



UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Cyrilometodějská teologická fakulta

Katedra křesťanské výchovy

VÝZNAM SOCIÁLNÍ SÍTĚ FACEBOOK V ŽIVOTĚ DĚTÍ VE VĚKU 10-13 LET

Diplomová práce

Autor: Bc. Marta Jonášková

Vedoucí práce: doc. PhDr. Mgr. Petra Potměšilová, Ph.D.

Olomouc 2020

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně, a že jsem uvedla všechny použité informační zdroje v seznamu literatury.

V Tlumačově, dne 20.4. 2020

.....

Bc. Marta Jonášková

Práce byla podpořena z projektu: CMTF_IGA_CMTF_2019_006

Poděkování

Děkuji doc. PhDr. Mgr. Petře Potměšilové, Ph.D. za odborné vedení, její vstřícné jednání a trpělivost při vzniku mé diplomové práce. Také děkuji všem, kteří se jakýmkoliv způsobem podíleli na vzniku, dávali mi tipy na vylepšení a byli mi oporou.

Obsah

Úvod.....	6
Teoretická část.....	8
1. Cílová skupina	8
1.1. Věkové vymezení mladšího školního věku	8
1.2. Věk 10–13 podle Eriksona	9
1.3. Specifika pubescence.....	9
2. Prevence.....	11
2.1. Primární – nespecifická prevence.....	11
2.2. Čemu se věnovat také v prevenci	12
2.2.1. Mediální gramotnost	13
2.2.2. Kritické myšlení.....	14
2.2.3. Tvořivost.....	15
3. Sociální síť.....	16
3.1. Popularita sociálních sítí v České republice	17
3.1.1. Aktuálně populární sociální síť.....	19
3.2. Facebook.....	21
3.2.1. Historie Facebooku	21
3.2.2. Výhody a nevýhody Facebooku.....	24
3.2.3. Důvody navštěvování Facebooku	26
Praktická část.....	28
4. Výzkum.....	28
4.1. Cíle výzkumu.....	28
4.2. Výzkumná metoda	28
4.3. Kvantitativní část výzkumu	29
4.3.1. Postup tvorby dotazníků	30
4.4. Kvalitativní část.....	30
4.5. Testy použité při analýze získaných dat	31
5. Analýza dat	32
5.1. Odpovědi dětí, které používají Facebook	37
5.2. Odpovědi dětí, které nepoužívají Facebook	46
5.3. Vyhodnocení hypotéz	57
5.4. Rozbor rozhovorů	61
Diskuse	64
Závěr.....	66

Zdroje	68
Přílohy	77

Úvod

Prvním impulsem k sepsání práce týkající se Facebooku byla má vlastní zkušenost, jelikož se při své praxi setkávám s dětmi ve věku 8–14 let. Tyto děti mi posílají žádosti o přátelství či sledování a já tak na své Facebookové nebo Instagramové zdi vidím jejich příspěvky. Proto mne neustále znovu a znovu překvapují videa cesty ze školy, výběr možností, *co ode mě chceš* nebo hodnocení, *jak moc mě máš rád* a další, z mého pohledu nesmyslné, příspěvky. Přemýšlela jsem nad prevencí, která by děti vedla k rozumnému používání sítí a ukázala jim, jaké příspěvky stojí za to sdílet. Velkou inspirací mi v tomto je jeden ze sociálních pedagogů 19. století – Jan Bosko. Tento pedagog nikde nese-psal uceleně svůj výchovný systém, nicméně se dochovaly alespoň krátké popisy jeho způsobů výchovy. „Můj výchovný systém je nechat mladým plnou svobodu dělat věci, které dělají rádi. Jde o to, objevit v nich zrnka dobrých předpokladů a snažit se je rozvinout.“ (Buccellato, 2015, s. 62)

Doba, ve které žijeme, může být charakteristická mimo jiné také pokrokem vědy a techniky. Tato věta se může zdát již poněkud klišé, avšak co se týká techniky, musíme uznat, že je pravdivá. (Zounek, 2009) Tyto převážně technické změny ovlivňují veškerý společenský život, vzdělávání a školství, ale také v případě žáků základních a středních škol oblast mimoškolní a volnočasovou. Názorným příkladem, jak technologie potažmo internet vstupuje do každodenního života lidí, mohou být sociální sítě. Sociální sítě jsou jedním z produktů rychlého rozvoje technologií, což přináší nové možnosti využití, ale také problémy. Není tomu tak dávno, ještě začátkem tisíciletí nebyl internet v každé domácnosti. Lidé obecně nežili tolik online a mezi nejpopulárnějšími aplikacemi byly ty, kde mohli uživatelé být anonymní. V dnešní době se zdá, že se trend obrací. Populární jsou online sociální sítě, kde si uživatelé tvoří svůj profil, zásobují ho pravidelně notnou dávkou informací a sdělují světu vše, co jim zrovna přijde zajímavé nebo na co se jich na síti ostatní ptají. (Blinka a kol., 2015)

Dynamičnost a rychlost změn může být „příčinou toho, že mnozí lidé vnímají technologie jako něco lidem cizího nebo jako něco, co je lidem „dáno“, aniž by byl zcela jasný smysl existence takových technologií“. (Zounek, 2009 str. 8) Podobný postoj je ve společnosti cítit také vzhledem k samotným sociálním sítím. Díky již zmíněné rychlosti a dynamičnosti se sociální sítě neustále obměňují a vznikají nové. Na základě vlastní zkušenosti vnímám, že část starší populace se s tímto faktem stále hůře srovnává. Může to být ovlivněno také tím, že „nové technologie vytěsňují dosavadní formy komunikace a chování. Počítačově negramotní tak nejenže nejsou obohacováni novými možnostmi, ale také přicházejí o formy tradiční.“

(Sak, Kolesárová, 2012 str. 127) Dochází tak velmi často k nepochopení a upozorňování na negativní stránky. Uživatelé sociálních sítí, hlavně děti a mladí lidé, mají tendence opačné, tedy sociálním sítím přiřazují spíše pozitivní postoje. Lévy (in Zounek, 2009) upozorňuje, že v případě posuzování, zda je technika dobrá nebo špatná, záleží na kontextu, na tom, jak ji lidé využívají a s čím ji porovnáváme. „Samotná technika není dobrá, ani špatná, ani neutrální (protože cosi podmiňuje nebo k čemusi nutí, protože někde otvírá a jinde zavírá spektrum možností).“ (Zounek, 2009 str. 8)

Pro lepší porozumění situaci na sítích jsem vytvořila dotazník, který mi pomohl nahlédnout do aktuálního dění z pohledu dětí. Dostala jsem se tak k širokému vzorku dat a informací, z nichž jsem postupně vybrala jedno konkrétní téma pro svou práci. V první kapitole teoretické části se proto věnuji obecné charakteristice vývojového období mladšího školního věku a počátkům pubescence. Druhá kapitola teoretické částí je zaměřena na obecné ukotvení prevence. Soustřeďuji se zde na primární nespecifickou prevenci a její možnosti. Následně třetí kapitola teoretické části popisuje sociální sítě, a hlavně fenomén Facebook. Druhá část mé práce je věnována designu výzkumu a třetí část je zaměřena na samotný výzkum. V něm se zaměřuji na používání Facebooku dětmi. Kolik z nich tuto síť využívá a nakolik je pro ně zásadní? Na základě zmíněného byl zvolen cíl, a to zjistit, co pro mladé lidi ve věku 10-13 let znamená mít profil na Facebooku. Cílem práce je tedy porozumět, proč mladí lidé v tomto věku používají zmíněnou sociální síť.

Teoretická část

1. Cílová skupina

Cílová skupina mého výzkumu jsou děti ve věku 10-13 let tedy na pomezí konce mladšího školního věku a na začátku pubescence. Proto se v následující části budu věnovat těmto vývojovým stádiím obecně a jejich charakteristice.

1.1. Věkové vymezení mladšího školního věku

Obecně se udává, že do této kategorie patří děti od 6–7 let, do 11–12. roku. Začátkem tohoto období nastupují děti do školy. Kuric (in Langmeier, Krejčířová, 2006) upozorňuje na rozdíly mezi začínajícím školákem a dětmi ve vyšších třídách prvního stupně. Dělí mladší školní věk na dvě etapy. Do té první řadí děti během prvních dvou let školní docházky, pro něž je typická adaptace na nové podmínky. Do druhé etapy podle něj spadají děti od 8. do 11. roku, před začátkem pubescence. Druhá etapa se vyznačuje prohlubováním sociálních vazeb mezi žáky, tříděním zájmů a v neposlední řadě pozvolným utvářením názorů a postojů.

Zdeněk Matějčíček (in Langmeier, Krejčířová 2006) rozděluje mladší školní věk na tři etapy. První etapu nazval mladší školní věk a ohraničuje ji zhruba mezi 6–8. rokem. Děti se učí školním podmínkám, nemají problém hrát si chlapi s děvčaty a naopak. V tomto věku jsou děti schopny soustředit se poměrně kratší dobu a v oblibě mají stále ještě pohádky a příběhy, díky kterým rozvíjí svou představivost. Děti mladšího školního věku jsou zpočátku závislé na autoritách, s postupem věku a přibývajících zkušenostmi se stávají kritičtější, chtějí prozkoumávat, hledat, zažít, tvořit. „Přes všechny tyto pokroky je však dítě v tomto věku ještě dítětem a nelze od něho očekávat předčasně zralé chování.“ (Langmeier, Krejčířová, 2006 str. 119)

Druhou etapu pojmenoval Matějčíček střední školní věk. Je to období mezi 9–12. rokem. Děti si už zvykly na školní docházku, a tak mohou svou pozornost více věnovat skupině a jejím normám, které chtějí dodržovat. Všimají si vztahů mezi dospělými, doma či ve škole. V tomto období je přirozené, že se postupně začínají skupiny chlapců a dívek od sebe oddalovat. Je to z důvodu uvědomování si své identity.

Poslední etapu, kterou Matějček rozlišuje, označil jako starší školní věk, který se velmi často překrývá s následujícím vývojovým obdobím a to pubescencí. Starší školní věk je stádium, ve kterém se výrazněji rozdělují skupiny na chlapce a dívky a vymezují se role obou pohlaví.

1.2. Věk 10–13 podle Eriksona

Erik Erikson, žák slavného Freuda, přebírá jeho teorii psychosexuálního vývoje a dále ji doplňuje a rozšiřuje. Erikson dělí celoživotní vývoj na 8 stádií. V každé fázi má člověk podle něj překonat, či vyřešit nějaký konflikt mezi dvěma protichůdnými tendencemi danými společností, a tím se posunout. (Langmeier, Krejčířová, 2006) Třetí fáze psychosociálního vývoje se nazývá latentní. Děti ve věku 6–12 let se potýkají s konfliktem snaživosti versus méněcennosti. Se začátky školní docházky je spojeno překonávání úkolů, cílevědomá snaha něco dokázat. „V tomto období přesahuje jejich zkušenost rámec rodinných vztahů.“ (Dětský úsvit, 2020) Děti si začínají všimnout ostatních, jde jim o jejich hodnocení a srovnání, bývají konfrontovány se situacemi a vjemy, ze kterých mohou mít strach. Mezi takovéto nástrahy školáků patří strach z odmítnutí. (Bacus, 2007) S častými neúspěchy klesá sebevědomí dítěte, může u něj docházet až k pocitům méněcennosti a nedostatečnosti.

Tématem následující Eriksonovy fáze je identita oproti nejistotě - zmatení rolí. Týká se období od 12. roku, pro nějž je typické hledání a utváření svého vlastního já. Jedná se o přechod od dětství k ještě vzdálené dospělosti, kam chtějí mladí lidé dojít. Velký vliv v tomto období má vrstevnická skupina, do níž se jedinec snaží zapadnout. Důležitou součástí života dětí se tak stávají kamarádi, kteří mohou pomáhat například při utváření názorů. Často tak dochází ke změně dosavadních postojů, které do této doby byly přebírány převážně od autorit. Mladý člověk tak postupně hledá svou cestu. Takový úkol je však dlouhodobý a typický pro toto období. (Langmeier, Krejčířová, 2006)

1.3. Specifika pubescence

Období pubescence je první fází dospívání, částečně se překrývá s předešlým obdobím. Věkové ohraničení je do jisté míry široké, jelikož mezi jedinci jsou rozdíly v nástupu dospívání, a to hlavně mezi chlapci a dívkami. Langmeier s Krejčířovou uvádí, že u dívek se první známky dospívání objevují ve věku 11–13. roku, zatímco u chlapců o 1–2 roky později.

Pro toto období je typické hledání sebe sama. Objevují se konflikty s autoritami, které reagují na chování dětí. Pubescent je poměrně často emočně nestálý a má výkyvy nálad. S tímto věkem se tříbí zájmy a koníčky, pomalu se mladý člověk začíná zajímat o své budoucí povolání a výrazně se mu rozvíjí paměť. Jedinci v tomto věku si lépe pamatují to, co jim dává smysl a hledají určitou logiku ve věcech, které se mají naučit. (Příhoda, 1977) Dalším typickým rysem je navazování vztahů s vrstevníky, jedná se o prohlubování přátelských vztahů se stejným ale i opačným pohlavím. Neméně podstatným znakem je také snaha o nezávislost. Jde o proces postupného osamostatňování od přílišného pouta k rodičům. (Langmeier, Krejčířová, 2006) Někdy až přehnané snahy mladého jedince viditelně se odlišit, vedou ke sporům a nepochopení.

2. Prevence

Slovo prevence v lidech často evokuje boj proti něčemu špatnému. Českým ekvivalentem bychom ji mohli vyjádřit jako předcházení rizikovému chování. Základní dělení prevence, v pedagogických vědách, je na primární, sekundární a terciální. (Miovský a kol., 2015)

Primární prevence se zaměřuje na pokrytí všech, kteří by se v budoucnu s daným negativním jevem mohli setkat. Do programu bývá zařazena kompletní třída nebo všichni členové dané cílové skupiny. Tematicky se primární prevence zaměřuje obecně na jevy, které by mohly potenciálně zasáhnout jedince v populaci a snaží se reagovat s předstihem, ještě před vyskytnutím se problému. Primární prevenci dále dělíme na specifickou a nespecifickou. Sekundární prevence se zaměřuje na skupinu, která už má s rizikovým chováním nebo daným jevem nějakou zkušenost. Terciální prevence bývá označována také jako kompenzace. Jde o snahu navrátit již probíhající rizikové chování do lepšího stavu, nebo také zamezit dalšímu prohlubování negativních následků. Důležitá je také snaha o zamezení recidivě. (Kraus, 2008)

Dále se budu věnovat nespecifické prevenci, kterou vnímám jako jednu z cest k zdravějšímu používání sítí dětmi. Dnešní děti mohou mít pocit, že o online světě ví mnohem více než ti, kteří se je snaží formovat a chránit před nástrahami. Většina z nich prošla programem zaměřeným na bezpečné chování na internetu, přesto se někteří chovají na internetu, z pohledu dospělého jedince, nebezpečně či nevhodně. Proto vidím v nespecifické prevenci velký potenciál.

2.1. Primární – nespecifická prevence

V rámci nespecifické primární prevence se jedná o aktivity a činnosti, které nejsou přímo zacíleny na rizikové chování. Jde o podporu protektivních faktorů a dovedností pro život. „Osvojení základních životních dovedností přispívá ke schopnosti adaptace obecných znalostí, postojů a hodnot do reálných dovedností a kompetencí. Životní dovednosti v praxi zlepšují mezilidskou komunikaci, schopnost kreativně řešit problémy, rozvíjejí kritické myšlení a schopnost zvládnání stresu a náročných životních situací.“ (Miovský a kol., 2015 str. 34–35) Snahou takto připravovaných aktivit a činností je působit na celou osobnost jedince. Vychovatelé se zaměřují na žádoucí chování, posílení vhodných postojů a schopnost odolávat negativním stresovým faktorům. (Miovský a kol., 2015) Podporují zdravý životní

styl, zdravý rozvoj osobnosti, osvojování si společenských pravidel a vhodné jednání, za které si jedinec nese odpovědnost.

Nespecifická prevence je v dnešním světě něco jako výzva. Výzva vytvořit aktivity a činnosti, díky kterým se děti, mladí lidé ale i dospělí naučí novým věcem. Nebudou se bát pokroku, budou umět navazovat zdravé vztahy, budou mít zdravé sebevědomí a dalo by se říci, budou dobrými lidmi, kteří umí efektivně naplňovat svůj volný čas.

2.2. Čemu se věnovat také v prevenci

Prevence, a to hlavně ta nespecifická by měla být nápomocná nebo alespoň v symbióze se snahou pedagogických pracovníků při utváření klíčových kompetencí u dětí. Jednou z priorit dnešních učitelů a vychovatelů má být, podle Výzkumného ústavu pedagogického, účinné vedení dětí ke klíčovým kompetencím a očekávaným výstupům. Jde o budování osobních, ale i studijních dovedností, o utváření postojů či hodnot a v neposlední řadě také o prohlubování vědomostí. Stejně jako prevence tak i rozvíjení těchto schopností se prolíná ve vyučování, ale i o přestávkách a doprovodných školních akcích jako je například škola v přírodě či sportovní kurzy (lyžařský výcvik) apod. (Výzkumný ústav pedagogický, 2007) Více o klíčových kompetencích lze dohledat v Rámcovém vzdělávacím programu, který definuje šest základních neboli klíčových kompetencí:

- *Kompetence k učení*
- *Kompetence k řešení problémů*
- *Kompetence komunikativní*
- *Kompetence sociální a personální*
- *Kompetence občanská*
- *Kompetence pracovní*

(MŠMT, 2017)

Každá kompetence se skládá z dílčích složek a úkolů. Mezi takové vybrané činnosti, rozvíjející kompetence, bychom mohli zařadit například komunikaci formou ústní či písemnou, řešení konfliktů jednak s vrstevníky, ale také s rodiči či autoritami, bezpečné chování v dopravě, ale i v online světě a také ve světě médií apod. Ve spojitosti se světem médií bychom měli děti učit umění pracovat s informacemi, tedy posilovat kritické myšlení,

zvláště pak znát a umět si hlídat své soukromí na internetu. Na sociálních sítích je zapotřebí, podporovat uživatele ve zdravé tvorbě, která zaujme a obohatí ostatní, ale neublíží.

Sítím a jak s nimi zacházet se věnuje publikace autorek Losekoot a Vyhnánkové (2019). Autorky, se ve své knize zaměřují na rady a vysvětlení různých principů fungování sociálních sítí tak, aby majitelé a tvůrci PR¹ dokázali zaměřit na své cílové skupiny a jejich obsah se k nim opravdu dostal. Tipy autorek jsou jednoznačně vhodné pro každého uživatele, který se stará o svůj profil, na němž by chtěl mít kvalitní a zajímavé příspěvky, popřípadě mu není úplně jedno, co mu facebookový algoritmus nabízí. Uživatelé sociálních sítí svou aktivitou tvoří své profily, a tak se mohou ve zmiňované knize inspirovat, jak vytvořit zajímavý profil a kvalitní příspěvky ke sdílení. Základní myšlenkou jsou čtyři klíčové dovednosti *Umění zaujmout, umění naslouchat, umění vyprávět a vyhodnocovat* (Losekoot, Vyhnánková, 2019) Tyto zásady by mohly být jistým vodítkem i pro práci pedagogů v rámci nespecifické prevence. Nespecifické prevenci jde o posilování pozitivních vazeb a vztahů, aby tak předcházela potenciálním hrozbám. V případě práce s mladými lidmi a jejich bezpečným chováním na internetu by se nespecifická prevence měla zaměřit na mediální gramotnost, kritické myšlení či tvořivost.

2.2.1. Mediální gramotnost

Velkým tématem probíhajícím ve školách, ale i v oblasti volnočasových zařízeních, je mediální gramotnost, s ní spojené sociální sítě, jejich využívání dětmi a čas strávený ve virtuálním světě. Co s tím? Koho se to týká? Jak dětem potažmo mladým lidem nejvhodněji předat zásady bezpečného chování a obecného přemýšlení nad svým jednáním prostřednictvím nejrůznějších aplikací? Média nás obklopují každý den, každého z nás do určité míry ovlivňují, aniž bychom si toho museli být vědomi. Úkolem mediální gramotnosti je učit schopnosti „chápat, analyzovat, hodnotit a produkovat sdělení masové komunikace (televize, filmu, hudby, rozhlasu, billboardů, inzerce, public relations, novin a časopisů, knih, webových stránek a blogů, internetových konverzačních a diskusních skupin).“ (Devito, 2008 str. 14) Pomocí mediální gramotnosti máme získat nadhled, abychom rozlišovali, čím se necháme ovlivnit, co budeme považovat za relevantní a co už ne. „Z tohoto pohledu je mediální gramotnost určitou formou posílení lidské osobnosti. Pomůže vám využívat média

¹ PR= public relations neboli vztahy s veřejností (Hejlová, 2015)

chytřeji, efektivně chápat a analyzovat jejich sdělení, usměrňovat nebo zpracovávat tato sdělení a měnit je ve vlastní zprostředkovaná sdělení.“ (Devito, 2008 str. 14)

Agentura Stem/mark společně s Českou televizí uskutečnila v roce 2018 průzkum, ve kterém mapovala úroveň mediální gramotnosti české populace. Podle výsledků průzkumu je „naměřená úroveň mediální gramotnosti v ČR na hodnotě 39 bodů ze 100. Populace se podle dosaženého skóre dělí do tří úrovnostních kategorií – střední úrovně mediální gramotnosti dosahuje zhruba polovina populace, nízké a vysoké úrovně pak v obou případech čtvrtina.“ (agentura Stem/mark, 2018)

2.2.2. Kritické myšlení

Kritické myšlení je jednou z dovedností, důležitou pro orientaci v dnešním světě. Učí nás umět si vybrat a ověřit správnost a věrohodnost podávaných informací. Kritické myšlení je schopnost rozpoznat či rozlišit pravdivé a pro nás podstatné informace pomocí rozumu a logiky. Dále jde o umění vytvářet si vlastní názor podložený argumenty, ale i respektovat názory ostatních. Klooster uvádí definici kritického myšlení v pěti bodech:

- 1) je nezávislé myšlení
- 2) získání informací je východiskem, nikoliv cílem
- 3) začíná otázkami a problémy, které se mají řešit
- 4) se pídí po rozumných argumentech
- 5) je myšlením ve společnosti (in Špirudová, 2015 str. 68)

Díky používání kritického myšlení a jeho metod, jako například pokládání si nejrůznějších otázek, dohledávání zdrojů či ověřování a porovnávání se zkušenostmi, může každý člověk lépe rozpoznat dezinformace a polopravdy. „Uvědomění si klamů a iluzí, které ovlivňují naše vnímání a rozhodování, je prvním krokem k jejich překonání a rozumnějšímu jednání.“ (Kritické myšlení, 2016) Neexistuje jednoduchý návod, jak se naučit kritickému myšlení. Této dovednosti se musí neustále učit a trénovat, nelze se ji nabířovat během chvíle sezení nad učebnicemi.

2.2.3. Tvořivost

Tvořivost neboli kreativita jako další z dovedností usnadňujících lidský život. Tato dovednost se stala důležitou a ceněnou v dnešním světě, v nejrůznějších činnostech: od rozvoje vědy a techniky, přes řízení týmů, po kreativní sebe prezentaci na sociálních sítích. S kreativitou si člověk spojí hlavně umělce, kreativita se však netýká jen jich. Tvořivost se týká každého, jelikož jakákoliv řešení problému jsou tvůrčím procesem. „Kreativní myšlení je předpokladem originálních nápadů, kdy zapojíme fantazii, odhlédneme od svazující reality a snažíme se o nové pohledy jak na sebe sama, tak na společenské otázky nebo odborné a vědecké problémy“. (Königová, 2007 str. 9) Kreativní činnost je provázená potřebou hledat nové cesty, objevovat, bádát a uplatňovat tak svou individualitu. Aktivita a samostatnost jsou tedy nutné předstapně, které vedou žáka k projevům tvůrčí práce. (Pecina, 2008) Pokud se vychovatel rozhodne v souvislosti s online světem v dětech podporovat kreativitu nebo další dovednosti, je potřeba aby děti upozorňoval na slušné chování. „Virtuální realita vyžaduje stejná pravidla chování jako ta reálná.“ (Dočekal a kol, 2019 str. 64) Je dobré, aby měly stále na paměti, „že empatické a upřímné chování je nejen správné, ale z dlouhodobého hlediska také efektivnější.“ (tamtéž)

3. Sociální sítě

Sociální sítě jsou závislé na internetu a díky jeho rozvoji roste jejich oblíbenost. Podle dat uvedených na internetových stránkách internetworldstats.com [cit. 2020-01-05] z června 2019 je celkový počet internetových uživatelů přes 4,5 miliardy, což je 58,8 % obyvatel naší planety. V Evropě je pak tento počet odhadován až na 87 % populace používající internet.

