuber je v dnešní době oblíbená forma zviditelnění se, ale i možnost, jak se dají vydělat peníze. (Jelínková, 2016)**

Diváci a fanoušci Youtuberů se také mohou přihlásit k odběru konkrétních kanálů, aby byli informován o nejnovějších videích nahraných svým oblíbeným tvůrcem. Většina funkcí dostupných na Youtube je orientovaná ke konkrétní interakci mezi diváky a Youtubery. Ve srovnání s uživateli sociálních sítí lze Youtubery označit jako veřejně aktivní uživatelé, kteří sdílejí své osobní údaje a osobní zájmy prostřednictvím videí se zbytkem uživatelů, diváků, kteří zůstávají většinou anonymní. Tyto asymetrické vztahy se nazývají parasociální vztahy. (De Bérail, 2019) Tyto vztahy mohou mít vliv k jednomu z rizik, které se s Youtube objevuje, ale k tomu se vrátíme v další kapitole.

Jakým způsobem mohou mít Youtubeři vliv na mladé lidi nebo děti? Tomuto tématu se ve své studii věnuje Pérez-Torres (2018) a přichází s teorií, že Youtubery vnímají mladí lidé jako sobě rovné, blízké lidi, kteří sdílejí podobné rysy s jejich vlastními, což usnadňuje rychlou identifikaci. Při budování své identity musí mladí lidé řešit některé otázky jako výběr povolání, hodnoty, ke kterým se zavazují (náboženské, politické, etnické atd.), a utváření uspokojivé genderové a sexuální identity. Jedním z nejdůležitějších kontextů při budování identity je bezpochyby internet a sociální sítě, které se staly oblastí sociálního vztahu pro adolescenty a kde se mohou sdružovat se svými vrstevníky na platformách, jako je Instagram, Facebook a YouTube. (Pérez-Torres a kol., 2018) Youtubeři jsou mladí lidé vnímáni jako vrstevníci s vlastnostmi jako kreativita nebo talent, které diváci mohou obdivovat. Jsou také blízcí se svým publikem, že sdílejí podobné rysy jako věk, jazyk, kultura, sociální kontext atd. (Westenberg in Pérez-Torrez a kol., 2018).

Je důležité zdůraznit, že Youtubeři hovoří o svých zkušenostech v současném kontextu, tedy o fázi přechodu z dospívání do dospělosti, a hlavně vzhledem k tomu, že průměrný věk Youtuberů je 27 let. Tato fáze, kterou představují, se vyznačuje postupnou autonomií, psychologickou zralostí a produktivitou, a mimo jiné nabízejí perspektivu, která jim umožňuje na dálku prezentovat své myšlenky. Důvodem, proč Youtubeři získávají hlavní roli při tvorbě identity je to, že mluví o problémech, o nichž se dospívající lidé neodvažují mluvit s jinými lidmi, a jejich osobní zkušenosti mohou výrazně ovlivnit rozhodnutí sledujících. (Pérez-Torrez a kol., 2018)

V globálním pohledu na tuto problematiku tedy Youtube umožňuje adolescentům hledat a připojit se ke skupinám lidí se stejnými zájmy, což představuje nový způsob, jak se kamarádit online (Pérez-Torrez a kol., 2018)

Důvody, proč mladí lidé mají radost ze sledování Youtuberů lze shrnout do tří slov: zábava, autentičnost a učení. Youtubeři jsou vnímáni jako přirození baviči, také mohou být zdrojem učení. Oblíbené jsou zejména videa věnovaná videohrám. A nakonec nesmíme zapomenout na to, že Youtubeři jsou také fenoménem vrstevnické skupiny ve slova smyslu, že je „cool“ sledovat tyto osobnosti, které každý komentuje a následovně sdílí stejné vtipy, což může sloužit jako společné téma příležitostné konverzace. (Pereira a Fillo, 2018)

### **3.2 Rizika a problémy spojené s Youtube**

**Pokud jsme zmínili rizika, které sebou nese užívání internetu, je důležité i uvést, zda užívání samotného internetu též skrývá nějaký druh nebezpečí.**

**Pavlíček (2010) uvádí, že jedním z problémů Youtube je prezentace násilí. Vzhledem k masivnímu rozšíření mobilních telefonů, kterými se mohou natáčet videa a následovně je sdílet na internet, to vede k tzv. Happy Slappingu, který spočívá v tom, že spolupachatel natáčí video útoku na nic netušící náhodnou oběť a toto video pak publikují na internetu.**

Další riziko, kterému se věnuje De Bérail (2019) ve své studii spočívá v tom, že stejně jako v případě sociálních sítí přichází úspěch Youtube spolu s vývojem návykového chování ve vztahu k webovým stránkám. Jak bylo výše uvedeno, tak mezi Youtubery a jejich diváky vznikají asymetrické vztahy nazývající se parasociální vztahy. Extrémní formy parasociálních vztahů nazývané uctívání celebrit, které mohou být také spojeny s maladaptivním sociálním chováním. De Bérail dále uvádí, závislost na Youtube jako důsledek sociální úzkost, která je definována jako nadměrný a přetrvávající strach v sociální oblasti. Internet poskytuje příležitosti pro méně stresující interakce, a je proto vnímán jako více pohodlné médium pro interakci jednotlivců se zvýšenou sociální úrovní úzkosti. Výsledkem je, že sociální úzkost úzce souvisí s rozvojem online závislost. Díky sociální úzkosti se jednotlivci cítí dobře online a navazují vztahy k naplnění jejich potřeb. Tito jednotlivci se tak ocitli v pozici zranitelnost vůči návykovému chování online, zejména na Youtube, kde se zdá, že parasociální vztahy snadno vzkvétají.

Posledním rizikem, které zmiňuje Kaushal (2016), je sdílení nevhodného obsahu. Youtube přitahuje velký počet uživatelů, kteří přispívají aktivním nahráním videí nebo komentováním existujících videí. Velké množství tohoto obsahu podléhá kontrole obsahu, ale ta je omezená, čímž dochází k šíření nebezpečného obsahu. Tento nebezpečný materiál může mít formu neslušného a nevhodného videa nebo urážlivých či nevhodných komentářů.

Můžeme tedy říci, že Youtube je místem, které nabízí, stejně jako internet, spoustu pozitivních ale bohužel i negativních aspektů, které mohou mít vliv na děti či mladistvé. Proto se v následující části pokusíme alespoň zmapovat, jakým způsobem Youtube děti a mladiství se specifickými potřebami používají.

# Praktická část

## **4 Zmapování používání média Youtube**

Jak bylo uvedeno v úvodu této práce, důvodem pro vznik této práce je problematika současného trávení volného času dětí a mladistvých, který je často tráví na internetu. A právě proto se pokusíme v praktické části pomocí průzkumu zmapovat jakým způsobem se děti a studenti se specifickými potřebami na internetu chovají.

V teoretické části jsme se pokusili definovat, co je to internet, jaké nabízí služby, jakým vztah k němu mají v současné době ti, jakým způsobem může rozvíjet, ale také jaká rizika při jeho užívání dětem hrozí, a nakonec jsme se i věnovali jedná vybrané webové stránce, Youtube. A právě tato internetová aplikace bude doménou našeho průzkumu.

Ve průzkumné části této diplomové práce se zaměříme, jak už napovídá název práce, na děti se specifickými potřebami a jejich vztah k Youtube v rámci jeho používání. Budeme tedy zkoumat, zda toto médium využívají a jakým způsobem ho používají, co nebo koho zde sledují, kolik času na něm tráví apod.

Nejdříve popíšeme metodologii, kterou budeme při průzkumu využívat. Navrhneme způsob sběru dat, jejich následné zpracování, analýzu a interpretaci. Poté si popíšeme, jak probíhal výběr zkoumaného souboru a kdo jsou tedy naši respondenti v tomto průzkumu. Poté přichází na řadu hlavní část, tedy výsledky našeho průzkumu, kde budeme prezentovat získaná již zpracovaná data, a provedeme i krátkou analýzu některých z těchto dat. Poté bude následovat kapitola, kde budou získaná data interpretovat, a nakonec se pokusíme výsledky našeho průzkumu shrnout a odpovědět na naši průzkumnou otázku.

Cílem této praktické části je tedy **zmapování využívání, používání a vnímání média Youtube dětmi a studenty se specifickými potřebami.** A proto se pokusíme tímto průzkumem nalézt odpověď na naši hlavní výzkumnou otázku, která zní **„****Jakým způsobem používají děti či studenti se specifickými potřebami Youtube?“**

Než přikročíme k samotnému průzkumu, považujeme za důležité shrnout, jakým způsobem okolnosti, které v současné době nastali, zkomplikovali průběh tohoto průzkumu. Jak bylo uvedeno v úvodu, tak během března tohoto roku vypukla po celém světě pandemie viru známého jako COVID - 19. Z důvodu bezpečnosti veřejnosti bylo nutno ustanovit patření, mezi které patřilo i uzavření škol či omezení přístupu so nejrůznějších školských, sociálních a jiných zařízení. Prvním záměrem této práce totiž bylo mít výzkumné soubory dva, jeden, se kterým nadále budeme pracovat a je popsán níže, a druhým, který se bohužel kvůli opatřením mohl do průzkumu zapojit. Jednalo se o žáky ze Základní školy speciální v Brně. Průběh průzkumu měl probíhat stejně, jak bude uvedeno níže, jen měl být rozšířen o tuto skupinu. Bohužel tištěné dotazníky, jejichž formou měl průzkum proběhnout, se k dětem nedostali dříve, než byla škola uzavřena. Byla podána žádost, zda by se nemohli dotazníky dětem poslat v rámci úkolů, popř. elektronickou formou, bohužel byla zamítnuta. Druhou částí průzkumu měli být navíc i rozhovory s dětmi z dramatické dílny, jejichž zájem o „youtuberství“ byl inspirací pro tento průzkum, ale stejně jako u dotazníků na základní škole speciální, musela být i tato část průzkumu přerušena.

Přesto věříme, že průzkum bude i přes tyto komplikace přínosným.

### **4.1 Metodologie průzkumu**

Pro tento průzkum jsme se rozhodli pro využití kvantitativního způsobu průzkumu. Sběr dat a zpracování těchto dat odpovídá kvantitativnímu průzkumu.

Jako hlavní metodu průzkumu a působ sběru dat, byl zvolen dotazník, což je písemný způsob dotazování, který podléhá určitým aplikačním omezeními. Nelze jej totiž plně využít u určitých skupin lidí, jako jsou lidé s problém se čtením či psaním. Do této skupiny spadají i malé děti, osoby s mentálním či jiným postižením. Proto byly dotazníky navrženy tak, aby se s nimi dobře pracovalo nejen respondentům ale i pracovníkům daných zařízeních. Proto jsem se drželi některým zásad, které je nutné u tvorby dotazníku dodržovat. (Reichel, 2009)

Jedná se o strukturovaný dotazník, kde jsou kladena otázky v určitém pořadí. Dotazník byl tvořen tak, aby každá otázka byla srozumitelná, jednoznačně pochopitelná, aby žádná otázka nepůsobila sugestivně, a hlavně aby žádná otázka nevyvolala nepříjemný pocit, tedy aby otázky byly přijatelné. První dvě otázky jsou věnované zmapování průzkumného souboru. Tedy jestli je respondentem muž nebo žena a zároveň jaký je jejich věk. Jelikož byl dotazník původně tvořen i pro děti Základní školy speciální, kdy se průzkumu mohou zúčastnit i osoby u kterých hrozí právě aplikační omezení, byly některé otázky doplněny o obrázky pro ujasnění otázky, popř. pro motivaci k dokončení dotazníku. Poté už následují otázky, které přímo směřují k tématu tohoto průzkumu. Otázky byly pokládány tak, aby došlo ke zmapování několika aspektů užívání Youtube, např. co používají, aby Youtube mohli sledovat, jak často jej sledují, co a koho sledují apod. V dotazníku byly využity všechny druhy otázek. Otázky, které jsou označovány a jako uzavřené, což znamená je již obsahují možnosti na jednoznačnou odpověď. Dalším druhem otázek, které byly též využity při tvorbě dotazníku, jsou otevřené otázky. Ty nenabízí žádné varianty odpovědí a respondent má tak volný prostor pro vyjádření své odpovědi, tak jak uzná za vhodné. Posledním typem otázek, které využíváme jsou polootevřené otázky, které jsou kombinací předcházejících typů otázek, a respondent tedy může kro jedné odpovědi i dodat proč nebo jak. (Reichel, 2009) Tento dotazník můžeme nalézt v přílohách této práce.

