

**UNIVERZITA PALACKÉHO V OLMOUCI**

**FILOZOFICKÁ FAKULTA**

**KATEDRA SOCIOLOGIE, ANDRAGOGIKY A KULTURNÍ ANTROPOLOGIE**

Sociální síť Facebook a její vliv na život mladých lidí ve věku 19-22 let

Bakalářská diplomová práce

Obor studia: Kulturní Antropologie

**Autor:** David Hambálek

**Vedoucí práce:** Mgr. Jakub Havlíček, Ph. D.

Olomouc 2020

Prohlašuji, že jsem bakalářskou diplomovou práci na téma „*Sociální síť Facebook a její vliv na život mladých lidí ve věku 19-22 let*“ vypracoval samostatně a uvedl v ní veškerou literaturu a ostatní zdroje, které jsem použil.

V Olomouci dne. 24.3.2020...

Podpis .....

## Poděkování

Tímto bych chtěl poděkovat svému vedoucímu práce Mgr. Jakubu Havlíčkovi, Ph. D. za jeho odborné rady při psaní mé bakalářské práce.

## Anotace

<b>Jméno a příjmení:</b>	<i>David Hambálek</i>
<b>Katedra:</b>	Katedra sociologie, andragogiky a kulturní antropologie
<b>Obor studia:</b>	<i>Kulturní antropologie</i>
<b>Obor obhajoby práce:</b>	<i>kulturní antropologie</i>
<b>Vedoucí práce:</b>	<i>Mgr. Jakub Havlíček, Ph. D.</i>
<b>Rok obhajoby:</b>	2020

<b>Název práce:</b>	Sociální síť Facebook a její vliv na život mladých lidí ve věku 19-22 let
<b>Anotace práce:</b>	<p>Ve své bakalářské práci se budu zabývat studiem sociální sítě Facebook a tím, jakou roli hraje tato síť v každodenním životě mladých lidí a jakým způsobem ji využívají. Nejdříve bych se rád věnoval stručné historii sítě Facebook. Dále bych přiblížil základní rysy a prvky, prostřednictvím kterých lze tuto síť využívat. V práci se chci zabývat i problémy ochrany soukromí. A s tím rozebrat související hrozby jako je kyberšikana, kybergrooming, nebo kyberstalking. Po vysvětlení těchto pojmů bude následovat empirická část. V empirické části se budu zabývat analýzou polo strukturovaných rozhovorů, jež jsem vyhodnotil pomocí metody otevřeného kódování. Díky této metodě jsem objevil několik kategorií plynoucích z rozhovorů, které v této části práce přiblížím. Pro ověření svých teorií budu využívat citace ze svých rozhovorů s mými respondenty. Na konci empirické části najdeme shrnutí, jež zhodnotí jednotlivé kategorie a analýzy mých rozhovorů.</p>

<b>Klíčová slova:</b>	Facebook, komunikace, sociální síť, Instagram, Twitter, Tik Tok, kyberšikana, kyberstalking, kybergrooming,
<b>Title of Thesis:</b>	
<b>Annotation:</b>	In my bachelor thesis "The influence of Facebook social network on the life of young people aged 19-22" I would like to study the Facebook social network and find out what role this network plays in their everyday life and how they use it. The first one will deal with its brief history, description of its basic features and its basic elements through which this network can be used. I also want to address privacy issues. Analyze related threats such as cyberbullying, kybergrooming, or cyberstalking. The explanation of these terms will be followed by an empirical part. In the empirical part I will deal with the analysis of semi-structured interviews, which I evaluated using the open coding method. Thanks to this method, I have evaluated several categories that I will deal with in this chapter. To confirm my theories, I will provide quotations from my interviews to verify my truth. In the conclusion you will find a summary of the survey, which will evaluate the individual categories and analysis of my interviews.
<b>Keywords:</b>	Facebook, communication, social network, Instagram, Twitter, Tik Tok, cyberbullying, cyberstalking, kybergrooming
<b>Názvy příloh vázaných v práci:</b>	<b>Příloha č. 1</b> – Otázky k rozhovorům s respondenty

<b>Počet literatury a zdrojů:</b>	28
<b>Rozsah práce:</b>	81 743

# Obsah

## Obsah

Úvod .....	9
1. Teoretická část .....	11
1.1 Sociální média neboli „nová média“ .....	11
1.2 Sociální sítě .....	11
1.3 Příklady současných populárních sociálních sítí .....	12
1.3.1 Instagram .....	12
1.3.2 Twitter .....	14
1.3.3 Tik Tok .....	14
1.4 Facebook .....	15
1.4.1 Vznik a historie .....	16
1.5 Funkce Facebooku .....	18
1.5.2 Registrace uživatele na Facebook .....	18
1.5.3 Hlavní stránka .....	18
1.5.4 Profil .....	20
1.5.5 Přátelé .....	20
1.5.6 Skupiny na Facebooku .....	21
1.5.7 Stránky .....	21
1.5.8 Posílání zpráv a messenger .....	22
1.5.9 Zrušení účtu .....	22
1.6 Využití této sítě .....	23
1.7 Identita a soukromí na Facebooku .....	24
1.8 Hrozby plynoucí z Facebooku .....	25
1.8.1 Rozdíl mezi online a off-line světem .....	25
1.8.2 Kyberšikana .....	26
1.8.3 Kyberstalking .....	29
1.8.4 Kybergrooming .....	31
1.8.5 Sexting .....	34