Obrázek č. 1 Sociální sítě v České republice v roce 2019



2

Influencer Karel „Kovy“ Kovář³ ve svém příspěvku *Sociální sítě a informační nerovnosti*, který přednesl na konferenci *Kritické myšlení Praha 2019*, odkazuje na data z výzkumu Stem/mark. Tento výzkum uvádí, že „průměrný Čech stráví na sociálních sítích každý den přes dvě hodiny, generace Z⁴ je online až 10 hodin denně.“ Sociální sítě se tak stávají místem, kde lidé tráví svůj volný čas. Ve stejném příspěvku Kovy dále upozorňuje na malé znalosti. Uživatelé sítí se málo ptají, proč se jim zobrazuje právě takový příspěvek a nedostatečně kriticky přemýšlí při své aktivitě na sociálních sítích. Za vše mohou algoritmy, tedy automatizované systémy, které vybírají obsah zobrazený konkrétním uživatelům. Lidé na sítích vidí, jen to, co je zajímavé. Zobrazuje se jim hlavně takový obsah, který vyvolá silné pozitivní či negativní emoce natolik, aby měli potřebu reagovat, přidat komentář, like nebo daný příspěvek sdílet. Snahou aplikace je, aby zde její uživatelé strávili co nejvíce času a jakýmkoliv způsobem se aktivně zapojili do dění. V tom sítím pomáhají již zmíněné algoritmy, jejichž cílem není nabídnout nám opravdu jenom kvalitní obsah, ale přimět k co největšímu množství reakcí. Za vše, co sítě poskytují, se neplatí penězi, ale každý platí svým soukromím. (Kovář, 2019)

Autoři Murray and Waller „vidí internetové sociální sítě jako virtuální komunity“. (in Dogruer, Menevi, Eyyam, 2011) Toto neuchopitelné prostředí se stává místem vzájemného online setkávání, určité propojenosti a možnosti spolupráce. Uživatelé si zde obvykle vytvoří

² www.focus-age.cz/m-journal/aktuality/infografika--socialni-site-v-cesku-v-roce-2019__s288x14828.html

³ Dále jen Kovy.

⁴ Generace Z = mladí lidé narození po roce 1998 (<http://generace.forbes.cz/tabulka/>)

svůj profil. Následně jej rozvíjí tím, že sdílí fotografie, upravují své aktuální statusy, přidávají zajímavé články, zapojují se do skupin, popřípadě sami skupiny vytvářejí a mnoho dalšího, podle toho, co jim samotná síť nabízí. Důležitou součástí je pro uživatele přísun informací, propojení s ostatními lidmi a také získávání pocitu sociální a emoční podpory.

Autoři knihy E-learning upozorňují, že přemýšlíme-li nad sociálními sítěmi, měli bychom si uvědomit, že „nejde pouze o jednu aplikaci, ale jedná se o celou řadu služeb dostupných na internetu“. (Zounek, 2006 str. 131) Tyto aplikace mají za úkol spojit uživatele podobných zájmů, umožnit jejich vzájemnou komunikaci a dát možnost zveřejňování a sdílení textů, fotografií nebo videí. Základem je přístup k internetovému připojení. Následné umění sítě správně používat dává jedinci velkou moc. Každý se dnes může stát známým na internetu, být slavným pisálkem, hráčem, fotografem, kameramanem či influencerem, publikovat videa, být zpravodajem nebo hercem. Kdekdo má tak možnost vyjádřit se a reagovat na všemožné články, nahrávky a tvorbu ostatních. (Losekoot, Vyhnánková, 2019) Právě tato možnost vede k velkému množství obsahu. Každý jedinec se však musí rozhodnout, co bude zveřejňovat a jak bude jeho tvorba vypadat i za cenu občasného neúspěchu.

K cestě za slávou přes internet pomáhá i prostředí sociálních sítí, které je velmi proměnlivé. Povede-li se tvůrcům sítě zavést nějakou novou, užitečnou, a hlavně něčím neotřelou funkci, získá daná síť na ceně a začnou ji používat noví a noví uživatelé. To je jedním z důvodů, proč se obsahy neustále mění. Sítě se tak snaží udržet si své uživatele a pokud možno získávat další. Cílem všech sítí je, „abychom se na nich cítili jako doma. Spokojený uživatel na nich pak tráví více času, což v překladu znamená, že vidí víc reklam a dává více svých dat, což přináší vyšší zisk.“ (Losekoot, Vyhnánková, 2019 str. 55)

3.1. Popularita sociálních sítí v České republice

Dnešní společnost si ani nedovede představit fungování bez sociálních sítí. Doba se posouvá dopředu a s ní i čas strávený na internetu. Roste také nabídka a dostupnost sítí, a vůbec světa online. První oficiální připojení k internetu v České republice se datuje k 13.2.1992 na pražském Českém vysokém učení technickém. (Nováček, 2017)

Jednou z prvních sítí, se kterou se mohou děti setkávat, a to už od roku 2000, je Alík. Cílovou skupinou této sociální sítě jsou hlavně mladší školáci, kterým je přizpůsoben obsah i vizualizace stránky. Děti zde mohou navštívit sekce jako *alíkoviny*, kde najdou zajímavé

články, pozvánky, rady či recenze převážně od svých vrstevníků, a pod nimi rozvíjet diskuse. Další sekci je *klubovna*, kde se mohou přihlášení uživatelé setkat na povídání přes chat. Možností, jak zde trávit čas je i *herna*, která nabízí online hry s uživateli ze všech koutů země, zapojit se uživatel může také do *soutěží*, přečíst si nebo sdílet vtipy a v neposlední řadě může využít *Alíkovu poradnu*, kde mohou děti do 15 let psát vše, na co by chtěly znát odpověď. (alík.cz)

Světově známou sítí, která si našla své fanoušky také v českém prostředí, bylo ICQ. Jedná se zkratku slov *I Seek You* v překladu do češtiny jako “hledám tě“. Program byl ze začátku určený hlavně k posílání zpráv mezi dvěma a více uživateli. Každý uživatel po registraci dostal své jedinečné číslo, ke kterému mohl připojit doplňující informace (například jméno, věk a hlavně záliby), (Pospíšil, Závodná, 2009) aby se tak lépe propojil a našel s ostatními přáteli. Služba se postupně rozvíjela a svým uživatelům kromě chatování, nabízela i další možnosti jako například telefonování, videohovory a hlavně hry, které se staly mezi uživateli velmi populární.

Následovala chatovací místa a sítě typické pro české prostředí jako *spoluzaci.cz*, *lide.cz* nebo *xchat.cz*. S původní myšlenkou seznamky byl založen web *libimseti.cz*, který přidával možnosti, chatu, blogů nebo horoskopů. Svou popularitu tyto weby postupně ztrácely díky příchodu nových světových gigantů, kteří jsou dnes používanější. (Kurka, 2017)

S roky 2008 a 2009 přichází masivní nástup Facebooku v našem prostředí. Téměř nikdo neřeší ochranu dat, a tak většina uživatelů vyplňuje každé volné políčko, přidává fotky a označuje přátele, aniž si neuvědomuje nebezpečí ze strany náhodných, v reálném světě neznámých, Facebookových přátel. S postupem času se uživatelé stávali více obezřetní a začali si uvědomovat, že všechna data, která na síť někdy vložili, zůstanou přístupná. (Losekoot, Vyhnánková, 2019)

Na situaci zareagovali tvůrci aplikace Snapchat, když přišli s novým nápadem Stories (příběhy). Jde o to, že zveřejněné příspěvky jsou vidět pouhých 24 hodin a poté zmizí. Dalšími vymoženostmi, které tato aplikace nabízela, a mezi uživateli se staly rychle populárními, byly různé druhy grafických úprav, filtrů a nálepek, jako například zvířecí ouška. Hlavní slovo tak měly vtípně upravené fotky, nikoliv text.

„V srpnu 2016 představil (nebo spíš zkopíroval) Stories i Instagram a následně se Stories objevila na dalších známých sociálních sítích tedy v Messengeru, přímo na Facebooku, ve WhatsApp, na Twitteru nebo na YouTube.“ (Losekoot, Vyhnánková, 2019 str. 48)

3.1.1. Aktuálně populární sociální sítě

Mezi nejpoužívanější sociální sítě v České republice dnes patří Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter a Snapchat. (Michl, 2019) Tyto sítě mají společný cíl, kterým je udržet své uživatele co nejdéle aktivní na svých stránkách. Každá síť používá odlišné taktiky. Jednou ze strategií, jak zaujmout, může být například tvorba rozdílných obsahů jednotlivým uživatelům podle algoritmu dané sítě. Viditelné příspěvky jsou poskládány podle předem naprogramovaného algoritmu, který sestaví každému individuální obsah. Samotný uživatel tak vidí to, co ho bude nejvíce zajímat. (Kovy, 2018)

Každá z těchto výše zmíněných sociálních sítí má stanovenou věkovou hranici pro své uživatele. Tedy věk, od kterého je umožněno založení profilu. Facebook, Instagram a Snapchat má určenou věkovou hranici na 13 let, LinkedIn měl hranici vyšší, nicméně se přizpůsobil a v roce 2013 ji také snížil na 13 let. Snapchat, vědom si mladšího věku svých uživatelů, založil speciální formu i pro mladší uživatele. Na všech těchto sítích, ale existují profily, jejichž majitelé jsou mladší. Problémem je, že tyto uživatele porušují pravidla a obsah, který jim algoritmus předkládá, cílí na starší. Ještě horší se však zdá být chování těchto dětí na sítích. Podle youtubera Jirky Krále je jeden ze základních principů osobní ochrany nastavení svého soukromí, neboť „většina účtů u těch, kterým ještě nebylo 13 let, nemá nastavené žádné soukromí.“ (Král in Mička, 2019) Právě Král se svou činností momentálně podílí na prevenci. Natáčí videa a přednáší na téma bezpečného chování na internetu a sítích.

Následující krátký popis jednotlivých sítí, je zde uveden pro srovnání a vysvětlení. V rámci své praktické části jsem se potkala s dětmi, které používají více sociálních sítí, z tohoto důvodu budou na tomto místě popsány některé další sítě, jejich základní principy a možnosti.

Instagram

Instagram je sociální síť, která je založena hlavně na fotografiích a popisech, tzv. hashtag.⁵ Tato síť umožňuje fotografie přidávat do Stories nebo na zeď, ostatní mohou pod příspěvky přidávat srdíčka, komentáře, nebo přímo v jednotlivých příspěvcích reagovat pomocí škal nebo různých emoji.⁶ Součástí sítě je také posílání soukromých zpráv. Dříve byla tato sociální

⁵ Tag znamená v angličtině "štítek", "nálepka" či "označení" Hash se volně do češtiny překládá jako křížek, mřížka neboli znak #, který se pro označení používá. (Losekoot, Vyhnánková, 2019) Používání # tak na sociálních sítích pomáhá třídit příspěvky do určitých skupin.

⁶ Smajlíci používání v textové komunikaci.

síť, zpřístupněna pouze jako mobilní aplikace, určená chytrým telefonům⁷, což mohlo zpomalit její nástup. Po zpřístupnění počítačové verze a také většího počtu mobilních zařízení se dostává jednoznačně do čela žebříčků sociálních sítí. Momentálně je tato síť jednou z nejvíce rostoucích. (Data is beautiful in YouTube, 2019) Ve svém dotazníkovém šetření jsem se právě pro srovnání ptala také na ni.

Messenger

Aplikace, která byla původně součástí Facebooku a sloužila pro bezplatné posílání zpráv po přihlášení k účtu. Dnes již tato aplikace funguje i samostatně a nabízí kromě posílání zpráv také možnosti jako hromadný chat, posílání fotek, videí, gifů a stories. Dále má uživatel k dispozici hlasové zprávy či videohovory, nabízí se také společná zábava s přáteli v podobě velkého množství her.

WhatsApp

WhatsApp je aplikací primárně určenou pro telefony. Nabízí také možnost připojení počítače na WhatsApp web do stejného účtu jako má uživatel v telefonu. Jde o chatování přes internet, kdy uživatelé mohou posílat zprávy jen těm, které mají v seznamu kontaktů. Nedochozí tak k nevyžádaným zprávám. Aplikace pak nabízí možnosti jako hlasové zprávy, videohovory a další.

Tellonym

„Tellonym je sociální síť, která si za pomoci anonymity dává za cíl zlepšovat sociální vztahy a vytvářet nová přátelství mezi uživateli.“ (Kubala, 2019) Síť funguje na principu veřejné otázky a anonymních odpovědí ostatních. Odpovědi se zobrazí uživateli a následně, ve chvíli, kdy na ně zareaguje, se celá konverzace objeví na jeho profilu.

⁷ Smartphone znamená v překladu „chytrý telefon“ a je označením pro mobilní telefony. Většina z těchto mobilních telefonů nabízí například plnohodnotné prohlížení internetu, lepší uživatelské prostředí a lepší ovládání pomocí dotykového displeje.

3.2. Facebook

Fenomén Facebook se v návaznosti na rostoucí popularitu internetu velmi rychle rozšiřoval. Jedná se o jednu ze sociálních sítí, která se snaží vyvíjet se postupně od svého počátku a reagovat na potřeby svých uživatelů. Myšlenka určitého propojení vznikla v roce 2004 u studentů Marka Zuckerberga, Dustina Moskovitze a Chrise Hugese, kteří Facebook vymysleli pro studijní účely. Prvotně byla síť určena studentům Hardwarské univerzity, ale až nečekaně rychle se rozšířila mezi další americké univerzity a následně do celého světa. (Dogruer, Menevi, Eyyam, 2011)

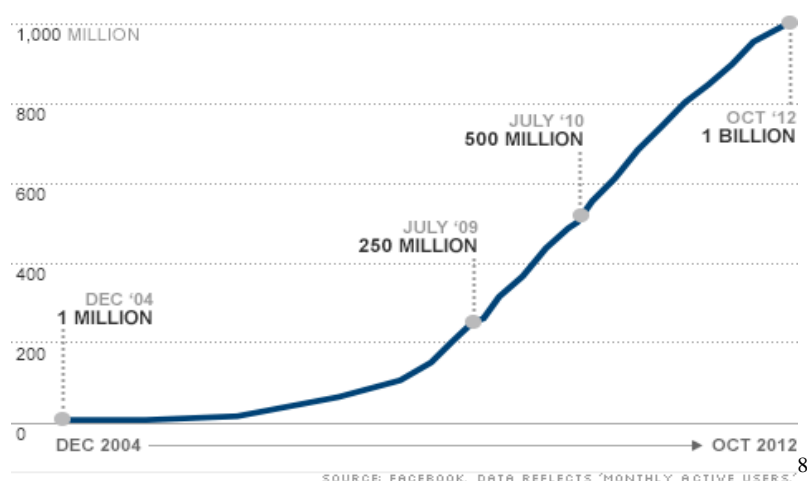
Facebook by se dal popsat jako internetová stránka, na které si po registraci lidé tvoří své profily. Je to místo, které vytváří jeho uživatelé tím, že zde sdílí své fotografie, videa, píše články a statusy. Neustále je aplikací nabízena možnost rozšíření informací o osobě za monitorem jako například oblíbené filmy, četba nebo sport. Po přihlášení se uživateli objeví hlavní stránka a na ní otázka: Co se vám honí hlavou? Důvodem má být zjednodušení při vyhledávání přátel. Pro uživatele příjemné usnadnění má ale i druhou stránku věci. Všechny informace a příspěvky, které na internet potažmo sítě někdy vložíme, už tam zůstanou. Síť si je archivují a odborníci je mohou dohledat i poté, co jsme je smazali. Navíc už nemůžeme mít jistotu, že si je ostatní uživatelé mezitím neuložili do svých telefonů či počítačů. Proto je dobré si uvědomit, že my sami jsme zodpovědní za svou internetovou stopu, kterou můžeme ovlivnit nastavením. (Čamek, 2010)

3.2.1. Historie Facebooku

Znalost historie Facebooku a jeho průběžných změn je velmi důležitým předpokladem pro lepší pochopení, jak moc se tento fenomén týká českého prostředí ale i celého světa. Dostat se k přesným číslům a datům týkajících se jednotlivých skupin používajících Facebook je víceméně nemožné. Své údaje si společnost dosti chrání. Facebook mimo jiné spoléhá na uživatele, kteří vyplní políčka jako rodné město nebo aktuální město, podle toho usoudí a zařadí nás mezi uživatele z jednotlivých států. Dalším problémem v přesném určení počtu aktivních uživatelů jsou falešné účty. Z těchto důvodů mohou být udávané počty profilů jen orientační.

Celá historie Facebooku se začíná psát roku 2004, kdy vzniká síť určená pro studenty a profesory Harvardské univerzity. Postupně se rozšiřuje mezi další univerzity. Zásadní zlom přichází s rokem 2006. Facebook je zpřístupněn všem, kteří zadají svou emailovou adresu a uvedou svůj věk vyšší než 13 let. Další významnou změnou, která přišla toho roku, bylo zavedení news feed, v českém prostředí známé jako kanál vybraných příspěvků. Do této doby byli uživatelé zvyklí navštěvovat přímo profily svých přátel a tam hledat veškeré novinky, což se změnilo. Vše důležité od té chvíle zobrazuje hlavní stránka neboli kanál vybraných příspěvků. (Losekoot, Vyhnánková, 2019) Koncem roku 2008 má Facebook 150 tisíc českých uživatelů a hned v následujícím roce, konkrétně v červnu je počet uživatelů pouze v České republice přibližně jeden milión. Jedná se o počet lidí registrovaných na této platformě se zařazením „žijí v České republice“. (Dočekal, 2010) Rok 2009 se do Facebookové historie zapisuje přidáním dnes už neodmyslitelné funkce Like, v českém prostředí známe jako „To se mi líbí“, což proměnilo prostředí Facebooku. „Uživatelé každým sdílením na sociálních sítích riskují. Dostane příspěvek like nebo zapadne?“ (Alter in Newport, 2018) Právě tato nejistota, jak úspěšná bude uživateli sdílená skutečnost, vede k neustálé kontrole a napětí, což je pro člověka velmi atraktivní. (tamtéž) V roce 2010 se Facebook dostává na třetí pozici v žebříčku nejpoužívanějších stránek českého prostředí. Někteří autoři uvádí, že se počet českých uživatelů v tomto roce vyšplhal až na dva milióny. (Dočekal, 2010) K dalšímu významnému mezníku patří rok 2012. Počet celosvětově aktivních uživatelů v jednom měsíci překonává hodnotu jedné miliardy.

Obrázek č. 2 Znárodnuje počet uživatelů Facebooku od roku 2004 do roku 2012



⁸ <https://cdr.cz/sites/default/files/images/5452/chart-facebook-billion-story-top.jpg>

V roce 2014 podle Pospíšilové, která odkazuje na data z Facebook statistic worldwide, má Facebook 4,4 milionu českých uživatelů, což je více než polovina internetové populace. (Pospíšilová, 2016) Zásadní se stává rostoucí počet uživatelů přihlašujících se pomocí mobilních telefonů. Síť se tak musí tomuto trendu přizpůsobit. Na začátku roku 2016 rozšiřuje Facebook nabídku reakcí na příspěvky. Vedle tlačítka „To se mi líbí“ tak mohou uživatelé vyjádřit své emoce pomocí emoji: „super“, „haha“, „paráda“, „to mě mrzí“, „to mě štve“.

Obrázek č. 3 Možnosti emoji reakcí



V roce 2016 je Facebook stále nejpoblárnější sociální síť v České republice, s počtem uživatelů 4,6 milionu a jednoznačně tak vede statistiky s nejvíce aktivními profily. (Lorenc, 2016) Celosvětově se počet uživatelů pohybuje okolo 1,86 miliardy měsíčně aktivních uživatelů. (Hušková, 2017) Jedním z důvodů, který v tuto chvíli napomohl udržet uživatele aktivní na sítích, bylo zavedení Stories.

V roce 2018 se Facebook snaží znova přiblížit lidem, a tak v kanálu vybraných zpráv dává větší přednost příspěvkům přátel oproti reklamním a firemním příspěvkům. (Losekoot, Vyhnánková, 2019) Při výběru příspěvků pro své uživatele, se algoritmus řídí řadou signálů. Jedním ze signálů, který získal větší váhu, se stala vzájemná interakce s přáteli. Díky ní se na hlavní stránce objevují příspěvky lidí, se kterými jsme více v kontaktu, než příspěvky od lidí, které nemáte mezi přáteli. „Tedy ačkoli je nějaký příspěvek zajímavý, reaguje na něj hodně uživatelů a je hodinu starý, uvidíte nejprve spíše příspěvek od někoho z vaší rodiny. Nebo přítele, se kterým jste neustále v kontaktu.“ (Hegedůš, 2018)

V tomto období má platforma celosvětově přes 2,3 miliardy uživatelů. Populární je hlavně v Indii, druhé místo podle počtu uživatelů má USA a na třetím místě je Brazílie. Počet celosvětových uživatelů každý den dosahuje okolo 1,5 miliardy. (Sochůrková, 2018)

⁹ <https://newsfeed.cz/wp-content/uploads/reactions.jpeg>

Podle investicniweb.cz je na Facebooku mezi uživateli více žen a to 53 %, mužů je pak 47 %. Nejvíce zastoupenou skupinou jsou lidé ve věku 25–34 let. Na tomtéž místě se udává, že se zvýšil průměrný čas strávený na Facebooku a to na 35 minut denně.

V České republice se jedná podle Lorence okolo 5,2 milionů figurujících rozdílných účtů. Internetová stránka *365tipu.cz* s čísly přes 5 miliónů uživatelů souhlasí, ale vzápětí dodává, že čísla mohou být do jisté míry zkreslená. Jedním z důvodů jsou účty dětí, kterým ještě nebylo 13 let. Založit takový profil nemusí být pro děti v tomto věku nic složitého. Při registraci totiž stačí, aby vyplnily nepravdivý údaj o svém věku. Dalším důvodem, proč se čísla o konkrétních uživateli Facebooku liší, je vícero účtů jedné osoby. Stává se to v případě, že uživatel zapomněl heslo, potřebuje další účet pro hraní her nebo jen tak, protože se mu ten aktuální nelíbí a chce to změnit. Sám Facebook udává, že počet takovýchto „nesprávných“ profilů se pohybuje okolo 6 %, některé odhady však počítají až s 30 % falešných účtů v českém prostředí. (Dočekal, 2016)

V roce 2019 Facebook udává celosvětově 2,5 miliard uživatelů měsíčně, a řadí se na třetí místo nejnavštěvovanějších webových stránek za Google a YouTube. Nejvíce uživatelů je ve věku 25-29 let. (Hušková, 2020)

Facebook je bezesporu počtem uživatelů největší sociální sítí, pohybující se na vrcholku již několik let. Jeden z důvodů, proč jej děti stále mají, ale aktivně jej nevyužívají, vychází z neformálního povídání s dětmi, které zmiňovaly jednoduchost při hraní her. Dále jde o propojení s dalšími účty, pro přihlášení na další místa či herní účty stačí zadat email nebo Facebook. Email má mnoho lidí zafixován jako docela osobní věc, na kterou nechce, aby jim chodily reklamní zprávy, zatímco Facebook jim již tolik nevadí. Také je to místo, které je již dobře známé, a tudíž mají uživatelé pocit, že s ním umí zacházet. Přesto se pomalu jeho mladí uživatelé přesouvají jinam.