Informace, které získáme z dotazníku budou následovně kvantitativně zpracovány pomocí kódování a následovně roztříděny a znázorněny do podoby grafů a tabulek, které nám pomohou i získaná data srovnávat. (Reichel, 2009)

Získaná data tedy pomocí tabulek a kódování zmapujeme a identifikujeme základní vlastnosti používání Youtube dětmi se specifickými potřebami.

### **4.1 Průzkumný soubor**

Jak bylo výše uvedeno původní vzorek pro průzkum měl být mnohem pestřejší, ale bohužel kvůli situaci, která nastala se průzkumný soubor velmi zmenšil.

Výběr vzorku původně měl proběhnout tím způsobem, že byly osloveny dvě zařízení, kterém svým zaměřením pracují s žáky se specifickými potřebami. Prvním zařízením byla Základní škola speciální, kde měli být dotazníky rozdány do tříd, kdy byly rodiče dopředu informováni o tomto průzkumu a mohli vyjádřit nesouhlas s vypracováním dotazníku svým dítěte, anebo i děti mohly odmítnout vyplnit dotazník. Jelikož jsme se v rámci průzkumu nezaměřili pouze na určitou skupinu lidí s určitým postižením, tak mohl být průzkumný vzorek věkově velmi pestrý, protože dotazníky měli být dodány do všech ročníků, mimo rehabilitační třídy, popř. děti, které by měli problém s vyplněním dotazníku. Bohužel se tato část průzkumu mohla uskutečnit, a proto se průzkumný soubor velmi zmenšil.

Druhým zařízením, které bylo v rámci průzkumu osloveno bylo nízkoprahové zařízení pro děti a mládež (NZDM). I zde měl být dotazník předám pracovníkům toho zařízení a nabídnut na vyplní dětem, které NZDM navštěvují. Účast ve průzkumu je tedy dobrovolná a výběr vzorku můžeme popsat jako náhodný v rámci dané klientely uvedených zařízení.

Krátce si nyní uvedeme, jaký typ uživatelů NZDM navštěvuje, abychom si ujasnili, složení tohoto souboru, který se průzkumu zúčastnil. Jak uvádí zákon o sociálních službách, tak nízkoprahová zařízení pro děti a mládež poskytují služby dětem ve věku od 6 do 26 let, které jsou ohroženy společensky nežádoucími jevy. Toto zařízení se snaží o zlepšení kvality života těchto dětí nebo o snížení sociálních a zdravotních rizik, které mohou souviset se způsobem jejich života. (Zákon 108/2006 Sb., §62, v platném znění)

Důvodem pro tento výběr vzorku byl, aby byl soubor, pokud možno co nejpestřejší, co se týče věku i způsobů užívání Youtube, aby zmapování, o které se práce snaží bylo, pokud možno, co nejširší.

### **4.2 Popis a interpretace výsledků**

V této části se dostáváme k výsledkům, které jsme získaly pomocí našich dotazníků. Pokusíme se co nejlépe zpracovat získaná data, popsat je a interpretovat pomocí výše zmíněných metod.

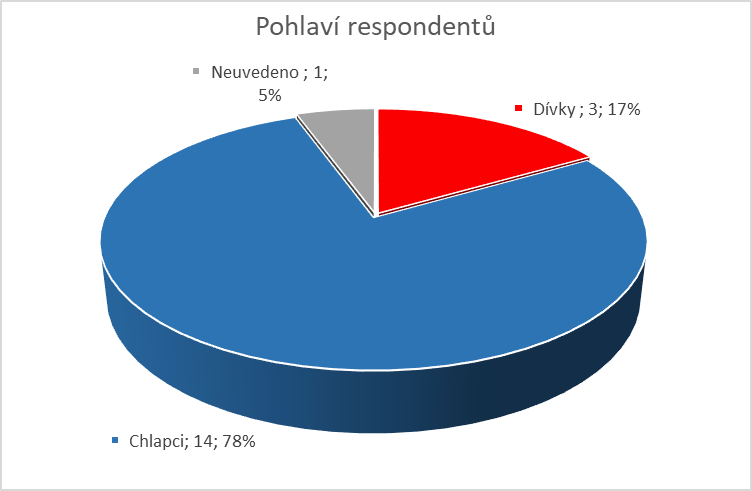
Než se dostaneme k samotným výsledkům získaným pomocí dotazníku je důležité zmínit, jelikož jsme využili dotazníky jako hlavní průzkumnou metodu sběru dat, jaká byla návratnost dotazníků.

Návratnost dotazníků byla totiž bohužel též ovlivněna současnou situací v rámci mimořádných opatření spojených s pandemií. Do NZDM bylo doneseno 50 dotazníků na vyplnění, ale bohužel během doby, kdy se měli dotazníky vyplňovat, nenavštívilo NZDM velké množství děti, a navíc se během následujících dnů tato skupina velmi neobměnila. Proto byla návratnost dotazníků poměrně nízká a z původních 50 se pouze 18 vrátilo zpět vyplněných, takže návratnost v procentech činila 36 %. I přes tak nízké množství respondentů se pokusíme všechna data co nejlépe využít, popsat a interpretovat.

Nyní se budeme věnovat výsledkům získaných za pomocí dotazníků. Data získaná od našich respondentů zpracujeme pomocí grafů a tabulek, a získané výsledky popíšeme a interpretujeme.

První dvě otázky nám pomohou zmapovat jaká skupina respondentům nám na dotazníky odpovídali. Jednalo se o otázky zaměřené na pohlaví a věk respondentů, kvůli zachování anonymity respondentu.

První otázka byla položena tak, abych zjistili pohlaví daného respondenta a znali tak poměr chlapců a dívek ve výzkumném vzorku.



Graf č. 1 – Pohlaví respondentů

Jak mám ukazuje graf č. 1, tak z 18 respondentů byly pouze tři dívky, chlapců bylo mnohem více, 14 a jeden respondent nevyplnil pole věnované pohlaví. Proto jeho odpovědi nemohou být zařazeny do tabulek a grafů, které se věnují jednotlivým pohlavím.

Takže díky tomuto grafu známe složení vzorku a můžeme říci, že je zde zastoupení chlapců vyšší než zastoupení dívek, to může mít bohužel vliv na data získaná z následujících otázek.

Druhá otázka byla otevřená, aby každý respondent mohl zapsat svůj věk, abychom si ujasnili věkovou skupinu našeho vzorku.

. Jak je uvedeno výše, tak NZDM mohou navštěvovat děti a mladiství ve věku od 6 do 26 let. Náš vzorek, jak je zaznamenáno v grafu má také velmi široký věkový rozptyl a zapadá do věkové skupiny uživatelů NZDM.

Graf č. 2 – Věk respondentů

Nejvíce je zastoupený věk 10 let, který uvedli čtyři respondenti a poté 11 let, který uvedli tři respondenti. Ostatní věk je zastoupen jedním maximálně dvěma respondenty. Můžeme ještě zmínit, že dívky, které se průzkumu zúčastnily spadaly do věkových skupin 11 let, 15 let a 19 let. Respondent, který neuvedl své pohlaví, spadá také do skupiny 11 let. Věkový rozptyl našeho vzorku je tedy 7 až 21 let.

Nyní se již dostáváme k otázkám, které jsou přímo směřované k tématu našeho průzkumu. Jsou tedy zaměřeny už na užívání média Youtube a další aspekty spojené s tímto médiem.

První tematická otázka, která byla respondentům položena, byla „Díváš se na Youtube?“ Jednalo se o uzavřenou otázku, na kterou se dalo odpovědět ano nebo ne. Výsledek získaný z odpovědí na tuto otázku byl jednoznačný. Všichni respondenti odpověděli, že ano, sledují. To znamená, že sto procent respondentů různých věkových skupin, uvedlo, že sledují Youtube. Proto nebylo zapotřebí tvořit graf k této otázce, jelikož odpověď byl tak jednoznačná. Tento poznatek je velmi důležitý pro celý průzkum, protože dokazuje, že je dobré věnovat této problematice dostatek prostoru a času, jelikož se jedná o tak siné médium, které podle výsledků sleduje velké množství lidí. Navíc to, že všichni respondenti odpověděli kladně, znamenalo, že i když je vzorek velmi malý, máme jistotu, že budeme mít odpovědi i na další hlavní otázky od všech respondentů, pokud se nerozhodnou je nezodpovědět.

Následující otázka je věnovaná problematice přístupu k Youtube. Tedy jaké technologické zařízení respondenti užívají, aby Youtube mohli sledovat. Jednalo se o polootevřenou otázku, u které mohli respondenti zvolit více než jednu odpověď a zároveň zde byla i možnost doplnit odpověď, pokud by žádná předešlá neodpovídala, nebo kdyby potřeboval respondent odpověď doplnit.

U této otázky jsme použili metodu kódování, abychom mohli lépe zmapovat, způsob přístupu k tomuto médiu.

Jelikož se jedná o anonymní dotazník, tak bylo potřeba kódovat i respondenty. Každý respondent byl označen číslem od 1 do 18 a následně k němu bylo přiřazeno písmeno, podle toho, zda je jednalo o dívky (ty byly označeny písmenem A) či o chlapce (ti byli označeni písmenem B) Jen respondent, který neuvedl své pohlaví je označen pouze číslem.

Kódovány byli i jednotlivé odpovědi této otázky, aby se daly odpovědi respondentům lépe zpracovat a zmapování této problematiky bylo co nejjasnější. Kódování odpovědí této otázky obsahuje následující tabulka bylo zvoleno tak, že první je číslo otázky a za tečkou následuje pořadí odpovědi v dotazníku.

Tento druh kódování respondentů i odpovědí je využit v některých následujících otázkách.

