

Univerzita Hradec Králové  
Pedagogická fakulta  
Katedra sociální patologie a sociologie

**Pohled dospívajících na možnost vzniku rizikového  
chování prostřednictvím youtuberů**

Bakalářská práce

Autor: Olga Tluchořová

Studijní program: B 7507 Specializace v pedagogice

Studijní obor: Sociální patologie a prevence

Vedoucí práce: PhDr. Václav Bělík, Ph.D.

Hradec Králové

2017



## Zadání bakalářské práce

**Autor:** Olga Tluchořová  
**Studium:** P14P0509  
**Studijní program:** B7507 Specializace v pedagogice  
**Studijní obor:** Sociální patologie a prevence

**Název bakalářské práce:** **Pohled dospívajících na možnost vzniku rizikového chování prostřednictvím youtuberů**

**Název bakalářské práce AJ:** The view of adolescents on possibility of creating dangerous behaviour by youtubers

### **Cíl, metody, literatura, předpoklady:**

Bakalářská práce se zabývá pohledem dospívajících na možnost vzniku rizikového chování prostřednictvím youtuberů. V teoretické části se věnuje popsání skupiny respondentů, především jejich psychického vývoje. Dále v teoretické části vymezuje riziková chování v prostředí internetu, socializaci, sociální sítě, přibližuje YouTube a nový fenomén v České Republice - youtuberství. Základem praktické části je kvantitativní výzkum, který je prováděn metodou dotazníku. Respondenty jsou žáci některých vybraných škol, a to žáci druhého stupně základních škol. Cílem vlastního empirického šetření je zjistit pohled dospívajících na chování youtuberů ve virtuálním prostředí.

GAVORA, Peter. Úvod do pedagogického výzkumu. 2., rozš. české vyd. Brno: Paido, 2010, 261 s. ISBN 978-80-7315-185-0. JANOUC, Viktor. Internetový marketing: prosadte se na webu a sociálních sítích. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2010, 304 s. ISBN 978-80-251-2795-7. MILLER, Michael. Internetový marketing s YouTube: průvodce využitím on-line videa v byznysu. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2012, 296 s. ISBN 978-80-251-3672-0. SOBOTKOVÁ, Veronika. Rizikové a antisociální chování v adolescenci. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014, 147 s. ISBN 978-80-247-4042-3. VÁGNEROVÁ, Marie. Vývojová psychologie: dětství a dospívání. Vyd. 2., dopl. a přeprac. Praha: Karolinum, 2012, 531 s. ISBN 978-80-246-2153-1.

**Garantující pracoviště:** Katedra sociální patologie a sociologie,  
Pedagogická fakulta

**Vedoucí práce:** PhDr. Václav Bělík, Ph.D.

**Oponent:** Mgr. Lucie Špráchalová

**Datum zadání závěrečné práce:** 5.1.2016

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala pod vedením PhDr. Václava Bělíka, Ph.D. samostatně a uvedla jsem všechny použité prameny a literaturu.

V Hradci Králové dne 26. dubna 2017

Podpis

## **Poděkování**

Tímto bych ráda poděkovala panu PhDr. Václavu Bělíkovi, Ph.D. za odborné vedení, trpělivost a pozitivní přístup k vybranému tématu práce. Základní škole a Mateřské škole Františka Škroupa a Gymnáziu, Pardubice, Dašická 1083 za umožnění provedení výzkumného šetření. Vřelé díky patří i mé rodině a přátelům za trpělivost a podporu při psaní této bakalářské práce.

## **Anotace**

TLUČHOŘOVÁ, Olga. *Pohled dospívajících na možnost vzniku rizikového chování prostřednictvím youtuberů*. Hradec Králové: Pedagogická fakulta Univerzity Hradec Králové, 2017. 81 s. Bakalářská práce.

Bakalářská práce se zabývá pohledem dospívajících na možnost vzniku rizikového chování prostřednictvím youtuberů. Dále se věnuje teoretickému popsání období dospívání, jeho psychosociálnímu a biologickému vývoji. Také se zabývá vývojem identity v tomto období a její transformací ve virtuálním prostředí. Snaží se definovat socializační činitele podílející se na socializaci dospívajícího jedince, komunikaci v online prostředí, rizikové jevy vyskytující se v prostředí internetu a sociální média s větším důrazem na YouTube a nový fenomén youtuberství. Praktická část bakalářské práce je založena na kvantitativním zkoumání, které je provedeno metodou dotazníkového šetření pomocí škálových otázek. Cílem této práce je zjistit pohled dospívajících na chování youtuberů ve virtuálním prostředí.

**Klíčová slova:** dospívající, youtubeři, rizikové jevy, sociální sítě

## **Annotation**

TLUČHOŘOVÁ, Olga. *The view of adolescents on possibility of creating dangerous behaviour by youtubers*. Hradec Králové: Faculty of Education, University of Hradec Králové, 2017. 81 p. Bachelor thesis.

The bachelor thesis deals with the perspective of adolescents on the possibility of formation of a risk behaviour through youtubers. It devotes to a theoretical description of adolescence and its psychosocial and biological development. It is also concerned with the evolution of identity in this period and its transformation in virtual environment. The thesis tries to define socialization factors which participate in socialization of an adolescent, communication in online environment, dangerous phenomenon occurring on the internet and social media with emphasis on YouTube and new phenomenon – youtubers. The practical part of the bachelor thesis is based on a quantitative research which is carried out by a questionnaire survey with scaled questions. The aim of this work is to discover a view of adolescents on youtubers behaviour in the virtual environment.

**Key words:** adolescents, youtubers, dangerous phenomenon, social networks

## Obsah

ÚVOD .....	8
1 Období dospívání.....	10
1.1 Biologické změny v období dospívání.....	11
1.2 Psychosociální a citový vývoj dospívajícího .....	13
2 Utváření identity v období dospívání .....	15
2.1 Virtuální identita .....	18
3 Socializace dospívajícího jedince.....	20
3.1 Rodina jako primární socializační činitel .....	21
3.2 Škola a její postavení v socializaci jedince.....	22
3.3 Skupina vrstevníků a jejich místo v socializaci jedince .....	22
3.4 Volný čas a média jako nedílná součást socializace jedince .....	24
4 Sociální interakce a komunikace ve virtuálním prostředí .....	26
5 Sociální média jako nedílná součást životů dospívajících .....	31
6 Nový fenomén youtuberství .....	34
7 Rizikové formy chování v prostředí internetu.....	38
8 Výzkumné šetření .....	42
8.1 Cíl práce.....	42
8.2 Výzkumná metoda .....	42
8.3 Průběh výzkumného šetření.....	44
8.4 Výzkumný vzorek.....	48
8.5 Vlastní výsledky výzkumného šetření .....	49
8.6 Vyhodnocení výzkumného šetření.....	58
ZÁVĚR.....	64
Tištěné zdroje .....	66
Internetové zdroje.....	70
Seznam tabulek.....	74
Seznam grafů.....	75
Seznam příloh.....	76

## ÚVOD

Tato práce se věnuje novodobému fenoménu youtubertství. Sledování youtuberů se stalo nedílnou součástí životů dnešní generace dospívajících. Odborníky jsou často označováni jako generace Z – online generace, která nezažila dobu bez internetu nebo smartphonů. Počátek této generace je podle prestižního časopisu Forbes (Práce, jídlo, peníze a vztahy, online) spojen s rokem 1998. Dospívající vnímají svět skrze dotykové telefony a jsou mistry multitaskingu. Staršími generacemi jsou považováni za generaci bez vlastního názoru, který přejímají od svých vzorů – youtuberů. Youtubery sleduje 78 % příslušníků této generace a pouhá 3 % o nich nikdy neslyšelo. (Práce, jídlo, peníze a vztahy, online)

Vliv youtuberů je podle některých odborníků obrovský. V žebříčku 77 nejvlivnějších Čechů na sociálních sítích, vydaným časopisem Forbes (2017, online), obsadili většinu míst právě youtubeři. Někteří youtubeři si svoje postavení neuvědomují, často tak prezentují své nemorální, mnohdy i protizákonné chování na internetu. U některých je takové chování záměrné a získávají si tím odběratele i sledovanost a u některých jde pouze o neuvědomění si svého rizikového chování v souvislosti s vlivem, jaký doopravdy na své sledovatele mají.

Prvotním impulsem pro tvorbu této práce bylo mé vlastní sledování youtuberů a uvědomování si jejich rostoucího vlivu, který na dospívající jedince mohou mít. Dalším podnětem bylo pro mě jakési neprozkoumání tohoto tématu z pohledu rizikovosti tvorby youtuberů a rizik spojených s jejich sledováním. Z uvedených důvodů si tato práce klade za cíl zjistit pohled dospívajících na chování youtuberů ve virtuálním prostředí (v kontextu možného vzniku rizikového chování). Teoretická část práce se věnuje popsání dospívajícího jedince, jeho psychosociálního a biologického vývoji. Zaměřuje se na popis vývoje identity v tomto období a její transformaci ve virtuálním prostředí. Současně popisuje socializační činitele, které ovlivňují celkovou socializaci jedince v průběhu jeho dospívání. Práce je orientována především na virtuální realitu, komunikaci v ní, popis rizikových jevů, které se v tomto prostředí nejčastěji vyskytují. Důležitým teoretickým základem pro tuto práci je popis sociálních médií s důrazem na nový fenomén youtuberství.

Na teoretický vhled do problematiky navazuje dotazníkové šetření s užitím škálových otázek pro zjištění postojů dospívajících vzhledem k prezentovaným



videím a jejich autorům, tedy youtuberům. Výsledky výzkumného šetření jsou zpracovány do tabulek v praktické části této bakalářské práce.

Vzhledem k proměnlivosti tématu nemusejí být všechny uvedené informace v této práci v době obhajoby nebo čtení práce zcela aktuální, ať už se jedná o informace z uvedených zdrojů, či o mé vlastní názory, kterými práci doplňuji, a odpovídají stavu poznání ke konci dubna 2017.

# 1 Období dospívání

Období dospívání je nedílnou součástí života každého z nás, je individuálně prožíváno a vnímáno. Postupem času se z dítěte stává dospělý socializovaný jedinec s vlastní identitou. Je to období plné překážek, náročných úkolů a problémů, se kterými se musí vypořádat, často mu v tom pomáhá rodina, vrstevníci či jiní členové společnosti. V této kapitole je dospívání popsáno z pohledu různých autorů, dále se věnuje hlavním změnám, které dospívání doprovází a také jeho vývoji.

Janošová (2008, s. 196) definuje dospívání jako „*proces zásadních biologických, psychologických a sociálních změn, jejichž prostřednictvím začíná jedinec v průběhu příslušného vývojového období postupně získávat kompetence dospělého.*“

Podle Vágnerové (2000, s. 209): „*Období dospívání je přechodnou dobou mezi dětstvím a dospělostí. Začíná přibližně v 11 letech a končí dosažením dospělosti ve 20 letech.*“ Dospívání je jedno z vývojových období života člověka a je spojeno s různými změnami, zážitky, zkušenostmi a rozvojem člověka samotného. Jedná se o druhou dekádu života a dochází ke komplexní proměně osobnosti - v somatické, psychické a sociální oblasti (Vágnerová, 2005, s. 321). Dospívání je spojeno s proměnlivostí emocí a jejich vyšší intenzitou (Carr-Gregg, 2012, s. 25).

Období dospívání je složité vyjádřit časově, jelikož interpretace odborných autorů se na toto téma odlišují. Obecně lze říci, že dospívání je přechodnou dobou mezi dětstvím a dospělostí. Někteří autoři vnímají dospívání jako celek a nerozdělují ho do fází, jako například E.H.Erikson, který ve své teorii psychosociálního vývoje osobnosti uvádí, že dospívání trvá od 12 do 20 let (Vágnerová, 2005, s. 45).

Další autoři rozdělují toto období do dvou fází, podle Říčana (2014) se dospíváním rozumí období zahrnující pubescenci (od 11 do 15 let) i adolescenci (od 15 do 20-22 let). Vágnerová (2005, s. 323 - 324) rozděljuje dospívání stejně, a to na: ranou adolescenci, tedy pubescenci (11. - 15. rok) a pozdní adolescenci (15.-20. rok). K modernějšímu rozdělení dospívání do třech etap se přiklánějí zahraniční autoři např. Carr-Greg (2012, s. 26), ale dnes už i čeští, kteří se s jejich názory shodují, patří k nim například Macek (2003), který dospívání segmentuje na časnou adolescenci (od 10 či 11 do 13 let), střední adolescenci (od 14 do 16 let) a pozdní adolescenci (od 17 do 20 let i déle).

Tato rozdělení jsou pouze orientační a nikdy nelze přesně určit věkovou hranici přechodu z dětství do dospívání či z dospívání do dospělosti, jelikož vývoj jedince je značně individuální. Z toho důvodu pro tuto práci není vybrán jako teoretický základ určitý časový úsek dospívání, ale je chápáno široce, jako nedělitelný celek – dospívání. V praktické části poté byli pro tuto práci zvoleni dospívající ve věku od 12 do 15 let. Vývoj a utváření osobnosti jedince je spojeno s biologickými, sociálními a psychickými změnami, které jsou uvedené v následujících podkapitolách.

## 1.1 Biologické změny v období dospívání

Výrazným projevem dospívání je tělesná proměna, která souvisí s identitou jedince, proto bývá taková změna individuálně prožívána.

Mezi biologické změny neodmyslitelně patří tělesný růst, který se vyznačuje tzv. růstovým spurtem, což je dočasné prudké zrychlení růstu u obou pohlaví. U dívek vrcholí mezi jedenáctým a dvanáctým rokem a u chlapců o dva roky později. Dívky tedy na malou chvíli v tomto ohledu chlapce předhóní, ale chlapecký spurt je výraznější a prudší, což se poté odráží na výškovém rozdílu mezi chlapci a dívkami. Po patnáctém roce věku se růst zpomalí či zcela zastaví. (Říčan, 2006, s. 171)

Pokud mluvíme o biologických změnách v dospívání, respektive v pubertě, je nutné zmínit pojem sekundární pohlavní znaky, které vznikají vlivem pohlavních hormonů androgenů a estrogenů. Mezi druhotné pohlavní znaky patří „*rozvoj svaloviny, kožní změny včetně ochlupení (zejm. růstu vousů a změny vlasové hranice), rozložení podkožního tuku, změna hlasu, změny prsů.*“ (Velký lékařský slovník, ©1998-2017, online)

Současně se mění tělesné tvary, u chlapců se rozšiřují ramena a u dívek především boky. U dívek rovněž dochází k růstu ňader, který začíná prvními náznaky již v 10 nebo 11 letech. Obecně období dospívání je spojeno s vyšší produkcí kožních žláz, a to souvisí s tvorbou akné, ale také s výraznějším osobitým pachem. (Říčan, 2006, s. 171-172).

Období dospívání představuje významný biologický mezník, dítě se mění v člověka schopného reprodukce. Signálem pro pohlavní dozrávání je u dívek nástup tzv. menaraché neboli menstruace a u chlapců první poluce. (Říčan, 2006; Čáp, Mareš, 2001)

V souvislosti s vývojem jako takovým, ale i vývojem společnosti je nutné zmínit pojem **sekulární akcelerace**. Čáp a Mareš ho definují jako „*postupné urychlování vývoje – především somatického – v průběhu nedávné historie a přítomnosti.*“ (Čáp, Mareš, 2001, s. 216).

V průběhu posledních sta let se v rozvinutých zemích Evropy a Ameriky zrychlil nástup dospívání i celkový růst výšky a hmotnosti dětí a mladistvých. Například menarché u českých dívek koncem 19. století začínala v průměru ve věku 15 až 16 let, ale v 60. letech tomu bylo již ve 13 letech. Průměrný věk nástupu menstruace v této době uvádí některé internetové zdroje již ve 12 letech, ale i 8 letech. Sekulární trend nárůstu výšky a hmotnosti byl výrazný především v první polovině dvacátého století, tento trend trvá, ale postupně se snižuje. V souvislosti s tím se objevuje více dětí a mládeže, která je obézní. Vystává zde i otázka, zdali s sebou sekulární akcelerace tělesného vývoje přinesla i rychlejší nástup vývoje duševního, to však nebývá často zodpovídáno jednoznačně. Někteří autoři uvádí, že somatická akcelerace je provázena spíše opožděným psychickým vývojem, ale někde můžeme narazit naopak na názory, které tvrdí, že akcelerace v obou oblastech probíhá současně. Většina výzkumů a studií, srovnávajících výkony dětí v inteligenčních testech a různých metodách zaměřených na vývoj osobnosti, nasvědčuje spíše druhému názoru – konzistentní vzestup průměrných výkonů dětí všech věkových skupin. (Čáp, Mareš, 2001, s. 216; Langmaier, Krejčířová, 2006, s. 144)

Obecně tedy můžeme říci, že sekulární akcelerace přinesla rychlejší začátek tělesného i duševního dospívání, ale zároveň umožnila delší dobu pro dokončení plného rozvoje všech potencií. „*Dospívání se tak stále rozšiřuje oběma směry – zkracuje se doba dětství a oddaluje nástup dospělosti.*“ (Langmaier, Krejčířová, 2006, s. 146)

Sekulární akcelerace respektive rychlejší pohlavní zrání souvisí s aktivací systému žláz s vnitřní sekrecí, tato zvýšená aktivace je pravděpodobně způsobena lepší výživou a hygienou, menším výskytem těžkých infekčních chorob, změnou klimatických poměrů, ale i celkovou změnou struktury společnosti či časově omezenými a dávkovanými zátěžemi. Nejde tedy o jednu příčinu, ale sled mnoha změn, k nimž od poloviny 19. století došlo. (Langmaier, Krejčířová, 2006, s. 146)

## 1.2 Psychosociální a citový vývoj dospívajícího

Naše emoce můžeme v období dospívání přirovnat k horské dráze, jednou jsme nahoře, usměvaví, veselí a jednou dole, naštvaní na celý svět. Není tomu tak ovšem ve všech případech. Každý jedinec nemá průběh dospívání tak bouřlivý a dramatický, například Petersenová (in Macek, 2003, s. 48) uvádí, že problémy mají zejména ti dospívající, kteří vykazovali emoční labilitu již v dětství.

Větší citová labilita, kolísavost emočního ladění a sklon reagovat přecitlivěle i na běžné podněty je zapříčiněn hormonálními změnami, zvýšenou sebereflexí, egocentričností, ale také vysokou potřebou sebehodnocení. (Macek, 2003, s. 47)

Říčan (2006) přejímá od Příhody pojem období „vulkanismu“, které označuje období dospívání respektive pubescence. Pubescent reaguje často podrážděně, je rozmrzelý, nepokojný, neklidný a přílišná aktivita střídá apatii na pokraji depresí, jedná se tedy o tzv. období *druhého vzdoru*. Adolescence poté podle Langmaiera a Krejčířové (2006, s. 147) adolescence přináší jakési uklidnění tedy souhlas s novými hodnotami, ale také optimističtější postoje a veselejší ladění.

Vágnerová (2000, s. 215) uvádí, že v dospívání dochází k větší uzavřenosti, jedinec necítí potřebu projevovat svoje city navenek, jelikož je považuje za intimní. Jedinec si začíná uvědomovat rozdílnost mezi jednáním lidí a tím, jak se doopravdy cítí, ale také dochází k uvědomování si vlastních pocitů a zamýšlení se nad nimi. Nedává své pocity najevo, jelikož se v nich sám nevyzná nebo je neumí pojmenovat či se bojí reakcí okolí, výsměchu, nepochopení. Podle Říčana (2006) mohou citlivější jedinci trpět poruchami soustředění či se snadno unaví anebo trpí úzkostmi.