3.2.2. Výhody a nevýhody Facebooku

Sociální síť Facebook je platformou, která nám lidem může přinášet jak výhody, tak nevýhody. Síť může být využita jak pozitivně, tak i negativně. „Problém nepředstavuje samotná technologie, ale zejména jednotliví uživatelé Facebooku, kteří technologii využívají nežádoucím způsobem.“ (Kopecký, 2015 str.15) Na začátek je proto nutné si uvědomit, že uživatelé jsou těmi, kteří z největší části tvoří obsah a chtějí službu využívat. Pozitiva či

negativa ze služby plynoucí mohou mít pro každého jedince rozdílný význam, a tak to, co jeden vnímá jako výhodu, se může druhému zdát jako nevýhoda. Facebook je jedním z vynálezů techniky, který v sobě může skrývat jak dobré, tak i špatné. (Akerlof, Shiller, 2017) „Výhod proč používat Facebook je několik, avšak zdá se, že problémů s ním spojených je více.“ (Dogruer, Menevi, Eyyam, 2011)

Samotní uživatelé sítí zmiňují velmi často komunikaci, jako jednu z významných výhod. Ať už jde o komunikaci s přáteli nebo obecněji se světem. Autor knihy *Digitální minimalismus*, který odkazuje na výzkumy pocházející od týmu lidí kolem Facebooku, uvádí, že „udržování kontaktu s přáteli a blízkými lidmi pomocí Facebooku nám přináší radost a posiluje náš smysl pro komunitu“. (Newport, 2019) V komunikaci jde především o předávání nějaké informace, k čemuž je právě sociální síť určena. Jakákoliv zajímavá zpráva v podobě textu, obrázku či videa „na Facebooku získá velmi rychle velké množství čtenářů, protože šíření informací v rámci sítě je založeno na virálním efektu“.¹⁰ (Bednář, 2011 str. 206) To se ovšem může jevit také jako nevýhoda v případě šíření Fake news¹¹, nebo různých pomluv a videí, které chtějí zesměšnit druhého.

Dalším pozitivem, proč sítí uživatelé navštěvují a vědí, že je nezklame, je zábava. Dá se zde najít nejen velké množství her, vtipných příspěvků, ale také pozitivních či motivujících zpráv a zajímavých nápadů či návodů. Jedním z důvodů, proč se nám objevují stále nové myšlenky a příspěvky je skutečnost, že „Facebook má nekonečný „feed“¹²“. (Alter, 2017 str 13) Každý uživatel tak může posouvat stále níž, do té doby, než ho to přestane bavit, nebo bude muset změnit činnost. Právě tato stránka věci může být vnímána jako špatná, protože vede k neustálému hledání dál a dál. Na to navazuje dostupnost, a to nejen Facebooku, ale i ostatních sociálních sítí. Každý jedinec, který má přístup k internetu, se tak může téměř kdykoliv přihlásit a zkontrolovat, co nového se za dobu jeho nepřítomnosti událo. Opačnou stránkou může být závislost, o které píše ve své knize Alter „prostředí a poměry digitálního věku nahrávají závislosti mnohem víc než cokoli jiného, co jsme za celou historii lidstva zažili“. (Alter, 2017 str. 14)

Pozitivně se uživatelé staví ještě například k seznamování se s novými lidmi. K tomuto faktu ovšem patří i opačná stránka. Neustálé se na internetu objevují uživatelé, kteří používají

¹⁰ Rychlé šíření zprávy samotnými uživateli skrze sdílení a přeposílání na sociálních sítích. (Jurášková, Hornák, 2012)

¹¹ „Sousloví, které označuje úmyslně nepravdivé nebo zavádějící informace, které se objevují v médiích a na sociálních sítích.“ (Gregor, Vejvodová, 2018 str. 8)

¹² V českém prostředí používáme kanál vybraných příspěvků.

falešné účty, a kterým nejde jen o nezávislé povídání či kamarádství. Takovíto lidé si své oběti nejdříve vytipují, zjistí si základní informace dohledatelné na profilech a následně je osloví. „Oslovení je většinou tvořeno nějakou záminkou. Může jít o předstíraný zájem o společné koníčky, místo bydliště, nebo dotaz, zda se náhodou nepotkali včera ve městě“. (Kožíšek, Písecký, 2016 str. 39) Autoři Kožíšek a Písecký ve své publikaci dále uvádějí data, z výzkumu rizikového chování dětí na internetu, který prováděla Univerzita Palackého ve spolupráci se Seznam.cz. Podle tohoto výzkumu by 42,22 % dětí bylo ochotno jít na schůzku s cizím člověkem z internetu, pokud by je o to požádal. Tématu zneužívání dětí na sítích se věnuje dokument Chalupové a Klusáka z roku 2020 *V síti*. Během deseti dnů natáčení se na profily třech 12letých dívek ozvalo necelých 2500 mužů a žen. (V síti, 2020)

Důvodů, jak a k čemu využít síť je několik, záleží tak na každém uživateli, co se rozhodne sdílet, publikovat a tvořit. Samotné studie se totiž liší v jasných odpovědích, zda je Facebook prospěšný a cítíme se díky němu méně osamělí nebo naopak čím víc síť používáme, tím pravděpodobněji se cítíme osamělí. (Newport, 2019)

3.2.3. Důvody navštěvování Facebooku

Podle Čamka Facebook „slouží k propojení přátel a známých a ke vzájemnému sdílení (zveřejňování) informací, fotografií, videí, zajímavých odkazů (tedy obsahu). Může být komunikačním prostředkem, správcem alb s písněmi, hlídačem narozenin vašich známých a rodiny atp.“ (Čamek, 2010 str. 23) Obecně internet používáme, protože potřebujeme vyřešit nějaký problém, získat informace, ale také neméně důležitá je pro nás zábava, kterou zde hledáme. Takovým místem jsou i sociální sítě. Facebook slouží pro komunikaci s lidmi na druhém konci republiky či světa pomocí příspěvků, komentářů nebo osobních zpráv. Ke stejnému důvodu používání Facebooku došel také Akerlof se Shillerem, kteří vedli rozhovory se studenty na univerzitě v Yale. Jako „oficiální důvod studenti uváděli: být v kontaktu a hovořit s přáteli, získávat informace“. (Akerlof, Shiller, 2017 str. 116) S tímto důvodem se však autoři nespokojili. Ze zmiňovaných rozhovorů došli k závěru, že skutečným důvodem, proč studenti používají Facebook je ten, že jim tato síť přináší „klid alternativního světa“. (tamtéž) Autoři tak vnímali potřebu uznání a přijetí, kterou uživatelé hledají na sítích. Tento důvod koresponduje s důvody udávanými autorkami Losekoot a Vyhnánkové, které uvádějí jako jeden z významných důvodů našich profilů na sociálních sítích budování pozitivního

obrazu sebe sama. Je pro nás důležité, jak nás vidí okolí, a proto si pečlivě vybíráme hezké a zajímavé fotky, které následně zveřejníme. Jestliže náhodou fotka není dostatečně hezká, použijeme filtry a další úpravy fotografií. To vše děláme, aby se nám vrátily pozitivní odpovědi v podobě líků, srdíček, komentářů, abychom od svých facebookových přátel získali co nejvíce reakcí. Autorky dále mluví o tom, že chceme zůstat v obraze. První fotky a reportáže přímo z místa se často objeví na síti. Dostávají se k nám tak informace z blízkého okolí, ale i z celého světa. Důležitá je rychlost a zajímavost daných příspěvků, a navíc se nám zobrazují věci, které nás opravdu zajímají. „Lidé zkrátka chtějí mít přehled, vědět věci první a sami tvořit trendy.“ (Losekoot, Vyhnálková, 2019 str. 36) Dalším důvodem, který autorky zmiňují je, že sledujeme životy ostatních. Stejně jako my i naši přátelé si na sítích tvoří své profily. Je pro nás zajímavé zjišťovat a být v obraze, kdo z našich známých byl právě na dovolené v zahraničí, nebo prožil neobvyklou situaci. Podle zmíněných autorek bychom také neměli zapomínat, že na sítích budujeme smečku. Každý z nás má potřebu patřit do nějaké skupiny, mít okruh přátel, na nichž nám záleží a jejichž reakce jsou pro nás významné. „Toužíme po pozornosti druhých, hledáme potvrzení a uznání skupiny, ke které chceme patřit“. (tamtéž) Jako neméně důležitý důvod tyto autorky vidí rozšiřování si obzorů. Téměř neustále se nám dostává přísun nových informací, a tak se prakticky pořád mohou rozšiřovat naše obzory. Prostor online nám také nabízí dostat se blíže k lidem se stejnými zájmy a koníčky.

Praktická část

4. Výzkum

Následující část je věnována popisu celkového výzkumu a rozhovorům s respondenty v cílové skupině. Všechny výpočty a grafy vychází z dat, která sesbírala autorka výhradně pro tuto práci.

4.1. Cíle výzkumu

Ve svém výzkumu se zaměřuji na mladé lidi ve věku 10–13 let, kteří jsou potenciálními uživateli sociálních sítí. Cílem výzkumu je lépe porozumět chování těchto mladých osob ve vztahu k sociálním sítím a zjistit, jaké sociální sítě právě používají. Následně se ve své práci více věnuji hlavně prostředí Facebooku. Jak moc je tato síť mezi dětmi stále rozšířená a používaná? Jak často, a které její funkce děti využívají? Dále se ve výzkumu zaměřuji na důvody zakládání nebo nezakládání si vlastního účtu a následného používání zmiňované sítě.

Pomocí dotazníků a polostrukturovaných rozhovorů jsem hledala odpovědi na následující otázky:

1. Jaké sociální sítě děti ve věku 10–13 let používají?
2. Jak charakterizovat jedince používající Facebook?
3. Co tyto děti přivedlo k založení profilu nebo naopak, proč zde profil nemají?
4. Souvisí profil dětí na Facebooku se skutečností, že tuto síť používají jejich rodiče?

Na základě výzkumných otázek byly formulovány hypotézy:

H₁ Používání Facebooku u dětí ve věku 10–13 let závisí na pohlaví.

H₂ Počet dětí používajících Facebook je srovnatelný v každém věku.

H₃ Dívky přidávají statisticky více příspěvků než chlapci.

H₄ Vlastnictví profilu dětí závisí na skutečnosti, zda mají profil jejich rodiče.

4.2. Výzkumná metoda

Pro svou práci jsem zvolila smíšený výzkum, který je založený na využití kvantitativních a kvalitativních postupů. Hendl uvádí, že kvantitativní i kvalitativní přístup pomáhají lépe pochopit zkoumaný jev z různých úhlů pohledu. Smíšený výzkum se často používá například

v pedagogických vědách a „výsledky získané oběma strategiemi výzkumu se doplňují“. (Hendl, 2005 str. 56) Pro první část jsem využila kvantitativní metodu získávání dat. Tato metoda vychází z předpokladu, „že lidské chování můžeme do jisté míry měřit a předpovídat“. (Hendl, 2005 str. 46) Chráska formuloval kvantitativní výzkum pro pedagogické disciplíny „jako záměrnou a systematickou činnost, při které se empirickými metodami zkoumají (ověřují, verifikují, testují) hypotézy o vztazích mezi pedagogickými jevy.“ (Chráska, 2016 str. 11) Tedy v případě kvalitativního výzkumu vycházíme z teorie, kterou podrobíme redukci, abychom získali hypotézy. Hypotézy jsou tvrzení, která definují vztah dvou proměnných. Proměnné jsou měřitelné hodnoty, které mohou určité jevy nabývat. Teorii v tomto procesu po porovnání proměnných s naměřenými daty následně přijímáme nebo vyvracíme, tedy falzifikujeme. V této části jsem jako vhodný prostředek pro získání dat zvolila dotazník.

Při kvalitativním postupu, je proces opačný. K samotné teorii docházíme odspodu, kdy ze sesbíraných dat (nejčastěji se jedná o pozorování, rozhovory nebo různé texty) tvoříme kategorie, ze kterých následně získáváme teorii. Při sestavování teorie se tak dostává do popředí tvůrčí proces výzkumníka, s respektem k individualitě zkoumané reality. Z množství různých kvalitativních postupů jsem pro druhou část svého výzkumu zvolila polostrukturovaný rozhovor.

4.3. Kvantitativní část výzkumu

Data pro svůj výzkum jsem na začátek získala díky dotazníku, který se stal důležitým vzhledem do situace na síti. „Gavora vymezuje dotazník jako způsob písemného kladení otázek a získávání odpovědí“. (in Chráska, 2016 str. 158) Před samotným výzkumem, a rozdáním dotazníků dětem, jsem provedla tzv. pilotáž. Ve skupině 12 dětí, žáků šesté třídy základní školy, jsem zjišťovala, jaké sociální sítě a jak často používají. Dále mne zajímalo, jestli mají účet na Facebooku a Instagramu. Následně jsem s nimi konzultovala srozumitelnost jednotlivých položek v chystaném dotazníku. Tyto získané poznatky jsem porovnála s literaturou a vytvořila konečnou verzi dotazníku. (viz. Příloha č. 1)

4.3.1. Postup tvorby dotazníků

V úvodu dotazníku byl uveden záměr, pro který dotazník vznikl, dále ujištění o anonymitě a následně instrukce k vyplnění. Dotazník byl vytvořen ve více variantách a to tak, aby v něm svou část měli respondenti používající profil na Facebooku či Instagramu, respondenti používající obě sítě, ale také respondenti nepoužívající ani jednu z těchto sítí. Celkem bylo v dotazníku uvedeno 38 nebo 47 otázek, podle varianty, kterou respondent vyplňoval. Jestliže uvedl možnost, že používá pouze Facebook, pouze Instagram, nebo ani jednu z uvedených sítí obsahoval jeho dotazník 38 otázek. Pokud respondent uvedl možnost, že používá Facebook i Instagram, pak měl jeho dotazník 47 otázek.

Každý dotazník měl stejný úvod, kde byly otázky charakterizující respondenty. Následovaly otevřené otázky zaměřené na plusy a mínusy sítí nebo jaké sítě respondenti používají. V úvodním bloku jsem se také ptala, zda dotazovaní mají účet na Facebooku a Instagramu a znají věkovou hranici pro založení účtu na zmíněných sítích. Dále mě zajímalo, kdo z blízkých rodinných příslušníků také používá danou síť. Poté respondent pokračoval v zodpovězení dotazníku podle toho, jaké sítě sám využívá. Respondent tak odpovídal na otázky týkající se důvodů založení, či nezaložení si profilu na Facebooku a frekvence využívání možnosti sdílet příspěvky nebo stories. Třetí blok tvořily otázky, jak moc s daným tvrzením souhlasí nebo ne. Zde šlo o škálu pěti bodů (1 - úplně souhlasím, 2 - souhlasím, 3 - nevím, 4 - nesouhlasím, 5 - vůbec nesouhlasím). V případě, že žák používá obě platformy, byl jeho dotazník rozšířen o výběr ze dvou možností, kdy respondent volil, jestli dané tvrzení podle něj více platí pro jednu nebo druhou síť. (viz. příloha č. 1)

4.4. Kvalitativní část

V druhé fázi mého výzkumu jsem se zaměřila na rozhovory. Hlavní se staly polostrukturované rozhovory s respondenty z cílové skupiny. Takovéto dotazování „se vyznačuje definovaným účelem, určitou osnovou a velkou pružností celého procesu získávání informací“. (Hendl, 2005 str. 164) Jednalo se o tři náhodně vybrané jedince, přičemž dva z nich mají založený účet na Facebooku a používají jej a jeden tento účet nemá. Rozhovor byl proveden s jedním chlapcem a dvěma dívkami. Ani jeden ze zmíněných předem nevyplňoval můj dotazník. Před samotným rozhovorem byli seznámeni se zachováním anonymity a důvodem našeho rozhovoru. Struktura jednotlivých otázek byla tvořena po zpracování dat

z dotazníkového šetření. Z tohoto důvodu bylo možné se doptat, co pro jednotlivce znamená mít nebo nemít účet na Facebooku.

4.5. Testy použité při analýze získaných dat

Při zpracování dat z dotazníkového šetření jsem zvolila testy, které lze použít, jestliže chceme zjistit, zda „existuje závislost mezi dvěma pedagogickými jevy“. (Chráska, 2005 str. 69) V případě nominálních dat jsem výše zmíněné hypotézy testovala pomocí testu dobré shody χ^2 – kvadrát a testu nezávislosti χ^2 - kvadrát pro kontingenční tabulku. Jedná se o test, který „ověřuje, zda četnosti, které byly získány měřením v pedagogické realitě, se odlišují od teoretických četností, které odpovídají dané nulové hypotéze“. (Chráska, 2006 str. 64). Druhý ze jmenovaných testů jsem rozšířila o znaménkové schéma pro kontingenční tabulku, které nám ukazuje na pole kontingenční tabulky, ve kterém se projevuje vztah. Testování proběhlo na hladině významnosti 0,05, což je míra pravděpodobnosti, že chybně odmítneme nulovou hypotézu. Následuje určení stupňů volnosti. „Pro kontingenční tabulku o r řádcích a s sloupcích se určí počet stupňů volnosti podle vztahu: $f = (r-1) * (s-1)$.“ (Chráska, 2006 str. 71) Dalším krokem je vypočítání testového kritéria, které porovnáme s hodnotou kritického kritéria z tabulky a následně rozhodneme o přijetí nebo odmítnutí nulové hypotézy.

5. Analýza dat

Tato kapitola se zabývá analýzou dat sesbíraných během dotazníkového šetření, které probíhalo během měsíce června ve Zlínském kraji. Děti zaznamenávaly odpovědi na otázky do předem připraveného formuláře. Při sběru dat byly odpovědi sbírány anonymně. Postupně budou více rozepsány a graficky znázorněny jednotlivé otázky významné pro výzkum. Nejprve však bude uvedena obecná charakteristika respondentů. Do samotného výzkumu bylo osloveno 113 respondentů. Dvě děti odmítly dotazník se zaměřením na sociální síť vyplnit. Následně se vrátilo 111 vyplněných dotazníků. Tři dotazníky musely být vyřazeny z důvodu nezodpovězení všech otázek podstatných pro výzkum. Pro mou práci tak posloužily odpovědi 108 dětí ve věku 10–14 let v době sběru dat. Jedná se tedy o žáky 4.–7. ročníku.

Z celkového počtu respondentů $N = 108$ bylo 49 chlapců, což představuje 45,4 %, a 59 dívek, tedy 54,6 %, jejichž věkové rozložení je uvedeno v tabulce č. 2.

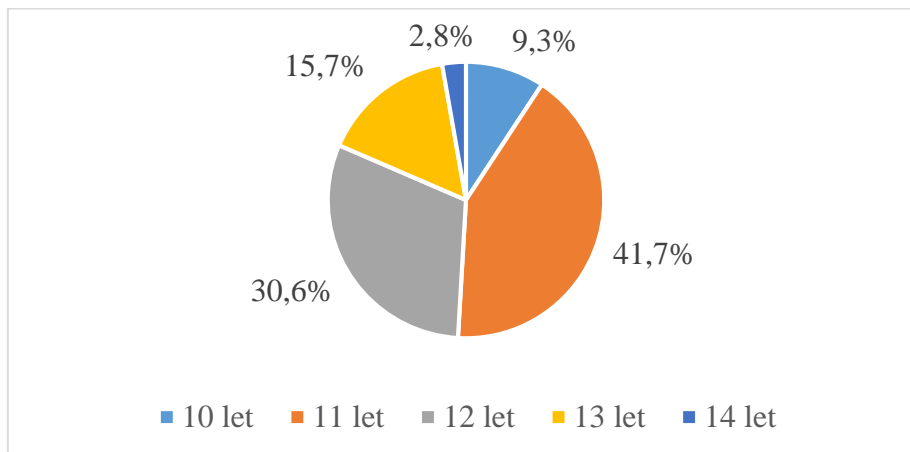
Tabulka č. 1

Pohlaví	Absolutní četnost	Relativní četnost v %
Dívka	59	54,6
Chlapec	49	45,4
	$\Sigma 108$	$\Sigma 100$

Tabulka č. 2

Věk	Absolutní četnost	Relativní četnost v %
10 let	10	9,3
11 let	45	41,7
12 let	33	30,6
13 let	17	15,7
14 let	3	2,8
	$\Sigma 108$	$\Sigma 100$

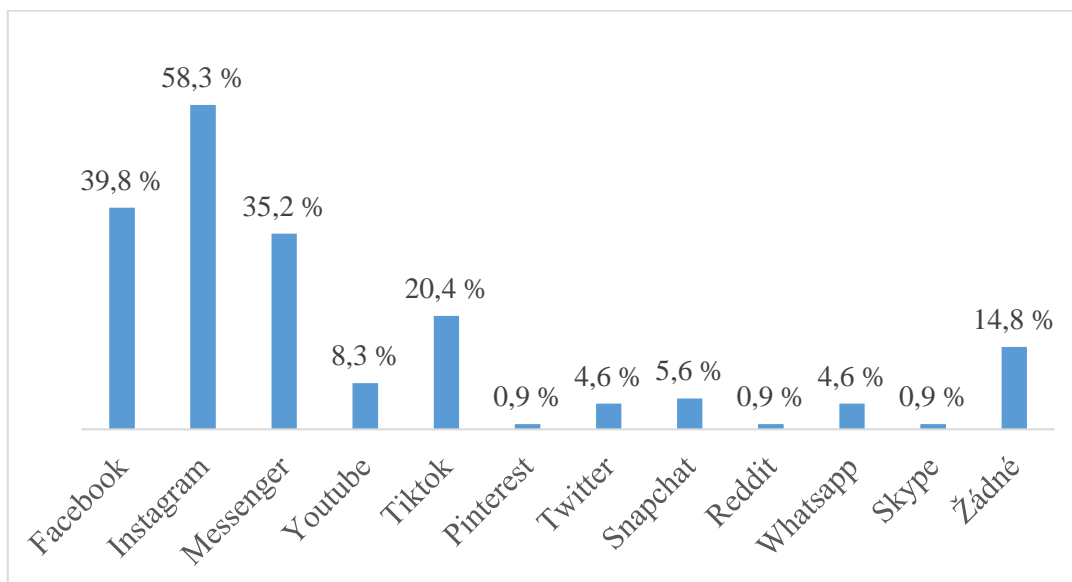
Graf č. 1 Věkové složení respondentů



Otázka č. 1 - Jaké sociální sítě používáš?

Ve volné otázce, jaké sociální sítě respondenti používají, se sešlo několik variant odpovědí. Z grafu č. 2 je patrné, že jako nejpoužívanější označili respondenti Facebook a Instagram, ale překvapivě poměrně značná část odpovědí respondentů byla: *žádné*.

Graf č. 2 Používané sociální sítě



Tabulka č. 3 Znárodnuje četnosti a absolutní četnosti používaných sociálních sítí

Facebook	Instagram	Messenger	YouTube	TikTok	Pinterest	Twitter	Snapchat	Reddit	Whatsapp	Skype	Žádné
43	63	38	9	22	1	5	6	1	5	1	16
39,8 %	58,3 %	35,2 %	8,3 %	20,4 %	0,9 %	4,6 %	5,6 %	0,9 %	4,6 %	0,9 %	14,8 %

V souvislosti s výše uvedenými daty je nutné vzít v úvahu fakt, že odpovědi mohou být ovlivněny aktuální náladou respondentů, jejich momentálním působením na sociálních sítích, ale také vlivem trendů z pohledu užívání těchto sítí z řad jejich vrstevníků. Mohlo se také stát, že některou síť žáci neuvedli z důvodů dávné návštěvy, nebo je jen nenapadlo ji sem zařadit. Příkladem takové „pozapomenuté možnosti“ může být YouTube, Skype nebo Messenger. Tyto skutečnosti vyplývají z následného neformálního povídání s dětmi, které dotazník vyplňovaly. Tento jev je také patrný při srovnání počtu odpovědí v případě volně položené otázky. Jaké sociální sítě používáš? A konkrétní uzavřené otázky máš Facebook? (otázka č. 3) Máš Instagram? (otázka č. 12) kdy kladně odpovědělo více dětí než ve volné otázce. V potaz je dobré vzít také jemné rozdíly v chápání určitou síť mít a používat.