Z údajů uvedených v tabulce č.2 jsme tedy zjistili, jaká technologická zařízení respondenti používají, aby mohli sledovat Youtube. Tyto data jsme zanesli do grafu, abychom mohli porovnat, které zařízení je nejčastěji uvedené a tedy používané.

|  |  |
| --- | --- |
| **Zařízení, na kterém respondenti sledují Youtube?** | **Kódování odpovědí** |
| Počítač | 2.a |
| Mobil | 2.b |
| Tablet | 2.c |
| Televize | 2.d |
| Jiné | 2.e |

Tabulka č. 1 – Zařízení, na kterém sledují Youtube

|  |  |
| --- | --- |
| **Respondenti** | **Jejich odpovědi** |
| 1A | 2.a; 2.b; 2.c; 2.d |
| 2B | 2.b |
| 3B | 2.a; 2.b; 2.d |
| 4A | 2.a; 2.b |
| 5B | 2.b; 2.c; 2.d |
| 6A |  |
| 7B | 2.a; 2.b; 2.c; 2.d |
| 8B | 2.b |
| 9B | 2.b |
| 10B | 2.b |
| 11B | 2.a; 2.d |
| 12B | 2.b; 2.c; 2.d |
| 13B | 2.a; 2.b; 2.d |
| 14B | 2.a; 2.b |
| 15B | 2.a; 2.b |
| 16 | 2.a |
| 17B | 2.a |
| 18B | 2.a; 2.b; 2.d |

Tabulka č. 2 – Odpovědi respondentů na otázku č. 2

Nejčastěji uvedeným zařízením, byl u respondentů mobilní telefon, který uvedlo ho hned 14 respondentů. Dle našeho názoru je to z důvodu, že téměř každý v současné době vlastní chytrý mobilní telefon, který umožňuje přístup k internetu, a tedy i na Youtube. Jedinec tak může využívat tuto službu téměř kdekoliv, pokud má přístup k internetu a tento chytrý telefon. Tato jednoduchost a přístupnost je zřejmě hlavním důvodem, proč je mobilní telefon nejčastěji používat jako zřízení pro sledování Youtube.

Druhým nejčastěji využívaným zařízením je počítač, který uvedlo 11 respondentů. Respondenti, kteří neuvedli mobilní telefon, a pak vždy uvedlo počítač. Což vede k názoru, že pokud si nemůže jedinec pustit video přes mobilní telefon, tak využije počítač. Každý respondent totiž volil buď mobilní telefon nebo počítač popř kombinaci obou.

Kupodivu velké množství respondentů uvedlo i televizi, jako prostředek pro přístup na Youtube, ale vždy to bylo v kombinaci s počítačem nebo mobilním telefonem.

Pár jedinců vybralo tablet, ale stejně jako u televize, to bylo vždy v kombinaci počítače nebo mobilního telefonu, popř. obou.

Je tedy jasně vidět, že pro používání aplikace Youtube volí respondenti vždy buď mobilní telefon nebo počítač. Upřednostnění, které zařízení bude spíše použito, může záviset na tom, zda respondent dané zařízení vlastní, zda má přístup k internetu nebo okolnosti, kdy může zařízení použít. Např. v NZDM je používán často počítač k přehrávání videí na Youtube.

Žádný z respondentů nevyužil možnost přidat odpověď.

Respondent 6A zřejmě nepochopil položenou otázku a proto jeho odpovědi nebyli zařazeny do tabulek ani do grafu.

Graf č. 3 – Zařízení, na kterém sledují respondenti Youtube

Pokud nahlédneme na rozdíly v odpovědích dívek a chlapců, tak dívky vždy zmínily počítač i mobilní telefon a pak popř. i další prostředky, ale chlapci se buď přikláněli k jednomu nebo druhému, popř. také kombinaci obou. Pouze tři respondenti, čehož byli právě 2 chlapci podle dotazníku nevyužívají ke sledování videí na internetu mobilní telefon a upřednostňují počítač, nebo jiné zařízení. Třetí respondent, který upřednostňuje počítač neudal pohlaví.

Věk zřejmě v tomto případě nehraje hlavní roli, jelikož respondenti, kteří upřednostňují počítač před mobilní telefonem nepochází ze stejných věkových skupin a je mezi nimi věkový rozdíl minimálně dva roky.

Dalším tématem, která řešila následující otázka bylo, zda mají respondenti založený na Youtube vlastní účet. Jedná se první otázku, která je zaměřena na používání Youtube, tedy využití aktivit, které Youtube nabízí svým uživatelům. Na tuto otázku se dal odpovědět pouze ano nebo ne. Tuto otázku jsme zpracovali třemi různými grafy.

První se věnuje odpovědím všech respondentů bez ohledu na pohlaví a zda mají zřízen vlastní profil nebo účet na Youtube.

Graf č. 4 – Youtube účet – celkem

Z tohoto grafu můžeme vyčíst, že více jak polovina respondentů má na Youtube zřízený účet. Důvodem může být to, že Youtube podléhá aplikaci Google a lze tedy i propojit účet, které je využíván na Google i s Youtube, což zjednodušuje celý proces registrace. Navíc založení tohoto účtu je zdarma. Založení účtu vám navíc umožňuje i používat další služby nabízené webovou stránkou Youtube, jako např. sdílení videa s dalšími uživateli, hodnocení videí, odebírání kanálů apod.

Další dva grafy jsou rozděleny dle pohlaví.

Graf č. 5 – Youtube účet – Chlapci

Odpovědi chlapů dle grafu jsou velmi podobné grafu, který zaznamenává celý vzorek. Zřejmě to vychází z důvodů, kterou jsou uvedeny výše, tedy jednoduchost a dostupnost registrace. A bez registrace by navíc nemohli plně využívat aplikaci Youtube.

Graf č. 6 – Youtube účet – Dívky

I když je počet respondentů ženského pohlaví velmi nízký, i zde můžeme vidět podobnost s dvěma předešlými grafy. Takže i dívky mají účt na Youtube a tedy mohou více pracovat s tímto médiem.

Čtvrtá otázka dotazníku byla opět zpracována pomocí kódování. Jedná se opět o polootevřenou otázku, a proto využijeme tentýž způsob jako u druhé otázky. Respondenti jsou kódováni stejně jako předtím tedy, číslem a písmenem dle pohlaví. Odpovědi jsou kódovány též stejně, jen číslo je změněno na 4, aby odpovídalo číslu otázky.

Tato otázka se věnuje žánrům a typům videí, které respondenti na Youtube sledují. Respondenti opět mohli volit více odpovědí a mohli i dospat odpověď, pokud mu některý typ či žánr videí v nabídnutých odpovědí chyběl.

Následující tabulky obsahují kódování a odpovědi respondentů, které jsou následovně zpracovány do grafu, kde je viditelné četnost každé odpovědi.

|  |  |
| --- | --- |
| **Žánry a typy videí** | **Kódování odpovědí** |
| Hudební | 4.a |
| Filmy | 4.b |
| Seriály | 4.c |
| Youtubery | 4.d |
| Hry | 4.e |
| Návody a recepty | 4.f |
| Naučné a dokumanty | 4.g |
| Jiné | 4.h |

Tabulka č. 3 – typy a žánry videí – kódované odpovědi

|  |  |
| --- | --- |
| **Respondenti** | **Odpovědi** |
| 1A | 4.a; 4.b; 4.c; 4.f |
| 2B | 4.d |
| 3B | 4.a; 4.b; 4.c; 4.h |
| 4A | 4.c; 4.d |
| 5B | 4.a; 4.b; 4.h |
| 6A | 4.a; 4.c |
| 7B | 4.a; 4.b; 4;g |
| 8B | 4.h |
| 9B | 4.a |
| 10B | 4.a |
| 11B | 4.h |
| 12B | 4.a; 4.d; 4.e |
| 13B | 4.a; 4.d |
| 14B | 4.a; 4.b; 4.c; 4.d; 4.e; 4.g |
| 15B | 4.b; 4.d; 4.g |
| 16 | 4.e |
| 17B | 4.b |
| 18B | 4.d |

Tabulka č. 4 – Odpovědi respondentů n otázku č. 4

Z údajů uvedených v tabulce č.4 jsme tedy zjistili, jaký typ či žánr videí respondenti sledují. Tyto data jsme zanesli do grafu, abychom mohli porovnat, které žánry respondenti upřednostňují.

Graf č. 7 – Žánry a typy videí – odpovědi respondentů

Jak je vidět na grafickém znázornění odpovědí, tak nejvíce se u respondentů objevoval žánr hudebních videí. Avšak pouze dva respondenti uvedli jen tento žánr jako svoji jedinou odpověď, ostatní respondenti, kteří uvedli odpověď za a, tedy hudební videa, zvolili ještě další z nabídnutých možností.

Další dvě nejčastěji volené odpovědi jsou filmy a Youtubeři, což je pro další vývoj tohoto výzkumu velmi důležité, protože je vidět již nyní, že téměř polovina respondentů sleduje Youtubery. Této problematice se budou věnovat i následující otázky.

Ve stejné míře byly i vybrány naučná videa a dokumenty a zároveň hry a nejmenší podíl získaly návody a recepty, které zvolil pouze jeden respondent.

Pokud se pokusíme interpretovat výsledná data získané z této otázky pro každé pohlaví zvlášť, tak zjistíme že všechny tři dívky volili jako jednu z možností, co sledovat na Youtube seriály. Dvě pak společně zvolili hudební videa a jen jedna dívka a vlastně i jako jediná ze všech respondentů zvolila návody a recepty.

Chlapci také volili seriály nebo hudební videa, ale také vybírali hry, Youtubery, naučná videa a dokumenty. Zároveň volili i možnost jiné, kam pak dopisovali vlastní odpovědi.

U této otázky i věk hraje důležitou roli. Respondenti, kteří jsou starší 15 let spíše voli videa hudební, filmy, seriály nebo doplnili své vlastní odpovědi. Naopak děti pod 15 let volili často Youtubery nebo hry. Je zde tedy vidět, že věk hraje roli v rámci výběru žánru či typu sledovaných videí.

Důležitou částí této otázky je možnost dopsat odpověď a tuto možnost zvolili hned čtyři respondenti, a jak jsme si výše uvedli, tak všichni tito respondenti byli chlapci.

Respondent 3B uvedl, že sleduje FURT BOKEM, což je kanál věnovaný automobilům. Další respondent 5B uvedl, že sleduje bojové sporty jako wrestling nebo také UFC, podobnou odpověď uvedl respondent 8B, který uvedl jako jediné co sleduje sport. A posledním byl respondentem 11B, který doplnil svoji odpověď o pranky a též to uvedl jako jediný typ videa který sleduje. Pro upřesnění, prank je video, které má za cíl nějakým způsobem někoho zesměšnit, nebo si z někoho „vystřelit“.

Tato otázka nám dokazuje, jak velké množství žánrů či typů videí a materiálů Youtube nabízí a každý divák si tak může najít to, co potřebuje, ale bohužel i s tím mohou souvise rizika, které s Youtube souvisí. Například pokud se nějaký jedinec inspiruje prankem, který viděl na Youtube, nemusí odhadnout následky, které sebou tento vtípek, obzvlášť je-li navíc následovně toto video umístěno na internet. Proto je důležité znát, jaká videa internet nabízí, ale i na jaké videa se děti či mladiství zaměřují.

Následující otázka se zabývá důvodem, proč se jedinec rozhodne trávit svůj volný čas na Youtube. Zapracování otázky je stejné jako u předešlé otázky, tedy za pomoci kódování a následné grafické zpracování v podobě grafu. I zde volili respondenti více než jednu odpověď.

|  |  |
| --- | --- |
| **Důvod sledování Youtube** | **Kódování odpovědí** |
| Je to zábava. | 5.a |
| Trávím tam volný čas. | 5.b |
| Hledám si informace. | 5.c |
| Nudím se. | 5.d |
| Je to můj koníček. | 5.e |
| Něco jiného. | 5.f |

Tabulka č. 5 – Důvody sledování Youtube

|  |  |
| --- | --- |
| **Respondenti** | **Odpovědi** |
| 1A | 5.a; 5.c; 5.d; 5.e |
| 2B | 5.a |
| 3B | 5.a |
| 4A | 5.b; 5.d |
| 5B | 5.a; 5.b |
| 6A | 5.d |
| 7B | 5.a; 5.c; 5.d |
| 8B | 5.a |
| 9B | 5.a |
| 10B | 5.d |
| 11B | 5.a; 5.b; 5.d |
| 12B | 5.a |
| 13B | 5.b; 5.d |
| 14B | 5.a |
| 15B | 5.a; 5.b; 5.d |
| 16 | 5.d |
| 17B | 5.d |
| 18B | 5.d |

Tabulka č. 6 – Odpovědi respondentů na otázku č. 5

Nejčastější dovědí na tuto otázku byla odpověď, že Youtube sledují pro zábavu nebo naopak z nudy. Tyto dvě odpovědi převažovaly nad ostatními a každý respondent alespoň jednu z těchto odpovědí uvedl buď samotnou nebo v kombinaci s dalšími možnostmi.