Zejména v pubescenci jedinec často sní o své budoucnosti o možných i nemožných věcech, ale s přibývajícím věkem a především zkušenostmi dochází, jak uvádí Macek (2003, s. 48) k tzv. období *prvního vystřízlivění*, kdy se vysněné představy a ideály dostávají do konfrontace s realitou. Nejčastěji se tak děje v případě vztahů, zejména k rodičům, mezi přáteli, ale i v souvislosti s volbou střední školy.

Období dospívání se vyznačuje změnou v kognitivních procesech, jedná se o rozvoj formálních operací a abstraktního logického myšlení, dospívající jsou tak schopni uvažovat hypoteticky (Macek, 2003, s. 49). Hypoteticky uvažují i o možnostech dalšího jednání a jeho následcích. Dospívající tedy dokáže pochopit odlišné názory a motivy ostatních lidí. Již chápe obecné morální pojmy a principy,

jako například spravedlnost a pravda. Vyžaduje dodržování obecně uznávaných norem, jelikož u něho došlo k jejich zvnitřnění a sám je dodržuje (Čáp, Mareš, 2001, s. 235). Některé normy mohou být pro něj natolik důležité, že vyžaduje jejich bezpodmínečné plnění, jakékoli jiné kompromisy zásadně odmítá, Říčan (2006, s. 211) tento způsob vyžadování dodržování norem označuje za *morální fanatismus*.

Dospívající jedinec prochází výše zmíněnými změnami, jejichž nedílnou a velmi důležitou dospívání je i utváření identity.

## 2 Utváření identity v období dospívání

Identita je pojem, který v sobě ukrývá více významů, je tedy nutné si ho vymezit. Termín identita obecně představuje totožnost či vědomí totožnosti a pochází z latinského *identitas* odvozeno od *idem*, česky týž, stejný.

Psychologický slovník (Hartl, Hartlová, 2000, s. 221) termín identita definuje jako: „*prožívání a uvědomování si sebe sama, své jedinečnosti i odlišnosti od ostatních*“ dále také jako „*soubor rysů, podle nichž je jedinec znám v určité specifické skupině.*“

Urban a kol. (2008, s. 105) o identitě hovoří v souvislosti se sociologií a sociální psychologií, kdy identitu člověka tyto vědy chápou jako „*časově a situačně relativně stálý soubor vlastností, hodnot a cílů, vkusu a přesvědčení, který ho činí v jeho očích a očích druhých specifickým a výjimečným.*“ Zároveň nazývají identitu sociálním konstruktem, který vznikl díky vztahům člověka s jeho okolím. Je výrazem postoje člověka k sobě samému, tedy jak si rozumí, jak chápe své postavení v daném prostředí a situaci či kým ve společnosti vlastně chce být a poté hovoříme o tzv. *self-image*.

V publikacích (Vágnerová, 2005; Macek, 2003; Čáp, Mareš, 2001) se často objevuje pojetí identity podle E.H.Eriksona, který považoval ujasnění vztahu k sobě a hledání vlastní identity za základní vývojový úkol období dospívání. Období dospívání označuje ve své teorii psychosociálního vývoje osobnosti jako *identitu proti konfuzi rolí*, dospívání je fází rozvoje identity, respektive rozvoje sebepojetí, boj s nejistotou a pochybnostmi o sobě, o své pozici ve společnosti.

Hledání a budování vlastní identity je náročný úkol. Již v dětství jsme si osvojili některé názory či postoje, skrze naše rodiče, vzory či autority. Docházelo k tomu často bez velkého přemýšlení a právě především v dospívání jedinci začínají uvažovat nad tím, čemu mohou věřit, co dělali pouze ze zvyku a co doopravdy chtějí či nechtějí dělat.

Hledání a budování identity je často spojené s překážkami, které před sebou v průběhu máme, dochází tedy k vnitřním konfliktům, jež se mohou vystupňovat ke krizi identity, tedy až k vážné psychické poruše. Marcia (in Říčan, 2010, s. 171) rozdělil mladé lidi, z hlediska identity na základě empirických výzkumů, do několika skupin:

- a) jedinci, kteří dosáhli identity,

- b) jedinci, kteří si vytvořili moratorium v budování identity, jedinec vede jakousi provizorní existenci a nabírá síly k tomu, aby mohl „plnit“ to, co od něj adolescence požaduje,
- c) jedinci, kteří předčasně dosáhli neautentické identity, dochází k tomu tehdy, kdy si řádně neprošli fází hledání a namísto toho přijali hodnoty a životní styl společnosti, v níž žijí, nejčastěji přejímají hodnoty rodičů,
- d) jedinci, jejichž identita zůstala neurčitá, což je patrně nejčastější vývojové selhání v tomto období.

Pokud se vrátíme zpět k pojmu moratorium respektive **psychosociální moratoriu**, jak uvádí Erikson (in Čáp, Mareš, 2001, s. 236), musíme si uvědomit, že v období adolescence se nacházíme ve specifické přechodné situaci, nejsme ani děti, ani dospělí. Jedinec již nechce být považován za dítě, ale zároveň má k dospělosti rozporný vztah, respektive chce mít přednosti dospělého, ale na druhé straně někteří odmítají odpovědnost, která souvisí s dospělostí. Erikson hovoří o snaze dospívajícího si zpomalit či zastavit vývoj, zdržet se ještě nějakou dobu v období nedospělosti, což souvisí s prodlužováním si studia, „užíváním si volnosti“ před tím, než nastoupí do zaměstnání, uzavře sňatek apod. Názory autorů na takové jednání se neshodují, někteří striktně odmítají takový způsob přechodu do dospělosti, jiní považují delší přechodnou dobu za funkční, s ohledem na současné společenské podmínky, kdy život dospělého jedince je mnohem náročnější než dříve, proto příprava na tak náročné úkoly si vyžaduje více času.

Josselsonová (in Vágnerová, 2005, s. 412 - 413) označuje proces hledání a utváření identity jako individuaci, kterou rozděluje do čtyř fází, a to:

### **1. Fáze diferenciacce**

Jedná se o období pubescence. V této fázi jedinec mění způsob uvažování a je zde větší koncentrace na sebe samého, nastává uvědomování si své vlastní odlišnosti, od rodičů, respektive ostatních lidí, odlišnost považuje za důležitější než dřív. (Vágnerová, 2005, s. 412 - 413)

### **2. Fáze experimentace**

Období kolem 14 - 15 let. Dospívající experimentuje s vlastní emancipací. Postupně úplná fixace na rodinu je nahrazována vázaností na vrstevníky. Období naivity, jedinec si myslí, že všechno ví a všechno zná a nic ho nemůže ohrozit, rady a varování rodičů odmítá. Odmítá i manipulaci v oblasti budoucích rolí.



O budoucnosti přemýšlí pouze v nejbližších časových úsecích. Všechny alternativy jsou pro něj hypoteticky možné. (Vágnerová, 2005, s. 412 - 413)

Je zde důležité zmínit názor Říčana (2006, s. 221), který hovoří o experimentaci jako o hledání pravé cesty, systémem pokusu omylu. Dochází k častému střídání koníčků či sportů, což můžeme zařadit mezi ty nejmírnější způsoby experimentování. Za závažnější způsoby experimentování považuje zkoušení drog, jako je alkohol, cigarety aj.

### **3. Fáze postupné stabilizace**

Jedná se přibližně o 15. až 16. rok věku. Dochází k postupnému vyrovnávání a stabilizaci vztahů s rodiči, což je jakési znamení toho, že dospívající již dosáhl určité samostatnosti a osvojil si zralejší způsoby chování. Dochází k vytvoření si nových pravidel soužití, které bývá klidnější a méně konfliktní. Zároveň se jedinec necítí zralý na kompletní separaci od rodičů, proto se střídavě vrací zpět do bezpečí rodiny, avšak již na jiné úrovni. Tento stav se později zcela uklidní a adolescent najde způsob jak si udržet samostatnost a přitom s rodiči vycházet. (Vágnerová, 2005, s. 412 - 413)

### **4. Fáze psychického osamostatnění**

Kompletní ukončení osamostatnění se od rodiny, k níž dochází na konci adolescence. Úplné osamostatnění a především vytvoření vlastní identity, která je jedinečná pro každou osobu a zároveň sebehodnocení jedince se relativně shoduje s jeho hodnocením ostatními lidmi. Taková identita může sloužit jako integrující mechanismus, který reguluje budoucí směřování i současné chování a prožívání jedince. Tím dává jeho existenci jakýsi řád a smysl. (Vágnerová, 2005, s. 412 - 413)

Neopominutelnou součástí identity je vnímání vlastního těla. O svou tělesnou krásu se více zajímáme s příchodem pubescence, jelikož si uvědomujeme vlastní pohlavní identitu a začíná nám záležet, zdali se budeme líbit druhému pohlaví, nebo budeme terčem posměchu. Vágnerová (2000) uvádí, že tělesná atraktivita má svou sociální hodnotu, *„tělové schéma se může stát nejdůležitější součástí vlastní identity. Pokud odpovídá aktuálním ideálům krásy, vytváří oporu vlastního sebevědomí.“* (Vágnerová, 2000, s. 255) V současnosti je ideálů krásy mnoho, objevují se téměř všude a zvláště pak na sociálních sítích. Dospělý jedinec, který je duševně vyrovnaný, se nad tím lépe povznese než dospívající jedinec, který je citově labilní.

Nechává se často ovlivnit a je poté zklamaný, úzkostný, cítí nespravedlnost. U dívek může docházet k takovým pocitům častěji než u chlapců. Zdrojem těchto ideálů krásy jsou pro současné dospívající jedince nejčastěji média, a to především internet, skrze sociální sítě jako je YouTube, Instagram či různé módní blogy.

Čáp a Mareš (2001, s. 237) hovoří o tom, že atraktivnost u dívek a fyzická síla u chlapců je pomíjivá, i přesto že některým dospívajícím pomůže získat uznání druhých nebo posílit vlastní sebehodnocení. Jde zároveň i o budování identity na základě vzdělání, kompetentnosti, schopností, výkonů, komunikačních dovedností a rysech osobnosti. Pro některé jedince to může představovat obtížnou cestu a ne vždy chápou její přednosti.

## 2.1 Virtuální identita

Pojem virtuální identita je v současné společnosti, něčím naprosto běžným, jelikož na internetu trávíme spoustu času. Podle webu Newsfeed.cz (Jak se daří facebooku, 2016, online), který dne 10. 8. 2016 zveřejnil statistiku vydanou Facebookem o tom, jak si vede v ČR, na nejznámější sociální síť Facebook se každý měsíc přihlásí 4,5 mil. Čechů a každý den na něm tráví čas více než 3,4 mil. těchto uživatelů (tedy 76%). Můžeme vidět, že vysoké procento lidí tráví svůj čas v prostředí virtuální reality, ať už je to skrze svůj mobilní telefon, počítač či tablet. Virtuální svět souvisí s vysokou anonymitou, tudíž experimentování s vlastní identitou je zde o dost jednodušší než v reálném světě, můžeme zde být tím, kým doopravdy chceme být. Rizikovou skupinou uživatelů internetu jsou dospívající jedinci. Mareš (Mareš et. al, 2004, s. 173) tvrdí, že dospívající často střídají svoje virtuální identity a zároveň jsou schopni jich mít i více najednou. Na základě výzkumu tito autoři zjistili důvody, které vedou dospívající ke změnám identit ve virtuální prostředí. Mezi tyto důvody patří:

- **Strach z odhalení**

Pokud chtějí dospívající udělat něco, co není v souladu s určitými pravidly skupin na internetu, lehce si vytvoří novou identitu, aby mohli tato pravidla porušovat a nebyli za to sankciováni či odsuzováni, nebo se jednoduše za něco stydí. (Mareš et. al, 2004, s. 173)

- **Zdůraznění určitého charakterové vlastnosti**

Dospívající mohou měnit svou virtuální identitu v závislosti na aktuálních pocitech. Být opravdu tím, kým chtějí být, alespoň ve virtuální realitě. (Mareš et. al, 2004, s. 173)

- **Experimentování se sexuální identitou**

Tento bod souvisí s předchozím, kdy se v prostředí internetu může i nevědomě například chlapec identifikovat s jeho anima, což je podle Jungovy teorie jeho ženská část, o které neví, nebo naopak dívka se může identifikovat s chlapeckým aspektem v sobě. V případě dospívajících, kteří si nejsou zcela jistí, jaké sexuální orientace jsou, je virtuální prostředí ideálním prostorem pro experimentování, které ale může mít i širší dopad, může mít totiž vliv na opravdové formování sexuální identity nebo může toto formování urychlit. (Mareš et. al, 2004, s. 173)

- **Hra**

Změna identity může některým dospívajícím připadat jako zábava nebo odpočinek. Internet je prostředí, kde si jedinci mohou snadno dělat legraci z ostatních. Motivace a vysvětlení takových činů nejsou zcela jasné, může se jednat o záměrné či nezáměrné jednání. Virtuální svět je pro takovou experimentaci bezpečnější než reálný svět, kde by takové experimenty mohly být obtížnější. (Mareš et. al, 2004, s. 173)

- **Stát se „ideálním“**

Dospívání je obdobím, kdy je člověk plný ideálů, zároveň hledá své vlastní ideální já. Toto hledání – zlepšit sám sebe, být hvězdou apod. – je reflektováno v chování ve virtuálním světě. Je zajímavé, že jedinci chtějí být v reálném světě takoví, jací jsou ve virtuálním světě, tzn. dobří komunikátoři, kteří jsou chytří, vtípní, neodolatelní atd. (Mareš et. al, 2004, s. 174)

Identita dospívajícího je modifikována různými sociálními vlivy. Jak už jsem uvedla výše, sebepojetí jedince je ovlivňováno názory a hodnocením osob, se kterými přijde do styku, jejich mínění přikládá velký význam, což si někdy ne zcela uvědomuje. Jedná se o socializační činitele, které více přiblížím v následující kapitole.

### 3 Socializace dospívajícího jedince

Socializace je velmi široký pojem, vymezení je hned několik, ale dle mého názoru to nejširší a nejpřesnější uvádí Nakonečný (in Řezáč, 1998, s. 43), který o socializaci přemýšlí jako o „*přeměně biologického jedince v kulturní bytost*“.

Helus (2007, s. 71) hovoří o socializaci osobnosti jako o „*procesu utváření a vývoje člověka působením sociálních vlivů a jeho vlastních aktivit, kterými na tyto sociální vlivy odpovídá: vyrovnává se s nimi, podléhá jim, či je tvořivě zvládá.*“

Socializaci můžeme vymežit i jako postupné začleňování jedince do společnosti prostřednictvím nápodoby a identifikace, na začátku v nukleární rodině a poté v malých spol. skupinách, jako je školní třída, zájmový klub, sportovní družstvo, až po zapojení se do nejširších, celospolečenských vztahů. Zároveň jedním z největších determinantů socializace této doby jsou masmédiá. Součástí tohoto procesu je přijetí základních etických a právních norem dané společnosti. (Hartl, Hartlová, 2000, s. 548)

Procesy, které probíhají v rodině, jsou považovány za **primární socializaci**. **Sekundární socializace** nastupuje tehdy, kdy jedinec vstupuje do interakce s vrstevníky a zapojuje se do sociálního dění ve škole, právě socializace ve škole klade na dítě vysoké nároky, neboť se musí přizpůsobovat podmínkám institucionalizovaného vzdělání a výchovy, stává se žákem a zároveň spolu-žákem. (Procházka, 2012, s. 92)

Helus (in Macek, 2003, s. 37 - 38) rozlišil čtyři aspekty socializace, které jsou níže popsány:

#### 1. Hodnotově normativní složka

Jakási deklarace společnosti o vlastních hodnotách, normách, přesvědčeních, ideálech atp. V socializačním procesu jsou sociální normy prezentovány institucemi, mezi které řadíme především rodinu, školu, ale i náboženské instituce, které již nejsou tak populární jako dříve, v této době jsou především významná média, do této skupiny přirozeně řadíme právní a politický systém.

#### 2. Mezilidsky vztahová složka

Jedná se o konkrétní mezilidské interakce, které jsou ovlivněny hodnotově normativními činiteli. Důležitou roli hrají osobnostní zvláštnosti a konkrétní situace, ve kterých se lidé nacházejí. Tyto aspekty dále determinují průběh komunikace, proces sociálního učení, který je důležitý především v období dospívání,

kterým si člověk osvojuje soubor sociálních rolí, vyplývající z jeho pozic. Pro dospívajícího je tato úroveň velmi kritická, je zde mnoho nových rolí, kterým se učí v průběhu dospívání, může se jednat o roli studenta nebo partnera. Při jejich osvojování je typická nejistota, hledání a experimentování.

### **3. Rezultativní složka**

Tato složka systému je výsledek kooperativní činnosti hodnotově normativních principů v přímé interakci lidí.

### **4. Osobnostní složka**

Osobnostní složka systému má individualizační aspekt, jedná se o souhrn osobnostních charakteristik a zároveň pojetí předešlých tří složek socializace samotným jedincem.

Macek (2003, s. 37 - 38) v tomto ohledu hovoří o tom, že jedinec socializuje sám sebe, když jeho sebereflexe vede k seberegulaci. Tento subjektivní rozměr socializace je významný právě pro dospívání. Jelikož vzniká celá řada osobních potřeb, které tuto skutečnost dále rozvíjejí a podněcují, jedná se například o potřebu interpretovat běžné situace z vlastního hlediska či hledání smyslu vlastního života.

V průběhu celého našeho života na nás působí určité vlivy, tyto vlivy nazýváme **socializační činitele**. Mění se v závislosti na našem vývoji, respektive stárnutí. Jejich vliv může být záměrný i/a nezáměrný. V následujících podkapitolách si socializační činitele a jejich vliv přiblížíme.

## **3.1 Rodina jako primární socializační činitel**

Rodina je primární a na začátku našeho života nejzásadnější socializační činitel, poskytuje základ norem a hodnot dané společnosti. Rodina vede dítě ke společenskému životu v prostředí, kde vyrůstá a učí dítě se v něm orientovat, seznamuje ho s kulturními vzorci – tradice, zákony, tabu atp., což provádí skrze rodinnou výchovu, která by měla být dítětem respektována a ví, že za porušení pravidel či nesplnění požadavků následuje sankce. (Výrost, Slaměník, 2008, s. 50)

V období dospívání si sice rodina udržuje svoje postavení, ale dochází k proměně vztahů mezi jejími členy. Jedná se o náročný vývojový úkol, kdy musí dojít ke změně struktury, aby mohla být nastolena nová rovnováha. Hlavním úkolem dospívajícího je odpoutání se z vázanosti na rodinu, vymanit se z omezující vazby

a rozhodovat o svém životě sám. Dochází tedy ke změně citové vazby, z infantilní závislosti na zralejší citový vztah. Vágnerová (2005, s. 350)

### **3.2 Škola a její postavení v socializaci jedince**

Škola patří mezi výchovnou a vzdělávací instituci, zároveň je dalším významným socializačním činitelem. Její důležitost spočívá v předávání mravních a morálních hodnot a norem, které by si jedinec měl osvojit a zvnitřnit, je to jakási podpora výchovy rodičů. Současně je místem, kde dochází k interakci s jinými lidmi (učitelé, spolužáci), než jsou členové rodiny. Škola je místo, které nás připravuje na následující život. Učí nás dodržovat jistá pravidla, plnit zadané úkoly a nést za ně odpovědnost přivykat si určitému řádu. Učí nás chovat se takovým způsobem, který je v souladu se společenskými požadavky.