Otázka č. 2 - Jaké jsou podle tebe kladné a záporné stránky Facebooku? (proč je dobré Facebook mít nebo naopak nemít)

Nejvíce zmiňovanou výhodou sociálních sítí byla dětmi zařazena *komunikace zadarmo na větší vzdálenost*. Do jisté míry se jedná o jednoznačné plus, na druhou stranu i takovouto komunikací dáváme Facebooku o sobě informace. Je také dobré si promyslet, které věci chceme řešit online, a které by už měly patřit k osobním rozhovorům. Jednou z mnoha možností, kterou využívá, podle odpovědí, pětina respondentů, jsou různé kvízy. Tyto kvízy na první pohled nejsou vůbec škodlivé a uživatelé mají spíš pobavit, avšak jen málokdo si uvědomí, že při jejich vyplňování dává uživatel přístup k informacím ze svého účtu.

Následně bylo jako plus vnímáno *sdílení fotografií, díky kterým vím, co se zrovna děje*. Mezi pozitivní respondenti zařadili také *fotografie od přátel*, které dávají informace o tom, *jak se mají, kde byli, co zažili*, ale na druhou stranu je potřeba si zase uvědomit, že ostatní většinou sdílí příspěvky ve chvílích, kdy se cítí dobře. Často jsou to *fotky z různých výletů nebo s novou věcí*. Fotografie před zveřejněním na sítích mají možnost upravit. Tento fakt si lidé moc nepřipouští, a tak časté sledování dokonalých příspěvků ostatních může vést k pocitům

nespokojenosti s vlastními životy. Jako další výhody Facebooku se objevovaly odpovědi, které by se daly shrnout do kategorie zábava: *hry, různé soutěže výhody v hrách*. Další kategorií je přísun informací: *dozvim se nějaké informace, můžu se dozvědět, co je nového, například lidi mi radí, jak být víc populární, dozvim se tam nějaké akce, recepty na vaření*.

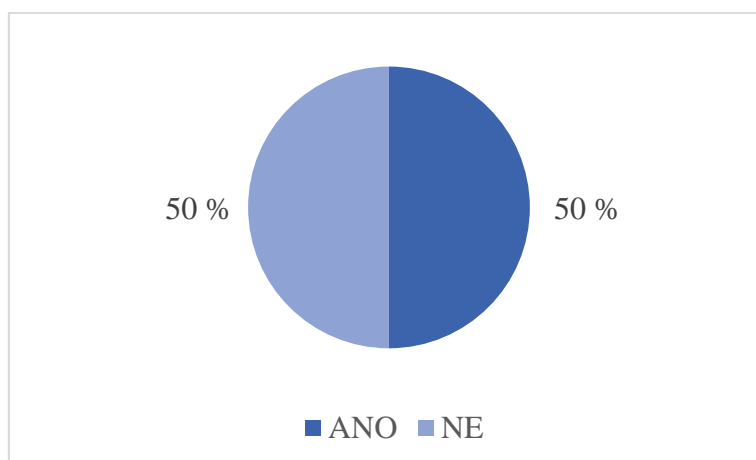
Na opačně položenou otázku, jaké nevýhody (špatné věci) vnímáš na Facebooku se objevily protipóly. Jestliže v pozitivěch byla zmiňována komunikace s novými lidmi, v negativěch se objevovaly hlavně odpovědi: *úchylové, že mě může někdo obtěžovat, může tě sledovat někdo cizí a může se dostat k tvým osobním informacím*. Také sdílení fotografií má svůj opak v podobě odpovědí: *může ho někdo využívat k šikaně, kyberšikana, někdo se ti může vysmívat, nevhodné fotky, objevují se i videa s týráním zvířat*. Jako další nevýhody pak děti udávaly: *je tam riziko virů nebo hackerů, můžou ti ho ukrást a pak tě vykrást, nebo: objevují se tam lži a nenávisť, vše, co na Facebooku přidáš, nejde smazat*.

Na otázku, jaké výhody, či nevýhody se pojí s užíváním Facebooku se sešlo také několik neutrálních odpovědí: *je to dobré, abych nebyla pozadu, na Facebooku není nic kladného, žádné záporny nevnímám, každý tam dává, co chce, je to jen volba člověka*.

Otázka č. 3 – Máš Facebook?

Na otázky odpovídaly převážně děti mladší, než je stanovená věková hranice, pro založení účtu na Facebooku. Cílem tak bylo zjistit, kolik z nich i přes tuto skutečnost účet má. V mém vzorku odpovědí se jednalo o polovinu kladných a polovinu záporných odpovědí.

Graf č. 3 Odpovědi dětí ve věku 10-14 let na otázku: Máš Facebook?

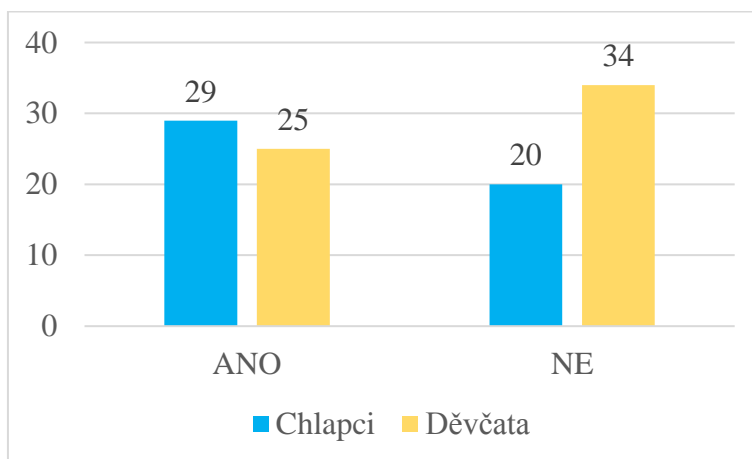


Z 54 respondentů, kteří mají Facebookový účet se jedná o 25 děvčat a 29 chlapců. (tabulka č. 4 a graf č. 4) Dále z odpovědí můžeme vyčíst, že jde o 59 % chlapců, kteří mají účet na Facebooku oproti 41 %, kteří ho nemají. U děvčat se jedná o opačný poměr a to 42 % z nich Facebook má a 58 % těch, které odpověděly, že Facebook nemají.

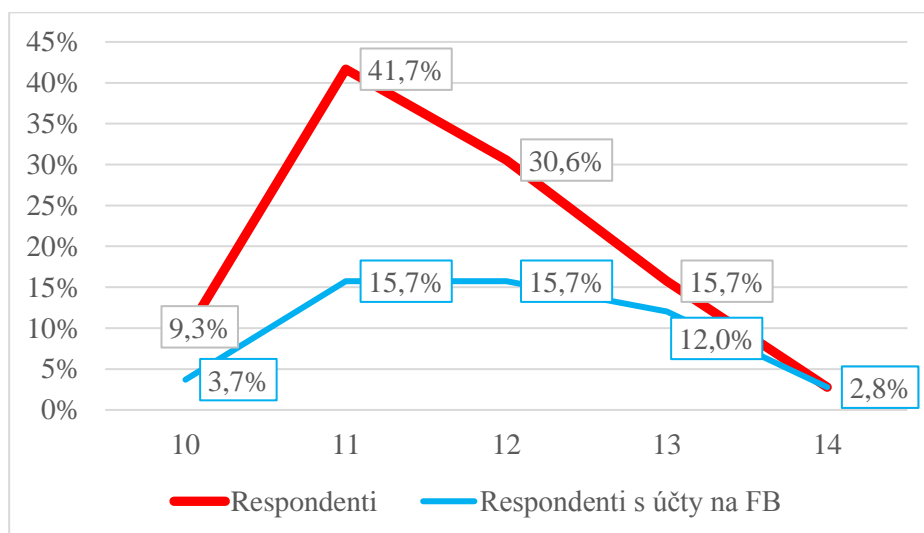
Tabulka č. 4 Znárodnuje rozdělení chlapců a děvčat v odpovědi na otázku: Máš Facebook?

	Chlapci	Děvčata
ANO	29	25
NE	20	34

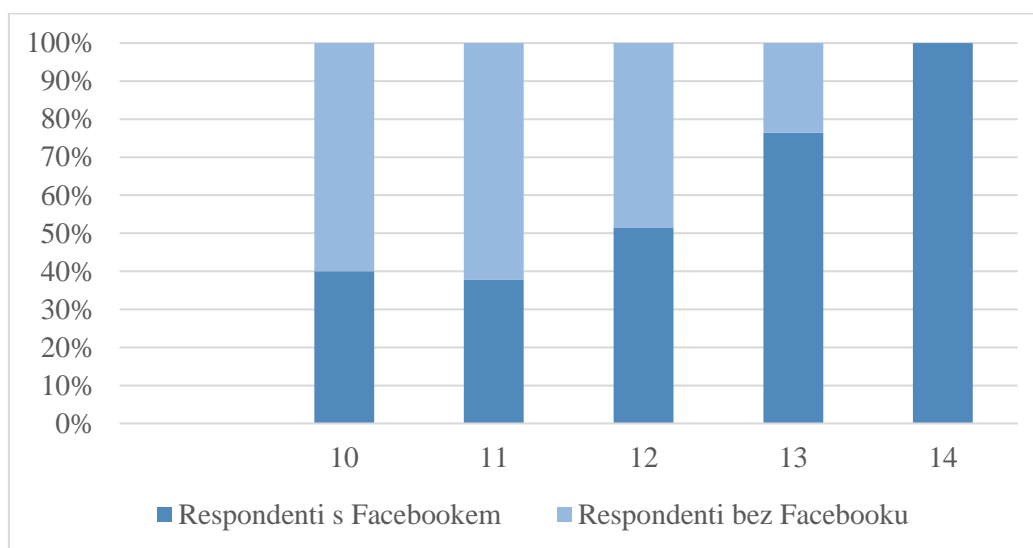
Graf č. 4 Znárodnuje odpověď na otázku: Máš Facebook?



Graf č. 5 Věková struktura výzkumného vzorku versus uživatele Facebooku



Graf č. 6 Děti ve věku 10-14 let používající versus nepoužívající Facebook



5.1. Odpovědi dětí, které používají Facebook

Otázka č. 4 – Pokud máš Facebook, jak dlouho?

Následující otázku vyplňovali pouze ti, kteří v předešlé otázce zvolili kladnou odpověď, tedy že mají Facebook. Otázka byla s volnou odpovědí, mezi kterými se tak objevily časové varianty od 3 měsíců po 3 roky. Všechny odpovědi po odečtení doby používání od věků respondentů ukazovaly na skutečnost, že účet byl založen před hranicí 13 let.

Otázka č. 5 – Víš, jaká je věková hranice pro založení účtu na Facebooku?

Cílem otázky bylo zjistit, jestli děti tuto informaci vědí, a tudíž vědomě porušují pravidlo dané poskytovatelem sítí, nebo naopak jestli si myslí, že už Facebook mít podle jeho pravidel mohou.

Tabulka č. 5 Odpovědi na otázku č. 5

	nevím	-	10 let	12 let	13 let	14 let	15 let	16 let	18 let
četnost odpovědí	18	24	1	7	31	1	21	2	3

Otázka č. 6 a č. 7 - Jak často sdílíš příspěvky na Facebookové zdi, jak často využíváš stories na Facebooku?

V těchto dvou otázkách jsem se doptávala, jak moc danou síť respondenti využívají. Zajímala mne frekvence, s jakou sdílejí příspěvky na své zdi a jak často využívají stories. V této kategorii jsou zahrnuty odpovědi, těch, co používají pouze Facebook a těch, kteří používají Facebook i Instagram.

Tabulka č. 6 - Jak často přidáváš příspěvky na Facebookovou zeď a Stories

Možnosti	Příspěvky na zdi		Stories	
	Absolutní četnost	Relativní četnost v %	Absolutní četnost	Relativní četnost v %
Méně než jednou za měsíc	30	61,2	34	70,8
Jednou za měsíc	14	28,6	8	16,8
Jednou za týden	4	8,1	6	12,5
Každý den	-	-	-	-
Více než jednou denně	1	2	-	-
	Σ49	Σ100	Σ48	Σ100

Z tabulky č. 6 vyplývá, že respondenti jsou na této sociální síti spíše méně aktivní skrze tyto dvě hlavní jmenované funkce. Dvě třetiny z nich zvolili možnost jednou za měsíc nebo méně v případě frekvence sdílení příspěvků na zdi. O něco lépe, co se týká využívání, jsou na tom stories. I přes tuto skutečnost se jedná o více než 80 % z dotazovaných, kteří tuto službu využívají velmi zřídka, tedy jednou za měsíc nebo méně. Děti tak podle sesbíraných dat jsou na Facebooku spíše konzumenti než těmi, kteří by velmi aktivně tvořili a přidávali své příspěvky.

Otázka č. 8 - Co tě vedlo k založení Facebooku?

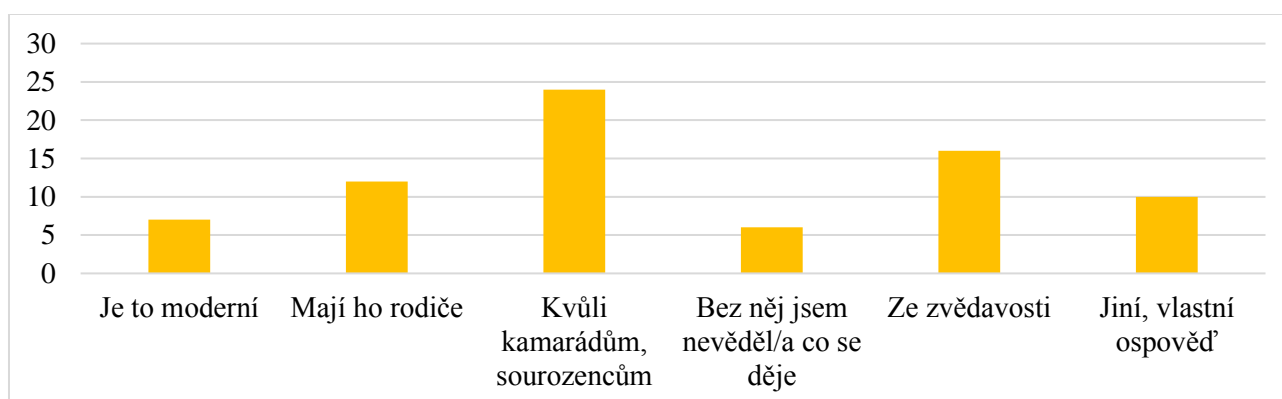
Z dat získaných v rámci předvýzkumu vzniklo několik nejčastějších odpovědí, proto mohli v samotném výzkumu, odpověď na tuto otázku, respondenti volit z nabídky, popřípadě mohli uvést jinou možnost a doplnit zde svůj důvod. Cílem otázky bylo najít důvody, které jsou pro děti podstatné při zakládání si účtu na Facebooku, zjistit jaký z důvodů je podle dětí nejvýznamnější. Otázka byla v sekci, kterou vyplňovaly jenom děti, které Facebook mají, ostatní ji vynechali. Nejčastější zvolenou odpovědí, a to celkem 24krát, byla možnost: *mají ho kamarádi, sourozenci*. Za ní následovala odpověď: *ze zvědavosti*, kterou napsalo 16 respondentů, a poté: *mají ho rodiče*. Naopak nejméně respondenti volili odpověď: *je to*

moderní a bez něj bych nevěděl/a co se děje (tabulka č. 7 a graf č. 7). Početnou skupinou odpovědí byla jiná, kterou děti doplnily například: *Facebook mám hlavně ke komunikaci oproti Instagramu ten je na fotky, chtěl jsem si tam dát fotky, kvůli soutěžím, kvůli hrám, měla ho sestřenice, ukazovala mi, jak to funguje a mě to začalo bavit, nebo protože je to sup aplikace.*

Tabulka č. 7 - Co tě vedlo k založení profilu na Facebooku

Možnost odpovědi	Absolutní četnost	Relativní četnost v %
Je to moderní	7	9,3
Mají ho rodiče	12	16
Kvůli kamarádům, sourozencům	24	32
Bez něj bych nevěděl/a co se děje	6	8
Ze zvědavosti	16	21,3
Jiní, vlastní odpověď	10	13,3
	Σ75	Σ 100

Graf č. 7 Četnost volených odpovědí na otázku: Co tě vedlo k založení si účtu na Facebooku?



Otázka č. 9 - Ohodnoť, jak moc souhlasíš / nesouhlasíš s následujícími tvrzeními.

V následující otázce respondenti mající Facebook vybírali, jak moc s daným tvrzením souhlasí nebo nesouhlasí. Svou odpověď volili na číselné škále, kdy čísla odpovídala možnostem: **1 – úplně souhlasím, 2 – souhlasím, 3 – nevím, 4 – nesouhlasím, 5 – vůbec nesouhlasím.** Cílem bylo zjistit, jak se dívají respondenti na často používané argumenty starších uživatelů, které jsou buď pozitivní, podporující užívání sítě nebo naopak tvrzení, jimiž se snaží odradit děti od používání Facebooku nebo jiných sociálních sítí. Otázka č. 9 byla kontrolní k předešlé otázce. Děti vyplňovaly anonymně papírovou verzi, z tohoto důvodu nebylo možné ovlivnit, aby všichni vyplnili všechny odpovědi. Někteří respondenti tak buď

odpovídat na otázku nechtěli, nebo otázku přehlédli a nevyplnili ji. Proto suma odpovědí pro jednotlivé výroky nekoresponduje s počtem těch, kteří jsou ve vzorku uživateli Facebooku.

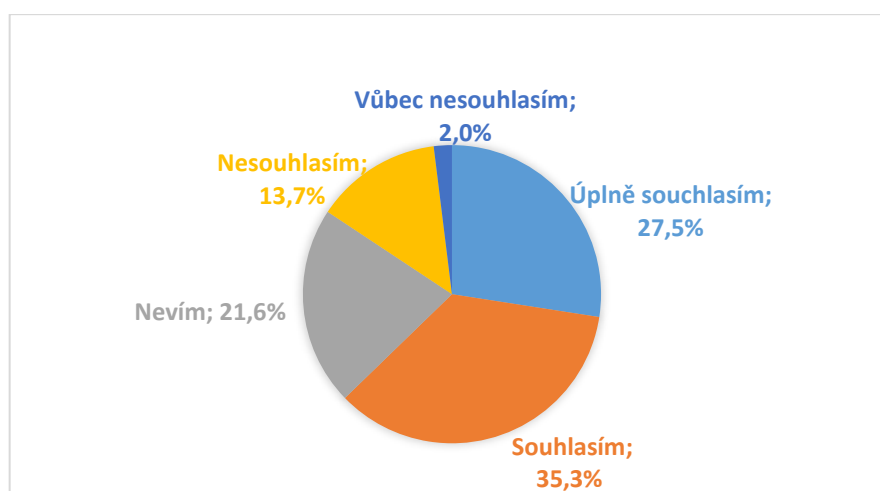
Tabulka č. 8 Zobrazuje absolutní a relativní četnost odpovědí z otázky č. 9

Tvrzení	1	2	3	4	5	Σ
Na Facebooku se dá jednoduše zaregistrovat	14 (27,5 %)	18 (35,3 %)	11 (21,6 %)	7 (13,7 %)	1 (2 %)	51
Facebook je rychlý prostředek k přenosu informací	15 (29,4 %)	16 (31,4 %)	12 (23,5 %)	7 (13,7 %)	1 (2 %)	51
Facebook mi pomáhá, abych se nenudil/a	10 (20 %)	9 (18 %)	9 (18 %)	9 (18 %)	13 (26 %)	50
Díky Facebooku mi neunikne žádná akce v okolí	8 (15,7 %)	11 (21,6 %)	19 (37,3 %)	7 (13,7 %)	6 (11,8 %)	51
Na Facebooku mám více přátel než ve skutečnosti	5 (10,4 %)	1 (2 %)	7 (14,6 %)	11 (22,9 %)	24 (50 %)	48
Díky Facebooku vím, jak se mají mí přátelé	11 (23,9 %)	15 (32,6 %)	10 (21,7 %)	4 (8,7 %)	6 (13 %)	46
To, co přidám na Facebook vidím jen já a mí přátelé	9 (23,7 %)	10 (26,3 %)	11 (28,9 %)	1 (2,6 %)	7 (18,4 %)	38

Následující grafy jsou tvořeny z tabulky č. 8. Jedná se tak o preference souhlasu či nesouhlasu k jednotlivým otázkám. Data jsou z odpovědí od chlapců a dívek, kteří používají Facebook.

Tvrzení a – Na Facebook se dá jednoduše zaregistrovat

Graf č. 6 Znárodnuje procentuální odpovědi respondentů volené pro tvrzení a

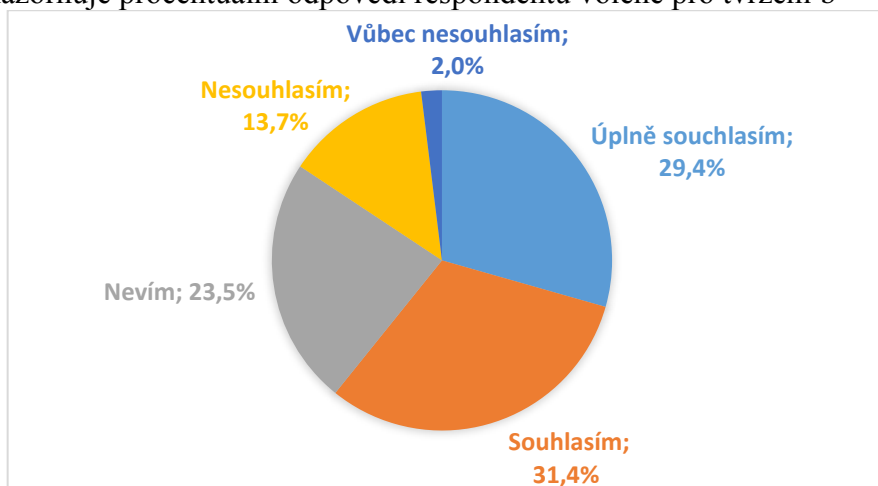


Tato otázka zjišťovala, jak moc velkým problémem může být zaregistrovat se na zmíněné sociální síti z pohledu dětí, které ji užívají. Z odpovědí vyplývá, že 63,8 % dětí označilo, že na

Facebook je jednoduché se zaregistrovat, oproti 15,7 % dětí, které s tímto tvrzením nesouhlasí. Hodnota průměrné odpovědi je 2,27. Za průměrnou odpověď respondentů bychom tedy mohli označit: *souhlasím s daným tvrzením*.

Tvrzení b – Facebook je rychlý prostředek k získání informací

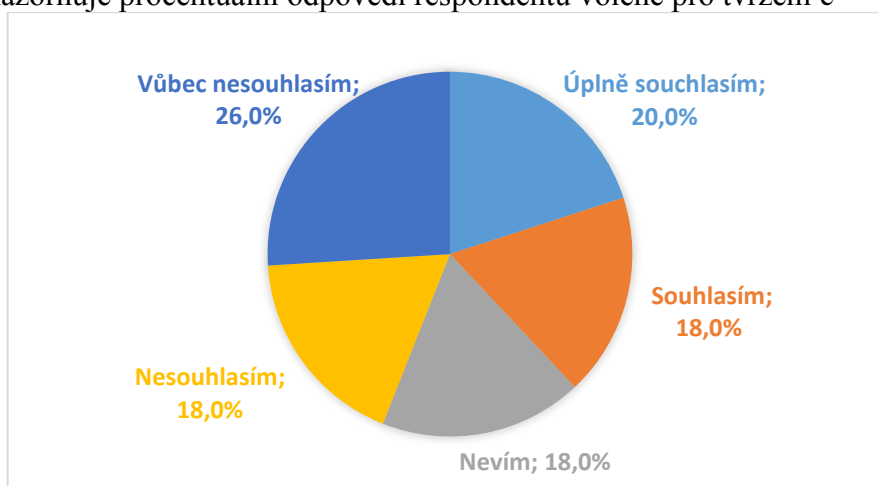
Graf č. 8 Znárodnuje procentuální odpovědi respondentů volené pro tvrzení b



Cílem otázky bylo zjistit, jak se respondenti dívají na jednu z funkcí, kterou podle teorie tato síť nabízí, tedy přísun těch nejaktuálnějších informací ze světa kolem nás. Podle sesbíraných odpovědí s tímto tvrzením úplně souhlasí nebo souhlasí 60,8 % respondentů dále 23,5 % uvedlo, že neví a 15,7 % s tímto tvrzením nesouhlasí nebo zcela nesouhlasí.