Pět respondentů uvedlo, že sledováním Youtube tráví i volný čas, ale tato odpověď se nacházel vždy v kombinaci s dalšími odpověďmi, nejčastěji právě s odpovědí, že důvodem sledování je nuda. Tyto dva aspekty ale spolu zároveň úzce souvisí, jelikož pokud se jedinec nudí, bude hledat nějaký zdroj zábavy, který je v tomto případě Youtube. Kvůli této souvislosti věřím, že respondenti volili buď zábavu nebo nudu nebo kombinaci obou.

Graf č. 8 – Důvody sledování Youtube

Pouze dva respondenti uvedli, že sledují Youtube kvůli informacím a pouze jeden respondent označil sledování Youtube jako svůj koníček. Ale i tyto odpovědi byli vždy v kombinaci buď s nudou nebo se zábavou.

Všechny tři dívky uvedli krom jiných právě jednu z nejčastějších odpovědí, a to, že sledují Youtube z nudy. U chlapců 10 respondentů volilo pouze mezi odpovědí 5.a tedy zábavou nebo 5.d tedy nudou bez jiné možnosti. Zbytek kombinoval více možností.

Podle výsledků je zřejmé, že věk u důvodu sledování Youtube nehraje tak důležitou roli, jelikož respondenti pod 15 let i starší 15 let uváděli podobné odpovědi.

Nikdo nezvolil jinou možnost.

Další otázka byla věnovaná době, kterou respondenti tráví na Youtube. Pokusíme se zmapovat, jak často respondenti Youtube používají. Zpracování a kódování u této otázky je stejné jako v předcházejících otázkách. U této otázky volil každý respondent jen jednu odpověď, proto je jednoduché zjistit, jak často Youtube používají.

|  |  |
| --- | --- |
| **Jak často navštěvujete Youtube?** | **Kódování odpovědí** |
| Každý den | 6.a |
| Několikrát týdně | 6.b |
| Občas za měsíc | 6.c |
| Málokdy | 6.d |
| Vůbec | 6.e |

Tabulka č. 7 – Jak často navštěvují Youtube?

|  |  |
| --- | --- |
| **Respondenti** | **Odpovědi** |
| 1A | 6.a |
| 2B | 6.b |
| 3B | 6.d |
| 4A | 6.a |
| 5B | 6.a |
| 6A | 6.d |
| 7B | 6.a |
| 8B | 6.a |
| 9B | 6.a |
| 10B | 6.a |
| 11B | 6.b |
| 12B | 6.a |
| 13B | 6.a |
| 14B | 6.a |
| 15B | 6.a |
| 16 | 6.a |
| 17B | 6.b |
| 18B | 6.d |

Tabulka č. 8. – Odpovědi respondentů na otázku č. 6

Jak si můžeme všimnou při pohledu na graf, který zpracovává odpovědi respondentů, tak vic než polovina odpověděla, že Youtube navštěvuje každý den, z toho dvě jsou dívky, zbytek chlapci a jeden respndent, který neuvedl pohlaví. Je tedy vidět, že respondenti využívají Youtube velmi často. Tři respondenti, všichni chlapci, uedli ž Yotube navštěvují několikrát týdně. Poslední tři respondenti uvedli, že Youtube používají málokdy, mezi mimi byla jedna dívka.

Ani jeden respondent neuvedl, že by Yotube nvštívil jen občas za měsíc, a v návaznosti na první otázu dotazníku, tedy zda používají Youtube, je jasné že ani jeden respondent neodpověděl, že Youtube nepoužívá vůbec, protože všichni respondenti uvedli, že Youtube používají.

Graf č. 9 – Jak často navštěvujete Youtube?

Co se týče vlivu věku na navštěvování Youtube, nelze ji zde prokázat, jelikož jak respondenti do 15 let, tak nad 15 let neměli ve své skupině výrazné podobnosti ani rozdíly, a v obou skupinách převažovala odpověď 6.a, každodenní návštěva Youtube.

Otázky číslo sedm je věnovaná odběru kanálů na Youtube. Tedy zda respondenti odebírají vide a Youtube, a jestli ano, tak zda by mohli uvést jaké kanály odebírají. Tato otázka je zařazena, jelikož je to jedna ze možných aktivit pro uživatele webové stránky Youtube. Proto se následujícími otázkami budeme věnovat tomu, zda respondenti využívají některou z možných aktivit.

Následující grafy znázorňují odpovědi respondentů nejdříve jako celku a poté dle pohlaví, respektive chlapců, protože odpovědi dívek byl jednotné, a z toho důvodu je nebylo zapotřebí graficky znázornit.

Graf č. 10 – Odebírání kanálů na Youtube – Celkem

Graf č. 11 – Odběr kanálů na Youtube

Větší polovina respondentů uvedla, že odebírá kanály na Youtube. Pokud se podíváme na graf, který nám znázorňuje, jak odpovídali chlapci, vidíme, že zde je procento respondentů, kteří odebírají vide na Youtube mnohem vyšší než u grafu, který popisuje celý vzorek dohromady. Je to ovlivněno tím, že všechny dívky uvedly, že žádný kanál na Youtube neodebírají, což snížilo procento u skupiny jako celku.

Tato otázka byla zařazena proto, že pokud se jedinec rozhodne odebírat daný kanál, znamená to, že má zájem o informaci, že daný kanál vydal nové video, a chce mít zřejmě přehled o tom, co na daném kanále vychází.

Bohužel ani u této otázky se nadá vliv věku nijak dokázat, jelikož i zde respondenti odpovídali různorodě v dané věkové skupině.

Součástí této otázky byla i doplňující otázka, kdy respondent mohl uvést, jaký kanál odebírá. Pět respondentů na tuto otázku odpovědělo, a v návaznosti na informaci, že dívky z tohoto vzorku neodebírají kanály na Youtube, tak respondenti s doplňující odpovědí jsou všichni chlapci.

První respondent, 3B, uvedl, že kanál, který odebírá je FURT BOKEM, jedná se o automobilový kanál. Respondent 5B odpověděl, že odebírá hudební kanály, ale blíže je nespecifikoval. Na rozdíl od respondenta 9B, který uvedl, že odebírá kanál MALUMA, který svým zaměřením též spadá do hudebních kanálů. Respondent 8B uvedl kanál českého Youtubera Taryho, který se v první řadě zaměřuje na parkour. Podobnou odpověď napsal i respondent 18B, ale ten uvedl jen parkour, bez specifikace kanálu. U dvou párů respondentů jsou tedy podobné typy kanálů, které odebírají.

Následující otázka, je též uzavřená a jedná se též o otázku zaměřenou na jednu z aktivit, kterou mohou uživatelé Youtube využívat a tou je hodnocení videí pomocí palce nahoru nebo dolů. Tyto otázky nám tedy pomohou zmapovat aktivitu respondentů na stránce Youtube v rámci využívání nabízených aktivit pro uživatele

Získaná dat z této otázky jsou opět zpracovány graficky a rozděleny na tři grafy, kdy jeden je pro celý vzorek a zbylé dva jsou rozděleny dle pohlaví.

Graf č. 12 – Likování videí – Celkem

Jak je vidět z prvního grafu, tak téměř většina respondentů uvedla, že videa na Youtube hodnotí formou „líbí, nelíbí“. Takže tuto aktivitu respondenti využívají ve velkém zastoupení.

Graf č. 13 – Likování videí – Chlapci

Krom jednoho respondenta ze všech chlapců odpověděli všichni, že na Youtube videa aktivně hodnotí. Na rozdíl od dívek, kde větší část uvedla, že videa nehodnotí likování. I když zde může být výsledek zkreslen malým množstvím respondentů ženského pohlaví.

Graf č. 14 – Likování videí – Dívky

Pokud se zaměříme na likování dle věkových skupin, tak obě skupiny jsou na tom velmi podobně. Ve skupině nad 15 let byl jen jeden respondent a byla to dívka, který odpověděl, že nehodnotí videa a ve skupině pod 15 byl dva respondenti, jeden chlapec a jedna dívka, kteří odpověděli, že nehodnotí videa na Youtube. Obě skupiny si byly odpověďmi podobné.

Tato otázka je věnovaná poslední aktivitě, kterou budeme v rámci používání média Youtube mapovat. Zaměříme se v ní na komentování videí na Youtube.

Předešlé výsledky otázek věnovaným aktivitám, které nabízí Youtube, byly dosavadní výsledky velmi vysoké a poukazovali na to, že respondenti jsou na Youtube velmi aktivní co se týká odběru, likování nebo vlastního účtu. Tato otázka je zaměřena na komentování videí, které na rozdíl od předešlých aktivit znamená bližší kontakt s jiným uživatelem, správcem kanálu či Youtuberem. Proto jsou i tato data velmi důležitá, jelikož mapují, do jaký míry respondenti navazují kontakt s jinými uživateli Youtube.

Jedná se o uzavřenou otázku, takže bude znázorněna grafem jak pro celý vzorek, tak i pro každé pohlaví zvlášť.

Graf č. 15 – Komentování videí – Celkem

Jak je vidět již z toho grafu, tak aktivita ve formě komentování je na rozdíl od ostatních zkoumaných aktivit zastoupena velmi málo. Pouze tři respondenti odpověděli, že komentují videa na Youtube. Zbytek respondentů videa nekomentuje.

Dívčí část zkoumaného vzorku uvedla, že ani jedna také nekomentuje videa. Chlapci jsou tím pádem trochu aktivnější, ale ani zde nejsou hodnoty vysoké.

Graf č. 16 – Komentování videí – Chlapci

Ve věkové skupině pod 15 let odpověděli dva respondenti, že komentují videa a ve věkové skupině nad 15 let odpověděl jen jeden respondent, že komentuje videa na Youtube. Bohužel tedy nelze tvrdit, zda je jedna nebo druhá věková skupina při komentování videí aktivnější.

Následující otázka se zaměřuje na sledování Youtuberů. Ptáme se tedy našich respondentů, zda sledují Youtubera a pokud ano, tak, aby napsali, jaké sledují. Touto otázkou se pokusíme zmapovat, kolik respondentů sleduje Youtubery a díky doplňující otevřené otázce se snažíme zjistit koho sledují, s tím že následující odpovědi poté analyzujeme a interpretujeme.

Graf č. 17. Sledování Youtuberů – Celkem

První otázka je tedy uzavřená a respondent má odpovědět ano nebo ne na otázku, zda sleduje Youtubery. Následující graf znázorňuje odpovědi našich respondentů jako celku. A můžeme zjistit je velká většina našich respondentů uvádí, že sleduje Youtubery.

Pokud se změříme na jednotlivé pohlaví, tak zjistíme, že i zde velká většina odpovědělo, že sleduje Youtubery.

Graf č. 18 – Sledování Youtuberů – Chlapci

Rozdíl ale nalezneme u dívčího vzorku, který sice může být zkreslený nízkým počtem respondentů, ale i tak dvě dívky odpověděly, že nesledují Youtubera a jedna odpověděla, že Youtubery sleduje.

Graf č. 19. – Sledování Youtuberů – Dívky

Můžeme tedy díky těmto výsledkům říci, že více sledují Youtubery chlapci než dívky.