Třída je společenské prostředí, kde tráví dospívající velkou část svého času, kolektiv třídy nelze vyměnit je třeba se s ním smířit a bojovat o vlastní pozici, vliv, oblíbenost kompetence apod., získaná role a pozice dále pak zpravidla ovlivňuje další rozvoj osobnosti. Na počátku dospívání je důležitá podpora a akceptace třídou, vidí věci podobným způsobem. Ve vyšším věku je však další podřizování se skupinovým hodnotám, normám a cílům blokáce rozvoje vlastní identity a autonomie. (Čačka, 2000, s. 309 - 310)

Dospívající jsou k požadavkům učitele a školním normám stále kritičtější. Starší jedinci již neakceptují a nepřijímají automaticky jejich názory či rozhodnutí. Mění se vztah žák – učitel, což je podmíněno zralejším způsobem uvažování. Chování učitelů je hodnoceno, podle vlastního pohledu. Jedinec usiluje o rovnovážnou diskuzi, projevení svého názoru. (Vágnerová, 2005, s. 365)

### **3.3 Skupina vrstevníků a jejich místo v socializaci jedince**

Škola, zájmové kluby, kroužky jsou místem, kde dochází k interakcím s vrstevníky, kteří jsou nedílnou součástí celého našeho života, předávají nám zkušenosti, ovlivňují naše chování, přemýšlení. Nalezení důvěrných přátel a začlenění se do vrstevnické skupiny napomáhá dospívajícímu adaptovat se na nové životní podmínky a zvládnout další vývojové úkoly. V mladších letech šlo spíše o kvantitu, ale v pozdějším věku jde jedinci o navazování kvalitních přátelských vztahů.

Krejčová (2011, s. 34) uvádí ve své knize názory Macka a Kona, kteří hovoří o budování vztahů s vrstevníky a jejich funkce. Vrstevnické vztahy jsou hodnoceny jako unikátní, těžko zastupitelné. Představují zdroj sociálního učení a zároveň poskytují, v období dospívání, možnost k zhodnocení vlastní identity. Díky vrstevnickým skupinám dochází k výměně názorů, pocitů i vzorců chování. Jejich existence vytváří prostor pro komunikaci a další formy mezilidských interakcí. Chování dospívajících v jejich vrstevnické skupině, může současně fungovat jako model, který vede buď k napodobování, anebo zavržení. Tím se může například eliminovat rizikové chování u jednotlivce, jelikož skupina zavrhně takovéto neadekvátní jednání. V neposlední řadě je též významná vzájemná podpora vrstevníků, která přichází v krizových situacích a zároveň představuje přirozenou součást života dospívajících, jakožto podpora při osvojování si učební látky, ale i v případech, kdy vrstevníci působí jako poradci či vyjednavací v různých sociálních situacích. (Krejčová, 2011, s. 34)

Macek (2003, s. 57 - 60) odděluje od sebe vrstevnické, přátelské a partnerské vztahy. O **vrstevnickém vztahu** hovoří jako o těžko zastupitelném vztahu, který umožňuje vzájemné poskytování názorů, pocitů a vzorců chování. **Přátelské vztahy** rozděluje na blízké přátelství mezi děvčaty, které je v dospívání častější a velmi důležité. Funkce obou přátelství je rozdílná, u dívek je přátelství založeno především na otevřené komunikaci, sdílení pocitů, upřímnosti a důvěře. U chlapců je přátelství více kolektivní, je založené především na společných aktivitách a zájmech. Vztahy nejsou tolik založené na důvěrnostech a emocích, jako spíše na sociálních dovednostech a respektu. Přátelský vztah mezi dívkou a chlapcem není pro dospívání tak časté, pokud takové přátelství existuje, má svou specifickou funkci, a to v tom případě, kdy se chlapci chtějí „svěřit“, anebo když chybí u chlapce nebo dívky sourozenec opačného pohlaví. Zároveň dochází k rozvoji **partnerských erotických vztahů**, což je ovlivněno psychosexuálním vývojem. Uvědomění si vlastní sexuality je zařazováno do pubescence a jeho proces je rozdílný jak u chlapců, kteří usilují především o uspokojování pohlavního pudu, tak u dívek, u kterých tato potřeba není tak zřetelná. Dospívání je období prvních schůzek, prvních lásek a sexuálních aktivit. Všechna tyto hlediska napomáhají jedinci ve hledání své identity v posledním případě především té sexuální.

### 3.4 Volný čas a média jako nedílná součást socializace jedince

*„Volný čas dětí a mládeže a jeho naplňování pozitivními aktivitami hraje významnou roli při utváření osobnosti mladého člověka a při jeho pozitivní socializaci. Důsledkem snížení kvality společenské péče o volný čas mladé generace je v mnoha případech i nárůst negativních společenských jevů.“* (MŠMT, 2002, online)

Volný čas je pro dospívající doba, kdy mohou dělat takové věci, které je uspokojují. Někteří jedinci jistě mohou narážet na představy rodičů o trávení jejich volného času, ale především skrze jejich zájmy, trávení času s vrstevníky, objevování nových věcí zjišťují, co je naplňuje, baví a zároveň nacházejí vlastní životní styl, identitu.

Říčan (2006, s. 176, 177, 200, 201) popisuje trávení času u pubescentů a adolescentů. Pro pubescenty je typická četba knih, především dobrodružná, vědeckofantastická literatura a pro dívky je typický román. Pubescenti se věnují sportům a sní o vrcholovém sportování. Zároveň je v nižším věku oblíbené tajemství a hra na něj, stavění různých bunkrů. Adolescenti podle Říčana nemají čas, především ho musí spoustu prozahálet, ale především „prokecat“, hodiny a hodiny zaujatých hovorů. Zároveň je pro adolescenty stejně jako pro pubescenty významná četba a sport. Hudba je nedílnou součástí všech dospívajících a s tím souvisí i tanec, který je spojen s návštěvou diskoték.

Trávení volného času se mění s ohledem na vývoj společnosti. Podle výzkumů MŠMT mají někteří dospívající více volného času a je pro ně stresující ho efektivně využít, anebo jsou přetížení výkonnostně a individualisticky zaměřenými aktivitami, které však nerozvíjejí potřebné sociální a osobnostní kompetence. Dále výzkumy poukazují na to, že mnoho dospívajících tráví volný čas pasivně, sledováním televize, hraním počítačových her, „brouzdáním“ po internetu, sledování různých blogů a YouTube videí. Média se stala běžnou součástí dospívajícího jedince, je s nimi prakticky celý den v kontaktu a dokáže stíhat více medií najednou, jejich vliv je však obrovský. (Vodáková, 2011, online)

Sollárová (in Výrost, Slaměník, 2008, s. 54) poukazuje na velký vliv televizních pořadů, které formují hodnoty a normy společnosti cestou prezentace majetku, štíhlosti, módnosti či „být in“ jako atributů uznávaného životního stylu.



Tento způsob prezentace se však neděje jen skrze televizi, která je pomalu nahrazována internetem respektive YouTube a internetovými televizemi nebo blogy.

## 4 Sociální interakce a komunikace ve virtuálním prostředí

Tato kapitola nejprve vymezuje, co komunikace a s ní související pojem sociální interakce znamená, jaký pro nás má význam. Poté se zaměřuje na vymezení online komunikaci, na její negativa, na transformaci a interpretaci emocí projevované v online komunikaci.

*„Komunikace je nezbytnou součástí socializace, jejím prostřednictvím se biologický tvor postupně stává osobností plně začleněnou do společnosti.“* K prvnímu kontaktu dochází mezi dítětem a matkou, poté je komunikace rozsáhlejší a složitější přesouvá se mezi vrstevníky, spolužáky, spolupracovníky a zároveň má velký vliv masová komunikace. (Kraus, 2008, s. 121)

Jandourek (2001, s. 126) definuje komunikaci jako *„proces předávání informací mezi lidmi, při kterém je sdělení předáváno od adresanta k adresátovi“*, dále uvádí, že *„komunikace znamená nejen přenos informace, ale také výměnu emocionálního obsahu např. pomocí neverbálních náznaků“*, znalost emocionálního obsahu umožňuje pochopení vlastního smyslu informace.

Komunikace tvoří základ pro sociální interakci, respektive bez komunikace by nemohlo docházet k sociální interakci, kterou Jandourek (2001, s. 109) popisuje jako *„jednání, jehož důsledkem je vzájemné ovlivnění jedinců nebo skupin a nastává tehdy, jestliže jednání jedné osoby nebo skupiny vyvolá jednání jiné osoby nebo skupiny.“*

V průběhu komunikace bychom měli brát zřetel na kontext, ve kterém jsou sdělení podávána a přijímána, jelikož si je dle těchto projevů vykládáme a dále s nimi pracujeme. Kontext tvoří fyzické, psychologické, společenské a časové prostředí. (DeVito, 2001, s. 396)

Komunikace má zpravidla i svůj účel, smysl, můžeme také hovořit o funkci, kterou chce splnit nebo kterou bezděčně plní. Každá interakce plní zpravidla jednu či více funkcí. Účelem a současně dopadem na příjemce dostává komunikace smysl. Mezi hlavní **funkce komunikace** podle Vybírala (2005, s. 31) patří:

- **informovat** - předat zprávu, doplnit jinou, oznámit, prohlásit – *informativní funkce*
- **instruovat** – navést, zasvětit, naučit, dát recept – *instruktážní funkce*
- **přesvědčit** – aby adresát pozměnil nebo změnil názor, získat si někoho na svou stranu, ovlivnit, zmanipulovat – *persuazivní funkce*

- **vyjednat, domluvit (se)** – řešit a vyřešit, dospět k dohodě – *funkce vyjednávací nebo operativní*
- **pobavit** – rozveselit druhého/ sebe, rozptýlit – *funkce zábavní*

Vybíral (2005, s. 32) přidává ještě další dvě funkce, které souvisí spíše s upoutáním pozornosti ke své osobě či exhibicí. Lidé, kteří se raději zaměřují na formu než obsah komunikace, využívají těchto funkcí komunikace:

- **kontaktovat se** – užít si blízkosti, zastavení s někým, sebezpotvrzení, pocit, že pro někoho má cenu se mnou mluvit – *fatická nebo kontaktní funkce*
- **předvést se** – prezentovat se, vyvolat dojem, někdy zalíbit se, jindy zastrašit, exhibovat – *sebe-prezentační funkce*

Kraus (2008, s. 119) hovoří o komunikaci jako o procesu, „*při němž v přímém i nepřímém sociálním kontaktu sdělujeme informace a významy.*“ Do komunikace je zapojen **komunikátor**, který zprávu vysílá, a **komunikant**, který zprávu přijímá, v obou případech se může jednat o jednotlivce či skupinu, jak jsme si uvedli výše. Obsah sdělení označujeme jako **komuniké**. Proces komunikace je rozdělen do několika fází. Na počátku se rodí myšlenka či nápad, tedy obsah sdělení, v druhém bodě dochází k „zakódování“, tj. formulování myšlenky, následující fáze představuje její vyjádření. Po přenosu této myšlenky ho přijímá komunikant a sdělení dekóduje, tedy interpretuje si jeho obsah a na závěr přichází zpravidla reakce, určité chování příjemce vyvolané přijatým sdělením. Cesta sloužící k předávání informací je označována jako **komunikační kanál**, ve kterém se mohou objevovat **bariéry**, kam můžeme zařadit špatnou formulaci, výslovnost, tichý hlas, předsudky, nedoslýchavost, špatný zdravotní stav apod., komunikaci mohou rušit i tzv. **šumy** hluk z ulice aj., proto vysílané sdělení není vždy totožné se sdělením přijímaným, což může mít za následek nedorozumění či konflikty. (Kraus, 2008, s. 120)

Komunikaci dělíme nejčastěji na verbální a neverbální. Při **verbální komunikaci** se používá verbálních prostředků, kam řadíme slovní výrazy mluvené nebo psané, dále vědecké a umělecké jazyky. Gesta, pohledy, doteky, prostorové umístění, pohyby, výrazy tváře, neverbální aspekty řeči se využívají v **neverbální komunikaci**. (Výrost, Slaměník, 2008, s. 218)

Kraus (2008, s. 121) dále dělí komunikaci na **přímou**, tzn. tváří v tvář, a **nepřímou** neboli zprostředkovanou prostřednictvím telefonu, internetu. Komunikace existuje **jednostranná** a **dvoustranná**, což je určeno možností zpětné vazby. Komunikace může probíhat ve dvojici tzv. **dyadická** nebo ve skupině – **skupinová**, existuje také **hromadná** (masová) **komunikace**.

V dnešní uspěchané době je normální, že lidé spolu často komunikují spíše zprostředkovaně, tedy nepřímo. Prostředníkem bývá často mobilní telefon nebo internet. Internet je v současné době nevlivnějším médiem. Mezi jeho největší konzumenty patří děti a dospívající, odborníky jsou označovány jako online, síťová, elektronická či digitální generace, a to i proto, že dokáží konzumovat více médií najednou, jedná se o tzv. **mediální multitasking**, který Moravec (2016, s. 91) v užším pojetí definuje jako „*schopnost jedince řešit/zvládnout v určitém čase vícero úkonů, což vede k významné zátěži jedné či několika funkčních domén mozku.*“

V komunikaci můžeme hovořit o tzv. synchronní a asynchronní komunikaci. Pokud hovoříme o **synchronní komunikaci**, kterou byla donedávna jen komunikace mluvená a neverbální, dnes se jedná především o komunikaci, kdy jsou obě komunikující strany připojeny k internetu ve stejný okamžik, zpráva jedné ze stran se okamžitě objevuje na obrazovce protější strany. U **asynchronní komunikace** není vyžadována přítomnost u počítače či jiného zařízení, jedna ze stran si může „vzvednout“ zprávu až za delší dobu. (Šmahel, 2003, s. 102)

Možností internetové komunikace je hned několik a lze je rozdělit na základě toho, prostřednictvím čeho jsou informace předávány. Šmahel (2003, s. 101) je rozděluje na: **text**, skrze který probíhá pravděpodobně většina komunikace online, nejvíce využívaným prostředkem pro tento typ komunikace je například Facebook Messenger, Whatsapp, e-mail, atp. Přes různé messengery komunikují české děti v porovnání v rámci Evropy nadprůměrně – celkem 71 % českých mladých ve věku 9-16 let proti evropskému průměru 65 % používajících různé messengery (Ševčíková a kol., 2014, s. 25). Dalším prostředníkem pro komunikaci online je **obraz**, můžeme sem zařadit posílání obrázků, ale i web, velice preferovaný je Instagram. **Zvuk** je také jedním z prostředků, kterým komunikujeme online, jedná se o zaslání nahrávek, různé programy pro přenos hlasu. A **multimédia**, což je kombinace textu, obrazu a zvuku, pro tento typ je asi nejvhodnějším příkladem Skype, ale i Youtube. (Šmahel, 2003, s. 101)

Internetová komunikace je spojena s velkou řadou procesů, které zásadním způsobem ovlivňují jak obsah, tak i formu samotného internetového sdělení. Hlavním procesem, který online komunikaci provází, je tzv. **online disinhibiční efekt**. Podle Vybírala (2005, s. 272 - 273) znamená termín disinhibice v komunikaci „*odložení zábran a skrupulí, ztrátu nebo překonání nesmělosti, plachosti a ostychu, v krajních podobách může jít o jistou odvážanost či nevázanost na normy, která může být až anomální.*“ Pokud ji chápeme pozitivně, můžeme si disinhibici spojit se slovy otevřený, uvolněný, smělý, bez zábran. Podle Sulera (in Vybíral, 2005, s. 273) se na disinhibici podílí určité faktory, jako je například **anonymita** – skrývání identity, **neviditelnost** – druhý nemůže vidět, jak vypadám, jak se tvářím, **asynchronita komunikace, solipsistické introjekce** – vše je v podstatě v mé hlavě, vytvářím si fantazie o tom, jak druhý vypadá, **neutralizace statusu** – stává se nepodstatným, jaké postavení v reálném světě má online komunikující.

Emoce v online komunikaci jsou často vyjadřovány prostřednictvím tzv. *emotikonů* neboli emotivních ikon, je to jakýsi pokus nahradit ono neverbální ve virtuálním světě. Možnosti vyjádření typu a intenzity emoce jsou tak velmi omezené a značně zjednodušující, zároveň jejich interpretace může být obtížná a někdy nepochopena. Podle Šmahela (2003, s. 114 - 116) může být pro některé dospívající vyjádření emocí ve virtuálním světě jednodušší, jelikož jsou otevřenější, či dokonce zranitelnější a emoce se jim při psaní lépe vyjadřují, někteří dávají podstatně méně emocí v komunikaci po internetu a jiným připadá vyjadřování pocitů na internetu zcela nevhodné.

Online komunikace s sebou přináší určitá negativa. Elisabeth Reid (in Psychologie dnes, 2001) hovoří o **dekonstrukci sociální hranice**, jedná se v podstatě o vymizení fyzického kontaktu s lidmi, se kterými komunikujeme, tudíž ustoupily i komunikační charakteristiky, jako je odezírání pravých významů slov z mimiky, gest, proxemiky. Nevidíme, jak se druhý tváří, jestli k nám chová či nechová sympatie, neslyšíme jeho tón hlasu nebo tempo řeči. Vybíral (in Psychologie dnes, 2001) hovoří o odvrácené stránce internetových interakcí, které doprovází jevy jako flaming – vášnivé rozohňování se, virtuální agresivita, sexismus, rasismus, sexuální obtěžování, či dokonce virtuální znásilnění. V prostředí internetu je velmi obtížné takové jevy cenzurovat, Vybíral o internetu hovoří jako o narcistním médiu, jelikož v jeho prostředí dochází například ke kompenzaci mindráků, výrazům potlačených přání, výrazům vlastní důležitosti či chytrosti.

Rizikové jevy, které se v prostředí internetu vyskytují, jsou popsány v poslední kapitole teoretické části.

## 5 Sociální média jako nedílná součást životů dospívajících

V souvislosti s předchozí kapitolou o komunikaci je třeba si přiblížit média, tedy to, co zprostředkovává sdělení. Tato kapitola se věnuje především sociálním mediím, které Janouch (2010, s. 210) popisuje jako „*online média, kde je obsah (spolu) vytvářen a sdílen uživateli a nepřetržitě se mění.*“

Safko a Brake (2009, s.46 - 47) označují sociální média za virtuální komunitu, kde skupina lidí interaguje prostřednictvím newsletterů, blogů, komentářů, telefonů, e-mailů nebo chatu a využívá k tomu text, audio, video a fotografie. Sociální média jsou pak využívána ke společenským, profesním nebo vzdělávacím účelům a jejich cílem je budovat v dané komunitě důvěru.

Definice a pojmání sociálních médií není jednoznačné. Janouch (2010, s. 216) například rozděluje sociální média podle marketingové taktiky a člení je tak na:

- **Sociální síť** – Facebook, MySpace, LinkedIn
- **Blogy, videoblogy, mikroblogy** – Twitter
- **Diskuzní fóra, Q&A portály** – Yahoo!,
- **Wikis** – Wikipedia
- **Sdílená multimédia** – YouTube, Flickr
- **Virtuální světy** – Second Life, The Sims

Uživatelé sociálních médií jsou podle Janoucha (2010, s. 216) lidé, kteří tráví mnohem více času na internetu než třeba u televize nebo s časopisem v ruce. Často se svými zážitky či zkušenostmi podílejí se svým okolím. Uživatelé sociálních médií nejsou jednotnou skupinou, jejich užívání je za účelem setkávání se s ostatními lidmi stejných zájmů, hledání zábavy, ovlivnění ostatních anebo se chtějí naučit něco nového. Z výzkumu, který Janouch (2010, s. 217) uvádí, vyplývá, že největší skupinou uživatelů sociálních médií jsou lidé mezi 15-34 lety. Zároveň musíme brát ohled na dobu, kdy byla kniha vydána, je tedy pravděpodobné, že věková hranice se rozšiřuje do obou stran.