Tvrzení c – Facebook mi pomáhá, abych se nenudil/a

Graf č. 9 Znárodnuje procentuální odpovědi respondentů volené pro tvrzení c

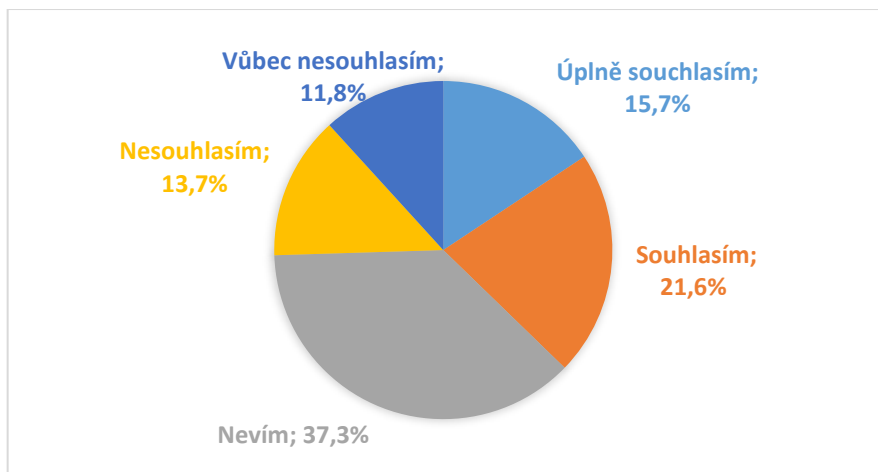


Uvedené tvrzení je jedním z častých důvodů udávaných hlavně mladými lidmi, kteří na internetu, potažmo sociálních sítích vyhledávají zábavu. Podle odpovědí respondentů však jde o necelé dvě pětiny neboli 38 % těch, kteří s tímto tvrzením souhlasí, naopak více než dvě

pětiny dětí, které odpovídaly, mají opačný názor. S tím, že by Facebook pomáhal, aby se uživatelé nenudili, nesouhlasí nebo dokonce úplně nesouhlasí 44 % dotázaných.

Tvrzení d – Díky Facebooku mi neunikne žádná akce v okolí

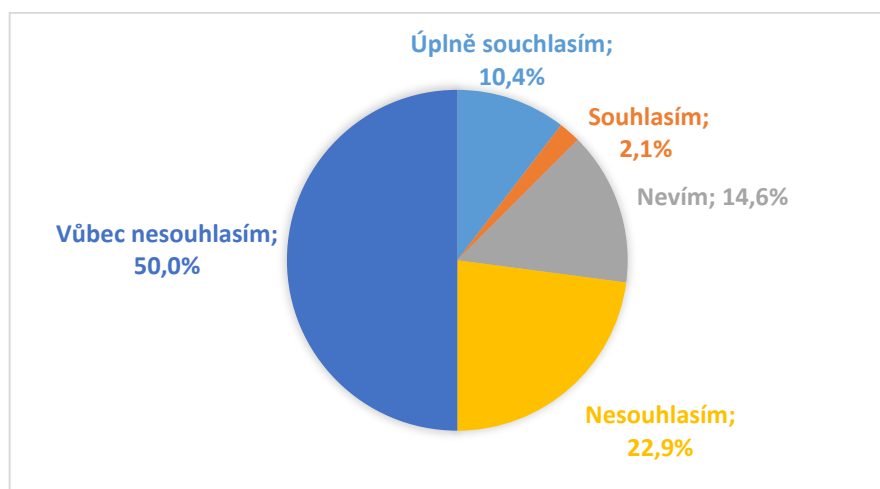
Graf č. 10 Znárodnuje procentuální odpovědi respondentů volené pro tvrzení d



Na otázku, do jaké míry se informace o pořádaných akcích a událostech přesunuly jenom na Facebook a jeho uživatelé jsou tak do jisté míry zvýhodněni, se zaměřuje toto tvrzení. Kladnou odpověď uvedlo 37 % respondentů, oproti 25,5 %, kteří s tímto tvrzením nesouhlasí nebo vůbec nesouhlasí. Respondenti, kteří (v otázce č. 8) uvedli jako důvod pro založení si Facebooku, že by bez něj nevěděli, co se děje, s tvrzením, že díky Facebooku jim neunikne žádná akce v okolí zcela souhlasí ve 33 %, 16 % uvedlo, že nesouhlasí a zbylých 50 % uvedlo možnost: nevím.

Tvrzení e - Na Facebooku mám více přátel než ve skutečnosti

Graf č. 11 Znárodnuje procentuální odpovědi respondentů volené pro tvrzení e

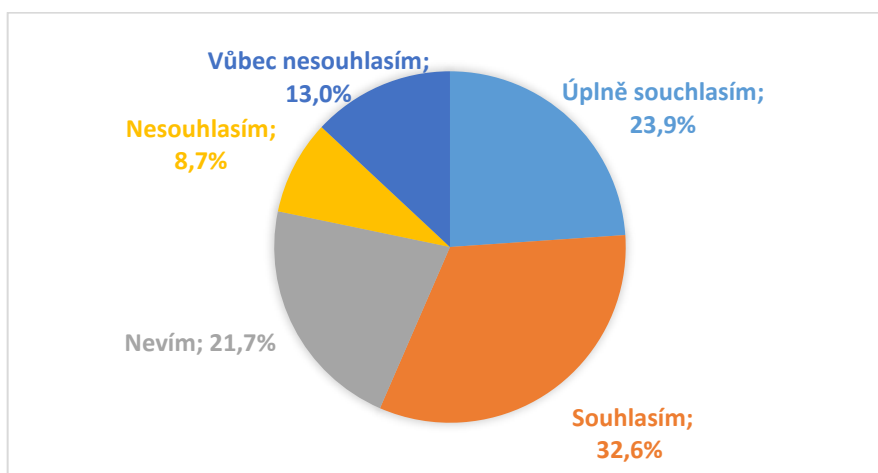


Otázka měla za cíl zjistit, jak jsou na tom uživatelé s Facebookovými a reálnými přáteli. S tvrzením, že mají na Facebooku více přátel, než ve skutečnosti vůbec nesouhlasí 50 % dotazovaných a 22,9 % nesouhlasí. Naopak 10,4 % dětí s tímto tvrzením zcela souhlasilo a 2 % souhlasila. Jde tedy o 6 odpovědí dětí, které mají pocit, že ve virtuálním světě mají více přátel.

Při porovnání odpovědí z otázek č. 8 (Co tě vedlo k založení Facebooku) a č. 9 (tvrzení e – Na Facebooku mám více přátel než ve skutečnosti), pomocí kontingenční tabulky, jsem došla k následujícím poznatkům. Respondenti, kteří ve svých důvodech pro založení si účtu volili odpověď kvůli kamarádům, následně v 86 % uvedli, že nesouhlasí nebo zcela nesouhlasí s tvrzením, že mají na Facebooku více přátel než ve skutečnosti. Tito respondenti také v necelých 40 % souhlasí nebo zcela souhlasí s tvrzením, že díky Facebooku vědí, jak se mají jejich přátelé. (otázka č. 9 f).

Tvrzení f – Díky Facebooku vím, jak se mají mí přátelé

Graf č. 12 Znárodnuje procentuální odpovědi respondentů volené pro tvrzení f

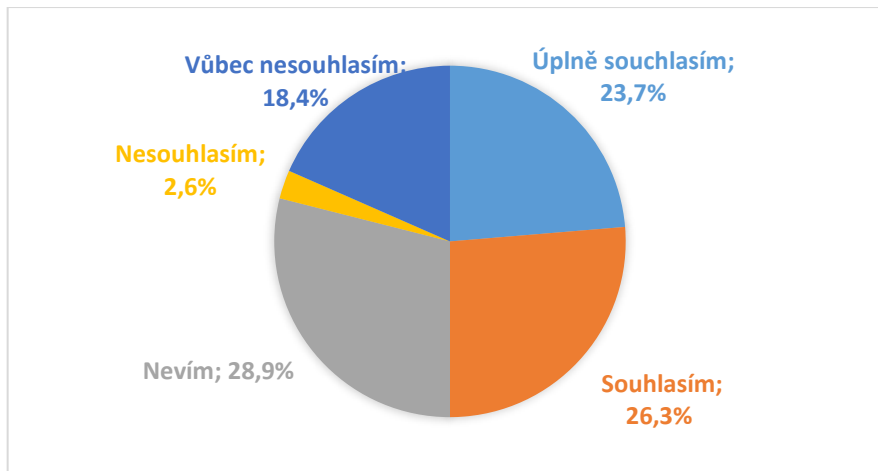


Jedním z nejvíce zmiňovaných důvodů pro používání sociálních sítí, jak uvádí také autorky Losekoot a Vyhnánková, je možnost být informován o svých přátelích. Toto tvrzení zjišťuje, do jaké míry se jmenovaným důvodem zkoumaná věková kategorie souhlasí či ne. Z odpovědi vyplývá, že 56,5 % dětí s tímto tvrzením souhlasí a mají tak pocit, že jim Facebook pomáhá získávat informace o svých kamarádech a známých. Opačnou odpověď uvedla více než jedna pětina respondentů, neboť možnost nesouhlasím a vůbec nesouhlasím, zvolilo dohromady 21,7 % z nich.

Respondenti, kteří jako důvod pro založení si Facebooku (otázka č. 8) uvedli, že by bez něj nevěděli, co se děje ve 100 % souhlasili nebo úplně souhlasili s tvrzením, že díky Facebooku vědí, jak se mají jejich přátelé. Tito respondenti také v 66 % souhlasí nebo úplně souhlasí s tvrzením, že Facebook je rychlý prostředek k získání informací. (otázka č. 9 b).

Tvrzení g – To, co přidám na Facebook vidím jen já a mí přátelé

Graf č. 13 Znárodnuje procentuální odpovědi respondentů volené pro tvrzení g



Odpověď na otázku může být velmi subjektivní. Jde o pocit, že dané příspěvky vidí omezená skupina lidí. Realita je do jisté míry závislá na samotném uživateli, jeho zabezpečení a nastavení účtu, ale i samotného příspěvku. S tvrzením: to, co přidám na Facebook vidím jen já a mí přátelé zcela souhlasí nebo souhlasí 50 % z dotazovaných, opačnou odpověď zvolila zhruba pětina z nich, 2,6 % dětí nesouhlasí a 18,4 % vůbec nesouhlasí. Zhruba třetina si však na otázku nedokázala jasně odpovědět a zvolila možnost nevím.

5.2. Odpovědi dětí, které nepoužívají Facebook

Následující část průzkumu, otázky č. 10 a č. 11, byla určena dětem, které nemají účet na Facebooku. Šlo o 54 respondentů (viz. tabulka č. 4). Otázky pro tyto respondenty byly formulovány opačně, než pro uživatele Facebooku, neboť se zaměřovaly především na důvody, proč tuto síť nevyužívají.

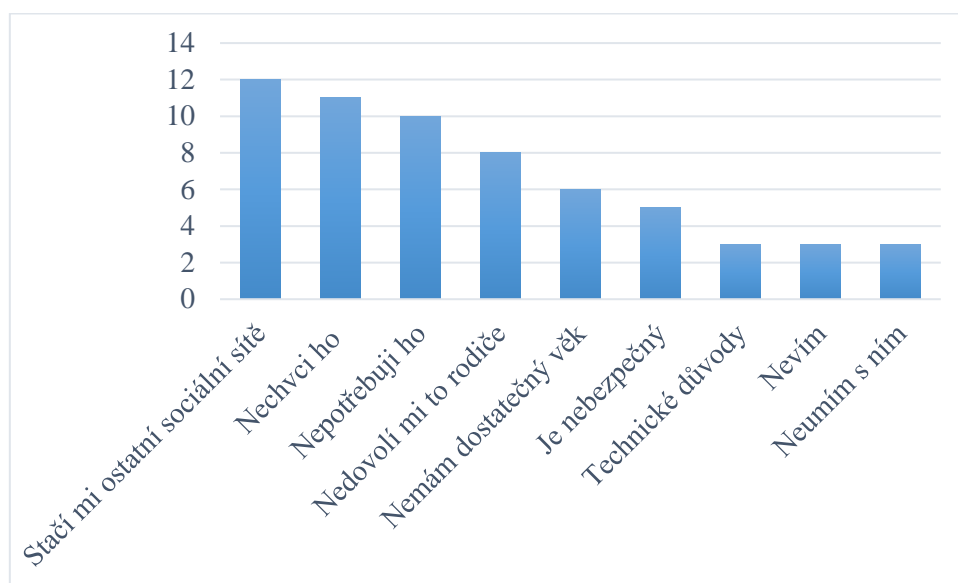
Otázka č. 10 - Jaké jsou tvé důvody, proč nepoužíváš Facebook?

Otázka zaměřená na důvody byla otevřená. Děti tak mohly vypsát své důvody, které jsem následně rozčlenila do devíti kategorií. Nejvíce odpovědí má kategorie „nechci ho“. V této kategorii jsou zahrnuty odpovědi jako: *neláká mě, nezajímá mě, a proto ho nechci*. Druhou nejčastější možností, kterou respondenti uvedli, bylo „nepotřebuji ho“. Tato kategorie zahrnuje odpovědi typu: *ztráta času* nebo například *je zbytečný*. Následně mezi zmiňovanými důvody byly také ty, že jim to rodiče nedovolí nebo si nepřejí, aby měli účet na Facebooku. Důvodem, proč nemají děti účet na Facebooku může být také ten, že používají jiné aplikace, nejčastěji jej srovnávají s Instagramem, nebo Messengerem. Například v odpovědích jako: *stačí mi Instagram, je to podobné jako Instagram* nebo *jsem v kontaktu s přáteli přes Messenger*. Někteří respondenti také odpověděli, že jsou příliš malí na to, aby měli Facebook nebo že *je to aplikace až pro starší*. V neposlední řadě se objevily důvody technického rázu jako: *nechce se mi vlézt do telefonu*, nebo že *funguje jenom na internetu*. (viz. tabulka č. 9)

Tabulka č. 9 shrnuje četnosti jednotlivých odpovědí na otázku č. 10

Možnost odpovědí	Absolutní četnost	Relativní četnost v %
Stačí mi ostatní sociální síť	12	19,7
Nechci ho	11	18
Nepotřebuji ho	10	16,4
Nedovolí mi to rodiče	8	13,1
Nemám dostatečný věk	6	9,8
Je nebezpečný	5	8,2
Technické důvody	3	4,9
Nevím	3	4,9
Neumím s ním	3	4,9
	Σ 61	Σ 100

Graf č. 14 Znárodnuje četnost odpovědí na otázku: proč nemám Facebook?



Otázka č. 11 - Ohodnot', jak moc souhlasíš / nesouhlasíš s následujícími tvrzeními

V následující otázce respondenti vybírali, jak moc s daným tvrzením souhlasí nebo nesouhlasí. Svou odpověď volili na číselné škále, kdy čísla odpovídala možnostem: **1 - úplně souhlasím, 2 – souhlasím, 3 – nevím, 4 – nesouhlasím, 5 - vůbec nesouhlasím**. Jelikož děti vyplňovaly papírovou verzi dotazníku, došlo k menšímu návratu všech vyplněných odpovědí. Z tohoto důvodu jsou v následující tabulce rozdílné součty odpovědí.

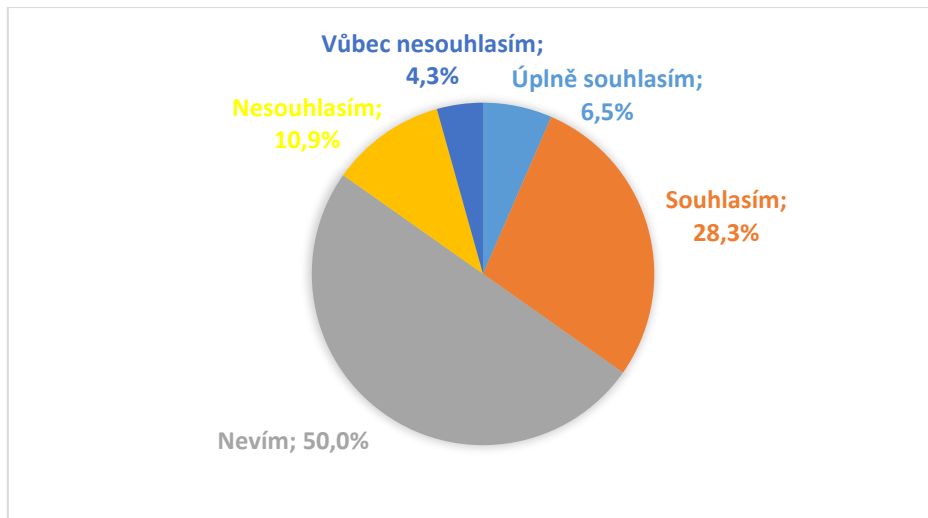
Tabulka č. 10 znázorňuje četnosti odpovědí na otázku č. 11

Tvrzení	1	2	3	4	5	Σ
Na Facebook se dá jednoduše zaregistrovat	3 (6,5 %)	13 (28,2 %)	23 (50 %)	5 (10,9 %)	2 (4,3 %)	46
Díky tomu, že nepoužívám Facebook mi pravidelně unikají akce v okolí	4 (8 %)	4 (8 %)	5 (10 %)	21 (42 %)	16 (32 %)	50
Díky tomu, že nepoužívám Facebook, nevím, jak se mají mí přátelé	2 (4 %)	2 (4 %)	5 (10 %)	16 (32 %)	25 (50 %)	50
Facebook je "žrout času"	14 (28 %)	12 (24 %)	15 (30 %)	4 (8 %)	5 (10 %)	50
Facebook není dostatečně bezpečný na to, abych ho používal/a	17 (34 %)	9 (18 %)	15 (30 %)	4 (8 %)	5 (10 %)	50
Protože nepoužívám Facebook, bývám ochuzen/a o důležité informace	2 (4 %)	3 (6 %)	9 (18 %)	16 (32 %)	20 (40 %)	50
Někteří spolužáci se semnou nebaví, protože nepoužívám Facebook	2 (4 %)	1 (2 %)	3 (6 %)	6 (12 %)	38 (76 %)	50
Facebook nepoužívám, protože není moderní	1 (2 %)	1 (2 %)	13 (26 %)	21 (42 %)	14 (28 %)	50
Facebook nepoužívám, protože by mě nebavil	19 (41,3 %)	12 (26,1 %)	8 (17,4 %)	3 (6,5 %)	4 (8,7 %)	46
Facebook nepoužívám, protože to nechťejí mí rodiče	21 (42 %)	9 (18 %)	3 (6 %)	9 (18 %)	8 (16 %)	50

Následující grafy jsou tvořeny z tabulky č. 10. Jedná se tak o preference souhlasu či nesouhlasu k jednotlivým otázkám. Data jsou z odpovědí od chlapců a děvčat, kteří nepoužívají Facebook.

Tvrzení a - Na Facebook se dá jednoduše zaregistrovat

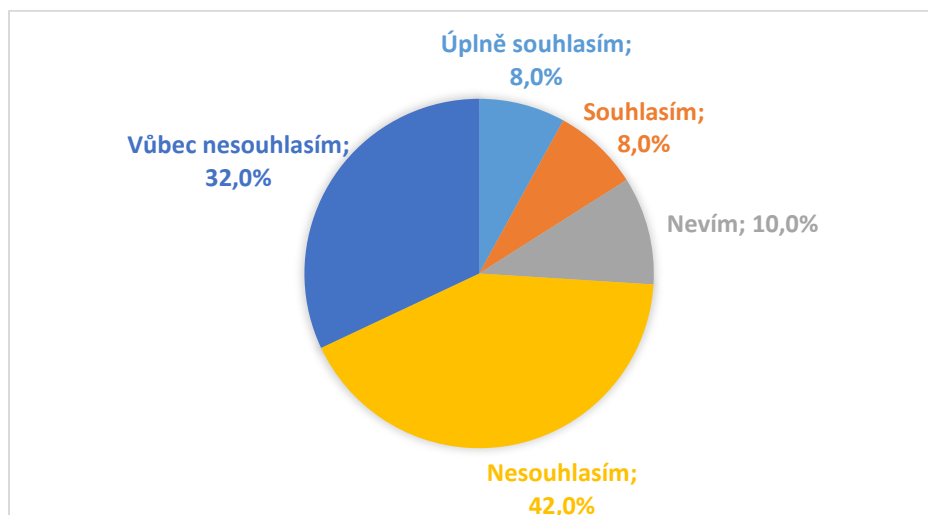
Graf č. 15 Znárodnuje procentuální odpovědi respondentů volené pro tvrzení a



S tvrzením, že se dá na Facebook jednoduše zaregistrovat, úplně souhlasí nebo souhlasí 34,8 %, což je v porovnání s uživateli Facebooku (otázka č. 9 a) o 30 % méně. Velké procento respondentů zvolilo možnost nevím, může to být z důvodu, že se nezkoušeli zaregistrovat, a tak nemají představu, jak taková registrace probíhá.

Tvrzení b - Díky tomu, že nepoužívám Facebook mi pravidelně unikají akce v okolí

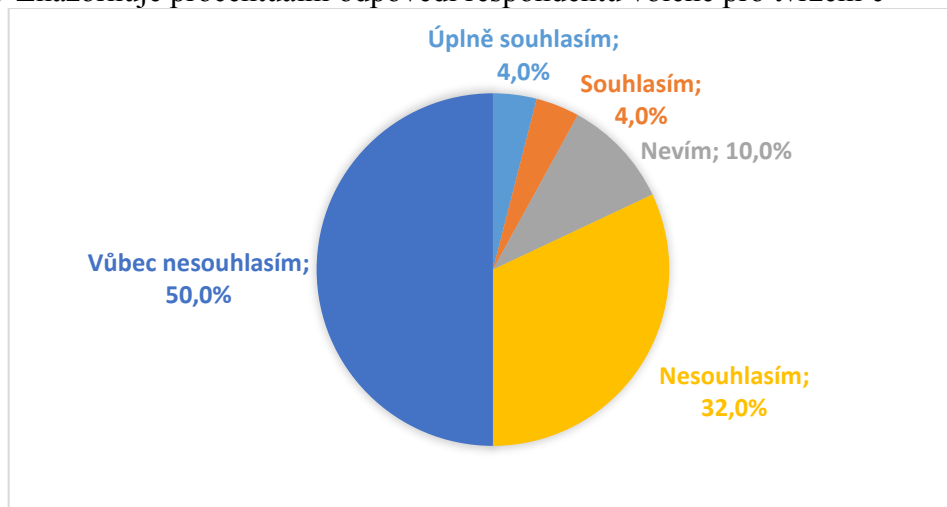
Graf č. 16 Znárodnuje procentuální odpovědi respondentů volené pro tvrzení b



U této otázky se 74 % dětí vyjádřilo, že vůbec nesouhlasí nebo nesouhlasí. Pouze 16 % úplně souhlasí nebo souhlasí s tím, že jim unikají akce v okolí kvůli tomu, že nemají Facebook.