Pokud se zaměříme na to, jaké rozdíly byly u odpovídání jednotlivých věkových skupin, tak zjistíme, že respondenti věkové skupiny nad 15 let až na jednoho respondenta, byla to dívka, odpověděli, že Youtubery nesledují. Naopak ve věkové skupině pod 15 let odpověděl jen jeden respondent, také to byla dívka, že Youtubery nesleduje. Je zajímavé, že obě skupiny tak výrazný rozdíl. S věkem se možná totiž mění zájem o Youtubery a jejich tvorbu a proto je rozdíl mezi těmito věkovými skupinami tak značný.

Druhou částí této otázky je možnost napsat jaké Youtubery respondenti sledují. Na základě jejich odpovědí jsme vytvořili následující tabulku. Každý respondent, který uvedl nějakého Youtubera, popř. název kanálu Youtubera, byl zde zaznamená dle svého kódu. Poté jsme zde uvedli jeho odpovědi a použili na ně kódování.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Respondenti** | **Odpovědi** | **Kódování** |
| 1A | Shopaholic Nikol | 10.a |
| Kovy | 10.b |
| Jan Bendig | 10.c |
| 2B | Tary | 10.d |
| Fizi | 10.e |
| Vova | 10.f |
| Kožak | 10.g |
| Jay Fox | 10.h |
| 7B | Freescoot | 10.i |
| 8B | Tary | 10.d |
| 9B | Tary | 10.d |
| 11B | Fizi | 10.f |
| Tary | 10.d |
| 13B | Sportovní | 10.j |
| 16 | Tary | 10.d |
| 18B | Tary | 10.d |

Tabulka č. 9 – Sledování Youtuberů 1

Respondent 1A, tedy dívka, 15 let, uvedla, že sleduje Youtubery Shopaholic Nikol, Kovyho, a Jana Bendiga. Shopaholic Nikol i Kovy jsou youtubeři zaměřeni na vlogy a Jan Bendig není přímo Youtuber, ale má svůj kanál, kde sdílí nejen svoje videoklipy a hudbu, ale i zábavná videa. Všichni tito youtubeři jsou z České republiky.

Respondent 2B, chlapec 11 let, uvedl nejvyšší počet Youtuberů ze všech respondentů. Též jsou všichni tito tvůrci českými Youtubery a krom Fiziho, který nejčastěji točí reakční videa nebo challenge, tak všichni uvedení Youtubeři se věnují parkouru. Podle všeho je u tohoto respondenta tedy parkour oblíbeným tématem, ke kterému si vyhledává videa.

Další respondent 7B, chlapec 12 let, uvedl jako Youtubera, kterého sleduje, Freescoota, který je také český Youtuber a věnuje se převážně vlogům a někdy točí i pranky.

Respondenti 8B, chlapec 7 let; 9B, chlapec 14 let; 16, pohlaví neuvedeno 11 let; a 18B, chlapec 10 let, všichni uvedli Taryho, který se věnuje parkouru.

Respondent 11B, chlapec 9 let, uvedl Taryho, který byl už několikrát zmíněn a Fiziho, který byl již také zmíněn.

Poslední, kdo odpověděl byl respondent 13B, chlapec 1é0 let, neuvedl přímo název kanálu či jméno Youtubere, ale jen že sleduje sportovní kanály.

Z této tabulky jsme poté vytvořili ještě jednu, díky které můžeme demonstrovat četnost uvedených youtuberů. Je důležité zmínit, že ne všichni respondenti, kteří uvedli, že sledují Youtubery, také odpověděli na doplňující otázku, koho sledují.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Odpověď** | **Kódování** | **Četnost** |
| Shopaholic Nikol | 10.a | 1 |
| Kovy | 10.b | 1 |
| Gipsy Nikol | 10.c | 1 |
| Tary | 10.d | 6 |
| Fizi | 10.e | 2 |
| Vova | 10.f | 1 |
| Kožak | 10.g | 1 |
| Jay Fox | 10.h | 1 |
| Freescoot | 10.i | 1 |
| Sportovní | 10.j | 1 |

Tabulka č. 10 – Sledování youtuberů 2

Díky této abujce můžeme vidět, že nejvíce zmiňovaným byl Youtuber Tary a po něm Fizi, oba dva jsou velmi populárními Youtubery, i když se každý zaměřuje na jiný druh tvorby. Ostatní Youtubeři sice byli zmíněni jen jednou, ale velká většina je zaměřena na jeden druh videí, a to jsou videa o parkouru.

I když nebylo velké množství respondentů, kteří by odpověděli na doplňující otázku, tak je zde vidět podobnost ve výběru Youtuberů a nebo alespoň podobnost ve výběru tématu videí.

Předposlední otázka našeho dotazníku se snažila zjistit jaká přesně videa respondenti nejčastěji na Youtube sledují. Jednalo se o otevřenou otázku a každý mohl odpovědět podle sebe. Dva respondenti na tuto otázku neodpověděli, ale ostatní respondenti se zapojili.

Následující tabulka zaznamenává jejich odpovědi a zároveň je součástí analýza uvedených kanálů pro upřesnění tvorby, kterou naši respondenti sledují. Poslední sloupec je věnován kódování, abychom se získanými daty mohli dále kvantitativně pracovat.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Respondenti** | **Odpověď** | **Typ či žánr videa** | **Kódování** |
| 1A | Návody na účesy | Návody | 11.a |
| Povídání | Vlogy | 11.b |
| 2B | Parkour | Parkour | 11.c |
| Challenge | Challenge | 11.d |
| 3B | Drift project | Vlogy – automobily, driftování | 11.e |
| Furt Bokem | Vlogy – automobily | 11.e |
| 4A | Tary | Parkour | 11.c |
| Challenge | 11.d |
| Reakce | 11.f |
| Vlogy | 11.b |
| FiziStyle | Challenge | 11.d |
| Pranky | 11.g |
| 6A | Tary | Parkour | 11.c |
| Challenge | 11.d |
| Reakce | 11.f |
| Vlogy | 11.b |
| Fatty Pilow | Reakce | 11.f |
| Vlogy | 11.b |
| Hry | 11.h |
| 7B | Triky na koloběžce | Sport | 11.i |
| 8B | Parkour | Parkour | 11.c |
| 9B | Maluma | Hudbení videa, videoklipy | 11.j |
| 10B | Fotbal | Sport | 11.i |
| 11B | Parkour | Parkour | 11.c |
| 12B | Koloběžky | Sport | 11.i |
| 13B | Sport | Sport | 11.i |
| Reakce | Reakce | 11.f |
| Hry | Hry | 11.h |
| 14B | Hudební videa | Hudební videa | 11.j |
| 15B | Tary | Parkour | 11.c |
| Challenge | 11.d |
| Reakce | 11.f |
| Vlogy | 11.b |
| FiziStyle | Challenge | 11.d |
| Pranky | 11.g |
| 16 | Parkour | Parkour | 11.c |
| 18B | Parkour | Parkour | 11.c |

Tabulka č. 11 – Nejčastější videa – odpovědi

Někteří respondenti uvedli přímo typ či žánr videa, ale jiný napsaly název kanálu nebo jméno (přezdívku) Youtubera, a proto bylo nutné za pomoci jejich Youtubových kanálů zjistit jaký typ vide točí, či co vy svých videích prezentují. Můžeme si všimnout častého opakování některých jmen či kanálů, což vypovídá o popularitě těchto Youtuberu nebo jejich kanálů.

A následující tabulka zaznamenává četnost odpovědí, tuto tabulku budeme přesněji interpretovat i s přihlédnutím na odpovědi našich respondentů.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Typ sledovaných videí** | **Kódování** | **Četnost** |
| Návody | 11.a | 1 |
| Vlogy | 11.b | 5 |
| Parkour | 11.c | 8 |
| Challenge | 11.d | 6 |
| Vlogy – automobily | 11.e | 2 |
| Reakce | 11.f | 5 |
| Pranky | 11.g | 2 |
| Hry | 11.h | 2 |
| Sport | 11.i | 4 |
| Hudební videa, videoklipy | 11.j | 2 |

Tabulka č. 12 – Četnost odpovědí

Vidíme dle této tabulky, že nejvýše jsou zastoupeny videa zaměřená na parkour, který uvedlo 8 respondentů, a to buď přímým uvedením tohoto typu videa, nebo uvedením jména youtubera, který o této aktivitě natáčí videa. Hned poté následují challenge. reakce a vlogy jsou zastoupeny stejně u našich respondentů a hned za nimi jsou sportovní videa. Další videa, která naši respondenti uvedli jsou pranky, hry a hudební videa a nejmenší počet získaly návody. Velmi zajímavé je, že i když se některé kanály či typy videí opakovali, tak četnost žánrů a typů, které respondenti uvedli je velmi pestrá.

Graf č. 20 – Typy sledovaných videí – dle respondentů

Až na respondentku A1, se odpovědi ostatních dívek velmi podobali odpovědím chlapeckých respondentů, tedy že sledují videa o parkouru, vlogy, challenge, pranky. U chlapců je nabídky sledovaných videí mnohem pestřejší, ale též se některé typy videí opakují. Kromě parkouru, vlogů, reakcí a challengů, uvedli i sportovní videa či hudební videa. Můžeme tedy říci, že jak u dívek tak u chlapů, jsou populární podobné typy videí.

Pokud si rozdělím skupinu opět na dvě věkové skupiny, tak zjistíme, že ve skupině pod 15 let víc jak polovina respondentů uvádí, že sleduje videa o parkouru nebo přímo youtubera Taryho, který se parkouru věnuje. Ale ve skupině nad 15 byl jen jeden respondent, navíc dívky, který uvedl, že sleduje Taryho, tedy videa o parkouru nebo jeho vlogy, challenge nebo reakce. Ostatní respondenti v této věkové skupině buď neuvedli žádná videa, nebo jinak zaměřené, např. hudební videa, vlogy o automobilech apod.

Zajímavostí je, že i když ne všichni respondenti odpověděli, že sledují Youtubery, tak u této otázky krom dvou respondentů každý uvedl nějaký druh videí od Youtuberů nebo přímo jméno youtubera.

Poslední otázka našeho dotazníku byla zaměřena na vlastní tvorbu respondentů. Tedy zda sami natáčejí nebo jinak tvoří videa na Youtube.

První část této otázky byla uzavřená, na kterou se dalo odpovědět ano nebo ne, a druhá část byla otevřená doplňující otázka, která se zajímala, jaký typ videí respondenti točí.

Graf č. 21. – Tvorba videí na Youtube

Tento graf znázorňuje, kolik respondentů tvoří vlastní videa na Youtube. Z 18 respondentů pouze 7 odpovědělo, že natáčí vlastní videa. Je to méně než polovina.

Další grafy ukazují poměr respondentů, kteří natáčí videa na Youtube ve skupině chlapců a ve skupině dívek.

Graf č. 22 – Tvorba videí na Youtube – Chlapci

Díky tomuto grafu víme, že pouze pět chlapců natáčí vlastní videa na Youtube. Věková skupina je od 10 let do 12 let. A z následujícího grafu vidíme, že jen jedna dívka, 15 let, natáčí videa na Youtube.

Graf č. 23 – Tvorba videí na Youtube – Dívky

Následující tabulka nám ukazuje odpovědi respondentů na otázku, jaký typ videa sami točí. Respondentka A1, dívka 15 let, natáčí tanec a zpěv. Podobný typ videí natáčí respondent 14B, chlapec 12 let, který uvádí, že točí videoklipy. Respondent 7B, chlapec 12 let, a respondent 12B, chlapec 10 let, točí podobné typy videí, pranky a prozkoumávání. Respondent 13B, chlapec 10 let, uvedl že natáčí videa, jak je doma nebo venku, což by se dalo chápat jako vlogy. Respondent 15B, chlapec 10 let, napsal, že natáčí challenge a poslední respondent 16, pohlaví neuvedeno 11 let, uvedl, že natáčí zábavná videa. Vidíme tedy v tvorbě těchto dětí jisté podobnosti.