V souvislosti s uživateli sociálních medií uvádí Moravec (2016, s. 78) pojetí *participativní kultury* od Jenkinse, toto pojetí boří starší představy o pasivní roli příjemců mediálních obsahů (jedná se například o diváky, kteří sledují televizi). Participativní kultura je tvořena tzv. *fanoušky a konzumenty*, zastřešujícím pojmem pro tyto dvě skupiny je pojem **produživatel**, který zavedl A. Bruns. Produživatelé jsou uživatelé síťových digitálních médií, kteří obsahy nejen konzumují,

ale i vytvářejí, příkladem mohou být youtuberi, kteří sami videa natáčejí a zároveň sledují videa ostatních, rekrutují z nižších skupin, blíže se jim věnují v podkapitole youtuberství. Pro participativní kulturu je typická silná podpora tvorby a jejího sdílení, určitý typ mentorství, což je založeno na předávání znalostí zkušenějších členů komunity těm, kteří jsou v komunitě noví. Důležitým znakem je také sdílené vědomí členů, že jejich přínos má smysl, což posiluje sounáležitost celé komunity. Jenkinsův koncept této kultury je postaven na čtyřech faktorech: **přičlenění** – produčitel se musí stát členem virtuální komunity, s níž sdílí společné zájmy a obsahy (YouTube, Facebook); **vyjádření** – zahrnuje tvorbu nových obsahů anebo modifikaci obsahů již existujících; **kolektivní řešení problémů** – což je založeno na komunitní spolupráci, s cílem řešit konkrétní problémy nebo tvořit díla vystavěná na kolektivní inteligenci (Wikipedie, ČSFD); **cirkulace obsahů** – sdílení mediálních či fanouškovských obsahů v rámci komunity. (Moravec, 2016, s. 78 - 79)

Níže je na popis vybraných druhů sociálních médií, která jsou populární mezi dospívajícími.

## **FACEBOOK**

Byl založen Markem Zuckerbergem v roce 2004 a původně měl sloužit pro studenty Harvardské univerzity ke sdílení kontaktů. Od roku 2006 je však přístupný pro všechny, kteří jsou starší 13 let. Koncept vznikl na základě papírových letáčků, které jsou používány k seznámení studentů na amerických univerzitách, jedná se o tzv. Facebooks. „*Principem je získávat přátele a sdílet s nimi nejrůznější informace.*“ (Janouch, 2010, s. 241.) Na sociální síti Facebook lze komunikovat skrze zprávy, diskuzní fóra, je zde možnost sdílet fotky, videa a události. (Janouch, 2010, s. 241.)

## **INSTAGRAM**

Instagram byl založen v roce 2010 Kevinem Systromem a Mikem Kriegerem (Instagram: about us, ©2017a, online). Umožňuje sdílet svůj život s přáteli skrze série snímků. Aplikace je bezplatná a je určena pro mobilní telefony s IOS a Android OS. Smartphonem vyfotíme snímek, který lze poté upravovat pomocí různých filtrů, které tato aplikace nabízí. Zakladatelé hovoří o propojenosti světa skrze fotografie, je založen na sdílení fotografií, ale i videa skrze tzv. instastories. V současnosti tato aplikace nabízí i možnost komunikovat s lidmi



synchronně, přes tzv. stream, neboli živé vysílání. Aplikace instagram dále umožňuje mít svůj profil soukromý, tzn. že naše příspěvky neuvidí nikdo jiný než naši sledující. Nebo může být profil veřejný, v tomto případě mají k našim fotkám přístup všichni uživatelé Instagramu. (Instagram: Frequently Asked Questions, ©2017b, online)

## YOUTUBE

Zakladateli serveru YouTube jsou bývalí zaměstnanci firmy PayPal: Chad Hurley, Steven Chen a Jawed Karim. YouTube vytvořili na základě myšlenky potřeby služby pro lidi, která by kombinovala možnosti nahrávání, sledování a sdílení videoklipů. Doména YouTube.com byla zaregistrována 15. února v roce 2005. Jeho rozmach byl obrovský, a proto byl odkoupen konkurenčním serverem Google v říjnu roku 2006. (Miller, 2012, s.32)

YouTube je považován za třetí největší server celého internetu (Miller, 2012, s. 33). A zároveň druhý největší vyhledávač, hned po Googlu (Janouch, 2010, s. 253).

Heslo YouTube zní: *„Our mission is to give everyone a voice and show them the world.“* YouTube si zakládá na určitých hodnotách, které znázorňuje toto heslo, a zároveň propaguje, že každý si zaslouží mít vlastní hlas, svět je pak lepší místo, pokud posloucháme, sdílíme a budujeme komunitu skrze naše příběhy. Jeho hodnoty jsou vystavěny na 4 základních svobodách a to svoboda informací, svoboda vyjádření se, svoboda příležitosti a možnosti patřit někam. (YouTube, 2017, online)

YouTube je tedy jednoduše sociálním médiem, skrze které se sdílí videa. Videí na YouTube je nespočet a jejich rozmanitost je obrovská. Mediální odborník a pedagog Karlovy univerzity Josef Šlerk říká, že *„pro generaci lidí mladších dvaceti let je YouTube co do zdroje informací a sociálních kontaktů důležitější než většina jiných médií a v jistém ohledu i než většina sociálních sítí, byť máme tendenci YouTube nechávat jako sociální síť“*. (Šlerk in Kabátová, 2015, online)

V současnosti jsou mezi dospívajícími velmi populární videa od youtuberů. Kdo jsou a jaké typy videí natáčejí, je stručně popsáno v následující kapitole.

## 6 Nový fenomén youtuberství

Youtuber je člověk, který natáčí videa na YouTube, s cílem pobavit, předat informaci nebo inspirovat. Podle Moravce (2016, s. 15) je youtuber „*tvůrce audiovizuálního obsahu, novodobá ikona nejmladší generace.*“ Jak je uvedeno výše, youtuber je jedním ze skupiny produživatelů, prostřednictvím YouTube nahrávají videa a současně dlouhodobě sledují videa ostatních.

Proč jsou youtubeři takovým fenoménem, přibližuje nejmenovaný sociolog na webu idnes.cz. Youtubeři jsou fenoménem především proto, že přitahují mladé publikum, tedy dětské diváky a rané adolescenty, jejich síla je především v tom, že jsou generačně jedněmi z nich a mluví tedy jejich jazykem (Hromková, 2016, online). Moravec označuje nejpopulárnější youtubery za pozdně moderní ikony, k nimž vzhlíží převážně nejmladší generace diváků (Moravec, 2016, s. 142). Časopis Forbes (Práce, jídlo, peníze a vztahy, online) uvádí, že 78% členů současné generace dospívajících (Generace Z) sleduje youtubery pravidelně a pouhé 3% o nich nikdy neslyšelo.

*„Míra ztotožnění diváků a autorů videí je na YouTube nevídaná. Fanoušci si své oblíbené tvůrce přivlastňují a vědí o nich skoro všechno. Znájí jméno jeho nejlepšího kamaráda, oblíbenou příchut' popcornu i plány na zbytek léta. Všimají si jeho nálad, posunků i přeměn v pokoji, který vidí v pozadí na záběrech.“* (Kabátová, 2015, online)

Youtubeři natáčejí různé druhy videí, které spadají do určitých skupin, jejich vymezení je obtížné, jelikož přesné definice skupin či formátů videí prozatím nejsou vytvořeny nebo nejsou zcela sjednocené, proto se snažím přiblížit vybrané skupiny i z vlastního pohledu a ke každému připojuji příklady youtuberů, kteří daný typ videí natáčí, často však jejich tvorba není striktně zaměřena. Níže je uvedeno několik skupin videí, které na české YouTube scéně můžeme nalézt.

- **Vlogy**

Dle webu Mediaguru je termín vlog odvozen od video blog, tedy osobní deník ve formě videa (Mediaguru, 2017, online).

Avšak Moravec (2016, s. 79) vnímá vlogery všeobecně jako tvůrce video blogů, kde glosují různé události a témata, parodují videa jiných či zodpovídají dotazy a připomínky fanoušků.

Mezi diváky jsou vlogy velmi populární formátem videí, jelikož jim umožňují nahlédnout do soukromí youtuberů. Existuje více druhů vlogů, mezi něž patří například: **Daily vlogs** neboli denní vlogy „*obvykle velmi osobní videa postavená na principu video deníčku, který vychází pravidelně a komentuje každodenní den.*“ (Youtubeři a vlogeri, 2016, online). Dále sem můžeme zařadit **Vlogmas**, kdy youtuber každý den v období od 1. do 24. prosince nahrává na YouTube vlogy. Velmi oblíbené jsou také vlogy z dovolených nebo výletů.

Vlogy natáčí například Shopaholic Nicol, MenT, Kovy, Ati, Jmenuju se Martin a ze zahraničních youtuberů je pro své vlogy velice známá Zoella.

- **Let's play**

Let's play jsou videa zaměřená na hraní her, podstatou nebývá jen objasňování strategie hráče, ale i pobavení publika různými poznámkami a vtipnými komentáři (Moravec, 2016, s.79). Tento druh videí je často cílen na mužskou část publika i jejich natáčení se věnuje spíše mužské pohlaví

Představiteli let's play videí jsou Gejmr, Jirka Král, GoGo, MenT atd. Zřídka natáčejí tento druh videí i dívky, jako příklad může být Fallenka.

- **Beauty a Fashion videa**

Natáčení a sledování těchto videí se věnují převážně tvůrci ženského pohlaví. Obsahem beauty videí jsou nejčastěji tzv. make-up tutoriály, ve kterých youtuberky vysvětlují, jak se správně líčit, případně nabízejí postupy, jak se nalíčit ve stylu oblíbené celebrity (Youtubeři a vlogeri, 2016, online).

Haul je dalším videoformátem, který můžeme zařadit do této skupiny. Obsahem takového videa je seznámení diváka s produkty různé povahy (Haul video, ©2008-2017, online). V případě beauty a fashion videí se jedná o prezentaci kosmetiky či oblečení.

Představitelkami beauty a fashion videí jsou například GetTheLouk, Style with me, PetraLovelyHair, Týnuš Třešnicková, A cup of style a z řad chlapců Zachy.

- **„Entertainment“ videa**

Entertainment, neboli zábavná videa, jsou videa, která mají za cíl pobavit a rozesmát diváky.

Jako příklad lze uvést pranky/prank cally, *prank* je z angličtiny žert, šprým, lumpárna. Jejich obsahem jsou vtipné pokusy o nachytání ostatních lidí, jde o variace skrytých kamer či kanadských žertů. Jejich nejpopulárnějšími tvůrci jsou ViralBrothers. (Moravec, 2016, s. 80)

Dalším příkladem jsou také tzv. sketche, krátká a zábavná scénka s určitým příběhem. Jejich natáčení se věnuje například Kovy nebo Carrie Kirsten.

Velmi populární jsou challenge – videovýzva, založená na jednoduchém principu. Youtuber se snaží výzvu jakéhokoliv typu splnit (Youtubeři a vlogeri, 2016, online).

Uvedené skupiny videí jsou pouze příklady, jelikož druhů a formátů, které na youtube existují je nespočet a jejich definice i dělení je různorodé, vybrala jsem pouze hlavní typy videí, které jsem se snažila i dle vlastní zkušenosti sama popsat.

Pro setkávání se youtuberů a jejich sledovatelů byl v roce 2015 založen festival Utubering, podle pořadatelky Andrey Hurychové *„představuje utubering festival, který reflektuje zájmy dnešní mladé generace, která vyrostla na internetu. Právě proto jsou hlavními hvězdami festivalu i youtubeři, kteří se stávají novými celebritami této doby“* (Vedral, 2015, online). Pro některé sledovatele je setkání se svým oblíbeným youtuberem naživo splněným snem, například jedna z návštěvnic festivalu, čtrnáctiletá fanynka youtuberky Teri Blitzen, Vendula Gejdošová, říká: *„Nálada mě tady baví. A i když se ke všem youtuberům nedostanu, aspoň je můžu vidět naživo. Jak se chovají doopravdy a nejenom ve videích“* (Hromková, 2016, online). Festival se je rozdělil do čtyř sekcí – gaming, fashion, entertainment a music. Každý youtuber má svůj stánek, ve kterém se s ním jeho fanoušci mohou vyfotit, popovídat nebo si koupit za nemalé částky suvenýry, např. placky nebo náramky. Někteří youtubeři dokonce navrhují a prodávají vlastní modely oblečení, na kterých je často vyobrazeno logo nebo název jejich kanálu.

Videa youtuberů mají pozitivní, ale i negativní stránku věci. Pokud hovoříme o pozitivním pohledu na tento fenomén, podle psychologa Zajíce *„může natáčení videí samotným tvůrcům pomoci překonat pocit osamělosti. Fanoušky zas může úspěšný vzor přivést k novým nápadům a chuti na sobě pracovat, zvláště vidí-li, že je jedním z nich.“* (Zajíc in Kabátová, 2015, online)

Se sledováním, ale i natáčením videí na YouTube je také spojeno mnoho rizik. Pro sledovatele youtuberů, respektive jejich videí, jsou nebezpečné především rizikové faktory, které se často ve videích objevují. Youtubeři často nevnímají to, že jejich sledovateli jsou malé děti, pro které jsou vzorem a jaký vliv ve svých rukou doopravdy mají.

Zároveň pak pro některé youtubery, především ty mladší, může být jejich pozice velmi psychicky náročná, jelikož nedílnou součástí každého youtubera jsou jeho fanoušci a tzv. hejtři. Fanoušci mu přináší podporu a naopak hejtři z anglického *haters* vnášejí do této komunity negativní emoce. Texty, nejčastěji komentáře pod videy, které hejtři píšou, se nazývají hejty, tedy: „*hluboká nenávisť a intenzivní emoce vyjadřující zaujatost, nepřátelství a odpor vůči jinému člověku či skupině lidí*“ (Zavoral, 2015, online). Tyto nenávistné útoky mohou často přerůst až v kyberšikanu. Co tento pojem znamená, je spolu s dalšími rizikovými jevy, které se v prostředí internetu vyskytují, popsáno v následující kapitole.

## 7 Rizikové formy chování v prostředí internetu

Na začátek této kapitoly je nutné poznamenat, že rizikové chování dospívajících jedinců je ovlivněno prostředím, ve kterém vyrůstají, tzn. rodinou, vrstevníky, školou, médií a jinými vlivy. Záleží na vůli a psychice každého jedince, jakou cestu si zvolí.

Jak uvádí Sobotková (2014, s. 39), rizikové chování v dospívání je široce zkoumaným pojmem vývojové a sociální psychologie, své koncepce má také kriminologie, sociální pedagogika či další vědy, je tedy obtížné si tento pojem obecně definovat. Macek chápe rizikové chování ve dvou rovinách, jednak souvisí s poškozováním zdravý dospívajících (tělesného i duševního) a ve druhém významu je rizikové chování dospívajících spjata s ohrožením společnosti, tj. negativním vlivem a újmou druhých lidí (Macek, 2003, s. 77). Rizikovým chováním se zabývá nespočet autorů jako již zmiňovaná Sobotková, Matoušek, Kraus, Nešpor, Kroftová a další, proto zde pouze zmiňuji, jaké druhy rizikového chování existují.

Podle Sobotkové (2014, s. 40 - 41) jsou to například záškoláctví, lhaní, agresivita, násilné chování, šikana, obecně kriminální jednání (hlavně krádeže), vandalismus, závislostní chování, rizikové sexuální chování, rizikové chování v dopravě, extrémní rizikové sporty, extremismus, nezdravé stravovací návyky, xenofobie, rasismus a další. Jako rizikové chování zmiňuje i rizikové chování na internetu, na které jsem se v této kapitole zaměřila více.

Internet můžeme označit za nejvýznamnější médium současnosti, jeho užívání přináší velké množství pozitiv, ale zároveň v sobě ukrývá mnoho rizik, která jsou v této kapitole přiblížena. Mezi nejohroženější a současně velké uživatele internetu patří bezpochyby děti a dospívající, což nám potvrzují některé výzkumy.

Na základě výzkumu realizovaného v roce 2010 ve 25 zemích Evropy, včetně ČR, financovaného programem Evropské komise "Bezpečnější Internet" a navrženého podle standardů EU Kids Online, kde byly respondenty evropské děti a dospívající (celkem 25 142) ve věku 9-16 let, se zjistilo, že 93 % těchto respondentů se připojuje alespoň jednou týdně a 60 % pak každý nebo skoro každý den. Děti a dospívající se přihlašují na internet nejčastěji z domova nebo ze školy. Mezi aktivity, které podnikají na internetu, patří práce do školy (85 %), hraní her (83 %), sledování videoklipů (76 %) a k používání komunikačních aplikací

se přihlásilo 62 %. V době výzkumu potvrdilo 59 % z 9-16-ti letých, že mají profil na sociální síti. (EU Kids Online, online)

### **Mezi riziková chování v prostředí internetu se řadí:**

#### **KYBERŠIKANA**

Ševčíková uvádí komplexní definici od Price a Dalglenshe (in Ševčíková a kol., 2014, s. 121): „*Kyberšikana je kolektivní označení forem šikany prostřednictvím elektronických médií, jako je internet a mobilní telefony, které slouží k agresivnímu a záměrnému poškození uživatele těchto medií. Stejně jako tradiční šikana i kyberšikana zahrnuje opakované jednání a nepoměr sil mezi agresorem a obětí.*“ (Price a Dalglenshe in Ševčíková a kol., 2014, s. 121)

Oběť kyberšikany se cítí nepříjemně a je pro ni takové jednání zraňující. Současně je důležité kyberšikanu odlišit od **online obtěžování**, hlavním rozdílem je závažnost těchto činů. U online obtěžování se často jedná o jednorázový útok, agresivita je nezáměrná a „oběť“ nevnímá agresi jako zraňující, hovoří se spíše o šikádlení. (Ševčíková a kol., 2014, s. 124)

Mezi projevy kyberšikany patří například ponižování a pomlouvání, krádež identity, ztrapňování pomocí falešných profilů, flaming/bashing, což je provokování a napadání uživatelů v online komunikaci, zveřejňování cizích tajemství s cílem poškodit oběť, publikace ponižujících záznamů nebo fotografií atd. (Kopecký, 2015, s. 15)

#### **KYBERGROOMING**

Jinak známý také jako child grooming nebo online grooming označuje „*chování uživatelů internetu (kybergroomerů), které má v oběti vyvolat falešnou důvěru a přimět jí k osobní schůzce*“ (Kopecký in Kopecký, 2015, s. 25).