Tvrzení c - Díky tomu, že nepoužívám Facebook, nevím, jak se mají mí přátelé

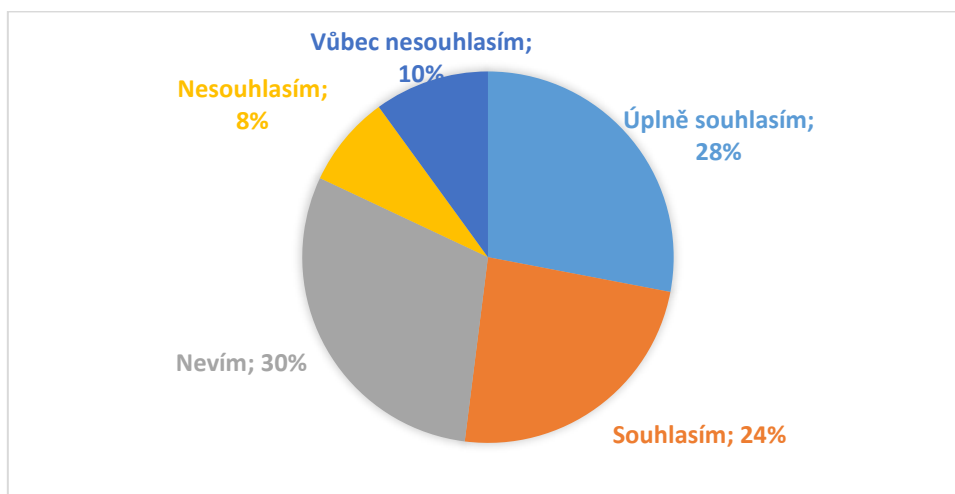
Graf č. 17 Znárodnuje procentuální odpovědi respondentů volené pro tvrzení c



Stejně jako u předešlého tvrzení i tentokrát 72 % dotazovaných úplně nesouhlasí nebo nesouhlasí s tím, že by kvůli absenci Facebooku nevěděli, jak se mají jejich přátelé.

Tvrzení d - Facebook je „žrout času“

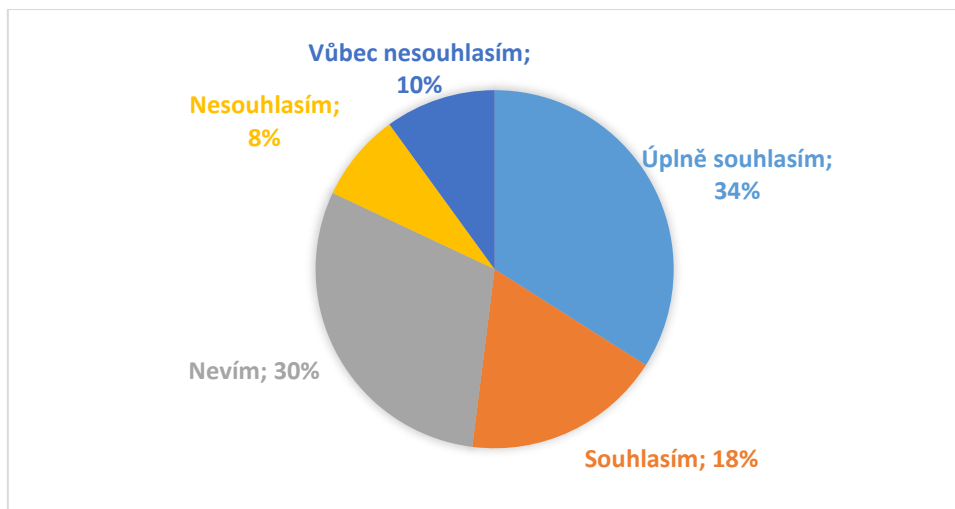
Graf č. 18 Znárodnuje procentuální odpovědi respondentů volené pro tvrzení d



Otázka směřovala k zjištění, jak moc si respondenti myslí, že je Facebook zbytečný, což byl jeden z důvodů, který také uváděli v otázce č. 10. S tvrzením že je Facebook „žrout času“ úplně souhlasila nebo souhlasila více než polovina dotázaných. Naopak zcela nesouhlasilo 10 % a 8 % nesouhlasilo. Téměř třetina respondentů se ovšem vyjádřila neutrálně, tedy zdá se, že obě možnosti berou v úvahu. Respondenti, kteří v otázce, jaké jsou tvé důvody proč nepoužíváš Facebook (otázka č. 10) volili možnost: nepoužívám, protože to nechtějí mí rodiče, ve většině případů souhlasili s tímto tvrzením.

Tvrzení e - Facebook není dostatečně bezpečný na to, abych ho používal/a

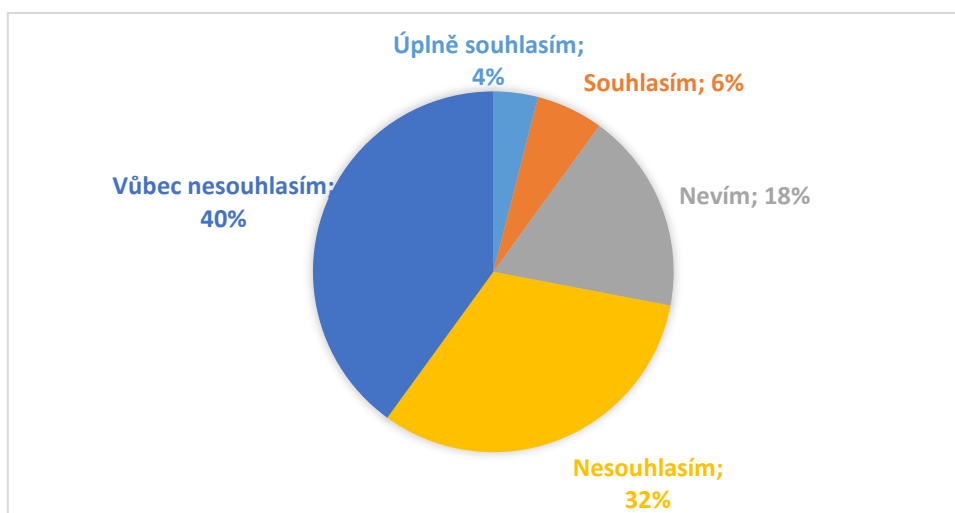
Graf č. 19 Znárodnuje procentuální odpovědi respondentů volené pro tvrzení e



Názor, že Facebook není dostatečně bezpečný je patrný z odpovědí, kdy více než polovina respondentů souhlasila. Tento názor koresponduje s důvodem udávaným v otázce, jaké jsou tvé důvody proč nepoužíváš Facebook. (otázka č. 10)

Tvrzení f - Protože nepoužívám Facebook, bývám ochuzen/a o důležité informace

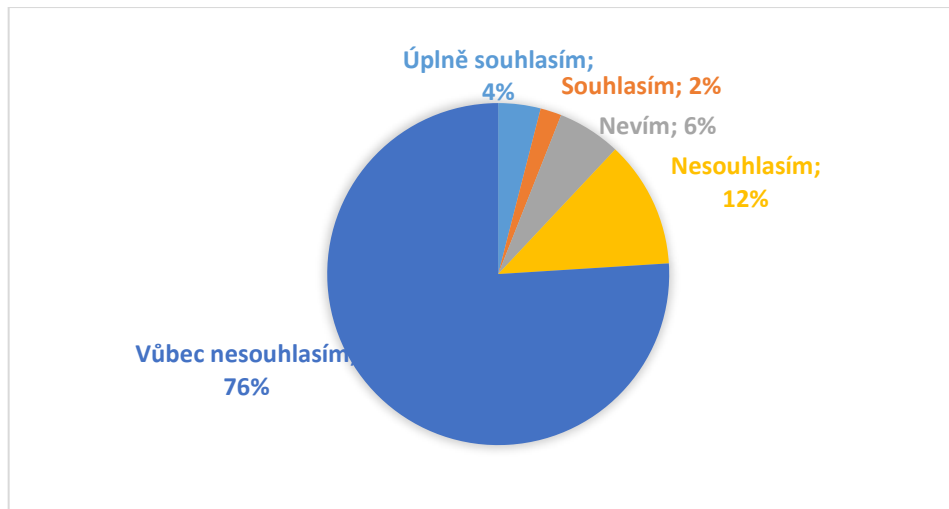
Graf č. 20 Znárodnuje procentuální odpovědi respondentů volené pro tvrzení f



Podle uvedených odpovědí si 72 % dětí nemyslí, že bývají ochuzeni o důležité informace, protože by neměli Facebook. Naopak 10 % z dotázaných uvedlo souhlasnou odpověď a absenci Facebooku vnímají jako příčinu nedostatečné informovanosti.

Tvrzení g - Někteří spolužáci se se mnou nebaví, protože nepoužívám Facebook

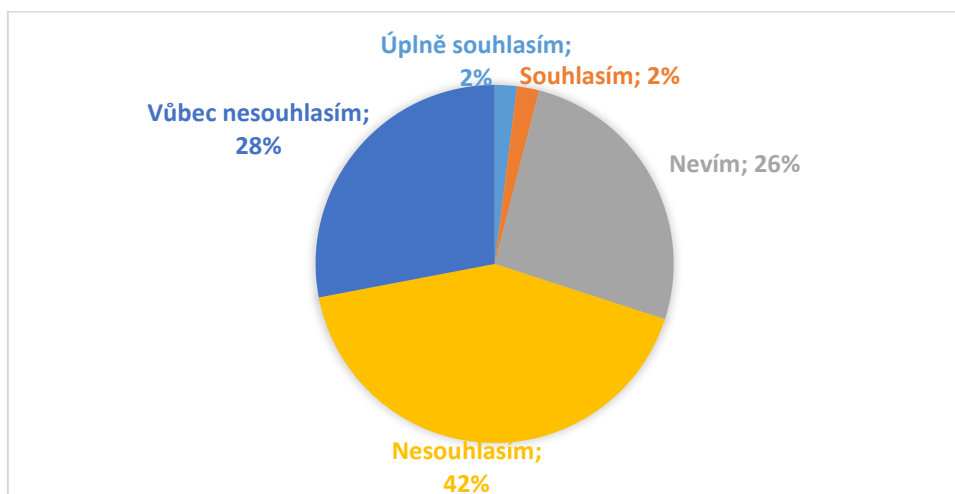
Graf č. 21 Znárodnuje procentuální odpovědi respondentů volené pro tvrzení g



Z grafu lze vyčíst, že 6 % dotazovaných vnímá, že důvodem, proč se s nimi někteří spolužáci nebaví, může být absence účtu na Facebooku. Tři čtvrtiny neboli 76 % respondentů uvedlo, že s daným tvrzením zcela nesouhlasí. Zdá se, že nemít Facebook je více normální než před několika lety.

Tvrzení h - Facebook nepoužívám, protože není moderní

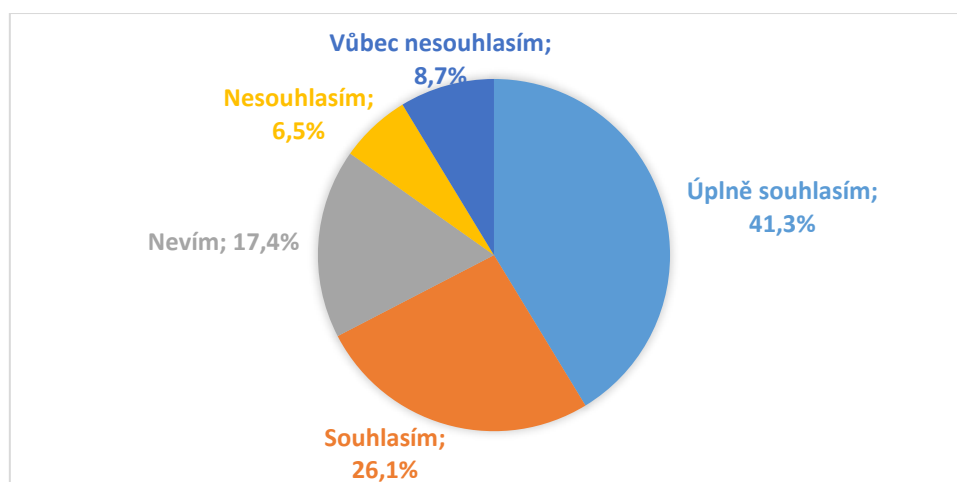
Graf č. 22 Znárodnuje procentuální odpovědi respondentů volené pro tvrzení h



Z grafu vyplývá, že 70 % dotazovaných s tvrzením, že Facebook není moderní, nesouhlasí nebo vůbec nesouhlasí. Ve vybraném vzorku respondentů tak převládá názor, že je tato sociální síť stále moderní.

Tvrzení ch - Facebook nepoužívám, protože by mě nebavil

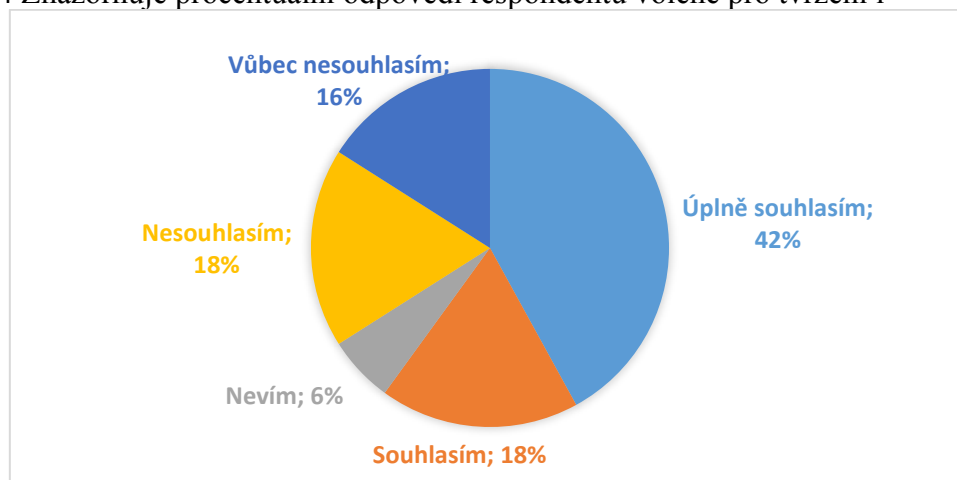
Graf č. 23 Znárodnuje procentuální odpovědi respondentů volené pro tvrzení ch



S tvrzením podle výsledků odpovědí úplně souhlasí nebo souhlasí 67,3 % dotázaných. Naopak zhruba šestina dětí s tvrzením nesouhlasí a připouští, že by je Facebook mohl bavit.

Tvrzení i - Facebook nepoužívám, protože to nechťejí mí rodiče

Graf č. 24 Znárodnuje procentuální odpovědi respondentů volené pro tvrzení i



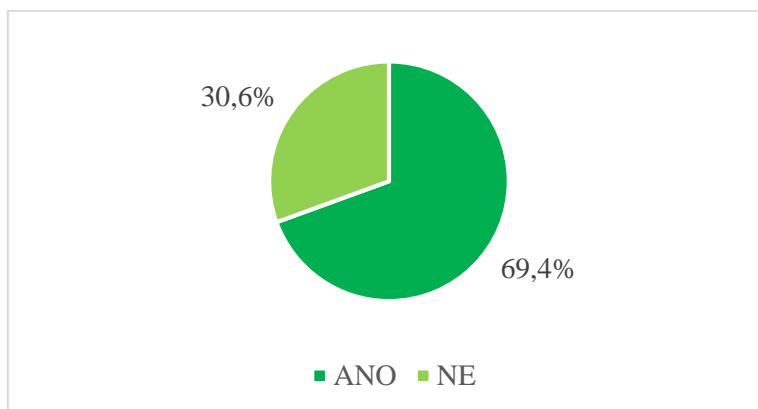
Toto tvrzení bylo zvoleno jako kontrolní, tedy zda koresponduje s jedním z důvodů uvedených v předešlé otázce. V případě, že respondenti uvedli jako důvod nepoužívání Facebooku (otázka č. 10) možnost, že si to rodiče nepřejí, v tomto tvrzení pak, kromě jednoho z nich, všichni uvedli, že zcela souhlasí. Z výsledků vyplývá, že 60 % dotazovaných Facebook nepoužívá, protože nechťejí jejich rodiče. Při porovnávání jednotlivých odpovědí v kontingenční tabulce jsem došla k výsledku, že se jedná o 44 % dívek, které s tímto tvrzením úplně souhlasí nebo souhlasí oproti 20 % chlapcům, kteří uvedli, že zcela souhlasí nebo souhlasí. Z uvedených poznatků tak vyplývá, že více rodičů nesouhlasí s používáním Facebooku v případě, že se jedná o dceru, než když se jedná o syna.

Následující otázky byly v dotazníku uvedeny hlavně pro srovnání aktuálního trendu mezi dětmi. Instagram se řadí momentálně na jednu z předních příček oblíbenosti mezi sociálními sítěmi. Na otázky odpovídaly všechny děti, tedy ty, které mají Facebook, ale i ty, které Facebook nemají.

Otázka č. 12 – Máš Instagram?

Stejně jako jiné sociální sítě také Instagram má věkovou hranici pro založení účtu a to 13 let. Otázka byla položena všem respondentům, kteří jsou mladší nebo jim je 13 let. Z kladných odpovědí však vyplývá, že si ho respondenti založili před výše zmíněnou věkovou hranicí.

Graf č. 25 Odpovědi dětí ve věku 10-14 let na otázku: Máš Instagram?



Podle odpovědí má Instagram 34 chlapců a 41 dívek, což je patrné také z následující tabulky.

Tabulka č. 11 Uživatelé Instagramu

	Ano	Ne
Chlapci	34	15
Dívky	41	18

Otázka č. 13 – Pokud ano, jak dlouho?

Otázka byla s volnou odpovědí. V případě Instagramu a jeho používání byla nejčastější odpověď *asi rok*. Objevily se ale také časové údaje jako *pár měsíců* nebo *už dlouho*.

Otázka č. 14 – Víš, jaká je věková hranice pro založení účtu na Instagramu?

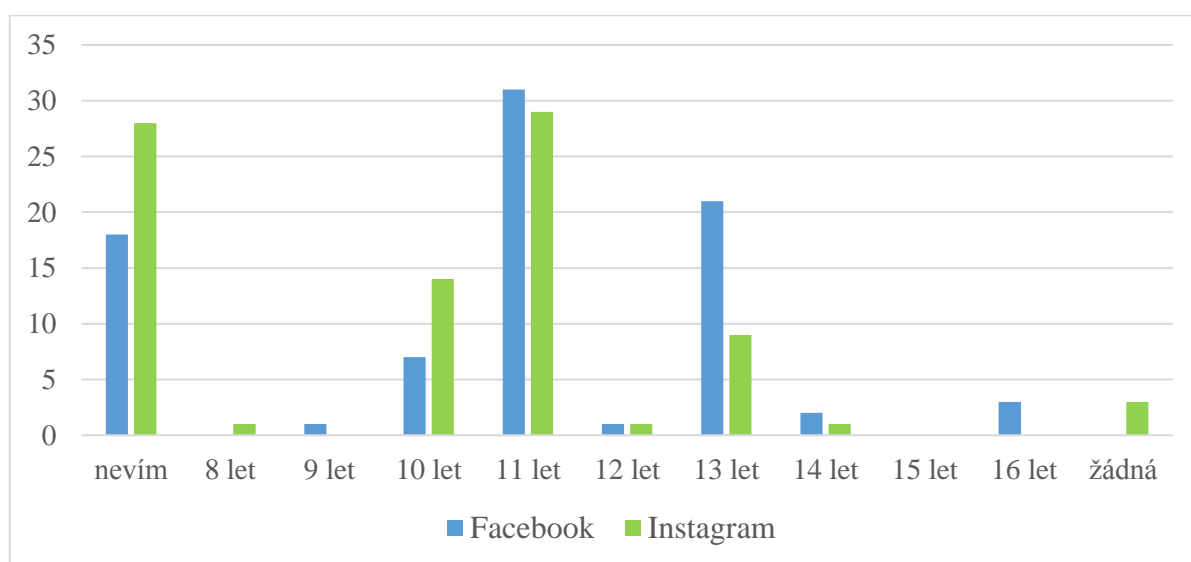
Otázka stejně jako u Facebooku směřovala na to, zda respondenti vědí, jaká je věková hranice, od které mohou oficiálně používat platformu Instagram. Otázka byla s volnou odpovědí, proto, jak dokazuje tabulka č. 12, je zde široký rozptyl možností, které respondenti uvedli. Z odpovědí lze usoudit, že někteří respondenti si nepřipouští, že by porušovali pravidlo nebo o něm nevědí.

Tabulka č. 12 Víš, jaká je věková hranice pro založení účtu na Instagramu?

	nevím	-	8 let	12 let	13 let	14 let	15 let	16 let	18 let	žádná
četnost odpovědí	28	22	1	14	29	1	9	1	-	3

Při srovnání této otázky, s otázkou č. 4 (jaká je věková hranice pro založení účtu na Facebooku) z odpovědí obecně vyplývá, že si děti myslí, že hranice pro Instagram jakožto novější a momentálně populárnější platformu je nižší. Proto je v následujícím grafu č. 26 uvedeno srovnání těchto odpovědí.

Graf č. 26 Srovnání věkové hranice pro založení účtu na Facebooku a Instagramu podle respondentů



Dalším jevem vyplývajícím z dotazníků je vnímání věkové hranice na dvou výše zmíněných, nejpoužívanějších platformách. Na otázku v kolika letech si můžeš založit profil na Facebooku odpovídali respondenti vyšším věkem než na tu samou otázku v případě Instagramu. V druhém případě se dokonce objevila odpověď, že žádnou hranici nemá. V průměru se jedná o rozdíl 1,4 roku.

Po uzavření a vyhodnocení dotazníků jsem položila písemně ještě několik otázek. (příloha č. 2) Tyto otázky jsem rozeslala, vybraným pěti dětem, jako odkaz na online dotazník, který jsem vytvořila na stránkách *Survio.com*. Následují odpovědi respondentů v cílové skupině, kteří používají Facebook 3 roky, rok a jeden z nich pouze 3 měsíce. Tito respondenti se shodli, že nepoužívají na Facebooku funkci Stories a příspěvky na zeď přidávají jednou za měsíc. Dotazník jsem vytvořila z důvodu lepšího porozumění, co pro ně znamená mít účet na sociální síti Facebook.

Jaké jsou tvé důvody, proč nyní používáš Facebook?

- Protože ho měli i ostatní tak jsem si ho taky stáhla.
- Abych tam mohla přidávat fotky a dívat se na fotky ostatních.
- Kvůli komunikaci s příbuznými a s kamarády.
- Mít větší rozhled mezi přáteli a ve světě.

Co pro tebe znamená mít profil na Facebooku?

- Vědět něco víc o svých kamarádech atd.
- Nevím moc ho nepoužívám.
- Teď už nic moc, ale když mi ho rodiče pomohli založit, tak jsem ho chtěla kvůli komunikaci s kamarády. Teď už používám pouze Messenger.
- Občas zde něco přispěji, ale jinak moc nepoužívám.

S jakými dalšími službami máš propojený Facebook?

3 respondenti uvedli Instagram a po jednom Wish, Pinterest, Spotify.

5.3. Vyhodnocení hypotéz

Na základě testu dobré shody χ^2 – kvadrát rozhodneme, zda je statisticky významný rozdíl mezi četností používání Facebooku ve vztahu k pohlaví

H_0 Mezi četností používání Facebooku ve vztahu k pohlaví není statisticky významný rozdíl.

H_A Mezi četností používání Facebooku ve vztahu k pohlaví je statisticky významný rozdíl.

Tabulka princip testu dobré shody χ^2 -kvadrát

Pohlaví	Pozorovaná četnost P	Očekávaná četnost O	P-O	$(P-O)^2$	$(P-O)^2/O$
Chlapec	29	27	2	4	0,148
Dívka	25	27	-2	4	0,148
	$\Sigma 54$				$\Sigma 0,296$

Hodnota testového kritéria je po zaokrouhlení 0,3. Kritická hodnota testového kritéria χ^2 -kvadrát je na hladině významnosti 0,05 a jednom stupni volnosti 3,841. (z tabulek Chrástka, 2016 str. 234) Vypočítaná hodnota testového kritéria je menší než hodnota kritická, proto neodmítáme nulovou hypotézu. Nebyl prokázán statisticky významný rozdíl v četnosti profilů mezi chlapci a děvčaty.

Podle stejného testu také určíme, zda je ve vzorku statisticky významný rozdíl mezi počtem dětí používající Facebook vzhledem k věku.

H_0 Mezi dětmi používajícími Facebook není statisticky významný rozdíl ve věku.