Jeden z respondentů mu navíc uvedl název svého Youtube kanálu, kde před měsícem začal s kamarády natáčet svá vlastní videa. Z důvodu zachování anonymity nemůžeme název kanálu uvést, ale jednalo se o kanál, kde se tvůrci soustředili na challenge, tedy výzvy. Kdyby tato informace, byly zpracována dříve, mohl být s těmito respondenty proveden i rozhovor, který byl původně zamýšlet pro uživatele jiného zařízení a mapování používání Youtube u těchto respondentů by bylo rozšířeno o další data.

|  |  |
| --- | --- |
| Respondenti | Odpověď |
| 1A | Tanec |
| Zpěv |
| 7B | Prouzkoumávání |
| Pranky |
| 12B | Videa s partou, kamarády |
| Prozkoumávání |
| Pranky |
| 13B | Jak jsme doma nebo venku |
| 14B | Videoklipy |
| 15B | Challenge |
| 16 | Zábavné videa |

Tabulka č. 13 – Typy videí vlastní tvorby na Youtube

Tato poslední otázka byla položena hlavně z důvodu zmapování toho, zda sledování Youtube a Youtuberů může být pro respondenty inspirující, a zda se sami pokouší rozvíjet svou kreativitu a schopnosti pomocí natáčení videích na Youtube. A i když na tuto otázku odpovědělo pozitivně jen malé množství respondentů, věříme, že snaha natáčet videa na Youtube bude přínosem pro ně samotné.

### **4.3 Limity výzkumu**

Nyní krátce shrneme některé limity, na které je potřeba upozornit pro případné opakování průzkumu, popřípadě jeho rozšíření.

První velkým limitem bylo malé množství respondentů. Tomu by se dalo zabránit, kdyby bylo osloveno větší množství zařízení, které nějakým způsobem pracují s dětmi či studenty se specifickými potřebami. V tom případě je nutné i upravit současné dotazníky, aby vyhovovali všem možným skupinám respondentů, a možná by bylo zapotřebí i upravit některé otázky, aby byly plně pochopitelné pro všechny respondenty. Pro tyto účely by bylo dobré dotazník více vizuálně podpořit obrázky či piktogramy.

Důležitým krokem pro další průzkum nebo výzkum na toto téma je nutné mít přesnější výběr zkoumaného vzorku, a aby bylo zastoupení dívek a chlapců v podobném poměru a nedošlo k nerovnoměrnému zastoupení obou pohlaví.

Stejným způsobem je nutné přistoupit i k věkovému zastoupení respondentů, aby i věkové kategorie byly vhodně zastoupeny.

Bylo by dobré i přidat otázku do dotazníku na téma kolik času denně tráví respondenti na Youtube, pro kompletnější zmapování používání média Youtube. A přínosným by bylo uvést a zkoumat i další aktivity, které s Youtubem souvisí jako např. sdílení videí na sociální sítě.

Posledním prvkem, který by bylo vhodné zvážit, zda by neměl být zapojen do dotazníku, je otázka, zda respondenti znají rizika, na která mohou při používání Youtube narazit.

Potud by byl průzkum prováděn znovu, přihlédla bych k možnosti přidat i původně zamýšlenou část s rozhovory s respondenty, kteří sami tvoří videa na Youtube, díky čemuž by mohla být zmapovaná i tato část užívání Youtube.

Pro budoucí výzkum této oblasti by bylo dobrý získat i data, která by informovala o zkoumaných oblastech, ale u dětí intaktních, aby mohlo dojít ke srovnání toho, jak používají Youtube děti či studenti se specifickými potřebami a jak děti či studenti intaktní.

Celkově můžeme říci, že velkým limitem pro uskutečnění tohoto výzkumu byly i okolnosti, které nastaly z důvodu pandemie a do zařízení nesměly být vpouštěny jiné osoby než pracovníci a uživatelé. A k řešení výzkumu online bylo ze strany zkoumaných zařízení zamítnuto.

Přesto věříme, že i tak je tento průzkum alespoň v některých svých aspektech přínosný.

### **4.4 Shrnutí**

Nyní si shrneme některé z poznatků, které jsme získaly na základě našeho průzkumu věnovanému používání média Youtube u dětí a studentů se specifickými potřebami.

Cílem praktické části bylo tedy **zmapování využívání, používání a vnímání média Youtube dětmi a studenty se specifickými potřebami.** A hlavní výzkumná otázka zněla: **„Jakým způsobem používají děti či studenti se specifickými potřebami Youtube?“**

Průzkum byl veden formou kvantitativního průzkumu a hlavní metodou pro získání dat byl dotazník. Data byla následovně zpracována pomocí grafů a tabulek, popsána a interpretována.

Návratnost dotazníku, v návaznosti na současnou situaci u nás i ve světe, byla bohužel velmi nízká a z původních 50 dotazníku se vrátilo pouze 18. Což ovlivnilo chod průběh průzkumu.

Naším vzorkem byli uživatelé Nízkoprahového zařízení pro děti a mládež. Věková skupina se pohybovala od 7 do 21 let a vzorek tvořili převážně chlapci.

Všichni respondenti uvedli že používají Youtube, což potvrdilo tezi, že je Youtube v současné době velmi silným médiem, a proto je zapotřebí jej zkoumat.

Průzkumem bylo zjištěno, že nejčastější respondenti využívají ke sledování a používaní Youtube buď mobilní telefony nebo počítače, tyto dvě technologie tedy hrají ro používání Youtube silnou roli. U mobilního telefonu je velmi jednoduché a dostupné sledovat videa na Youtube, pokud máte připojení k internetu. Pak můžete sledovat Youtube téměř kdekoliv.

Různorodost videí, která si respondenti na Youtube pouští je velmi pestrá, ale oblevil se jistý vzorec, který má návaznost na věk respondentů. Pokud se jednalo o věkovou skupinu nad 15 let, dávali respondenti přednost spíše hudebním videím, filmům či seriálům. Naopak věková skupina pod 15 let dává přednost, krom jiným, Youtuberům.

Jako důvod proto proč sledují naši respondenti voli buď že je to zábava, nebo naopak, sledují Youtube z nudy. Nebo se jednalo o kombinace více důvodů. zřejmě u této otázky hraje důležitou roli nálada.

Stejně jam jsme uváděli v teoretické části, tak i u našich respondentů může tvrdit, že je Youtube součástí jejich každodenního života. Na otázku, jak častou používají Youtube, odpověděla víc než polovina, že každý den.

Co se týče používání Youtube v rámci možností aktivit, které jsou nabídnuty uživateli, tak naši respondenti uvedli, že více jak polovina má založený účet na Youtube, zde mohla hrát roli jednoduchost registrace díky propojení i Youtube a aplikace Google. Další aktivitou s Youtube spojenou je odebírání kanálů. Zde byl značný rozdíl mezi dívkami a chlapci, protože ani jedna dívka neuvedla, že by odebírala kanál, zatím chlapci uváděli, že ano. Převážně se jednalo o kanály o hudbě nebo o parkouru. Hodnocení videí je další aktivitou Youtube spojenou i a u této aktivity často respondenti uváděli, že ji používají. Ale kterou aktivitu využívají velmi málo, je komentování videí. Důvodem může být, že se jedná již o jistý druh navázání kontaktu, a toho se naši respondenti obávají. I zde všechny dívky uvedli, že tuto aktivitu nevyužívají, tedy nekomentují.

Youtubery sledují spíše respondenti mladší 15 let a nejčastěji uváděli známé Youtubery jako Tary nebo Fizi, do jejichž tvorby spadá parkour, challenge, vlogy, reakce, pranky apod.

Poslední otázkou bylo, zda sami respondenti natáčejí a sdílejí videa přes Youtube, a i když se jednalo méně než poloviny, tak věřím, že tato zkušenost jim může přinést rozvoj například kreativity.

Nakonec bychom rádi zmínili, že i když tomu nebyl výzkum věnován, je nutné mít na paměti, rizika, které se mohou se sledováním Youtube objevit. U otázky zmiňující jak často naši respondenti sledují Youtube uvedla většina, že každý den, což na jedné straně znamená, že je Youtube součástí jejich každodenního života, ale hrozí zde i nebezpečí závislosti na internetu. Proto je důležité u dětí dbát na pravidelný režim, a i když používají Youtube každý den, tak aby u něj nestrávily celý den.

A ještě zmíníme jedno riziko, a to může souviset s faktem, že často byl v dotaznících zmiňován parkour, který je pro nezkušené experimentátory s tímto druhem sportu velmi nebezpečný. Pokud se totiž uživatel rozhodne použít videa o parkouru jako návod a nezajistí si dostatečně bezpečné prostředí, může dojít například ke zranění nebo po k poškození cizího majetku.

Vliv youtuberů je totiž již v zahraničí zkoumán, a zjišťuje se, že Youtubeři mají na děti velmi velký vliv. Tento vliv je krátce popsán i v teoretické části této práce. A proto je důležité znám současné Yutube idoly dětí a poučit je o tom, že ne vše, co vidí na Youtube je reálná nebo vhodné.

Můžeme tedy říci, že se nám podařilo naším průzkumem splnit stanovený cíl. A zjistili jsme, že naši respondenti mají velmi blízký vztah s médiem Youtube, jelikož ho všichni používají, používají většinu aktivit, které tato služba nabízí a je u většiny z nich každodenním „chlebem“. Zjistili jsme jakým videím dávají respondenti přednost, a to i s ohledem na pohlaví či věk. A že dokonce někteří jedinci používají Youtube jako prostředek pro vlastní tvorbu. Jsou zde vidět rozdíly mezi užíváním Youtube chlapci a dívkami, ale to může být bohužel zapříčiněno i malým počtem dívek ve výzkumném vzorku. I věk respondentů hrál u některých otázek svoji roli a ovlivnil např. jaký typ videí respondenti upřednostňují.

# Závěr

Jak je uvedeno již v úvodu této práce, žijeme v době, kdy jsme neustále obklopeni médii jako televize, rádio, noviny, reklamy či internet a život bez internetu si často už neumíme ani představit.

Tato práce měla za úkol nahlédnout do jedné části kyberprostoru, přesněji řečeno na webovou stránku Youtube a zjistit jakým způsobem je toto médium vnímaná dětmi a studenty se specifickými potřebami.

Youtube je místo, kde se dají sdílet, nahrávat, sledovat, vyhledávat, komentovat a hodnotit videa. Je to místo, kde je možné sledovat videoklipy, filmy, seriály, vlogy, dokumenty návody, recepty a mnohem více.

Proto jsme se v této práci zaměřili na to jak žáci a studenti se specifickými potřebami používají tuto webovou stránku a jaká videa sledují. Cílem této práce tedy bylo zmapovat využívání, používání a vnímání Youtube dětmi a studenty se specifickými potřebami. A výzkumnou otázku, kterou jsme si položili, bylo:

V teoretické části jsme popsali některé základní pojmy. Definovali jsme internet, a některé jeho důležité aspekty a věnovali jsme se i vztahu internetu a dětí, tedy jaký vliv může mít jeho používání na vývoj a rozvoj dítěte. Také jsme neopomněli zmínit rizika, které na internetu číhají, ale i jsme vyzvedli pozitiva, které internet skrývá. Definovali jsme pojem děti a studenti se specifickými potřebami a poslední kapitola byla věnovaná Youtube a youtuberům, kde jsme i zmínili jeden výzkum který se zabývá používáním Youtube rodiči děti s autismem. Celá tato kapitola čerpala ve velké části ze zahraničních textů, které se věnovaly vztahu Youtube j uživateli nebo popisovali, co to znamená být Youtuber. Některé z těchto článků i upozornili na rizika, která stejně jako rizika na internetu, mohou ohrozit uživatele Youtube. Cílem teoretické části této práce bylo vymezit oblast, kterou jsme následovně v praktické části mapovali.