Cílem kybergroomingu je tedy prostřednictvím online komunikace docílit schůzky s nezletilou obětí, aby tak mohlo dojít k jejímu zneužití. (Ševčíková a kol., 2014, s. 89)

Oběťmi kybergroomingu jsou nezletilí jedinci. Stanou se jimi velmi jednoduše, jelikož u nich ke komunikaci s cizími lidmi na internetu dochází téměř denně, proto stačí, aby se jedinec cítil trochu osaměle nebo měl nějaké psychické problémy a virtuální přítel zvolil správná slova, zaměřil se na citovou stránku a vzniká potencionální problém. Kybergroomer se snaží zjistit co nejvíce o své oběti, kontakty, životní situaci, na čemž staví celou komunikaci. Pěstuje tak důvěrný vztah

a poté je už jednoduché nabídnout osobní schůzku. Důležitým rysem takové komunikace je trpělivost, dokáží s obětí komunikovat i dlouhé měsíce, čímž si ji k sobě pevně připoutají. Součástí kybergroomingu může být i vydírání, jedná se například o intimní fotografie, kterými se oběť snaží vydírat k dalším schůzkám atp. (Co je to kybergrooming?, online)

## **SEXTING**

Sexting je poměrně nový a rychle se rozmáhající fenomén, jinak označovaný jako „*elektronické rozesílání textových zpráv, vlastních fotografií či vlastního videa se sexuálním obsahem, ke kterému dochází v prostředí virtuálních elektronických médií – zejména internetu.*“ (Kopecký, 2015, s. 43)

Sexting se řadí mezi rizikové jevy vzhledem k tomu, že jedinec poskytuje citlivý materiál možným útočníkům, kteří jej mohou využít k různým kybernetickým útokům, jako je kyberšikana, vydírání, manipulace apod. Vše, co je vloženo na internet, se odtamtud obtížně úplně vymazává. Stopa takového obsahu může zůstat na internetu i několik let po jeho domnělém odstranění. Současně je zde riziko ztráty prestiže a společenské pověsti, v souvislosti s tím má pak oběť problémy si udržet sociální vztahy. V komunitě dospívajících je pak často dotyčný (nejčastěji dívka) označován za prostitutku, je veřejně dehonestován, urážen a napadán. Sexting pak může přejít v kyberšikanu. (Kopecký, 2015, s. 45)

Důvody, proč dospívající realizují sexting, je několik, nejčastěji jde však o potlačování nudy nebo může být nástrojem sebe prezentace v souvislosti s tlakem médií a symbolů krásy. Sexting může být vnímán i jako součást romantických vztahů a poté se může stát nástrojem pomsty. (Kopecký, 2015, s. 45 - 46)

## **NETOLISMUS**

„*Termínem netolismus označujeme závislost na tzv. virtuálních drogách. Mezi ně patří zejména počítačové hry, sociální sítě, internetové služby (různé formy chatu), virální videa, televize aj. Z výše uvedeného je zřejmé, že se jedná o psychickou závislost, nikoli o závislost fyzickou, ke které dochází při konzumaci běžných drog (alkohol atd.).*“ (Kopecký, 2011, online)

Mezi typické znaky netolismu patří ztráta kontroly nad časem, psychické projevy kam řadíme pocit prázdnoty, pokud člověk není u telefonu nebo počítače, rostoucí nervozita nebo neklid. Dalším znakem jsou psychosociální projevy, dochází



ke ztrátě dřívějších přátel, může také docházet k zanedbávání učení, a tudíž zhoršování prospěchu.

Young (in Kopecký, 2015, s. 100) rozděluje závislostní chování ve vztahu k internetu na 5 základních kategorií:

- Závislost na virtuální sexualitě
- Závislost na virtuálních vztazích
- Internetové kompulze – hraní online PC her, nakupování online
- Přetížení informacemi – nadměrné surfování na internetu
- Závislost na počítači – nadměrné hraní PC her

V současné době existuje i závislostní chování ve vztahu k Facebooku, jedná se o tzv. FAD – *Facebook Addiction Disorder*. Také závislost na mobilu má své pojmenování, jde o tzv. nomofobii – *no mobile phone phobia*, kdy je člověk nervózní, v případě že nemá u sebe telefon a nemá nad ním kontrolu.

Rizikové jevy se vyskytují všude kolem nás a působí na nás. Dospívající jsou nejvíce ohroženou skupinou, často i kvůli jejich vysoké aktivitě na internetu. Jak je zmíněno výše, je v této generaci velmi oblíbené sledování youtuberů. Youtubeři ať už záměrně či bezděčně prezentují rizikové formy chování. Jako příklad můžeme uvést aféru youtuberů z kanálu TvTwixx spojenou s vandalstvím, kdy mladíci vhodili petardu do autobusu, který byl následným výbuchem poničen (tn.cz, 2015, online). Existuje řada dalších rizikových jevů, které se často ve videích vyskytují. Veškeré takové projevy chování, nějakým způsobem zasahující do životů dětí a dospívajících jedinců, ovlivňují jejich smýšlení a chování, jelikož často považují youtubery za svoje vzory. Proto je cílem této práce zjistit pohled dospívajících na chování youtuberů ve virtuálním prostředí.

## **8 Výzkumné šetření**

### **8.1 Cíl práce**

Předchozí kapitoly umožňují teoretický pohled na problematiku této práce, která je zaměřená na pohled dospívajících na možnost vzniku rizikového chování prostřednictvím youtuberů. Z teoretické části vyplývá, že youtubeři a jejich tvorba jsou nedílnou součástí života dnešních dospívajících. Na základě tohoto poznatku byl stanoven cíl této bakalářské práce, ze kterého vycházejí dílčí cíle.

#### **Cíl práce:**

Cílem vlastního empirického šetření je zjistit pohled dospívajících na chování youtuberů ve virtuálním prostředí (v kontextu možného vzniku rizikového chování).

#### **Dílčí cíle práce:**

1. Zjistit, která videa na YouTube jsou nejvíce sledovaná dospívajícími jedinci.
2. Zjistit, zda respondenti vnímají prezentovaná videa jako inspirující.
3. Zjistit, zda respondenti vnímají prezentovaná videa jako zábavná.
4. Zjistit, zda respondenti vnímají prezentovaná videa jako slušná.
5. Zjistit, zda respondenti vnímají prezentovaná videa jako riziková.
6. Zjistit, jestli se respondentům prezentovaná videa líbí.
7. Zjistit, pohled respondentů na vybrané youtubery (v kontextu možného vzniku rizikového chování).

#### **Výzkumný problém:**

Jak vnímají zkoumaní respondenti prezentovaná videa a samotné youtubery v kontextu možného vzniku rizikového chování vyplývajícího z jejich sledování.

#### **Stanovené hypotézy:**

**H1:** Nadpoloviční většina zkoumaných respondentů nevnímá rizikové jevy ve videích jako závadné.

**H2:** Zkoumaní respondenti hodnotí záporně všechna prezentovaná videa youtuberů, v nichž se vyskytují rizikové jevy.

### **8.2 Výzkumná metoda**

Pro výzkumné šetření byla použita kvantitativní metoda formou dotazníku. Dotazník by měl mít podle Gavory (2010) tři části. Vstupní část seznamuje respondenty s dotazníkem, instrukcemi k vyplnění, s autorem či zadavatelem

dotazníku. Druhá část, sestává z vlastního výzkumu, kdy respondenti vyplňují, a třetí část je věnována poděkování.

V případě tohoto výzkumu vstupní část a poděkování za vyplnění bylo provedeno pouze ústní formou. Skrze připravenou prezentaci byli respondenti seznámeni se mnou jako autorem dotazníku a také postupem vyplňování dotazníku. Hlavní část dotazníku byla rozdělena na dvě sekce.

První sekce byla zaměřena na zjištění základních údajů o respondentech, na preference ohledně sociálních sítí a další otázky této sekce byly zaměřeny na četnost a důvod sledování videí youtuberů, vyjmenování třech oblíbených youtuberů, zda-li dotazovaným vadí rizikové jevy, které se ve videích objevují, a jestli je pro ně poté takové chování návodné. Je nutné zmínit, že vyplnění otázek 6 až 10 bylo podmíněno kladnou odpovědí na pátou otázku. Celý dotazník je pak k nahlédnutí v příloze.

Ve druhé sekci byl užit tzv. sémantický diferenciál, jehož autorem je Charles Osgood. Na webu click4survey (Jak měřit vnímání pojmů a postojů respondentů otázkou Sémantický diferenciál, 2016, online) je tato metoda popsána jako „*metoda měření intenzity psychologických a sociologických postojů respondenta k dané situaci.*“ Využívá se především k výzkumu trhu nebo ke zjišťování veřejného mínění. Sémantický diferenciál je tvořen škálami, které mohou měřit postoje respondenta vzhledem k myšlenkám, konceptům, předmětům, lidem, atd. Pomocí otázek se poté dozvídáme, kde se nachází postoj respondenta na škále mezi dvěma bipolárními adjektivy. (Jak měřit vnímání pojmů a postojů respondentů otázkou Sémantický diferenciál, 2016, online)

V dotazníku byl použit upravený sémantický diferenciál s vlastními adjektivy. Škály byly sedmistupňové a byly ohodnoceny od jedničky do sedmičky, kdy jednička zaujala první bod na škále a vyjádřila pozitivní postoj k dané věci, sedmička naopak vyjádřila negativní postoj. Ohodnocení bodů na škále sloužilo pouze pro účely vyhodnocení, v dotazníku nebylo nijak zobrazeno. Celkem bylo použito devět škál. Pět škál bylo užito pro vyjádření postoje k prezentovanému videu a čtyři škály byly užity k vyjádření postoje vzhledem k autorovi videa, tedy youtuberovi. Použité škály jsou k nahlédnutí v příloze.

### 8.3 Průběh výzkumného šetření

Na základě mnou zvoleného tématu práce, jsem po domluvě se svým vedoucím a konzultantem této práce, kterého vzhledem k jeho postavení nemohu uvést, ale patří mu velké díky za jeho pomoc a rady, zvolila výše zmíněnou metodu zkoumání pro zjištění postojů respondentů vzhledem k youtuberům a jejich videím.

Prezentovaná videa byla vybrána na základě heuristického fáze vlastního empirického šetření. V této fázi byli dotazováni žáci z níže uvedených škol, na to, které youtubery považují za oblíbené a naopak. Důležitým východiskem pro zkoumání byl také žebříček 77 nejvlivnějších Čechů na sociálních sítích. Tento žebříček byl vytvořen v období od ledna do června roku 2016, časopisem Forbes a obsadili ho z velké části právě youtuberi. První dvě příčky obsadili youtuberi Jirka Král a Teri Blitzen, což bylo impulsem k jejich zařazení do užšího výběru. Níže v tabulce je uveden původní výběr 14 youtuberů, mezi kterými se dále rozhodovalo o zařazení šetření.

**Tabulka č. 1: Výběr youtuberů**

1.	Jirka Král	8.	A Cup of style
2.	Teri Blitzen	9.	FattyPillowTv
3.	PeetaaTv	10.	Stejk
4.	MenT	11.	Týnuš Třešničková
5.	Shopaholic Nicol	12.	MajkJePán
6.	Kovy	13.	GetTheLouk
7.	VláďaVideos	14.	TvTwixx

Po zhlédnutí tvorby těchto youtuberů, bylo vybráno 6 youtuberů, kteří jsou z mého pohledu svojí tvorbou a stupněm rizikovosti tvorby rozdílní. Byl zpracován jejich krátký popis, popis jejich tvorby a důvod, proč byl daný youtuber vybrán do empirického šetření. Rovněž je důležité zmínit i počet odběratelů a zhlédnutí jejich videí. Uvedená čísla odběratelů a zhlédnutí videí jsou ze dne 21. 4. 2017, tudíž se čísla mohou lišit od skutečnosti, kdy je tato práce čtena. Zdrojem těchto čísel byl YouTube kanál každého youtubera, odkazy na hlavní kanály uvedených youtuberů jsou k dispozici v příloze 1. Vybraných 6 youtuberů je představeno níže.

## KOVY

Vlastním jménem Karel Kovář se narodil 11. září 1996 v Pardubicích. Studoval víceleté Gymnázium Pardubice Dašická, od roku 2016 studuje Fakultu sociálních věd Univerzity Karlovy v oboru marketing a PR (Kovy(youtuber), 2017, online). Na YouTube vlastní dva kanály. Kanál Gameballcz odebírá necelých 330 tisíc lidí a jeho hlavní kanál Kovy má téměř 452 tisíc odběratelů a necelých 52 milionů zhlédnutí videí. Je autorem let's play videí, která prezentuje na prvním kanále, ale dnes svoji tvorbu orientuje spíše na vlogy, skeče, parodie atd, které prezentuje na svém druhém kanále. Věnuje se tematickým videím převážně satirického charakteru, hovoří zde humorným způsobem o politice. V rozhovoru pro Radio Wave uvedl, že věří, že humor může být lákadlem pro mladé české diváky, aby je takové „nudné“ téma jako například politika, zajímalo. *„Třeba nedávno jsem mluvil o nebankovních půjčkách. Říkal jsem, že toto je téma, které je podceňované, ani na školách se nemluví moc o finanční gramotnosti. Zkusil jsem to tedy nakousnout. Myslím, že lidem se to líbilo, ale asi nejlepší pocit mám, když jim zároveň můžu něco předat.“* (Birizcová, online) Jak už bylo zmíněno, je autorem vlogů, a to především cestovních vlogů, například z USA, Japonska, Dublinu atd. Mnohým svým sledovatelům tak může ukázat země, které nikdy neviděli, nebo je inspirovat k jejich navštívení.

Z mého pohledu je tento youtuber inspirativní, má pozitivní vliv na svoje publikum a přináší něco nového a zajímavého pro mladé diváky, jeho videa mají určitý obsah a sdělení, což byl důvod k jeho zařazení do výzkumného šetření. Vybrané video přímo nevykazuje známky rizikových jevů.

## TERI BLITZEN

Vlastním jménem Tereza Hodanová se narodila 30. března 2000 v Říčanech u Prahy. Je studentkou jednoho z pražských gymnázií (Teri Blitzen, 2007, online). Její hlavní kanál má přes 430 tisíc odběratelů a její videa mají přes 64 milionů zhlédnutí. Její druhý kanál Teri Blitzen VLOGS, jak je z názvu vidět, je zaměřen pouze na vlogy, kterých zde má celkem sedm, i přesto tento kanál odebírá téměř 100 tisíc lidí. Její tvorba je založena především na beauty a fashion videích. V současnosti založila novou rubriku *selflove* tedy volně přeloženo sebeláska, do které by postupně měla přibývat videa s touto tematikou, tedy vztahu k sobě

samému. Sama zde hovoří o svých pocitech a problémech souvisejících s tímto tématem.

V žebříčku časopisu Forbes 77 nejvlivnějších Čechů na sociálních sítích se umístila na 2. místě, což byl důvod zařazení mladé youtuberky do šetření. Video bylo vybráno na základě možného přínosu či vlivu na především dívčí publikum. Jedná se o video z výše zmiňované rubriky *selflove*. Ve videu hovoří o své postavě a o pocitech spojených s vnímáním svých nedokonalostí.

## **TVTWIXX**

Sami o sobě píší na svém YouTube kanálu, že jsou dvojice bratrů, Danny Sonnleitner (21) a Andy Sonnleitner (19), často s nimi vystupuje ve videích i Kiril Kokorev (TVTwixx: Informace, ©2017, online). Jejich YouTube kanál odebírá něco málo přes 442 tisíc lidí a jejich videa mají necelých 107 milionů zhlédnutí. Známymi se stali po kauze s rozbitým autobusem, která je zmíněna v 7. kapitole. Video jsou především o všem, co se jim přihodilo, jak si z koho „vystřelili“, co rozbili, nebo o tom, jak jezdí rychle na svých motorkách. Často je však jejich chování za hranou slušnosti a spáchali již mnoho přestupků. Ve videu TvTwixx se objevuje více rizikových jevů, jako je například používání vulgarismů, zjevné lhaní, zesměšňování úřední osoby a zlehčování výkonu služby této osoby. Za rizikový jev je určitě možné považovat i omezování svobody spoluobčanů, přílišným hlukem v nočních hodinách. Z tohoto důvodu byli vybráni i do výzkumu, aby bylo zjištěno, jak vnímají jejich chování dospívající jedinci.

## **FATTYPILLOWTV**

Vlastním jménem Karel Sivák, se narodil 15. srpna 1992 v Třebíči, kde vystudoval střední hotelovou školu (Petrák, 2017b, online) Na YouTube začínal s hudební tvorbou pod přezdívkou Tlustej Karl a tehdy se věnoval hiphopu a rappu. 1.12. 2014 si založil kanál FattyPillowTv, který během 11 měsíců dosáhl přes 100 tisíc odběratelů. Dnes odebírá tento kanál přes 495 tisíc lidí a jeho videa mají více jak 153 milionu zhlédnutí. Jeho tvorba je zaměřena spíše na let's play videa, která vtipně komentuje, a streamování, tedy živá vysílání. Je známý především pro své charisma a humor, kterému se jedni náramně smějí a oceňují, že si ze sebe dokáže udělat legraci, druhým přijde trapný a nechutný.

Rizikové jevy v tvorbě youtubera FattyPillowTv se vyskytují poměrně frekventovaně. Ve vybraném videu používá téměř v každé větě vulgarismy, ale také zesměšňování, s ohledem na svou osobu zlehčuje zdravou stravu a zdravý životní styl a zlehčuje dobré mravy. Pro jeho slovník a břitké vystupování byl vybrán do výzkumného šetření.

## **TÝNUŠ TŘEŠNIČKOVÁ**

Pravým jménem Kristýna Třešňáková narozena 8. října 1995 v Liberci, kde i vystudovala tamější střední ekonomickou školu (Vančurová, 2016, online). Na svém kanále má přes 195 tisíc odběratelů a její videa čítají přes 27 milionů zhlédnutí. Ve zmiňovaném žebříčku časopisu Forbes se umístila na 62. místě. Její tvorba je zaměřena na fashion a beauty, velmi často ukazuje, co si koupila na sebe a jaké nové produkty používá. Tento typ videí, často inspiruje mladé slečny, ke koupi prezentovaných produktů, které jsou však někdy velmi drahé a tím tak pro řadu dívek nedosažitelné. Za rizikový jev ve vybraném videu by bylo možné považovat přehnané a chorobné nakupování oblečení a různých produktů, které často shromáždí, aniž by je využila. Z těchto důvodů byla Týnuš Třešničková vybrána jako další youtuberka do výzkumu.

## **JIRKA KRÁL**

Jiří Král se narodil 5. ledna 1990 v Brně. Vystudoval střední školu, poté pracoval u společnosti Tiscali Media (Petrák, 2017a, online). V roce 2012 si založil kanál na YouTube a od roku 2015 se youtuberství věnuje naplno. V současnosti jeho kanál odebírá 854,5 tisíce lidí a jeho videa mají dohromady necelých 209 milionů zhlédnutí. Jeho tvorba je založena především na natáčení let's play videí a vlogů, ať už se jedná o vlogy z běžných dnů nebo z cest. Za svoji „kariéru“ youtubera toho stihl už poměrně dost. Věnuje se dobročinné činnosti. Například prostřednictvím livestreamu, tedy živého vysílání, za 24 hodin vybral neuvěřitelných 307 725 korun, které poté putovaly na nemocniční přístroje pro Klinikou dětské chirurgie, ortopedie a traumatologie v Brně (Varga, 2015, online). Dále v nákupním centru Kotva v Praze nechal upravit tamější prostory ve třetím patře na prostor pro generaci Z, od toho i název - Zetko.. Především děti a dospívající si sem chodí hrát hry na xboxy, mohou si zde zkusit natočit své vlastní video, popovídat si s přáteli atp. Jirka také spolupracuje s pracovníky Avastu a společně přednášejí

na školách o bezpečí na internetu. Je na prvním místě ve zmiňovaném žebříčku nejvlivnějších Čechů na sociálních sítích. Jirka už není „jen“ youtuber, ale veřejně známá osobnost, která je inspirací pro řadu mladých lidí.

Avšak jako rizikový jev by bylo třeba zmínit i časté prezentování her a herních videí, čímž tak může být skrytě propagováno hráčství. Proto jsem i ve svém výzkumu chtěla zjistit, jak ho vnímají dospívající.

Pro výzkumné šetření jsem si vybrala školy, které jsem navštěvovala, jednalo se o Základní školu Františka Škroupa (dále jen základní škola) a víceleté Gymnázium, Pardubice, Dašická 1083 (dále jen gymnázium). Respondenty byli zvoleni žáci sedmé, osmé a deváté třídy těchto škol. Po telefonické domluvě se zástupci ředitelů vybraných škol, jsem ve smluvených vyučovacích hodinách byla očekávána pedagogy, kteří byli s výzkumným šetřením předem obeznámeni a rádi se ho zúčastnili jako pozorovatelé.