H_A Mezi dětmi používajícími Facebook je statisticky významný rozdíl ve věku.

Tabulka princip testu dobré shody χ^2 -kvadrát

Věk	Pozorovaná četnost P	Očekávaná četnost O	P-O	$(P-O)^2$	$(P-O)^2/O$
10	4	13,5	-9,5	90,25	6,685
11	17	13,5	3,5	12,25	0,907
12	17	13,5	3,5	12,25	0,907
13	13	13,5	-0,5	0,25	0,019
14	3	13,5	-10,5	110,25	8,167
	$\Sigma 54$				$\Sigma 16,685$

Hodnota testového kritéria je po zaokrouhlení 16,69. Kritická hodnota testového kritéria Chí-kvadrát je na hladině významnosti 0,05 a čtyřech stupních volnosti 9,488. (z tabulek Chrátka, 2016 str. 234) Vypočítaná hodnota testového kritéria je větší než hodnota kritická, proto odmítáme nulovou hypotézu a přijímáme hypotézu alternativní. Mezi dětmi používajícími Facebook byl prokázán statisticky významný rozdíl v jejich věku.

Test nezávislosti chí – kvadrát pro čtyřpolní tabulku

H₀ Mezi četností Facebookového profilu dětí a rodičů není statisticky významná souvislost.

H_A Mezi četností Facebookového profilu dětí a rodičů je statisticky významná souvislost.

		Profil na Facebooku rodiče		Σ
		ano	ne	
Profil na Facebooku dětí	ano	49	5	54
	ne	34	20	54
Σ		83	25	108

$$\chi^2 = n \cdot \frac{(ad - bc)^2}{(a+b) \cdot (a+c) \cdot (b+d) \cdot (c+d)}$$

(Chrátka, 2016 s. 77)

V našem případě do vzorečku doplníme

$$\chi^2 = 108 \cdot \frac{(49 \cdot 20 - 34 \cdot 5)^2}{54 \cdot 83 \cdot 25 \cdot 54}$$

$$\chi^2 = 11,71$$

Vypočítaná hodnota testového kritéria je po zaokrouhlení 11,71. Kritická hodnota testového kritéria Chí-kvadrát je na hladině významnosti 0,05 a jednom stupni volnosti 3,841. (z tabulek Chrátka, 2016 str. 234) Vypočítaná hodnota testového kritéria je větší než hodnota kritická, proto odmítáme nulovou hypotézu a přijímáme hypotézu alternativní. Jestliže mají profil na Facebooku rodiče existuje větší pravděpodobnost, že ho mají i děti.

Můžeme tak říci, že existuje souvislost mezi profilem dětí na Facebooku se skutečností, že tuto síť používají jejich rodiče.

Pomocí testu dobré shody Chí-kvadrát rozhodneme, jestli četnost příspěvků na zdi závisí na pohlaví.

H0 Mezi četností příspěvků na Facebookové zdi chlapců a dívek není statisticky významný rozdíl.

HA Mezi četností příspěvků na Facebookové zdi chlapců a dívek je statisticky významný rozdíl.

Tabulka četnosti přidávaných příspěvků na Facebookovou zeď

	méně než jednou za měsíc	jednou za měsíc	jednou za týden	jednou denně	víc než jednou denně	Σ
Dívky	10	11	1	0	0	22
Chlapci	17	6	3	0	1	27
Σ	27	17	4	0	1	49

Tabulka pozorovaných četností v %

P%

20,41	22,45	2,041	0	0
34,70	12,24	6,12	0	2,04

Tabulka očekávaných četností

O

12,12	7,63	1,8	0	0,45	22
14,88	9,37	2,2	0	0,55	27
	27	17	4	0	1

Tabulka očekávaných četností v %

O%

24,74	15,58	3,67	0	0,92
30,36	19,12	4,50	0	1,12

Tabulka pro výpočet testového kritéria Chí

$$\chi^2$$

0,37	1,49	0,35	0	0,45
0,3	1,21	0,29	0	0,37

$$z = \frac{P_{\%} - O_{\%}}{\sqrt{O_{\%} \cdot (100 - O_{\%})}} \cdot \sqrt{n}$$

(Chráska, 2016 s. 74)

Tabulka z- skóre

$$Z$$

-0,70	1,33	-0,61	0	-0,67
0,66	-1,22	0,55	0	0,61

Tabulka znaménkové schéma kontingenční tabulky

0	0	0	0	0
0	0	0	0	0

$$C = \sqrt{\frac{\chi^2}{n + \chi^2}}$$

(Chráska, 2016 s. 86)

χ^2	4,15
$\chi^2_{0,5(4)}$	3,36
C	0,28

Testové kritérium Chí (4,15) je větší než kritická hodnota testového kritéria (vypočítaná v excelu pomocí funkce CHINV) (3,36), proto odmítáme nulovou hypotézu a přijímáme alternativní. Mezi četností příspěvků na Facebookové zdi chlapců a dívek je statisticky významný rozdíl.

Z tabulky znaménkového schématu (tabulka č. 13) vychází, že mezi pozorovanou četností a očekávanou četností není statisticky významný rozdíl.

Koeficient kontingence C se používá jako míra závislosti v kontingenční tabulce. Nabývá hodnot od 0 do + 1, platí, že čím vyšší je jeho hodnota, tím vyšší je stupeň závislosti. V našem případě C = 0,28. Z tohoto výsledku vyplývá, že závislost je malá.

5.4. Rozbor rozhovorů

Ve druhé části mého výzkumu jsem se zaměřila na rozhovory. Jednalo se o polostrukturované rozhovory, které navazují na kvantitativní část. Pomocí těchto rozhovorů jsem se dostala více do hloubky problému, co znamená mít Facebook, a jaké důvody mají dnešní mladí lidé k tomu, aby si účet na této platformě založili, popřípadě ponechali a používali jej.

První dva rozhovory proběhly, při návštěvě nízkoprahového zařízení pro děti a mládež, s 13letým chlapcem a 14letou dívkou. Jména osob nejsou uváděna z důvodu zachování anonymity. Na otázky odpovídali současně respondent A a respondentka B. Facebook mají 2 a 4-5 let. Tito dva na sebe velmi často reagovali a jednotlivé odpovědi doplňovali podle svého názoru. Oba dva respondenti používají Facebook a Instagram.

Druhý rozhovor probíhal s 13letou dívkou u ní na návštěvě a stejně jako v předešlém případě jí bylo vysvětleno, jak bude rozhovor použit a také ona byla ujištěna o anonymitě. Respondentka C nemá účet na Facebooku, ani Instagramu.

Jaké sociální sítě používáte?

Instagram, Facebook, Snapchat, Skype Discord. Messenger. (A) Ještě Messenger, WhatsApp, Tellonym. (B) Jenom Messenger. (C) Množství sítí, které uživatelé uváděli, souviselo s časem, který trávili na mobilním zařízení nebo počítači. Časové údaje se lišily: Celý den (B) oproti asi hodinu denně (C), čas na počítači je ovlivněn rodiči a také množstvím úkolů do školy. Krom toho využívám telefon na psaní si na Messengeru s kamarádkami. (C)

Máte Facebook?

Ted'kom spíš Instagram ale jo. (A) Jo. (B) Ne. (C) Z rozhovorů je patrné, že všichni tři respondenti znají Facebook a nějakým způsobem ho využívají, přestože na něm mají účet jen dva z nich. Aktivněji ho používají ke sdílení fotek a jiných příspěvků. Příspěvky dávám, jako celkem se snažím celkem často no. A storička sem tam, když se vyskytne nějaká dobrá fotka. (B) Při porovnání s Instagramem je aktivita na Facebooku menší, přesto však potřeba sdílet je stále i na této síti. Když jsem v nějaké dobré situaci tak tam třeba dám fotku. (A) Zprostředkovaně Facebook využívá také respondentka C. Mluví o tom, že na Facebooku je třeba teď hodně vtípků, ale tak s tím, že kamarádka N mi to pošle. A taky sestry, které sem tam něco pošlou. (C) Potřeba mít tak vlastní účet je díky této skutečnosti menší, jelikož

k zajímavostem se dostane skrze kamarády. *Mi vlastně ke komunikaci s ostatními stačí ten Messenger, abych věděla, co potřebuji.* (C)

Z jakého důvodu máte Facebook?

Prvním důvodem, který od respondentů zazněl, byla komunikace. Respondent A uvádí příbuzné v zahraničí: *abych se s nima mohl spojit, teďkom si spolu můžem psát takhle* (A) *Psaní s kamarády bych řekla já. Domlouvát se na venky a takové a můžeš si psát aji s některýma s kterýma se nevidíš a ták.* (B) Respondentka C, jak již bylo uvedeno výše, používá pro psaní s kamarády jinou aplikaci, což udává i jako důvod, proč Facebook nemá. Naopak dobrý může být Facebook, pokud *chce někdo sdílet nějaké příspěvky, fotky nebo tak něco.* (C)

Dalším důvodem pro se ukazuje možnost propojení účtů. Jde o zjednodušení pro uživatele, kteří místo vypisování přihlašovacích údajů a dalších informací mohou jedním kliknutím přejít k dalšímu používání dané aplikace. Podle jejich slov propojení pomocí „modrého tlačítka přihlásit přes Facebook“ používají například *na hry, na kvízy.* (B) Konkrétně pak například k účtu *na World of tanks, Lolko.* (A) **K čemu je to dobré v čem ti to usnadní používání?** *Že tam nemusíš zadávat prostě tolik informací.* (A) *Máš to prostě rychlejší způsob přihlašování.* (B)

Jednou z podstatných věcí, které mohou ovlivnit, zda děti budou mít účet na sociálních sítích je přístup rodičů. Což také vyplynulo z odpovědí. **Co si myslí vaši rodiče, o tom, že používáte Facebook? A mají oni sami účet na Facebooku?** *Ne, moji rodiče ani nepoužívají dotykové mobily. Jenom jim vadí, že jako trávím na mobilu dost čas. Jinak nic.* (A) *U mě jsou v pohodě. Facebook mají. Počítá se mamka? Jako taťka tam moc nechodí, spíš máma.* (B) *Ne.* (C) **Dovolili by ti rodiče Facebook používat?** *Nevím, o tom jsme se zas až tak nebavili. Ale myslím si, že teď už jo. Že teď už mi věří, že jako nemám potřebu na tom nějak sedět.* (C)

Z rozhovorů také vyplynulo několik znepokojujících faktů. Jedním z nich může být samotná registrace účtu, která podle respondentů není nijak složitá a založit účet, si tak může skoro každý. *Jednoduše dáš, že je ti víc let.* (C) Další skutečností, se zdá být množství reálných přátel versus množství přátel na sítích. *Jako na Facebooku mám asi celkem dost přátel, ale ve skutečnosti asi tak pár pravých.* (B) *Pokud by se počítal Instagram tak ne. Tam je to jinak.* (A) S tím se pojila otázka: **přidáváte si cizí lidi na Facebooku do přátel?** Následovala

pro mě překvapivá odpověď. *Tak jako nejdříve se zeptám, jestli se známe, že jo a potom jestli ten člověk mi přijde sympatický tak proč ne? A když bydlí blízko tak můžeme zajít ven.* (B)

Rozhovory mě dovedly k závěrům, že i když Facebook není nejmodernější a nejpoužívanější aplikací mezi dětmi, stále se tam vyskytují a je potřeba na to myslet. Děti na sítích jsou zranitelné a ochotné poskytnout své informace, bavit se s cizími lidmi a využívat vše co jim aplikace nabízí. Z těchto důvodů je zapotřebí neustále znovu pracovat na prevenci a bezpečném chování na internetu potažmo sociálních sítích.

Diskuse

Během měsíce června 2019 proběhl výzkum mezi žáky 4.-7. třídy. Tito žáci vyplňovali papírovou verzi dotazníků. Všichni respondenti byli ze Zlínského kraje. Dotazník obsahoval 38–48 otázek a dětem jeho vyplnění zabralo 10-15 minut. Papírová verze byla zvolena z důvodu pokrytí respondentů jak těch, kteří se pohybují online a využívají sociální sítě, tak těch, kteří na sítích nejsou příliš aktivní, nebo je vůbec nepoužívají. Nejvíce vyplněných dotazníků se vrátilo od chlapců ze šestých tříd.

Cílem výzkumu bylo zmapovat situaci, zjistit jaké sociální sítě děti používají, jestli mají účet na Facebooku a následné porovnání s Instagramem, jaké měly důvody pro založení si profilu a jak často tuto síť využívají. Data k zjištění těchto hlavních cílů nám přinesla obecná otázka č. 1. Následně byly podstatné otázky č. 2 – č. 7 týkající se Facebooku, pro porovnání pak otázky o Instagramu č. 12 – č. 14.

Z uvedených výsledků je patrné, že nejvíce používanou sítí mezi dětmi je Instagram. Jedná se o 69,4 % respondentů, na druhém místě je Facebook, který byl zmíněn v 54 odpovědích, tedy v 50 %. Ze získaných dat lze také vyčíst, že 43,5 % respondentů používá obě jmenované sítě. Při porovnání s výzkumem, který provedla pedagogická fakulta v Olomouci *České děti a Facebook 2015*, je tento výsledek o něco menší než před pár lety. Tehdy výzkumníci uvedli, že téměř 60 % dětí mladších 13 let aktivně používá Facebook. (Kopecký, 2015) Výsledky mého výzkumu také potvrzují fakt, že údaje o věku na profilech jsou zkreslené, jelikož oficiální hranice pro založení účtu je 13 let, ale jak vyplývá z dotazníkového šetření a rozhovorů, respondenti jsou mladší a už nějakou dobu tyto sítě využívají.

Z výsledků šetření vyplývá, že děti na zmiňované sítě nejsou příliš aktivní, někteří z nich uvedli, že nevyužívají funkce Stories a více než polovina z nich přidává příspěvky na svou Facebookovou zeď zhruba jednou za měsíc či méně. Tento fakt se potvrdil také při rozhovorech, kdy respondenti používají Facebook, nicméně dle jejich slov v menší míře než například Instagram. Důvodem, pro který si zakládali účet na Facebooku a zdá se být podstatný i pro setrvání zde, je jednoznačně spojení s přáteli. Ke stejnému závěru jsem dospěla také na základě rozhovorů, kdy za nejvýznamnější důvod označili respondenti komunikaci s přáteli. Respondenti díky Facebooku mají pocit, že ví, jak se daří jejich kamarádům. Kopecký ve výše zmiňovaném výzkumu uvádí, že „velké množství dětí nezná skutečnou identitu virtuálních přátel a na požádání si přidá neznámé osoby mezi své přátele.“

(Kopecký, 2015) S tímto jevem jsem se setkala přímo při jednom z rozhovorů, kdy si respondentka po ukončení našeho povídání začala psát s neznámým mladým mužem a následně si jej i přidala do svých Facebookových přátel jen proto, že byl sympatický, jak sama uvedla. Virtuální přátelství se tak zdá být důležitou součástí životů dnešních mladých, přesto však přes 70 % z nich uvedlo, že ve skutečnosti mají více přátel než na síti.

Ve své práci jsem následně testovala několik hypotéz. Hledala jsem souvislost mezi frekvencí příspěvků a pohlavím. Tato hypotéza se potvrdila, a tak se dá říci, že dívky jsou na Facebooku aktivnější a přidávají více příspěvků než chlapci. Dále jsem zjišťovala, jestli existuje souvislost mezi věkem a počtem uživatelů Facebooku. V tomto případě jsem došla k výsledku, že existuje statisticky významný rozdíl mezi uživateli Facebooku v závislosti na věku. S rostoucím věkem roste počet uživatelů Facebooku. Naopak se nepotvrdila hypotéza, že používání Facebooku je závislé na pohlaví. Nebyl prokázán statisticky významný rozdíl v četnosti profilů mezi chlapci a děvčaty. Následovala hypotéza, která říká, že existuje vztah souvislosti mezi profilem dětí na Facebooku se skutečností, že tuto síť používají jejich rodiče. Tato hypotéza se potvrdila. Došla jsem k závěru, že jestliže mají profil na Facebooku rodiče, existuje velká pravděpodobnost, že ho mají také děti. Rozhory nevedly k jednoznačnému závěru, který by potvrdil nebo vyvrátil tuto hypotézu. Z rozhovorů vyplynulo, že na skutečnost, zda dítě má Facebook má větší vliv, jakým způsobem se rodiče staví k času strávenému na sociálních sítích jejich dětmi a k používání komunikačních technologií, než skutečnost, zda sami tyto technologie používají.

Závěr

Možností, jak se dá strávit volný čas, máme velké množství. Mezi tyto možnosti patří neodmyslitelně také život online. Ať už se jedná jen o bezcílné brouzdání po internetu, čtení zajímavých článků nebo komunikace s přáteli pomocí sociálních sítí. Kalifornští vědci, pomocí ankety v americkém časopise *Discovery girl*, zjistili, že dívky věnují „používání médií 6,9 hodin denně“. (Spitzer, 2014 str. 105) Podle článku ČTK, který odkazuje na výzkum *České děti a Facebook 2015*, „třetina dětí prosedí u počítače, telefonu či tabletu více než tři hodiny denně“. (ČTK, 2015)

Tato diplomová práce se věnovala profilu dětí ve věku 10–13 let na sociální síti Facebook. V úvodní části jsem si stanovila cíl zjistit, co pro tyto mladé lidi znamená mít profil na Facebooku. V první kapitole jsem psala o zmíněném věkovém období. Významným zdrojem informací byl také pohled Eriksona, který se dívá na lidský vývoj v osmi stádiích, přičemž v každém z nich musí člověk překonat nějaký úkol. Tento pohled vedl k pochopení, co v tomto věku musí mladí lidé vyřešit a čím se zabývají. Druhá kapitola pojednávala o prevenci se zaměřením na primární nespecifickou prevenci, jelikož v ní spatřuji potenciál a širokou škálu možností, jak pojmout prevenci při práci s mladými. Následovala třetí část, která byla o sociálních sítích.

Další velkou kapitolou byl samotný výzkum. V této části byl popsán vznik dotazníku, následný sběr dat a výsledky. Z analýzy dat vzešlo několik důležitých postřehů. Prvním z nich je ten, že ačkoliv se mluví o stárnoucí populaci na Facebooku, s menším nárůstem nových uživatelů (Dočekal, 2019), děti pod 13 let i v dnešní době mají účet na Facebooku. Podstatným poznatkem se zdá být i souvislost mezi profily dětí a jejich rodičů, kterou se podařilo prokázat. Dále jsem se soustředila na konkrétní důvody, proč si mladí lidé zakládají Facebook. Z těch jako nejvýznamnější vzešel kontakt s kamarády a následně respondenti také potvrzují fakt, že jim Facebook pomáhá vědět, jak se kamarádi mají.

Další z poznatků, které výzkum přinesl je, že mladí lidé jsou aktivní i na jiných sociálních sítích, kam se přesouvají i s komunitou svých přátel. Jeden z jevů, který s tím souvisí, je rozličné fungování, jak jednotlivých sítí, tak uživatelů na nich. Z toho plyne fakt, že to, co funguje z hlediska prevence na Facebooku nemusí fungovat na ostatních sociálních sítích. Tento jev byl patrný z rozhovorů s respondenty, ale také z reakcí na otázky týkající se bezpečnosti Facebooku a následným porovnáním s reakcemi na Instagram. Z tohoto důvodu

považuji za přínosné věnovat se každé síti zvlášť, a nezapomínat ani na sítě, které u nás fungují již delší dobu, jako je právě Facebook nebo i starší sítě. V českém prostředí působí například „Centrum prevence rizikové virtuální komunikace Pedagogické fakulty Univerzity Palackého ve spolupráci s dalšími organizacemi.“ Společně se zde věnují projektům v oblasti bezpečného chování na internetu. (e-bezpeci.cz)

Jak jsem uvedla výše, jsou mladí lidé součástí této velké věci. Mnohdy používají více sítí a jsou aktivními uživateli. Tento svět se neustále vyvíjí a rozšiřuje, teprve následující generace zjistí, co bylo dobré a co ne. Možná někteří z nich ocení chování svých rodičů nebo naopak nebudou mít úplně radost, když objeví své fotky po několika letech. Stejně tak jako se bude vyvíjet svět online, budou se vyvíjet i počty, důvody a způsoby fungování na sítích.

Zdroje

ALTER, Adam. *NEODOLATELNÉ. Vzestup návykových technologií o byznys se závislostí.* Přeložila Julie Tesla. New York: Penguin Press, 2018. 336 s

AKERLOF, George A. a Robert J. SHILLER. *Jak se loví hlupáci: ekonomie manipulace a klamu: nenechte sebou manipulovat.* Přeložil Aleš LISA. Praha: Management Press, 2017, 264 s

BACUS-LINDROTH, Anne. *Mé dítě si věří.* Přeložil Pavla LE ROCH. Praha: Portál, 2007, 159 s.

BEDNÁŘ, Vojtěch. *Internetová publicistika.* Praha: Grada Publishing, 2011, 210 s

BLINKA, Lukáš. *Online závislosti: jednání jako droga?: online hry, sex a sociální sítě: diagnostika závislosti na internetu: prevence a léčba.* Praha: Grada, 2015, 198 s

BUCCELLATO, Giuseppe. *Kořeny spirituality Dona Boska.* Vydání první. Praha: Portál, 2015, 70 s

ČAMEK, Jakub, KULJÁNKOVÁ, Hana. *Fenomén Facebook.* Kladno: BigOak, 2010, 128 s

DEVITO, Joseph A. *Základy mezilidské komunikace: 6. vydání.* Praha: Grada, 2008, 502 s.

DOČEKAL, Daniel, MÜLLER, Jan, HEGER, Luboš, HARRIS, Anastázie a kol. *DÍTĚ V SÍTI* *Manuál pro rodiče a učitele, kteří chtějí rozumět digitálnímu světu mladé generace.* Mladá fronta, 2019, 208 s

GREGOR, Miloš a Petra VEJVODOVÁ. *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!* Brno: CPress, 2018, 142 s

HEJLOVÁ, Denisa. *Public relations*. Praha: Grada, 2015, 256 s

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005, 407 s

CHRÁSKA, Miroslav. *Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu*. 2., aktualizované vydání. Praha: Grada, 2016, 254 s

JURÁŠKOVÁ, Olga a Pavel HORŇÁK. *Velký slovník marketingových komunikací*. Praha: Grada Publishing, 2012

KÖNIGOVÁ, Marie. *Tvořivost: techniky a cvičení*. Praha: Grada Publishing, 2007, 188 s

Langmeier, J. a Krejčířová, D. *Vývojová psychologie 2.*, aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2006

KOŽÍŠEK, Martin a Václav PÍSECKÝ. *Bezpečně n@ internetu: průvodce chováním ve světě online*. Praha: Grada Publishing, 2016, 175 s

KRAUS, Blahoslav. *Základy sociální pedagogiky*. Praha: Portál, 2008, 215 s

LOSEKOOT, Michelle a Eliška Vyhnánková. *Jak na síť*. Brno: Jan Melvin Publishing, 2019, 325 s

MIOVSKÝ, Michal a kolektiv. *Výkladový slovník základních pojmů školské prevence rizikového chování. 2.*, aktualizované vydání. Klinika adiktologie 1. LF UK v Praze a VFN v Praze, 2015

NEWPORT, Cal. *Digitální minimalismus: Zkroťte návykové technologie a získajte zpět svůj čas a koncentraci.* Přeložila: Helena Mirovská. Brno: Jan Melvin Publishing, 2019, 232 s

PECINA, Pavel. *Tvořivost ve vzdělávání žáků.* Brno: Masarykova univerzita, 2008, 99 s. Spisy Pedagogické fakulty Masarykovy univerzity, sv. č. 111.