V praktické části následoval průzkum, které byl věnovaný, jak napovídá i cíl této práce, zmapování používání média Youtube dětmi se specifickými potřebami. Jednal se o průzkum zaměřený kvantitativně a byl proveden pomocí dotazníků, které byly rozdané v nízkoprahovém zařízení pro děti a mládež. Z těchto dětí byl tvořen i výzkumný vzorek, který bohužel nebyl příliš velký. Návratnost dotazníků byl poměrně malá. Bylo to ovlivněno současnou situací, protože NZDM v současné době nenavštěvuje velké množství dětí. Navíc výzkumný vzorek nebyl rovnoměrný, co se týče pohlaví respondentů. Ale i přes tyto komplikace, se podařilo vytvořit celiství průzkum, který mapuje, jakým způsobem děti a studenti se specifickými potřebami používají Youtube. Data získané z těchto dotazníků poté byla graficky znázorněna pomocí grafů a tabulek, poté porovnána, analyzovány a následně interpretována. Můžeme tedy říci, že cíl této práce byl naplněn.

Pokud bychom měli odpovědět na výzkumnou otázku, tedy „Jakým způsobem používají děti či studenti se specifickými potřebami Youtube?“ mohli bychom použít poznatky uvedené ve shrnutí praktické části.

Všichni respondenti uvedli že používají Youtube, což potvrdilo tezi, že je Youtube v současné době velmi silným médiem, a proto je zapotřebí jej více zkoumat.

Nejčastější respondenti uvedli, že ke sledování a používaní Youtube, využívají buď mobilní telefony nebo počítače. U mobilního telefonu je potřeba ještě podotknout, že je přístup k Youtube velmi jednoduchý a dostupný, pokud máte připojení k internetu téměř kdekoliv.

Různorodost videí, která si respondenti na Youtube pouští, můžeme shrnout tak, že každý respondent vyhledává na Youtube to, co ho zajímá a k čemu má nějakým způsobem vztah. je velmi pestrá, ale oblevil se jistý vzorec, který má návaznost na věk respondentů. Můžeme i zmínit, že věková skupina pod 15 let dává přednost, krom jiným, i Youtuberům.

Většina respondentů uvedla, že Youtube navštíví téměř každý den, takže se stává každodenní součásti jejich života.

Používání Youtube v rámci aktivit, které jsou nabízeny uživateli, jako je odebírání kanálu, komentování videí, hodnocení videí apod. naši respondenti uvedli, že více jak polovina má založený účet na Youtube. Zde mohla hrát roli jednoduchost registrace a také fakt že jak registrace, tak všechny ostatní služby jsou zdarma. Další aktivitou s Youtube spojenou je odebírání kanálů. Zde byl značný rozdíl mezi dívkami a chlapci, protože ani jedna dívka neuvedla, že by odebírala nějaký Youtube kanál. Hodnocení videí pomocí palce nahoru nebo dolů, je další možnost, jak pracovat na Youtube a u této aktivity často respondenti uváděli, že ji používají. Ale kterou aktivitu využívají velmi málo, je komentování videí. Důvodem může být, že se jedná již o jistý druh navázání kontaktu, a toho se naši respondenti obávají. I zde všechny dívky uvedli, že tuto aktivitu nevyužívají, tedy nekomentují. Je zde tedy patrný rozdíl mezi tím, jak používají Youtube dívky a jak chlapci.

Co se týče vzathu respondentů k youtuberům, tak Youtubery sledují spíše respondenti mladší 15 let a nejčastěji uváděli známé Youtubery jako Tary nebo Fizi, do jejichž tvorby spadá parkour, challenge, vlogy, reakce, pranky apod. Jedná se o celkově populární české youtubery, které mají velké množství odběratelů.

Poslední otázkou bylo, zda sami respondenti natáčejí a sdílejí videa přes Youtube. U těch respondentů, kteří uvedli, že ano, věřím, že tato zkušenost jim může přinést rozvoj například kreativity, ale i v dalších schopnostech.

I když jsme se v praktické části v rámci průzkumu nevěnovali rizikům, které hrozí při používání, je nutné si neustále připomínat, že na kyberprostoru není vždy bezpečno a je nutné dbát na prevenci spojenou s používáním internetu. U Youtube totiž může hrozit vznik závislosti na internetu, negativní ovlivnění Youtuberem nebo napodobování nebezpečných aktivit dle vzoru Youtubera. A i proto je zapotřebí dále mapovat toto prostředí, kde tráví tolik času velké množství dětí a mladistvých.

Po shrnutí informací, které jsme získali z praktické části věříme, že odpovědět na výzkumnou otázku se nám podařilo, i když ne v taková míře, jak bylo původně zamýšleno.

Přesto věříme, že tento průzkum může být přínosným pro pracovníky školských i sociálních zařízení nebo i jedinců, kteří jsou v kontaktu s dětmi či studenty se specifickými potřebami. A že tato práce pobídne k dalšímu zkoumání kyberprostoru a zároveň využívaní média Youtube nejen dětmi, ale i profesionály či rodiče, kteří s nimi pracují, aby sami poznali dostatečně toto médium a věděli, jak jej používá jeho dítě, žák či student.

Je velká škoda, že tato práce nemůže být obohacena o rozhovory s uživateli dramatické dílny, kteří díky svému zájmu pro Youtube byli inspirací pro tuto diplomovou práci.

Což vede k dalším možnostem, jak tuto práci rozšířit a, jak dále pokračovat ve výzkumu pro oblast kyberprostoru se zaměřením na médium Youtube. Získáním více respondentů s lepším zastoupením jedinců ve výzkumné vzorku by mohla být získána celistvější data pro další výzkumy, kdy by se následovně mohly porovnávat data, která odpovídají respondentům mezi které patře děti se specifickými potřebami s daty získanými od dětí intaktních za pomoci podobných metod výzkumu např. dotazníku. Následné rozhovory s respondenty, kteří sami na Youtube přispívají svojí tvorbou by mohlo vést k zmapování torby osob se specifickými potřebami. Jelikož v současné době existuje velké množství Youtuberů, kteří mají nějaký druh postižení, tak by bylo zajímavé tuto oblast detailně zmapovat.

Věřím, že i právě kvůli současné mimořádné situaci způsobené virem COVID-19 se již tímto směrem vydalo spousta jedinců, pedagogů apod. A i přes komplikace, které způsobil při psaní této práce, vyváží to, že je lidé naučí lépe pracovat s různými médii, třeba i médiem Youtube. A výzkumy věnované této problematice bude stále jen přibývat.

# Anotace

1. **Příjmení a jméno autora** Aneta Pehalová

**2. Název katedry a fakulty** Ústav speciálněpedagogických studií, pedagogická fakulta

**3. Název diplomové práce** Vnímání média Youtube ve vztahu k žákům a studentům se specifickými potřebami

**4. Jméno vedoucího diplomové práce** Mgr. Lucia Pastieriková, Ph.D.

**5. Počet znaků** 108 075 znaků

**6. Počet příloh** 1

**7. Počet titulů použité literatury** 29

8**. Klíčová slova (5–10 klíčových slov)**

Youtube, internet, žáci, specifické potřeby, Youtuber, média, kyberprostor, online

**9. Anotace diplomové práce**

V současnosti čím dál tím více děti tráví volný čas na internetu. Internet je nejen globální síť propojující lokální počítačové sítě, ale i zároveň nám poskytuje služby v podobě webových stránek, sociálních sítí a vyhledávačů poskytující nám písemné, obrázkové a audio informace. Je tedy součástí či zdrojem zábavy, práce či studie.

Jedním ze zvlášť silných médií je i webová stránka Youtube, kde se dají sdílet, nahrávat, sledovat, vyhledávat, komentovat a hodnotit videa. Na YouTube jsou dostupné videoklipy, TV klipy, hudební videa, trailery k filmům a další jako například video-blogy, krátká originální videa, nebo vzdělávací videa.

Cílem mé diplomové práce je zmapovat, jakým způsobem používají děti a studenti se specifickými potřebami Youtube. Tedy zjistit jaká videa sledují na Youtube, jak často Youtube sledují, jestli preferují některé Youtubery apod.

# Resume

Nowadays, a common way more children spend their free time on the Internet. The Internet is not only a global network that allows local computer networks, but also your current services provided through websites, social networks and search engines, providing us with written, graphic and audio information. It is therefore a part or source of entertainment, work or studies.

One of its strong media is the Youtube website, where you can watch, upload, search, comment and rate videos. Video clips, video clips, music videos, movie trailers and more are available on YouTube, such as available video blogs, short original videos or educational videos.

The theoretical parts define the basic concepts such as the Internet, cyberspace, Youtube, Youtuber, pupil and student with the desired, etc. Short summarizes the relationship between the Internet and children who have their pros and cons, who have an Internet connection. Negatives are thoughts of risk and danger that appear on the Internet. Possible approach to research that concerns her. Assume that this area focuses on an area that can be used in maps.

The practical part is followed by the survey itself. This is a quantitative survey, which is proven by questionnaires distributed in a low-threshold facility for children and youth. The data are from these questionnaires, which are graphically represented using graphs and tables, after which they analyze, followed by a brief interpretation. All data obtained are just summarized and described.

The aim of my thesis is to map how children and students with specific needs use Youtube. So find out what videos they watch on Youtube, how often they watch Youtube, if they prefer some youtubers, etc. And this work tries to find answers to the question: "How do pupils and students with special needs use Youtube?"

# Literatura a zdroje

Zákon o sociálních službách. 108/2006 Sb. Zákony pro lidi - Sbírka zákonů ČR v aktuálním konsolidovaném znění [online]. Copyright © [cit. 18.05.2020]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2006-108?text=>

Školský zákon. 561/2004 Sb. Zákony pro lidi - Sbírka zákonů ČR v aktuálním konsolidovaném znění [online]. Copyright © [cit. 01.05.2020]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2004-561?text=skolsky+zakon>

AZER, S. A. a kol. 2018, Experience of parents of children with autism on YouTube: are there educationally useful videos? *Informatics for health* [online]. **43**(3), 219-233 [cit. 2020-05-14]. DOI: 10.1080/17538157.2018.1431238. ISSN 17538165. Dostupné z: <https://eds.b.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=7&sid=1615fbcb-7c52-4b9f-8f17-40a40f82997a%40pdc-v-sessmgr04>

BELANGER, Craig a Marlanda ENGLISH. 2018, YouTube (Web site). *Salem Press Encyclopedia* [online]. [cit. 2020-05-14]. Dostupné z: <https://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=23&sid=2ce538f8-70d1-47fa-a16a-ba41b85d004f%40sessionmgr4007&bdata=JkF1dGhUeXBlPWlwLHVybCx1aWQmbGFuZz1jcyZzaXRlPWVkcy1saXZl#AN=89158357&db=ers>

BURDOVÁ, Eva a Jan TRAXLER. 2014. Bezpečně na internetu. Praha: Středočeský kraj ve spolupráci se Vzdělávacím institutem Středočeského kraje (VISK), ISBN 978-80-904864-9-2.