V každé třídě na víceletém gymnáziu proběhlo šetření zvlášť, v osmé a deváté třídě základní školy, kde bylo malé množství žáků, došlo ke spojení těchto tříd. Předem byla připravena prezentace, pro představení a zároveň poskytnutí potřebných informací k dotazníku, který byl žákům rozdán v papírové podobě na dvou oboustranně tištěných listech. Dotazníky byly přepsány do excelové tabulky k jejich přehlednějšímu zpracování. Žáci nejprve vyplnili první část a poté jim byl vysvětlen postup vyplňování škál. Následovalo představení a prezentace ukázek videí od vybraných youtuberů. Po každé ukázce měli žáci prostor na vyplnění škál a zároveň proběhla malá diskuze o youtuberovi a jeho tvorbě. Poté bylo respondentům poděkováno za jejich aktivitu malou sladkostí.

#### **8.4 Výzkumný vzorek**

Jak bylo uvedeno výše, respondenty byli žáci sedmých, osmých a devátých tříd základní školy a víceletého gymnázia. Celkový počet respondentů činil 122, kdy 2 z nich museli být vyřazeni, jelikož u nich bylo zřejmé nepochopení zadání s vyplňováním škál. Šetření se tedy platně zúčastnilo celkem 120 respondentů z toho 69 chlapců a 51 dívek, viz tabulka č. 2.



**Tabulka č. 2: Pohlaví respondentů**

Pohlaví	Počet	Procento
Chlapci	69	57,5
Dívky	51	42,5

**Tabulka č. 3: Rozdělení respondentů**

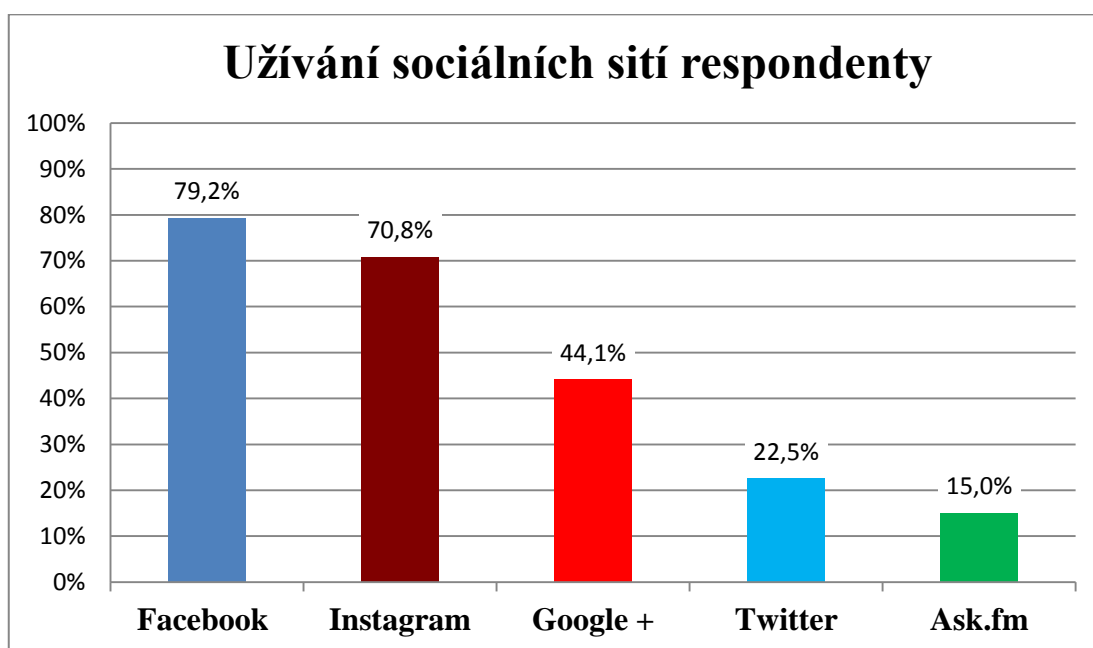
GYMNÁZIUM			
	7. třída	8. třída	9. třída
Chlapci	11	19	14
Dívky	15	7	14
ZÁKLADNÍ ŠKOLA			
	7. třída	8. třída	9. třída
Chlapci	12	6	7
Dívky	4	7	6

V tabulce číslo 3 je znázorněno rozložení respondentů vzhledem ke třídám a zároveň i školám. Jelikož se jednalo o žáky od sedmé do deváté třídy, věkové rozmezí respondentů bylo od 12 do 16 let věku, kdy 16. roku věku dosáhl pouze jeden respondent.

## 8.5 Vlastní výsledky výzkumného šetření

Jak bylo zmíněno výše, výzkum je rozdělen do dvou sekcí. První sekce je vlastní dotazníkové šetření, které obsahuje 10 otázek, z toho 3 otázky zaměřené na osobnost respondenta byly shrnuty v předchozí podkapitole - výzkumný vzorek.

**Graf 1: Užívání sociálních sítí respondenty**



## I. ČÁST

Čtvrtá otázka zjišťovala, jaké sociální sítě respondenti užívají. Vzhledem k tomu, že se odpovědi zřetelně nelišily vzhledem k věku či navštěvované škole, je uvedeno jen celkové porovnání užívání vybraných sociálních sítí. Otázka byla koncipovaná jako možnost více výběrů. Z grafu je vidět, že většina (79,2 %) respondentů má účet na sociální síti Facebook. Zajímavé ale bylo zjištění, že celkem 3 respondenti, kteří nedosáhli věkové hranice 13-ti let, která je nutná k registraci na tuto sociální síť, uvedli že ji užívají. Jednalo se o 2 chlapce a 1 dívku. Uživatelé Facebooku jsou zároveň velmi často i uživateli Instagramu, ale vyskytly zde i výjimky, kdy respondenti uvedli, že nevyužívají sociální síť Facebook, ale vlastní účet na Instagramu. Oblíbenou sociální sítí se také ukázal být Google+, který využívá 44,1 % respondentů.

V otázce číslo 5 bylo zjišťováno, zda respondenti sledují videa youtuberů. Celkem 111 ze 120 respondentů odpovědělo, že ano, tedy pouhých 9 z dotazovaných jejich videa nesleduje. Následující otázky pak vychází z celkového počtu 111 respondentů, jelikož odpovědi na tyto otázky byly podmíněny, kladnou odpovědí na otázku číslo pět.

Šestou otázkou bylo zjišťováno, zda videa youtuberů sledují každý den a jak dlouho. Dotazovaní mohli vybírat z možností, které jsou uvedeny v tabulce č. 4. Tyto možnosti byly zvoleny dle vlastního uvážení.

**Tabulka č. 4: Jak dlouho denně videa sledují**

<b>Jak dlouho</b>	<b>Počet</b>	<b>Procenta</b>
<b>Nesledují je každý den</b>	49	44,1
<b>Méně jak 1 hodinu denně</b>	27	24,3
<b>1-2 hodiny denně</b>	20	18,0
<b>2-3 hodiny denně</b>	11	9,9
<b>Více jak 3 hodiny denně</b>	4	3,6

Z tabulky je zřejmé, že téměř polovina, tedy 44,1 % dotazovaných videa nesleduje každý den. Méně jak hodinu u videí tráví 24,3 % respondentů, 1-2 hodiny denně pak 18 % dotazovaných, 2-3 hodiny denně sleduje videa 9,9 % z dotazovaných. A pouze 4 respondenti uvedli, že tráví u videí více jak 3 hodiny denně.

Sedmá otázka dotazníku byla otevřená a zjišťovala, proč respondenti videa youtuberů sledují. Respondenti nejčastěji odpovídali, že videa sledují z toho důvodu, že se nudí nebo se chtějí pobavit. Někteří z nich, a to především žáci víceletého gymnázia, odpovídali, že u sledování videí si odpočinou po náročném dni ve škole. Dívky často videích hledají inspiraci, jelikož jsou kreativní. Chlapci naopak sledují především herní videa (let's play) a získávají tak strategie her. Mezi časté odpovědi také patřilo, pouštění videí jako zvukové kulisy. Někdo sleduje videa, aby se dozvěděl o novinkách u svých oblíbených youtuberů nebo ho zajímají jejich názory. Někteří respondenti jsou odběrateli zahraničních youtuberů, tudíž sledují jejich videa pro zlepšení angličtiny.

Dále byli v dotazníku zjišťováni oblíbení youtubeři. Mezi dívkami a chlapci byl jednoznačně nejoblíbenější youtuber Kovy. U chlapců byl pak velmi oblíbený FattyPillowTV. Dále byl vícekrát zmíněn MenT, MikeJePan a Agraelovo Let's Play Šílenství. V odpovědích se objevovali youtubeři s videy s herní tematikou, tedy let's playeri. Mezi dívkami byla po Kovym velmi oblíbená Shopaholic Nicol, ale i kanál s názvem Jmenuju se Martin. Dívky preferovaly spíše youtuberky, které natáčejí beauty nebo fashion videa, zmiňovaly GetTheLouk, Stylewithme, ze zahraničí Zoellu nebo Bethany Mota. Často však vybíraly i z řad youtuberů jako VladaVideos, MenT, Stejk, DenisTV apod.

**Tabulka č. 5: Rizikové jevy ve videích**

<b>Odpověď</b>	<b>Počet</b>	<b>Procenta</b>
<b>Ano</b>	54	48,7
<b>Ne</b>	51	45,9
<b>Žádná</b>	6	5,4

Tabulka č. 5 znázorňuje odpovědi na otázku, zda dotazovaným vadí, když se ve videích vyskytují rizikové jevy. Výsledkem byla tedy téměř rovnováha, mezi kladnými a zápornými odpověďmi. 6 respondentů nezaškrtno ani jednu z nabízených možností (ano, ne). Zajímavé je, že odpověď NE volili spíše chlapci.

Poslední otázka z první části zjišťovala, zda-li je pro respondenty, rizikové chování youtuberů návodné. Tato otázka byla otevřená a dotazovaní mohli krátce uvést své názory. Nejčastěji se však shodovali na tom, že pro ně takové chování návodné není a ignorují jej, ale pro mladší děti návodné být může. Někteří jedinci rizikové chování youtuberů odsuzují. Pro některé jedince jsou snesitelné vulgarity, které jim připadají vtipné, ale například užívání násilí, alkoholu nebo cigaret jim ve videích vadí. Častá odpověď byla také „*je mi to jedno*“ nebo „*každý si může dělat, co chce*“. Někdo taková videa vypíná, nebo je vůbec nesleduje.

## **II. ČÁST**

Jak bylo uvedeno výše, tato část byla zaměřena na zjišťování postojů dospívajících na vybraná videa a youtubery. K danému videu youtubera jsou vždy uvedeny postoje dívek a chlapců zvlášť a postoje k youtuberovi jako osobnosti jsou též rozděleny dle pohlaví. Tabulky, které znázorňují postoje k videu, jsou modré barvy. Tabulky znázorňující pohled na youtubera jako osobu jsou barvy fialové.

**Tabulka č. 6: Kovy video**

CHLAPCI		DÍVKY	
Položka	Postoj	Položka	Postoj
Inspirující/Neinspirující	2,9	Inspirující/Neinspirující	1,6
Zábavné/Nudné	2,9	Zábavné/Nudné	1,9
Slušné/Vulgární	1,5	Slušné/Vulgární	1,2
Neškodné/Rizikové	1,5	Neškodné/Rizikové	1,1
Líbí/Nelíbí	2,5	Líbí/Nelíbí	1,4

I přesto, že bylo vybráno video s cestovatelskými radami, které jsou zdánlivě pro tuto skupinu respondentů málo využitelné, bylo vnímáno velice pozitivně. Někteří dokonce po skončení videa tvrdili, že jej mohou využít při cestování s rodiči a někdy typy youtuberů dále předávají nebo pouštějí svým rodičům.

Horší průměr u prvních dvou položek v případě chlapců byl nejspíše zapříčiněn chlapci z osmé a deváté třídy základní školy, kdy velmi často volili na stupnici body 3 a 4. Naopak u dívek se pohledy nijak zvlášť nelišily.

Kovyho video bylo tedy hodnoceno jako zábavné, velmi inspirující, slušné a víceméně neškodné. Tento výsledek hodnocení byl předpokládána následně potvrzen.

**Tabulka č. 7: Kovy youtuber**

CHLAPCI		DÍVKY	
Položka	Postoj	Položka	Postoj
Inspirující/Neinspirující	2,3	Inspirující/Neinspirující	1,8
Chytrý/Hloupý	1,8	Chytrý/Hloupý	1,4
Slušný/Vulgární	1,5	Slušný/Vulgární	1,4
Sympatický/Nesympatický	1,8	Sympatický/Nesympatický	1,3

Kovyho vystupování, bylo hodnoceno jako velmi slušné, a pro řadu respondentů inspirativní. Je vnímán jako chytrý a sympatický mladý muž. Respondenti ho tedy vnímají velmi pozitivně.

Zajímavé je, že u Kovyho se nevyskytlo téměř žádné negativní hodnocení a zároveň všichni respondenti, bez rozdílu třídy či pohlaví ho hodnotili velmi

pozitivně a relativně stejně. Během diskuzí hodnotili kladně především jeho zábavné vystupování a vlogy z cest. Když jsem se ptala žáků z víceletého gymnázia, jak ho vnímali během studia, všichni se shodli na tom, že se Karel alias Kovy choval zcela přirozeně a všichni ho brali jako svého rovnocenného spolužáka. Pedagogové na něj měli podobný názor, jeden z nich ho dokonce učil tři roky a teprve v maturitním ročníku zjistil, že je Karel v tu dobu již poměrně slavný youtuber.

**Tabulka č. 8: Teri Blitzen video**

CHLAPCI		DÍVKY	
Položka	Postoj	Položka	Postoj
Inspirující/Neinspirující	5,1	Inspirující/Neinspirující	3,5
Zábavné/Nudné	6,0	Zábavné/Nudné	4,5
Slušné/Vulgární	1,9	Slušné/Vulgární	1,6
Neškodné/Rizikové	3,0	Neškodné/Rizikové	2,0
Líbí/Nelíbí	5,7	Líbí/Nelíbí	4,0

U tohoto videa byl vidět rozdílný postoj chlapců a dívek. Chlapci video viděli spíše jako nudné a nelíbilo se jim. Děvčata ho vnímala spíše jako inspirující. Pro obě pohlaví bylo toto video slušné a neškodné.

**Tabulka č. 9: Teri Blitzen youtuberka**

CHLAPCI		DÍVKY	
Položka	Postoj	Položka	Postoj
Inspirující/Neinspirující	5,1	Inspirující/Neinspirující	3,3
Chytrý/Hloupý	4,5	Chytrý/Hloupý	2,6
Slušný/Vulgární	2,1	Slušný/Vulgární	1,6
Sympatický/Nesympatický	4,4	Sympatický/Nesympatický	3,4

Pohled chlapců na Teri Blitzen jako youtuberku byl jednoznačný, Teri je pro ně spíše neinspirující, což lze pochopit vzhledem k její tvorbě, zaměřené spíše na dívky, ale zároveň ji vnímají jako slušnou, sympatie k ní nejsou nijak výrazné. Pro dívky je naopak Teri spíše inspirující, vnímají ji jako chytrou, slušnou a sympatickou youtuberku.

Během diskuzí bylo vidět, že sympatie k této youtuberce chovají především žáčky sedmých tříd, jinak její oblíbenost mezi ostatními nebyla tak vysoká, spíše

neutrální. Vzhledem k tomu kolik odběratelů a jak velká je její popularita, výsledky nejsou tak pozitivní, jak by například u dívek bylo možno očekávat a spíše směřují k neutrálnímu postoji, což je nejspíše zapříčiněno i cílovou skupinou jejich sledovatelů, kterými jsou především právě dívky, které jsou mladší 12-ti let.

**Tabulka č. 10: TvTwixx video**

CHLAPCI		DÍVKY	
Položka	Postoj	Položka	Postoj
Inspirující/Neinspirující	5,2	Inspirující/Neinspirující	6,3
Zábavné/Nudné	3,8	Zábavné/Nudné	4,8
Slušné/Vulgární	5,1	Slušné/Vulgární	5,5
Neškodné/Rizikové	5,1	Neškodné/Rizikové	5,4
Líbí/Nelíbí	4,3	Líbí/Nelíbí	5,6

Video těchto chlapců bylo oběma pohlavími vnímáno relativně stejně jako spíše vulgární a rizikové, zároveň bylo pro obě pohlaví takové chování neinspirující. Dívkám se video spíše nelíbilo a chlapci jej vnímali neutrálně. V průběhu šetření ve třídách byly reakce chlapců relativně stejné, často se shodovali na tom, že video je zábavné lze říci, že i vtipné, ale závěrem pro ně bylo, že takové chování není přípustné. Důvod proč se youtubeři ve videu takto chovají, spatřovali ve větší sledovanosti, díky které jim plynou peníze.

**Tabulka č. 11: TvTwixx youtubeři**

CHLAPCI		DÍVKY	
Položka	Postoj	Položka	Postoj
Inspirující/Neinspirující	5,4	Inspirující/Neinspirující	6,1
Chytrý/Hloupý	5,4	Chytrý/Hloupý	5,8
Slušný/Vulgární	5,3	Slušný/Vulgární	5,8
Sympatický/Nesympatický	4,8	Sympatický/Nesympatický	5,2

Chlapci z toho kanálu jsou vnímáni oběma pohlavími spíše negativně. Respondetům připadají jako spíše hloupí, vulgární a neinspirativní. Pro dívky jsou spíše nesympatičtí. V I. části dotazníku byli tito youtubeři několikrát vybráni jako

oblíbení. Jak bylo uvedeno výše, jejich chování a videa některé chlapce pobaví, ale rizikovost jejich chování si uvědomují a není pro ně návodná.

**Tabulka č. 12: FattyPillowTV video**

CHLAPCI		DÍVKY	
Položka	Postoj	Položka	Postoj
Inspirující/Neinspirující	4,1	Inspirující/Neinspirující	6,1
Zábavné/Nudné	1,9	Zábavné/Nudné	3,9
Slušné/Vulgární	5,5	Slušné/Vulgární	5,6
Neškodné/Rizikové	4,0	Neškodné/Rizikové	4,2
Líbí/Nelíbí	2,5	Líbí/Nelíbí	4,9

Ve chvíli, kdy bylo video spuštěno a youtuber promluvil, ihned bylo očividné pobavení respondentů, především z řad chlapců, ale i dívek, spíše dívek z osmých a devátých tříd. Postoje k zábavnosti videa, které jsou zobrazené v tabulce č. 12, korespondují s vyjádřením se třídy v průběhu šetření. I přesto, že se chlapcům video líbilo, vnímali jeho vulgárnost stejně jako dívky. Avšak jako rizikové ho respondenti neoznačili.

**Tabulka č. 13: FattyPillowTv youtuber**

CHLAPCI		DÍVKY	
Položka	Postoj	Položka	Postoj
Inspirující/Neinspirující	4,0	Inspirující/Neinspirující	6,0
Chytrý/Hloupý	4,2	Chytrý/Hloupý	5,4
Slušný/Vulgární	5,7	Slušný/Vulgární	5,7
Sympatický/Nesympatický	3,1	Sympatický/Nesympatický	5,0

Youtuber FattyPillowTv je vnímán pozitivněji spíše chlapci, jak bylo uvedeno výše, avšak jeho oblibě se těšily i některé dívky osmých a devátých tříd. Jeho vulgární projevy vnímají obě pohlaví. Dívkami je považován za spíše hloupého, nesympatického a neinspirujícího. Pro chlapce je naopak FattyPillowTv sympatickým youtuberem, u kterého zaujímají neutrální postoj k jeho inspirativnosti.