POSPÍŠIL, Jan a Lucie Sára ZÁVODNÁ. *Mediální výchova.* Kralice na Hané: Computer Media, 2009, 88 s

POSPÍŠILOVÁ, Marie. *Facebooková (ne)závislost: identita, interakce a uživatelská kariéra na Facebooku.* Praha: Karolinum, 2016, 136 s

PŘÍHODA, Václav. *Ontogeneze lidské psychiky. [Díl] 1, Vývoj člověka do patnácti let.* 4. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1977, 414 s

SAK, Petr a Karolína KOLESÁROVÁ. *Sociologie stáří a seniorů.* Praha: Grada Publishing, 2012, 225 s

SPITZER, Manfred. *Digitální demence: jak připravujeme sami sebe a naše děti o rozum.* Přeložil František RYČL. Brno: Host, 2014, 341 s

ŠPIRUDOVÁ, Lenka. *Doprovázení v ošetrovatelství I: pomáhající profese, doprovázení a systém podpor pro pacienty.* Praha: Grada Publishing, 2015, 143 s

WARD, Pete, Sam ADAMS a Jude LEVERMORE. *Jak se připravovat na práci s mládeží*. Přeložil Milan KOLDINSKÝ. Praha: Portál, 1997, 143 s

ZOUNEK, Jiří. *E-learning - jedna z podob učení v moderní společnosti*. Brno: Masarykova univerzita, 2009, 161 s Spisy Masarykovy univerzity v Brně. Filozofická fakulta

Internetové zdroje

ČTK, 2015. *Děti mají na Facebooku průměrně 200 přátel, každé desáté někdo požádá o nahou fotku* [online]. [cit. 6. 1. 2020]. dostupné z: <<https://zpravy.aktualne.cz/domaci/deti-maji-na-facebooku-pres-200-pratel-kazde-desate-nekdo-po/r~baf523725ab911e5b6b20025900fea04>>

Data is beautiful. 2019. *Most Popular Social Networks 2003-2019*. In YouTube [video, online]. [cit. 13. 1. 2020]. Dostupné z: <<https://youtu.be/aOymOiQdNaE>>

Dětský úsvit. 2020. „Erik Erikson – Osm věků člověka“ *Dětský úsvit*. [online]. [cit. 18.2.2020]. Dostupné z: <<http://detskyusvit.cz/erik-erikson-osm-veku-cloveka>>

DOČEKAL, Daniel. 2010. *Facebook má 2 miliony českých uživatelů* [online]. [cit. 18.2.2020]. Dostupné z: <<https://www.lupa.cz/clanky/komentar-facebook-ma-2-miliony-ceskych-uzivatelu/>>

DOČEKAL, Daniel Bradbury. 2016. *Kolik má v Česku Facebook uživatelů? Jak je to s věkem? Proč jsou ta čísla tak podivná?* [online]. [cit. 20.2.2020]. Dostupné z: <<https://365tipu.cz/2016/11/06/tip650-kolik-ma-v-cesku-facebook-uzivatelu-jak-je-to-s-vekem-proc-jsou-ta-cisla-tak-podivna>>

DOGRUER, Nazan, Ipek MENEVI, Ramadan EYYAM. 2011. „What is the motivation for using Facebook?“ *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 15 (1), 2642-2646. [online, pdf]. [cit. 20.2.2020]. Dostupné z: <<https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1877042811007087?token=50A1C02D01B5E084B8A46AC09EA728367DC3056D17266D0F492B4F2F5388587B45FFC4E343DC5D5EF54F8847902C14E0>>

Forbes speciál Práce, jídlo, peníze a vztahy. Návod na použití generací [online, tabulka]. [cit. 13. 1. 2020]. Dostupné z: <<http://generace.forbes.cz/tabulka/>>

HEGEDŮŠ, Tomáš. 2018. *Kdo ovlivňuje podobu vaší hlavní stránky Facebooku a jak na ní vyzerá* [online]. [cit. 18.2.2020]. Dostupné z: <https://www.idnes.cz/technet/internet/facebook-socialni-site-algoritmus-hlavni-stranka-feed.A180810_090716_sw_internet_hege>

HUŠKOVÁ, Lucie. 2015. *Éra "možná" u událostí končí, nahrazuje ji užitečnější button* [online]. [cit. 18.2.2020]. Dostupné z: <<https://newsfeed.cz/era-mozna-u-udalosti-konci-nahrazuje-ji-uzitecnejsi-button/>>

HUŠKOVÁ, Lucie. 2017. *Na Facebook přichází 1,2 miliardy uživatelů denně, nejčastěji z mobilu* [online]. [cit. 18.2.2020]. Dostupné z: <<https://newsfeed.cz/na-facebook-prichazi-12-miliardy-uzivatelu-denne-nejcasteji-z-mobilu>>

HUŠKOVÁ, Lucie. 2020. *20 Facebook statistik, které byste v roce 2020 neměli ignorovat* [online]. [cit. 18.2.2020]. Dostupné z: <<https://newsfeed.cz/20-facebook-statistik-ktere-byste-v-roce-2020-nemeli-ignorovat/>>

Internet World Stats. Internet usage statistics [online] 2019 [cit. 5. 1. 2020]. Dostupné na www: <<https://www.internetworldstats.com/stats.htm>>

KOHOUT, Roman. 2019. *Sociální sítě a blížící se konec roku 2019* [online]. [cit. 6. 3. 2020]. dostupné z <<https://www.internetembezpecne.cz/socialni-site-a-blizici-se-konec-roku-2019/>>

KOPECKÝ, Kamil. 2015. *České děti a Facebook* [online]. [cit. 24.3.2020]. Dostupné z: <<https://www.e-bezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/vyzkumne-zpravy/76-ceske-deti-a-facebook-2015/file>>

KOVÁŘ, Karel. 2019. *Sociální sítě a informační nerovnosti* 26.11.2019 [video, online]. [cit. 13. 1. 2020]. Dostupné z: <<https://slideslive.com/38921197/socialni-site-a-informacni-nerovnost>>

KOVÁŘ, Karel. 2018. *Ví o nás všechno!* In YouTube [video, online]. [cit. 13. 1. 2020]. Dostupné z: <<https://www.youtube.com/watch?v=qoc-obC8z94>>

Kritické myšlení. 2016. *Lepší znalost, lepší myšlení.* [online]. [cit. 20.2.2020]. Dostupné z: <<https://www.krimys.cz/kriticke-mysleni/>>

KUBLA, Lukáš. 2019. *Tellonym aplikace pro budování přátelství nebo platforma pro kyberšikanu* [online]. [cit. 18.3.2020]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/rizikove-jevy-spojene-s-online-komunikaci/socialni-site/1562-tellonym-aplikace-pro-budovani-pratelstvi-nebo-platforma-pro-kybersikanu?fbclid=IwAR2PkkJeyIhe0Ize4PU0s9d4D_VYNzPrqm2B2nPjD-EvpwzF_9-nWgOpTYU>

Kurka, 2017. *Sociální sítě a kecálky, na kterých jsme vyrůstali* [online]. [cit. 6. 1. 2020]. dostupné z: <<https://casopis.fit.cvut.cz/tema/2-17-socialni-site/socialni-site-kecalky-kterych-vyrustali>>

LORENC, Jakub. 2016. *Jak si na tom stojí jednotlivé sociální sítě?* AMI Digital s. r. o. [online]. [cit. 20.12.2019]. Dostupné z:<<https://www.amidigital.cz/digikydy/jak-si-na-tom-stoji-jednotlive-socialni-site/>>

LORENC, Jakub. 2019: *Přihlásit se nebo se zaregistrovat* [online]. [cit. 20.12.2019]. Dostupné z: <https://cz.linkedin.com/pulse/social-media-stats-demographics-czech-republic-jakub-lorenc?trk=related_article_Social%20Media%20stats%20and%20demographics%20in%20the%20Czech%20Republic_article-card_title>

MIČKE, David. 2019. *Zajímejte se o online svět dětí, doporučuje rodičům Jirka Král* [online]. [cit. 6.1.2020]. Dostupné z: <<https://www.budsafeonline.cz/blog/zajimejte-se-o-online-svet-deti-doporucuje-rodicum-jirka-kral>>

MICHL, Petr. 2019. *Sociální sítě v Česku v roce 2019* [online]. [cit. 6. 1. 2020]. Dostupné z: <https://www.focus-age.cz/m-journal/aktuality/infografika--socialni-site-v-cesku-v-roce-2019__s288x14828.html>

Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy České republiky MŠMT: 2010. *Klíčové kompetence v základním vzdělávání*. Výzkumný ústav pedagogický v Praze 2007, volně dostupné ke stažení [online]. [cit. 13. 1. 2020]. Dostupné na [www:<http://www.msmt.cz/vzdelavani/skolstvi-v-cr/skolskareforma/klicove-kompetence>](http://www.msmt.cz/vzdelavani/skolstvi-v-cr/skolskareforma/klicove-kompetence)

Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy České republiky MŠMT: 2010. *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělání*. Praha: 2017, volně dostupné ke stažení [online]. [cit. 13. 1. 2020]. Dostupné na [www: <http://www.msmt.cz/file/43792/>](http://www.msmt.cz/file/43792/)

MIOVSKÝ, Michal a kolektiv. 2015. *Prevence rizikového chování ve školství* [online, PDF]. [cit. 6. 1. 2020]. Dostupné z: <http://www.pppkv.cz/dokumenty/01_Prevence%20rizikov%C3%A9ho%20chov%C3%A1n%C3%AD%20ve%20%C5%A1kolstv%C3%AD.pdf>

Nováček, 2017. *Historie internetu aneb první zpráva byla vlastně trolling* [online]. [cit. 6. 1. 2020]. Dostupné z: <<https://casopis.fit.cvut.cz/tema/historie-internetu-aneb-prvni-zprava-byla-vlastne-trolling/>>

Stem/mark, 2018. *Mediální gramotnost je v Česku nízká – pouze čtvrtina dospělé populace v ní dosahuje uspokojivé úrovně* [online]. [cit. 26. 2. 2020]. Dostupné z: <<https://www.stemmark.cz/medialni-gramotnost-je-v-cesku-nizka-pouze-ctvrtina-dospele-populace-v-ni-dosahuje-uspokojive-urovne/>>

V síti (2020) oficiální hlavní trailer. 2020. In YouTube [video, online]. [cit. 24. 3. 2020]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=DEllhM2K_-s>

Přílohy

Příloha č. 1 – dotazník k diplomové práci

Milí žáci,

ve své diplomové práci se zabývám sociálními sítěmi, a to hlavně Facebookem a Instagramem u žáků základních škol. Pro mé lepší porozumění této problematice Tě prosím o vyplnění následujícího dotazníku. Tvé odpovědi jsou zcela anonymní a budou sloužit pouze pro mou práci. Vyplň první list a pak část, která se Tě týká.

Děkuji za vyplnění

Jsem: - Kluk

- Holka

Věk:

Třída.....

Jsem z a) obce b) města

Jaké sociální sítě používáš? (Sociální síť je služba na internetu, která registrovaným členům umožňuje si vytvářet osobní profil, komunikovat spolu, sdílet informace, fotografie, videa, provozovat chat a další aktivity.)

-

-

-

Máš Facebook? ano ne

Pokud ano jak dlouho?.....

Víš, jaká je věková hranice pro založení si profilu na Facebooku? Jaká?.....

Pamatuješ si, že jste se ve škole bavili o fungování Facebooku? ano ne

Diskutujete doma s rodiči o fungování Facebooku? ano ne

Kdo z tvé blízké rodiny má účet na Facebooku?

-

-

-

Vnímáš nějaké klady na Facebooku (dobré věci proč Facebook mít)? Popiš jaké

-

-

Vnímáš nějaké zápory na Facebooku (špatné věci proč Facebook nemít)? Popiš jaké

-

Máš Instagram? ano ne

Pokud ano jak dlouho?.....

Víš, jaká je věková hranice pro založení si profilu na Instagramu? Jaká?.....

Pamatuješ si, že jste se ve škole bavili o fungování Instagramu? ano ne

Diskutujete doma s rodiči o fungování Instagramu? ano ne

Kdo z tvé blízké rodiny má účet na Instagramu?

-

-

-

Vnímáš nějaké klady na Instagramu (dobré věci proč Instagram mít)? Popiš jaké

-

-

-

-

Vnímáš nějaké zápory na Instagramu (špatné věci proč Instagram nemít)? Popiš jaké

-

-

-



Pokud máš Facebook i Instagram pokračuj na další straně



Pokud nemáš profil na Facebooku, ani na Instagramu pokračuj až na stranu 5



Pokud máš Facebook, ale nemáš Instagram pokračuj na stranu 7



Pokud máš Instagram, ale nemáš Facebook pokračuj na stranu 9

Pokud máš profil na Facebooku i Instagramu pokračuj tady:

FACEBOOK

Co tě vedlo k založení Facebooku?

- Je to moderní
- Mají ho rodiče
- Mají ho kamarádi, sourozenci
- Bez něj bych nevěděl/a co se děje
- Ze zvědavosti
- Jiné (vypiš své důvody).....

Jak často sdílíš příspěvky na Facebooku?

Více než jednou denně	každý den	jednou za týden
jednou za měsíc	méně než jednou za měsíc	

Využíváš Stories na Facebooku? Jak často?

Více než jednou denně	každý den	jednou za týden
jednou za měsíc	méně než jednou za měsíc	

INSTAGRAM

Co tě vedlo k založení Instagramu?

- Je to moderní
- Mají ho rodiče
- Mají ho kamarádi, sourozenci
- Bez něj bych nevěděl/a co se děje
- Ze zvědavosti
- Jiné (vypiš své důvody)

Jak často sdílíš příspěvky na Instagramu?

Více než jednou denně	každý den	jednou za týden
jednou za měsíc	méně než jednou za měsíc	

Jak často přidáváš Stories?

Více než jednou denně	každý den	jednou za týden
jednou za měsíc	méně než jednou za měsíc	

Ohodnot', jak moc souhlasíš / nesouhlasíš s následujícími tvrzeními (1 – úplně souhlasím, 2 – souhlasím, 3 – nevím, 4 – nesouhlasím, 5 – vůbec nesouhlasím)

Na Facebooku se dá jednoduše zaregistrovat	1	2	3	4	5
Facebook je rychlý prostředek k přenosu informací	1	2	3	4	5
Facebook mi pomáhá, abych se nenudil/a	1	2	3	4	5
Díky Facebooku mi neunikne žádná akce v okolí	1	2	3	4	5

Na Facebooku mám více přátel než ve skutečnosti	1	2	3	4	5
Díky Facebooku vím, jak se mají mí přátelé	1	2	3	4	5
To, co přidám na Facebook vidím jen já a mí přátelé	1	2	3	4	5
To, co přidám na Facebook bych klidně přidal/a i na Instagram	1	2	3	4	5
Na Instagram se dá jednoduše zaregistrovat	1	2	3	4	5
Instagram je rychlý prostředek k přenosu informací	1	2	3	4	5
Instagram mi pomáhá, abych se nenudil/a	1	2	3	4	5
Díky Instagramu mi neunikne žádná akce v okolí	1	2	3	4	5
Díky Instagramu vím, jak se mají mí přátelé	1	2	3	4	5
Mé fotky na Instagramu můžu vidět jen já a ti, kdo sledují můj profil	1	2	3	4	5
To, co sdílím na Instagramu bych klidně přidal/a i na Facebook	1	2	3	4	5

Vyber jednu z možností

Má atraktivnější vzhled		
Má jednodušší ovládání		
Je bezpečnější		
Mám zde více přátel		
Je zajímavější		
Je modernější		
Používám ho raději		
Trávím zde více času		
Je aktuálnější		
Zobrazuje mi více reklam		

Děkuji za tvé odpovědi. Nyní můžeš dotazník odevzdat.

V případě, že nepoužíváš, ani Facebook, ani Instagram vyplň prosím následující otázky:

Jaké jsou tvé důvody, proč nepoužíváš Facebook?

-
-
-

Jaké jsou tvé důvody, proč nepoužíváš Instagram?

-
-
-

Ohodnot', jak moc souhlasíš / nesouhlasíš s následujícími tvrzeními (1 – úplně souhlasím, 2 – souhlasím, 3 – nevím, 4 – nesouhlasím, 5 – vůbec nesouhlasím)

Na Facebooku se dá jednoduše zaregistrovat	1	2	3	4	5
Díky tomu, že nepoužívám Facebook mi pravidelně unikají akce v okolí	1	2	3	4	5
Díky tomu, že nepoužívám Facebook, nevím, jak se mají mí přátelé	1	2	3	4	5
Facebook je „žrout času“	1	2	3	4	5
Facebook není dostatečně bezpečný na to, abych ho používal/a	1	2	3	4	5
Protože nepoužívám Facebook, bývám ochuzen/a o důležité informace	1	2	3	4	5
Někteří spolužáci se semnou nebaví, protože nepoužívám Facebook	1	2	3	4	5
Facebook nepoužívám, protože není moderní	1	2	3	4	5
Facebook nepoužívám, protože mě nebaví	1	2	3	4	5
Facebook nepoužívám, protože to nechtějí mí rodiče	1	2	3	4	5
Na Instagram se dá jednoduše zaregistrovat	1	2	3	4	5
Díky tomu, že nepoužívám Instagram, mi pravidelně unikají akce v okolí	1	2	3	4	5
Protože nepoužívám Instagram, bývám ochuzen/a o důležité informace	1	2	3	4	5
Díky tomu, že nepoužívám Instagram nevím, jak se mají mí přátelé	1	2	3	4	5
Někteří spolužáci se semnou nebaví, protože nepoužívám Instagram	1	2	3	4	5
Instagram nepoužívám, protože není moderní	1	2	3	4	5
Instagram nepoužívám, protože mě nebaví	1	2	3	4	5

Instagram nepoužívám, protože to nechtějí mí rodiče	1	2	3	4	5
Instagram nepoužívám, protože je to ztráta času	1	2	3	4	5
Instagram nepoužívám, protože nemám chytrý telefon	1	2	3	4	5

Děkuji za tvé odpovědi. Nyní můžeš dotazník odevzdat.

V případě, že používáš Facebook a nepoužíváš Instagram vyplň prosím následující otázky:

Co tě vedlo k založení Facebooku?

- Je to moderní
- Mají ho rodiče
- Mají ho kamarádi, sourozenci
- Bez něj bych nevěděl/a co se děje
- Ze zvědavosti
- Jiné (vypiš své důvody).....

Jak často sdílíš příspěvky na Facebooku?

Více než jednou denně	každý den	jednou za týden
jednou za měsíc	méně než jednou za měsíc	

Využíváš Stories na Facebooku? Jak často?

Více než jednou denně	každý den	jednou za týden
jednou za měsíc	méně než jednou za měsíc	

Jaké jsou tvé důvody, proč nepoužíváš Instagram?

-
-
-

Ohodnot', jak moc souhlasíš / nesouhlasíš s následujícími tvrzeními (1 – úplně souhlasím, 2 – souhlasím, 3 – nevím, 4 – nesouhlasím, 5 – vůbec nesouhlasím)

Na Facebooku se dá jednoduše zaregistrovat	1	2	3	4	5
Facebook je rychlý prostředek k přenosu informací	1	2	3	4	5
Facebook mi pomáhá, abych se nenudil/a	1	2	3	4	5
Díky Facebooku mi neunikne žádná akce v okolí	1	2	3	4	5
Na Facebooku mám více přátel než ve skutečnosti	1	2	3	4	5
Díky Facebooku vím, jak se mají mí přátelé	1	2	3	4	5
To, co přidám na Facebook vidím jen já a mí přátelé	1	2	3	4	5
Na Instagram se dá jednoduše zaregistrovat	1	2	3	4	5

Díky tomu, že nepoužívám Instagram, mi pravidelně unikají akce v okolí	1	2	3	4	5
Protože nepoužívám Instagram, bývám ochuzen/a o důležité informace	1	2	3	4	5
Díky tomu, že nepoužívám Instagram nevím, jak se mají mí přátelé	1	2	3	4	5
Někteří spolužáci se semnou nebaví, protože nepoužívám Instagram	1	2	3	4	5
Instagram nepoužívám, protože není moderní	1	2	3	4	5
Instagram nepoužívám, protože mě nebaví	1	2	3	4	5
Instagram nepoužívám, protože to nechtějí mí rodiče	1	2	3	4	5
Instagram nepoužívám, protože je to ztráta času	1	2	3	4	5
Instagram nepoužívám, protože nemám chytrý telefon	1	2	3	4	5

Děkuji za tvé odpovědi. Nyní můžeš dotazník odevzdat.

V případě, že používáš Instagram a nepoužíváš Facebook vyplň prosím následující otázky:

Co tě vedlo k založení Instagramu?

- Je to moderní
- Mají ho rodiče
- Mají ho kamarádi, sourozenci
- Bez něj bych nevěděl/a co se děje
- Ze zvědavosti
- Jiné (vypiš své důvody)

Jak často sdílíš příspěvky na Instagramu?

Více než jednou denně každý den jednou za týden
jednou za měsíc méně než jednou za měsíc

Jak často přidáváš Stories?

Více než jednou denně každý den jednou za týden
jednou za měsíc méně než jednou za měsíc

Jaké jsou tvé důvody, proč nepoužíváš Facebook?

-
-
-

Ohodnot', jak moc souhlasíš / nesouhlasíš s následujícími tvrzeními (1 – úplně souhlasím, 2 – souhlasím, 3 – nevím, 4 – nesouhlasím, 5 – vůbec nesouhlasím)

Na Facebooku se dá jednoduše zaregistrovat	1	2	3	4	5
Díky tomu, že nepoužívám Facebook mi pravidelně unikají akce v okolí	1	2	3	4	5
Díky tomu, že nepoužívám Facebook, nevím, jak se mají mí přátelé	1	2	3	4	5
Facebook je „žrout času“	1	2	3	4	5
Facebook není dostatečně bezpečný na to, abych ho používal/a	1	2	3	4	5
Protože nepoužívám Facebook, bývám ochuzen/a o důležité informace	1	2	3	4	5
Někteří spolužáci se semnou nebaví, protože nepoužívám Facebook	1	2	3	4	5
Facebook nepoužívám, protože není moderní	1	2	3	4	5
Facebook nepoužívám, protože mě nebaví	1	2	3	4	5
Facebook nepoužívám, protože to nechtějí mí rodiče	1	2	3	4	5

Na Instagram se dá jednoduše zaregistrovat	1	2	3	4	5
Instagram je rychlý prostředek k přenosu informací	1	2	3	4	5
Instagram mi pomáhá, abych se nenudil/a	1	2	3	4	5
Díky Instagramu mi neunikne žádná akce v okolí	1	2	3	4	5
Díky Instagramu vím, jak se mají mí přátelé	1	2	3	4	5
Mé fotky na Instagramu můžu vidět jen já a ti, kdo sledují můj profil	1	2	3	4	5

Děkuji za tvé odpovědi. Nyní můžeš dotazník odevzdat.

Příloha č. 2 – doplňující otázky

Milí žáci,

ve své diplomové práci se zabývám sociálními sítěmi, a to hlavně Facebookem u žáků základních škol. Pro mé lepší porozumění této problematice Tě prosím o vyplnění následujícího dotazníku. Tvé odpovědi jsou zcela anonymní a budou sloužit pouze pro mou práci.

Děkuji Marta Jonášková

Jsem: - Kluk

- Holka

Věk:

Třída.....

Jsem z a) obce b) města

Jak dlouho máš profil na Facebooku?.....

Co pro tebe znamená mít profil na Facebooku?

Proč máš profil na Facebooku? (vypiš své důvody)

Jak často sdílíš příspěvky na Facebooku?

Více než jednou denně každý den jednou za týden
jednou za měsíc méně než jednou za měsíc

Využíváš Stories na Facebooku? Jak často?

Více než jednou denně každý den jednou za týden
jednou za měsíc méně než jednou za měsíc

Máš propojený účet Facebooku s dalšími aplikacemi?

Instagram	ANO	NE	NEVÍM
Spotify	ANO	NE	NEVÍM
Pinterest	ANO	NE	NEVÍM
Wish	ANO	NE	NEVÍM

Skype

ANO

NE

NEVÍM

S jakými dalšími weby nebo aplikacemi máš propojený účet Facebooku?

Využíváš různé kvízy typu: „Zjisti, jaký sport se k tobě hodí?“ „Tři slova, která tě totálně vystihují“ „Jaké bude tvé povolání?“

ANO

NE

Znáš nějaké další weby nebo aplikace, které patří Facebooku? Jaké?

Víš, odkud bere Facebook peníze? Z čeho?

Děkuji za tvé odpovědi.