DE BÉRAIL, Pierre, Marlène GUILLON a Catherine BUNGENER. 2019, The relations between YouTube addiction, social anxiety and parasocial relationships with YouTubers: A moderated-mediation model based on a cognitive-behavioral framework. *Computers in Human Behavior* [online]. **99**, 190-204 [cit. 2020-05-14]. DOI: 10.1016/j.chb.2019.05.007. ISSN 07475632. Dostupné z: <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0747563219301827?token=FE103F5C2F9E111E50DCC594DD58EEE987F758B43E35DAD6B34628232CE283E9755DB37F44AC0177E2F5E8A44CF16821>

DEFINICE SOCIÁLNÍHO ZNEVÝHODNĚNÍ - Katalog podpůrných opatření. Katalog podpůrných opatření [online]. Copyright © 2015 [cit. 01.05.2020]. Dostupné z: <http://katalogpo.upol.cz/socialni-znevyhodneni/1-vymezeni-terminu-socialni-znevyhodneni/1-1-definice-socialniho-znevyhodneni/>

FattyPillowTV – YouTube [online]. Copyright © [cit. 19.05.2020]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/channel/UC_c01No6K3fhgPafCUzEf6w>

FIZIstyle - YouTube [online]. Copyright © Video by FIZI 2020 [cit. 19.05.2020]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/channel/UC4Gumj80pOghE8G7xq4Yxjg>

FURT BOKEM - YouTube [online]. Copyright © [cit. 19.05.2020]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/channel/UCDLbzdxSQevXp3kWjRUR6LA>

GAO, X. a kol. 2013, Dental fear and anxiety in children and adolescents: qualitative study using YouTube. Journal of medical Internet research [online]. 15(2), e29 [cit. 2020-05-14]. DOI: 10.2196/jmir.2290. ISSN 14388871. Dostupné z: <https://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=8&sid=2ce538f8-70d1-47fa-a16aba41b85d004f%40sessionmgr4007&bdata=JkF1dGhUeXBlPWlwLHVybCx1aWQmbGFuZz1jcyZzaXRlPWVkcy1saXZl#AN=23435094&db=mdc>

GILES, David. 2012. Psychologie médií. Praha: Grada, Z pohledu psychologie. ISBN 978-80-247-3921-2.

JELÍNKOVÁ, Daniela. 2016. Vydělávej blogem: konkrétní návod pro všechny blogery a blogerky, jak vydělávat tím, co jste dosud dělali zadarmo. Šumperk: Daniela Jelínková, ISBN 978-80-260-9639-9.

KAUSHAL, Rishabh a kol.  2016, *KidsTube: Detection, Characterization and Analysis of Child Unsafe Content & Promoters on YouTube* [online]. [cit. 2020-05-14]. Dostupné z: <https://arxiv.org/pdf/1608.05966.pdf>

KOPECKÝ, Kamil. 2015. Rizikové formy chování českých a slovenských dětí v prostředí internetu. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, ISBN 978-80-244-4861-9.

KRAS, Pavel. 2001. *Internet v kostce: [užití v běžném životě]*. Havlíčkův Brod: Fragment, Kostka speciál. ISBN 80-7200-493-X.

KRČMÁŘOVÁ, Barbora. 2012. Děti a online rizika: sborník studií. Praha: Sdružení Linka bezpečí, ISBN 978-80-904920-2-8.

LECHTA, Viktor, ed. 2016. *Inkluzivní pedagogika*. Přeložil Tereza HUBÁČKOVÁ. Praha: Portál, ISBN 978-80-262-1123-5.

MALUMA – YouTube [online]. Copyright © [cit. 19.05.2020]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/channel/UClZuKq2m0Qu-HkopkSBLpEw/featured>.

Maslowova pyramida potřeb – Filozofie úspěchu. Co je filozofie úspěchu? - Filozofie úspěchu [online]. Dostupné z: <https://www.filosofie-uspechu.cz/?s=maslow>

PAVLÍČEK, Antonín. 2010. *Nová média a sociální sítě*. Praha: Oeconomica, ISBN 978-80-245-1742-1.

PEREIRA, Sara, Pedro MOURA a Joana FILLOL. 2018, The Youtubers Phenomenon: What Makes Youtube Stars so Popular for Young People? *Fonseca: Journal of Communication* [online]. (17), 107-123 [cit. 2020-05-14]. DOI: 10.14201/fjc201817107123. ISSN 21729077. Dostupné z: <https://search.proquest.com/docview/2140082525?accountid=16730>

PÉREZ-TORRES, Vanesa, Yolanda PASTOR-RUIZ a Sara Abarrou BEN-BOUBAKER. 2018, YouTubers videos and the construction of adolescent identity. *Comunicar* [online]. **26**(55), 61-70 [cit. 2020-05-14]. DOI: 10.3916/C55-2018-06. ISSN 11343478. Dostupné z: <https://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=29&sid=2ce538f8-70d1-47fa-a16a-ba41b85d004f%40sessionmgr4007>

PRESTON, Geoff. 2003. *Internet*. Praha: SoftPress, Začínáme s--. ISBN isbn80-86497-47-x.

Projekt E-bezpečí - E-Bezpečí [online]. Copyright © [cit. 13.05.2020]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/tiskoviny/bud-v-bezpeci/82-bud-v-bezpeci-kybergrooming/file>

Projekt E-bezpečí - E-Bezpečí [online]. Copyright © [cit. 13.05.2020]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/tiskoviny/6-prehledovy-list-kybergrooming/file>

Projekt E-bezpečí - E-Bezpečí [online]. Copyright © [cit. 13.05.2020]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/tiskoviny/bud-v-bezpeci/81-bud-v-bezpeci-sexting/file>

REICHEL, Jiří. 2009. Kapitoly metodologie sociálních výzkumů. Praha: Grada, Sociologie (Grada). ISBN 978-80-247-3006-6.

SLOWÍK, Josef. 2007. Speciální pedagogika. Praha: Grada, Pedagogika (Grada). ISBN 978-80-247-1733-3.

ŠEVČÍKOVÁ, Anna. 2014. *Děti a dospívající online: vybraná rizika používání internetu*. Praha: Grada, Psyché (Grada). ISBN 978-80-210-7527-6.

Školský zákon (zákon č. 561/2004 Sb., o předškolním, základním, středním, vyš. odb. aj. vzdělávání). Zákony online [online]. Dostupné z: <http://zakony-online.cz/?s122&q122=all>

ŠMAHAJ, Jan. 2014. Kyberšikana jako společenský problém: Cyberbullying as a social problem. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, ISBN 978-80-244-4227-3.

ŠMAHEL, David. 2003. *Psychologie a internet: děti dospělými, dospělí dětmi*. Praha: Triton, Psychologická setkávání. ISBN 80-7254-360-1.

Tary – YouTube. YouTube [online]. Copyright © 2020 Google LLC [cit. 19.05.2020]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/user/parkourbytary>

VALENTA, Milan. 2014.*Přehled speciální pedagogiky: rámcové kompendium oboru*. Praha: Portál, ISBN 978-80-262-0602-6.

VALENTA, Milan. 2015. *Slovník speciální pedagogiky*. Praha: Portál, ISBN 978-80-262-0937-9.

# Seznam obrázků, tabulek a grafů

Obrázky:

Obr. 1 – Maslowova pyramida potřeb

Grafy:

Graf č. 1 – Pohlaví respondentů

Graf č. 2 – Věk respondentů

Graf č. 3 – Zařízení, na kterém sledují respondenti Youtube

Graf č. 4 – Youtube účet – celkem

Graf č. 5 – Youtube účet – Chlapci

Graf č. 6 – Youtube účet – Dívky

Graf č. 7 – Žánry a typy videí – odpovědi respondentů

Graf č. 8 – Důvody sledování Youtube

Graf č. 9 – Jak často navštěvujete Youtube?

Graf č. 10 – Odebírání kanálů na Youtube – Celkem

Graf č. 11 – Odběr kanálů na Youtube

Graf č. 12 – Likování videí – Celkem

Graf č. 13 – Likování videí – Chlapci

Graf č. 14 – Likování videí – Dívky

Graf č. 15 – Komentování videí – Celkem

Graf č. 16 – Komentování videí – Chlapci

Graf č. 17. Sledování Youtuberů – Celkem

Graf č. 18 – Sledování Youtuberů – Chlapci

Graf č. 19. – Sledování Youtuberů – Dívky

Graf č. 20 – Typy sledovaných videí – dle respondentů

Graf č. 21. – Tvorba videí na Youtube

Graf č. 22 – Tvorba videí na Youtube – Chlapci

Graf č. 23 – Tvorba videí na Youtube – Dívky

Tabulky:

Tabulka č. 1 – Zařízení, na kterém sledují Youtube

Tabulka č. 2 – Odpovědi respondentů na otázku č. 2

Tabulka č. 3 – typy a žánry videí – kódované odpovědi

Tabulka č. 4 – Odpovědi respondentů n otázku č. 4

Tabulka č. 5 – Důvody sledování Youtube

Tabulka č. 6 – Odpovědi respondentů na otázku č. 5

Tabulka č. 7 – Jak často navštěvují Youtube?

Tabulka č. 8. – Odpovědi respondentů na otázku č. 6

Tabulka č. 9 – Sledování Youtuberů 1

Tabulka č. 10 – Sledování youtuberů 2

Tabulka č. 11 – Nejčastější videa – odpovědi

Tabulka č. 12 – Četnost odpovědí

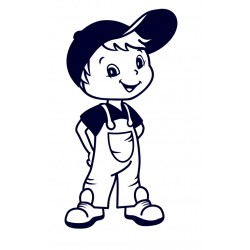
Tabulka č. 13 – Typy videí vlastní tvorby na Youtube

# Přílohy

Příloha č. 1 – Dotazník

**Youtube – dotazník**

Jsi? Chlapec – Dívka



Kolik je ti let? ……………

1. Díváš se na Youtube?

**ANO – NE**

1. Na čem se na Youtube díváš?
2. **Počítač**
3. **Mobil**
4. **Tablet**
5. **Televize**
6. **Jiné – co?**
7. Máš svůj vlastní účet (profil) na Youtube?

**ANO – NE**

1. Jaké videa na Youtube nejčastěji sleduješ?
2. **Hudební**
3. **Filmy**
4. **Seriály**
5. **Youtubery**
6. **Hry**
7. **Návody a recepty**
8. **Naučné, dokumenty**
9. **Jiné – Jaké? Co?**

**…………………………………………………………………………………**

1. Proč sledujete Youtube?
2. **Je to zábava.**
3. **Trávím tam volný čas.**
4. **Hledám si informace.**
5. **Nudím se.**
6. **Je to můj koníček.**
7. **Něco jiného. Co?**

**………………………………………………………………………………**

1. Jak často jsi na Youtube?
2. **Každý den**
3. **Několikrát týdně**
4. **Občas za měsíc**
5. **Málokdy**
6. **Vůbec**
7. Odebíráš na Youtube nějaké kanály (profily)?

**ANO – NE**

**Pokud ANO tak jaké?**

**……………………………………………………………………………**

1. Likuješ videa na Youtube?

**ANO – NE**

1. Komentuješ videa na Youtube?

**ANO – NE**

1. Sleduješ youtubery?

**ANO – NE**

**Pokud ANO jaké? ……………………………………………………………………………**

1. Jaké videa od youtuberů sleduješ nejčastěji?

……………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………

1. Natáčíš sám videa na youtube?

**ANO – NE**

**Pokud ANO tak jaké videa natáčíš?**

**…………………………………………………………………….**

**Děkuji**

1. WHO je zkratka pro Světovou zdravotnickou organizaci. [↑](#footnote-ref-1)