**Tabulka č. 14: Týnuš Třešničková video**

CHLAPCI		DÍVKY	
Položka	Postoj	Položka	Postoj
Inspirující/Neinspirující	6,3	Inspirující/Neinspirující	4,9
Zábavné/Nudné	6,5	Zábavné/Nudné	5,0
Slušné/Vulgární	2,7	Slušné/Vulgární	1,4
Neškodné/Rizikové	3,8	Neškodné/Rizikové	2,0
Líbí/Nelíbí	6,5	Líbí/Nelíbí	4,6

Vzhledem k tomu jaké typy videí Týnuš Třešničková natáčí je pochopitelný postoj chlapců k tomuto videu z hlediska inspirativnosti, tedy pro chlapce neinspirativní. Prezentované video se chlapcům nelíbilo, i během diskuze neprojevovali zájem z hlediska obsahu, někteří projevili zájem o osobu youtuberky během diskuze. Video se chlapcům nelíbilo, avšak vnímali, že video je slušné a relativně neškodné. Dívek postoj k videu nebyl také příliš pozitivní, i přesto, že video bylo o novém oblečení, které si youtuberka pořídila, řadě dívek se video nelíbilo bylo pro ně spíše neinspirativní a nudné.

**Tabulka č. 15: Týnuš Třešničková youtuberka**

CHLAPCI		DÍVKY	
Položka	Postoj	Položka	Postoj
Inspirující/Neinspirující	6,3	Inspirující/Neinspirující	4,8
Chytrý/Hloupý	5,1	Chytrý/Hloupý	4,4
Slušný/Vulgární	2,6	Slušný/Vulgární	1,3
Sympatický/Nesympatický	5,3	Sympatický/Nesympatický	4,3

Týnuš Třešničková byla chlapeckou částí respondentů vnímána jako neinspirativní, spíše hloupá a nesympatická, i když někteří chlapci projevovali zájem o její osobu. Zároveň je chlapci vnímána jako slušná. Dívky k této youtuberce zaujaly relativně neutrální postoj, který byl očividný i během výzkumného šetření. Slušné vystupování vnímali i děvčata.

**Tabulka č. 16: Jirka Král video**

CHLAPCI		DÍVKY	
Položka	Postoj	Položka	Postoj
Inspirující/Neinspirující	4,3	Inspirující/Neinspirující	4,6
Zábavné/Nudné	4,3	Zábavné/Nudné	4,6
Slušné/Vulgární	1,6	Slušné/Vulgární	1,4
Neškodné/Rizikové	1,8	Neškodné/Rizikové	1,9
Líbí/Nelíbí	4,1	Líbí/Nelíbí	4,3

Jirkovo video, tedy vlog byl oběma pohlavími vnímán relativně stejně a to, neutrálně vzhledem k jeho inspirativnosti, zábavnosti a oblibě. Video vnímali zároveň jako neškodné a slušné.

**Tabulka č.: 17: Jirka Král youtuber**

CHLAPCI		DÍVKY	
Položka	Postoj	Položka	Postoj
Inspirující/Neinspirující	3,9	Inspirující/Neinspirující	4,0
Chytrý/Hloupý	2,4	Chytrý/Hloupý	2,7
Slušný/Vulgární	1,7	Slušný/Vulgární	1,6
Sympatický/Nesympatický	3,0	Sympatický/Nesympatický	3,4

Jirka jako youtuber je vnímán většinou respondentů jako chytrý, slušný a sympatický. Vystupování Jirky se respondentům líbí, ale vnímají ho spíše jako youtubera pro nižší věkovou kategorii. Kluci preferují spíše jeho let's play videa než vlogy a jiné formáty.

## 8.6 Vyhodnocení výzkumného šetření

Celkem se dotazníkového šetření zúčastnilo 122 respondentů, z toho 2 dívky musely být vyřazeny, jelikož měly vyplněny špatně II. část dotazníkového šetření. Respondenty byli žáci sedmé, osmé a deváté třídy Základní školy Františka Škroupa a víceletého Gymnázia Pardubice Dašická. Jednalo se celkem o 69 chlapců a 51 dívek a věkové rozmezí těchto respondentů bylo od 12 do 16 let věku. Dotazník byl rozdělen na dvě části – Část I., zkoumala základní údaje o žákovi a zároveň údaje

o sledování youtuberů. Část II. poté zjišťovala postoje k vybraným videím a youtuberům.

Respondenti užívají nejvíce sociální síť Facebook, jedná se o 79,2 % z toho 3 respondenti byli mladší 13-ti let, tedy nedosáhli hranice věku, která je nutná pro registraci. Sociální síť Instagram pak užívá 70,8 % dotazovaných. Na Google+ má svůj účet 44,1 % dotazovaných, na Twitteru má vlastní profil 22,5 % respondentů a nejméně dotazovaných, tedy 15 %, má vlastní profil na Ask.fm.

Videa youtuberů jsou respondenty velice oblíbená, jelikož pouhých 9 z celkových 120, jejich videa nesleduje, ti poté neodpovídali na další otázky z I. Části dotazníku.

Vzhledem k vybranému rozpětí odpovědí (viz. tabulka č. 4) , bylo zjištěno, že téměř polovina respondentů (44,1 %) videa youtuberů nesleduje každý den. Méně jak hodinu denně je sleduje 24,3 % dotazovaných, 1-2 hodiny denně tráví sledováním videí youtuberů 18 % respondentů, 2-3 hodiny denně pak 9,9 % respondentů a více jak 3 hodiny denně věnuje sledování těchto videí 3,6 % dotazovaných.

Ke sledování videí respondenty vede nejčastěji nuda, nebo si je rádi zapnou pro pobavení, zasmání, ale i jako zvukovou kulisu při jiné činnosti. U některých žáků víceletého gymnázia je sledování youtuberů prostředek odpočinku po náročném dni. Dívky videa sledují, pokud se chtějí inspirovat a rozvíjet svou kreativitu, sledují tzv. DIY videa. Chlapci se naopak přiklání k videím s herní tematikou, kde se inspiroují strategiemi youtuberů. Pro některé respondenty je sledování youtuberů i prostředek vzdělávání se, neboť sledováním zahraničních youtuberů se mohou zlepšovat v anglickém jazyce. Často jako důvod sledování videí uváděli respondenti touhu dozvědět se více o samotném youtuberovi, novinky z jeho života, co si koupil na sebe atp.

Výrazně nejoblíbenějším youtuberem u všech respondentů je Kovy. Mezi chlapci je velmi oblíbený FattyPillowTV, Ment, MajkJePan a Agraelovo Let's Play Šílenství. Celkově chlapci zmiňovali youtubery, kteří točí videa s herní tematikou. Mezi děvčaty je velmi oblíbená Shopaholic Nicol, nebo kanál Jmenuju se Martin. Děvčata preferují videa o líčení, nebo módě. Mezi jejich další oblíbené youtuberky patří například GetTheLouk, Stylewithme nebo ze zahraničí Zoella či Bethany Mota. U dívek jsou oblíbení i youtuberi, například VladaVideos, MenT, Stejk, DenisTV.

Rizikové jevy ve videích vadí 54 dotazovaným, tyto jevy nevadí 51 respondentům a 6 dotazovaných se k výskytu rizikových jevů ve videích youtuberů nevyjádřilo.

Pro respondenty některé rizikové chování youtuberů ve videích není návodné, ale zmiňovali, že by mohlo být návodné pro mladší děti. Někteří respondenti odsuzují takové chování a některým naopak připadá vtipné, někteří k rizikovému chování zaujímají neutrální postoj, nebo taková videa vypínají. Pro některé respondenty jsou ještě přijatelné vulgarity, ale například alkohol, cigarety nebo násilí je již zásadně odmítáno.

II. Část výzkumného šetření zjišťovala postoje respondentů k prezentovaným videím a jejich autorům. Jejich postoje byly vyjadřovány pomocí škál. U videa bylo vždy použito 5 škál, u youtubera, tedy autora videa, byly vždy škály 4. Jejich forma je k nahlédnutí v příloze.

Většina respondentů jako inspirující vnímala především video od Kovyho, ve kterém prozrazuje tipy na levné cestování. Většina respondentů vnímala video youtuberů z kanálu TvTwixx jako velmi neinspirativní, dále se relativně všichni respondenti shodli na neutrálním postoji, s ohledem na inspirativnost, k videu Jirky Krále. Pro dívky bylo inspirativní video od Teri Blitzen, která ve videu hovoří o pocitech spojené s její postavou v průběhu dospívání. Dívky vnímaly video Týnuš Třešnickové, ve kterém prezentuje své nově nakoupené oblečení, jako inspirující. Neutrálně, avšak jako velmi neinspirativní dívky vnímaly video od youtubera FattyPillowTV. Chlapci bylo naopak video od Teri Blitzen a Týnuš Třešnickové vnímáno pochopitelně spíše jako neinspirativní a k videu od youtubera FattyPillowTV zaujali neutrální postoj.

Jako zábavné přišlo oběma pohlavím video od Kovyho. Ani zábavné, ani nudné jim nepřišlo video od TvTwixx a Jirky Krále. Chlapci byli pobaveni videem od youtubera FattyPillowTV, avšak jako nudné vnímali, stejně jako u předchozího hodnocení, video od Teri Blitzen a Týnuš Třešnickové. Pro dívky bylo video Týnuš Třešnickové také spíše nudné. Video od Teri Blitzen a FattyPillowTV jim nepřišlo ani zábavné, ani nudné.

Videa od TvTwixx a FattyPillowTV byla vnímána jako velmi vulgární většinou respondentů. Zbylá videa byla vnímána oběma pohlavími velmi podobně a o jako spíše slušná.

Jako rizikové bylo vnímáno chlapci a dívkami především video od youtuberů z TvTwixx. Neutrální postoj zaujala většina respondentů k videu od youtubera FattyPillowTv, až na několik jedinců, kteří označili jeho video bodem 7, tedy za velmi rizikové. Jako neškodné nebo spíše neškodné bylo pak označeno video od Kovyho, Teri Blitzen, Týnuš Třešničkové a Jirky Krále.

Video od Kovyho se líbilo téměř všem respondentům, málo kdy se u jeho videa objevovali zaškrtnuté body s vyšší hodnotou. Neutrální postoj zaujala většina respondentů vzhledem k videu od Jirky Krále. Dívkám se spíše nelíbilo video od FattyPillowTv a TvTwixx, zároveň zaujali neutrální postoj k videu od Týnuš Třešničkové a Teri Blitzen. Chlapcům se naopak video od Týnuš Třešnišové a Teri Blitzen nelíbilo. Neutrální postoj zaujali k videu od TvTwixx. Video od Fattyho se jim spíše líbilo.

Ve výzkumném šetření byl zjišťován i pohled respondentů na vybrané youtubery jako osobnosti.

Kovy je vnímán většinou respondentů, stejně jako jeho videa, velmi pozitivně ve všech oblastech zkoumání. Tedy jako inspirující, chytrý, slušný a sympatický youtuber. Což souvisí s jeho všeobecnou tvorbou. Žáci souhlasili s tím, že jeho videa jim něco přinášejí, mají určitý obsah a rádi se na jeho videa dívají. Kovy byl v průběhu jeho studia na víceletém gymnáziu vnímán jako normální spolužák, nebyl tamější hvězdou, jak by se dalo předpokládat.

Teri Blitzen je především dívkami vnímána pozitivně, jako chytrá, slušná a inspirující. Během diskuze se však často našly i dívky, kterým Teri Blitzen není příliš sympatická. Pro chlapce je Teri Blitzen neinspirující, ale vnímají ji jako slušnou.

Youtubeři z kanálu TvTwixx byli známí mezi mými respondenty především „díky“ již zmiňované kauze s autobusem, respondenti se nad tím většinou poušmáli, avšak s takovým chováním se neztotožňovali, spíše jej kritizovali. Postoje (viz. tabulka č. 11) k těmto youtuberům jsou relativně podobné u chlapců a dívek, jsou vnímáni jako neinspiující spíše hloupí, vulgární a nesympatičtí. Našli se i jedinci, kterým jejich videa přijdou zábavná, ale tvrdili, že by nikdy nic takového neudělali.

FattyPillowTv rozdělil povětšinou třídy na dvě skupiny, kdy jeho fanoušci tvořili větší část a jen několik málo jedinců se vyjádřilo negativně k jeho tvorbě. Pro respondenty je tento youtuber velmi zábavný. Při diskuzi o jeho vzhledu se

k jeho tloušťce většinou nevyjadřují nebo ji berou jako přednost, ze které si dělá srandu. Nebyly tedy patrné žádné předsudky vůči jeho postavě, ba naopak často třídou zaznívalo „*jeee faty*“ „*fatík*“. Fatty je také znám pro svoji vulgárnost, o které respondenti vědí a vědí, že není správné, aby se takto člověk vyjadřoval na internetu, současně odpovídali, „*to k němu prostě patří*“, „*je to komediant*“. Pokud se však podíváme do tabulky č. 13, je zde očividné, že dívky ho ve všech ohledech vnímají negativně, tedy jako neinspirujícího, hloupého, vulgárního a nesympatického. Chlapcům je tento youtuber spíše sympatický, ale nezaujímají žádný postoj k jeho inspirativnosti či chytrosti.

Při zhlédnutí videa Týnuš Třešnickové, se často třídou ozývalo „*ježiš*“ nebo chichotání chlapců. Je pochopitelné, že chlapci její tvorbu označili jako neinspirující, nudnou a je pro ně nesympatická, ale dle jejich názoru se vyjadřuje slušně. Dívky k ní mají spíše neutrální postoj.

Jirka Král je vnímán pozitivně oběma pohlavími, jako chytrý, slušný a sympatický. O Jirkovi se často respondenti vyjadřovali, že svoji tvorbu cílí spíše na mladší diváky. Chlapce spíše zajímají jeho let's play videa, ale vlogy jim přijdou nudné. Jeho charitativní činnost vnímají velmi pozitivně.

Největší dojem vzbudil v každé třídě FattyPillowTv, k němuž se dotazovaní vyjadřovali nejvíce ze všech prezentovaných youtuberů. Na závěr proběhla v každé třídě menší diskuze. V diskuzích jsem se dozvěděla, že alespoň tři žáci z každé třídy natáčejí a sdílejí svá videa na YouTube. Youtubery vnímají i jako marketingové prostředky firem, které míří reklamami skrze youtubery na cílové skupiny možných odběratelů jejich produktů. Respondenti práci youtuberů často nevnímají tak, že videa natáčejí pro zábavu, ale spíše pro výdělek, neboť na otázku, proč si myslí, že chlapci z TvTwixx přidávají videa, která mají negativní, zesměšňující a rizikový obsah, bylo odpovězeno, že důvodem jsou *views* tedy počet zhlédnutí, z nichž mají příjem. Velmi intenzivně respondenti vnímají kvalitu natočených videí, „*když je to v háděčku sem spokojenej*“, HD je stupeň vysoké kvality obrazu. Při výběru youtuberů, kterým věnují svůj zájem, se orientují i dle počtu odběratelů. Rizikové chování youtuberů si často uvědomují, ale spíše jim přijde nevhodné pro malé děti, rozhodně jej nevnímají jako návodné pro ně samé, či jejich věkovou skupinu.

**Pro tuto práci byly stanoveny dvě hypotézy:**

**H1: Nadpoloviční většina zkoumaných respondentů vnímá rizikové jevy ve videích jako závadné.**

Tato hypotéza byla potvrzena. Jelikož nadpoloviční většina, tedy 54 respondentů odpovědělo kladně na otázku, zda-li jim vadí, když se ve videích vyskytují rizikové jevy (viz. tabulka č. 5)

**H2: Zkoumaní respondenti hodnotí záporně všechna prezentovaná videa youtuberů, v nichž se vyskytují rizikové jevy.**

Tato hypotéza byla vyvrácena. Za rizikové označili respondenti pouze video od TvTwixx, ve kterém se vyskytuje lhaní, zesměšňování úřední osoby a zlehčování výkonu funkce této osoby. Během diskuze se respondenti shodovali často na faktu, že video je sice zábavné a vtipné, ale závěrem pro ně bylo, že takové chování není přípustné. Rizikovitost byla chlapci průměrně označena hodnotou 5,1, dívkami průměrnou hodnotou 5,4 (viz. tabulka č. 10).

Vulgarity jako rizikový jev byly spatřovány respondenty ve videu od TvTwixx s průměrnou hodnotou 5,1 a u dívek byla hodnota 5,5. Dále jako vulgární video spatřovali respondenti video youtubera FattyPillowTv, chlapci bylo označeno jako vulgární průměrnou hodnotou 5,5 a dívkami průměrnou hodnotou 5,6 (viz tabulka č. 12), avšak video youtubera FattyPillowTv nebylo vnímáno jako rizikové.

Ostatní videa byla hodnocena na škále rizikovitosti spíše v levé části, byla tedy označována jako neškodná.

## ZÁVĚR

Tato práce se věnovala novodobému fenoménu youtuberství jako součásti životů dnešních dospívajících jedinců. Teoretická část bakalářské práce řešila období dospívání a s ním spojený vývoj identity včetně její transformace v prostředí internetu. Dále se zaměřovala na popis socializačních činitelů, které jsou nedílnou součástí vývoje jedince. Důležitou částí byl také popis sociální interakce a komunikace v online prostředí, s čímž souvisel rozbor sociálních médií s důrazem na YouTube a s ním spojeným novým fenoménem youtuberství. V neposlední řadě se zabývala rizikovými jevy ve virtuálním prostředí.

Vzhledem k neprobádanosti tohoto tématu přineslo výzkumné šetření práce zajímavá fakta. Z výzkumů a vlastního výzkumného šetření vyplývá, že youtubeři se stali nedílnou součástí dnešních dospívajících jedinců. Pozitivním zjištěním bylo, že téměř polovina dotazovaných nesleduje videa každý den. Youtubeři, kteří byli zvoleni mými respondenty jako oblíbení, relativně korespondují s již zmiňovaným žebříčkem časopisu Forbes 77 nejvlivnějších Čechů na sociálních sítích, kde právě youtubeři obsadili většinu míst. V případech, kdy by byl youtuber pozitivním vzorem dospívajícím, není nutné hledat v tomto novém fenoménu problém. Stále však, jako všechny fenomény či trendy, přináší i tento svá rizika.

Cílem vlastního empirického šetření bylo zjistit pohled dospívajících na chování youtuberů ve virtuálním prostředí (v kontextu možného vzniku rizikového chování). Respondenty výzkumného šetření byli žáci sedmých, osmých a devátých tříd Základní školy a Mateřské školy Františka Škroupa a Gymnázia, Pardubice, Dašická, 1083. Šetření bylo provedeno metodou dotazníkového šetření s užitím škálových otázek, bylo rozděleno do dvou částí. V první části byly zjišťovány preference ohledně sociálních sítí, četnost a důvod sledování videí youtuberů, oblíbení youtubeři, dále bylo zjišťováno zda-li dotazovaným vadí rizikové jevy ve videích a jestli je chování youtuberů pro ně návodné. Ve druhé části byly užity škálové otázky, které zjišťovaly postoje respondentů vzhledem k prezentovaným videím a tvůrcům těchto videí, tedy youtuberům. Videia youtuberů byla vybrána na základě jejich stupně rizikovosti.

Vzhledem k výsledkům, které výzkumné šetření přineslo, lze zkonstatovat, že dospívající vnímají negativně youtubery, kteří vykazují zřejmé rizikové formy chování. Avšak rizikové jevy, které se v prezentovaných videích vyskytovaly, jako



například přílišné nakupování nebo propagace hráčství, nebyly respondenty vnímány. Rizikové chování ve videích vychází z běžného života, zároveň je propojeno s virtuálním světem a rizik z něho vyplývajících, to je například kyberšikana, kyberstalking nebo netolismus. Rizikové formy chování ve virtuálním prostředí byly popsány v sedmé kapitole teoretické části této práce.

Dovolím si tedy říci, že tento nový fenomén doby, můžeme označit za rizikový především pro dospívající, jelikož řada negativních jevů, které se ve videích vyskytují, mohou mít neblahé následky.

### **Závěr – doporučení pro praxi:**

Vzhledem k tomu, že youtuberství je doposud ne příliš probádaný fenomén, uvádím ve své práci doporučení, která by mohla pomoci při jeho dalším zkoumání.

- zaměřit se na pohled dětí na tento fenomén
- zaměřit se více na rozdíly vnímání youtuberství mezi žáky různých typů škol
- zaměřit se na možné následky sledování videí youtuberů
- zaměřit se na pohled youtuberů a jejich možný vliv na své sledovatele

## Tištěné zdroje

CARR-GREGG, Michael. *Psychické problémy v dospívání*. Přeložil Denisa ŠMEJKALOVÁ. Praha: Portál, 2012, 142 s. ISBN 978-80-262-0062-8.

ČAČKA, Otto. *Psychologie duševního vývoje dětí a dospívajících s faktory optimalizace*. Brno: Doplněk, 2000, 377 s. ISBN 80-7239-060-0.

DEVITO, Joseph A. *Základy mezilidské komunikace*. Praha: Grada, 2001, 420 s. ISBN 80-7169-988-8.

DUFFKOVÁ, Jana, Lukáš URBAN a Josef DUBSKÝ. *Sociologie životního stylu*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2008, 237 s. Vysokoškolské učebnice. ISBN 978-80-7380-123-6.

GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výzkumu*. 2., rozš. české vyd. Brno: Paido, 2010, 261 s. ISBN 978-80-7315-185-0.

HELUS, Zdeněk. *Sociální psychologie pro pedagogy*. Praha: Grada, 2007, 280 s. Pedagogika. ISBN 978-80-247-1168-3.

HELUS, Zdeněk. *Psychologické problémy socializace osobnosti*. In Macek, Petr. *Adolescence*. 2. upr. vyd. Praha: Portál, 2003, 141 s. ISBN 80-7178-747-7.

JANDOUREK, Jan. *Sociologický slovník*. Praha: Portál, 2001, 285 s. ISBN 80-7178-535-0.

JANOUCH, Viktor. *Internetový marketing: prosad'te se na webu a sociálních sítích*. Brno: Computer Press, 2010, 304 s. ISBN 978-80-251-2795-7.

JANOŠOVÁ, Pavlína. *Dívčí a chlapecká identita: vývoj a úskalí*. Praha: Grada, 2008, 285 s. Psyché. ISBN 978-80-247-2284-9.

KOPECKÝ, Kamil. *Cyber Grooming, Danger of Cyberspace*. In KOPECKÝ, Kamil. *Rizikové formy chování českých a slovenských dětí v prostředí internetu*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015, 169 s. Monografie. ISBN 978-80-244-4861-9.

KOPECKÝ, Kamil. *Rizikové formy chování českých a slovenských dětí v prostředí internetu*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015, 169 s. Monografie. ISBN 978-80-244-4861-9.

KRAUS, Blahoslav. *Základy sociální pedagogiky*. Praha: Portál, 2008, 215 s. ISBN 978-80-7367-383-3.

KREJČOVÁ, Lenka. *Psychologické aspekty vzdělávání dospívajících*. Praha: Grada, 2011, 226 s. Pedagogika. ISBN 978-80-247-3474-3.

LANGMEIER, Josef a Dana KREJČÍŘOVÁ. *Vývojová psychologie*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2006, 368 s. Psyché. ISBN 80-247-1284-9.

MACEK, Petr. *Adolescence*. 2. upr. vyd. Praha: Portál, 2003, 141 s. ISBN 80-7178-747-7.

MAREŠ, Petr et al. *Society, reproduction and contemporary challenges*. 1st ed. Brno: Barrister & Principal, 2004. 198 s. ISBN 80-86598-67-5.

MILLER, Michael. *Internetový marketing s YouTube: průvodce využitím on-line videa v byznysu*. Přeložil Jiří HUF. Brno: Computer Press, 2012, 296 s. ISBN 978-80-251-3672-0.

MORAVEC, Václav. *Média v tekutých časech: konvergence audiovizuálních médií v ČR*. Praha: Academia, 2016, 188 s. Společnost. ISBN 978-80-200-2572-2.

NAKONEČNÝ, Milan. *Agresivní chování*. In Řezáč, Jaroslav. *Sociální psychologie*. Brno: Paido, 1998, 268 s. ISBN 80-85931-48-6.

PRICE, DALGLEISH. *Experiences, impacts and coping strategies as described by Australian young people*. In ŠEVČÍKOVÁ, Anna. *Děti a dospívající online: vybraná rizika používání internetu*. Praha: Ve spolupráci s Masarykovou univerzitou vydala Grada, 2014, 183 s. Psyché. ISBN 978-80-210-7527-6.

PROCHÁZKA, Miroslav. *Sociální pedagogika*. Praha: Grada, 2012, 203 s. Pedagogika. ISBN 978-80-247-3470-5.

REID, Elizabeth. *Electropolis: Communication and Community on Internet Relay Chat*. IN *Psychologie dnes: časopis pro moderní psychologii*. Praha: Portál, 2001. ISSN 1212-9607.

ŘEZÁČ, Jaroslav. *Sociální psychologie*. Brno: Paido, 1998, 268 s. ISBN 80-85931-48-6.

ŘÍČAN, Pavel. *Cesta životem*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2006, 390 s. ISBN 80-7367-124-7.

ŘÍČAN, Pavel. *Psychologie osobnosti: obor v pohybu*. 6., rev. a dopl. vyd., V Grada Publishing 2. Praha: Grada, 2010, 208 s. Psyché. ISBN 978-80-247-3133-9.

SOBOTKOVÁ, Veronika. *Rizikové a antisociální chování v adolescenci*. Praha: Grada, 2014, 147 s. Psyché. ISBN 978-80-247-4042-3.

SAFKO, Lon a BRAKE, David K. *The social media bible: tactics, tools, and strategies for business success*. Hoboken: John Wiley & Sons, ©2009. xviii, 821 s. ISBN 978-0-470-41155-1.

SULER, *The Psychology of Cyberspace*. In Vybíral, Zbyněk. *Psychologie komunikace*. Praha: Portál, 2005, 319 s. ISBN 80-7178-998-4.

ŠMAHEL, David. *Psychologie a internet: děti dospělými, dospělí dětmi*. V Praze: Triton, 2003. 158 s. Psychologická setkávání; sv. 6. ISBN 80-7254-360-1.

VÁGNEROVÁ, Marie. *Vývojová psychologie I: dětství a dospívání*. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2005, 467 s. ISBN 80-246-0956-8.

VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie dnes: časopis pro moderní psychologii*. Praha: Portál, 2001. ISSN 1212-9607.

VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*. Praha: Portál, 2005, 319 s. ISBN 80-7178-998-4.

VÝROST, Jozef a Ivan SLAMĚNÍK. *Sociální psychologie*. 2. přeprac. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2008, 404 s. Psyché. ISBN 978-80-247-1428-8.

YOUNG, K.S., *Internet Addiction: A New Clinical Phenomenon and Its Consequences*. In Kopecký, Kamil. *Rizikové formy chování českých a slovenských dětí v prostředí internetu*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015, 169 s. Monografie. ISBN 978-80-244-4861-9.

## Internetové zdroje

77 Nejvlivnějších Čechů na sociálních sítích 2016. *Forbes* [online]. 2017 [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <http://www.forbes.cz/tag/zebricky/>

BIRICZOVÁ, Hana. Youtuber Kovy: Teenagery zajímají i vážná témata, jejich pozornost udržíte humorem. *Radio Wave* [online]. 2016 [cit. 2017-04-21]. Dostupné z: [http://www.rozhlas.cz/radiowave/rozhovory/\\_zprava/youtuber-kovy-teenagery-zajimaji-i-vazna-temata-jejich-pozornost-udrzite-humorem--1647523](http://www.rozhlas.cz/radiowave/rozhovory/_zprava/youtuber-kovy-teenagery-zajimaji-i-vazna-temata-jejich-pozornost-udrzite-humorem--1647523)

Co je to kybergrooming? *Bezpečněonline.cz: Stránky pro všechny zájemce o bezpečný internet* [online]. Národní centrum bezpečnějšího internetu [cit. 2017-03-22]. Dostupné z: <http://www.bezpecne-online.cz/pro-rodice-a-ucitele/teenageri-a-komunikace-na-internetu/co-je-to-kybergrooming.html>

EU Kids Online. *LSE* [online]. London, 2016 [cit. 2017-03-16]. Dostupné z: [http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20\(2009-11\)/EUKidsExecSummary/CzechExecSum.pdf](http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20(2009-11)/EUKidsExecSummary/CzechExecSum.pdf)

Haul video. *Itslovník.cz* [online]. ©2008-2017 [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <https://it-slovník.cz/pojem/haul-video>

HROMKOVÁ, Dominika. Sociolog: Na youtubery se jednou bude vzpomínat tak jako na hippies. *iDnes.cz: Brno a jižní Morava* [online]. 2016 [cit. 2017-04-13]. Dostupné z: [http://brno.idnes.cz/rozhovor-sociolog-youtuberi-djt-/brno-zpravy.aspx?c=A160507\\_2244694\\_brno-zpravy\\_krut](http://brno.idnes.cz/rozhovor-sociolog-youtuberi-djt-/brno-zpravy.aspx?c=A160507_2244694_brno-zpravy_krut)

Instagram: About us. *Instagram* [online]. ©2017a [cit. 2017-04-11]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/about/us/>

Instagram: Frequently Asked Questions. *Instagram* [online]. ©2017b [cit. 2017-04-11]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/about/faq>

Jak měřit vnímání pojmů a postojů respondentů otázkou Sémantický diferenciál. *Click4survey* [online]. 2016 [cit. 2017-04-18]. Dostupné z: <https://www.click4survey.cz/blog/jak-merit-vnimani-pojmu-a-postoju-respondentu-otazkou-semanticky-diferencial>

Jak se daří Facebooku v ČR? *Newsfeed.cz* [online]. 2016 [cit. 2017-03-06]. Dostupné z: <http://newsfeed.cz/jak-se-dari-facebooku-v-cr/>

KABÁTOVÁ, Šárka. Česká mládež má nové idoly: Dobře vydělávající Youtubery sledují statisíce mladých. *Lidovky.cz* [online]. 2015 [cit. 2017-04-13]. Dostupné z: [http://byznys.lidovky.cz/ceska-mladez-nasla-nove-idoly-youtubery-f0w-/media.aspx?c=A150808\\_170128\\_In-media\\_ELE](http://byznys.lidovky.cz/ceska-mladez-nasla-nove-idoly-youtubery-f0w-/media.aspx?c=A150808_170128_In-media_ELE)

KOPECKÝ, Kamil. Úvod do netolismu. *Internetový portál E-Bezpečí* [online]. 2011 [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <http://www.e-bezpeci.cz/index.php/temata/dali-rizika/331-uvod-do-problematiky-netolismu>

Kovy (youtuber). *Wikipedie: otevřená encyklopedie* [online]. 2017 [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Kovy\\_\(youtuber\)](https://cs.wikipedia.org/wiki/Kovy_(youtuber))

MediaGuru. *Mediální slovník*. [online]. [cit. 2016-10-30]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/medialni-slovník>

MŠMT. *Volný čas a prevence u dětí a mládeže* [online]. Praha, 2002 [cit. 2017-03-01]. Dostupné z: [www.msmt.cz/file/7327\\_1\\_1/download/](http://www.msmt.cz/file/7327_1_1/download/)

Práce, jídlo, peníze a vztahy: Návod na použití generací. *Forbes: Speciál* [online]. [cit. 2017-04-13]. Dostupné z: <http://generace.forbes.cz/tabulka/>

PETRÁK, Hynek. Kdo je Jirka Král. *Dívat se: Svět za videem* [online]. 2017a [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <https://www.divatse.cz/kdo-je-jirka-kral/>

PETRÁK, Hynek. Kdo je FattyPillow. *Dívat se: Svět za videem* [online]. 2017b [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <https://www.divatse.cz/kdo-je-fattypillow/>

Sekundární pohlavní znaky. *Velký lékařský slovník* [online]. ©1998-2017 Praha: Maxdorf, c1998-2017 [cit. 2017-02-08]. Dostupné z: <http://lekarske.slovníky.cz/lexikon-pojem/sekundarni-pohlavni-znaky-3>

ŠLERK, Josef in Kabátová, Šárka. Česká mládež má nové idoly: Dobře vydělávající Youtubery sledují statisíce mladých. *Lidovky.cz* [online]. 2015 [cit. 2017-04-13]. Dostupné z: [http://byznys.lidovky.cz/ceska-mladez-nasla-nove-idoly-youtubery-f0w-/media.aspx?c=A150808\\_170128\\_In-media\\_ELE](http://byznys.lidovky.cz/ceska-mladez-nasla-nove-idoly-youtubery-f0w-/media.aspx?c=A150808_170128_In-media_ELE)

Teri Blitzen. *Wikipedie: otevřená encyklopedie* [online]. 2017 [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Teri\\_Blitzen](https://cs.wikipedia.org/wiki/Teri_Blitzen)

TN.CZ. Průsvih s autobusem žehlí matka! Co říká na adresu syna z TVTwixx? *Tn.cz* [online]. 2015 [cit. 2017-04-18]. Dostupné z: <http://tn.nova.cz/clanek/prusvih-s-autobusem-zehli-matka-co-rika-na-adresu-tvtwixx.html>

TVTwixx: Informace. *YouTube* [online]. ©2017 [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/user/TVTwixx/about>

VANČUROVÁ, Michaela. Rozhovor s youtuberkou Týnuš Třešnickovou o všem, co tě zajímá. *Krásná.cz* [online]. 2016 [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <http://krasna.nova.cz/clanek/michaelavancurova/rozhovor-s-youtuberkou-tynus-tresnickovou-o-vsem-co-te-zajima.html>

VARGA, Miroslav. Jirkovi Královi se během 24 hodinového streamu podařilo vybrat přes 307 tisíc korun na přístroje pro brněnskou nemocnici. *Objevit.cz* [online]. 2015 [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <http://objevit.cz/jirka-kral-24-hodinovy-livestream-t160583>



VEDRAL, Jan. Nový festival cílí na „generaci YouTube“.: Dobře vydělávající Youtubery sledují statisíce mladých. *Idnes.cz* [online]. 2015 [cit. 2017-04-13]. Dostupné z: [http://kultura.zpravy.idnes.cz/festival-utubering-0o6-/hudba.aspx?c=A150409\\_121458\\_hudba\\_vdr](http://kultura.zpravy.idnes.cz/festival-utubering-0o6-/hudba.aspx?c=A150409_121458_hudba_vdr)

VODÁKOVÁ, Jana. Volný čas dětí? Buď příliš kroužků nebo pasivita. *Rodina: Každodeník o dětech a rodičích* [online]. 2011 [cit. 2017-03-01]. Dostupné z: <http://www.rodina.cz/clanek8606.htm>

YouTube: About. *YouTube* [online]. 2017 [cit. 2017-04-12]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/yt/about/>

Youtubeři a vlogeri: Noví hrdinové dneška. *Upc* [online]. 2016 [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <http://www.dostupnyinternet.cz/blog/youtuberi-a-vlogeri/>

ZAJÍC, Martin in Kabátová, Šárka. Česká mládež má nové idoly: Dobře vydělávající Youtubery sledují statisíce mladých. *Lidovky.cz* [online]. 2015 [cit. 2017-04-13]. Dostupné z: [http://byznys.lidovky.cz/ceska-mladez-nasla-nove-idoly-youtubery-f0w-/media.aspx?c=A150808\\_170128\\_ln-media\\_ELE](http://byznys.lidovky.cz/ceska-mladez-nasla-nove-idoly-youtubery-f0w-/media.aspx?c=A150808_170128_ln-media_ELE)

ZAVORAL, Petr. Nenávist na netu: Co český „hejtr“ nejraději „hejtuje“. *Dotyk* [online]. 2015 [cit. 2017-04-13]. Dostupné z: <http://www.dotyk.cz/byznys/nenavist-na-netu-co-cesky-hejtr-nejradeji-hejtuje.html>

## Seznam tabulek

- Tabulka č. 1: Výběr youtuberů
- Tabulka č. 2: Pohlaví respondentů
- Tabulka č. 3: Rozdělení respondentů
- Tabulka č. 4: Jak dlouho denně videa sledují
- Tabulka č. 5: Rizikové jevy ve videích
- Tabulka č. 6: Kovy video
- Tabulka č. 7: Kovy youtuber
- Tabulka č. 8: Teri Blitzen video
- Tabulka č. 9: Teri Blitzen youtuberka
- Tabulka č. 10: TvTwixx video
- Tabulka č. 11: TvTwixx youtubeři
- Tabulka č. 12: FattyPillowTV video
- Tabulka č. 13: FattyPillowTv youtuber
- Tabulka č. 14: Týnuš Třešničková video
- Tabulka č. 15: Týnuš Třešničková youtuberka
- Tabulka č. 16: Jirka Král video
- Tabulka č.: 17: Jirka Král youtuber

## **Seznam grafů**

Graf 1: Užívání sociálních sítí respondenty

## **Seznam příloh**

Příloha č. 1: Odkazy na kanály youtuberů

Příloha č. 2: I. Část dotazníku

Příloha č. 3: II. Část dotazníku

Příloha č. 4: II. Část dotazníku

Příloha č. 5: II. Část dotazníku

Příloha č. 6: CD

## **Příloha č. 1: Odkazy na kanály youtuberů**

### **Kovy**

<https://www.youtube.com/user/TadyKovy>

### **Teri Blitzen**

<https://www.youtube.com/user/TeriBlitzen>

### **TvTwixx**

<https://www.youtube.com/user/TVTwixx>

### **FattyPillowTv**

[https://www.youtube.com/channel/UC\\_c01No6K3fhgPafCUzEf6w](https://www.youtube.com/channel/UC_c01No6K3fhgPafCUzEf6w)

### **Týnuš Třešničková**

<https://www.youtube.com/user/MegaTinice>

### **Jirka Král**

<https://www.youtube.com/user/jirkakral>

## Příloha č. 2: I. Část dotazníku

### DOTAZNÍK:

1. **Jsem**
  - chlapec
  - dívka
2. **Věk:**
3. **Jsem žákem/žačkou**
  - 7. třídy
  - 8. třídy
  - 9. třídy
4. **Jsem uživatelem těchto sociálních sítí**  
(můžeš zaškrtnout více možností)
  - Facebook
  - Instagram
  - Twitter
  - Ask.fm
  - Google+
5. **Sleduješ youtubery?**  
(pokud je tvoje odpověď ne, nemusíš odpovídat na zbylé otázky 6 – 10)
  - Ano
  - Ne
6. **Jak dlouho sleduješ každý den videa youtuberů?**
  - Více jak 3 hodiny denně
  - 2 - 3 hodiny denně
  - 1-2 hodiny denně
  - méně jak 1 hodinu denně
  - Nesleduji je každý den
7. **Proč videa sleduješ?**  
(stručně ve třech větách popiš)
8. **Jaký je tvůj oblíbený youtuber/youtubeři ?**  
(max. 3 youtubeři)
9. **Vadí ti, když se ve videích vyskytují rizikové jevy (např. alkohol, vulgarity, kouření, násilí atp.)?**
  - Vadí
  - Nevadí
10. **Je pro tebe takové chování návodné, nebo ho spíše odsuzuješ?**  
(Napiš stručně ve 3 větách)