2. Empirická část.....	37
2.1 Cíl výzkumu.....	37
2.2 Cílová skupina.....	37
2.3 Technika sběru dat .....	38
2.4 Analýza rozhovorů .....	38
2.5 Kategorie vycházející z rozhovorů .....	38
Závěr.....	52
Seznam zdrojů:.....	56
Přílohy .....	60



## Úvod

Téma sociálních sítí je v dnešní době rozhodně fenomén, kterému podléhají nejen mladší, ale i starší ročníky. Sociální sítě začínají být v naší společnosti jakousi stálíci, kterou využívá téměř každý. Právě díky své dostupnosti a snadnému používání dokážou sociální sítě zaznamenávat tisíce nových uživatelů denně. Aktuálnost tohoto tématu je jedním z důvodů, proč jsem si jej zvolil.

Bakalářská práce se dělí na teoretickou a empirickou část. V teoretické části se nejprve zabývám sociálními sítěmi obecně. V další části zmiňuji několik příkladů populárních sociálních sítí, jež považuji v současné době za nejrelevantnější, a které podle mého názoru vykazují i určité hrozby pro mladší ročníky. Konkrétně se zde zabývám Instagramem, Twitterem a Tik tokem. Zmiňovaný Instagram je častým pojmem i u mých rozhovorů. Je totiž mými respondenty hodnocený jako nejpoužívanější síť současnosti. V dalších částech se zabývám hlavním tématem práce, a to sociální sítí Facebook, která si i po několika letech stále drží dominantní postavení v počtu uživatelů. Tato síť byla založena studentem Markem Zuckerbergem. V průběhu let se dokázala vypracovat v silný komunikační kanál, jenž je pravidelnou součástí našich životů. Facebook se zprvu rozšiřoval díky studentům vysokých škol v USA, postupně se ale pod vlivem působení dostal i do Evropy, Asie a dalších kontinentů světa. Následně přišlo rozšíření od mladších ročníků ke starším, pro které je tato síť v dnešní době nejpoužívanější. Zatímco mladší lidé ve věku 19–22. let, kterými se chci v práci především zabývat, ustoupili od větší aktivity na této síti.

Cílem mé výzkumné části je zjistit, jakou roli hraje Facebook v životech mých respondentů. Proč jej používají a jaký je jejich celkový postoj k této síti, nebo jak se v průběhu let jejich postoj změnil. Pro svůj výzkum jsem si zvolil metodu kvalitativního výzkumu. Sběr dat jsem provedl formou polostrukturovaných rozhovorů s osmi respondenty ve věku 19–22. let. Tuto věkovou kategorii jsem si zvolil zejména z důvodu zájmu o to, jaký je celkový pohled na Facebook u mých vrstevníků, protože právě v mém věku okolo 12-13 let byl Facebook už poměrně dost využíván

a sehrál v průběhu mojí socializace významnou roli ve tvoření vztahů mezi lidmi a v jejich komunikaci, či v hledání velkého množství informací o dění ve světě a jeho role se tedy v průběhu mého dospívání změnila. V rozhovorech s respondenty jsem se snažil zaměřit na to, co pro ně tato síť znamená, jaká je jejich aktivita zde a jak se v průběhu let měnila. Také jsem se snažil zaměřit na téma soukromí a negativních zkušeností s tím spjatých, o kterých píšu v teoretické části. Následnou analýzu těchto rozhovorů jsem provedl pomocí metody otevřeného kódování. Ke každému rozhovoru byl vybrán určitý seznam kódů. Tím vlastně vznikly kategorie, kterými se pak zabývám v empirické části.

# 1. Teoretická část

## 1.1 Sociální média neboli „nová média“

Označení „*nová média*“ je jen jeden z mnoha termínů, jak v dnešní době nazvat komunikační složky, kterými se chci ve své bakalářské práci zabývat. Právě díky Facebooku se zdá vzájemná spojitost s lidmi snadnější než kdy předtím. O těchto médiích můžeme hovořit hned v několika označeních. První z nich je jako o médiích interaktivních. Právě proto, že zvětšují možnosti interakce mezi čtenářem a textem. Druhým označením, jakým lze tyto média nazvat, je média síťová. To jsou pak ty, které nám dávají možnosti vzájemného propojení do multiplexních sítí, čímž můžeme myslet připojení k internetu. Posledním typem označení nových médií jsou pak média digitální, která se jeví jako nejrelevantnější označení právě díky digitalizaci současné společnosti, která by se v budoucnu měla ještě zvýšit. (Macek, 2013, str. 19)

Nová média, jako jsou internet a sociální síť, nám dala znovu možnost rozšíření našich studijních možností. Jejich vznikem se vnesla do mediálních studií řada nových impulzivních témat a otázek, kterými je třeba se zabývat. Nová média postavila před výzkumníky nové otázky a úkoly, které je třeba řešit a považovat je v dnešní době za důležité a relevantní pro budoucí generace. (Macek, 2013, str. 23)

## 1.2 Sociální síť

Sociální síť (dále už jen SNS) se řadí mezi webové služby, které uživatelům umožňují vytvořit si svůj vlastní profil, který může být buď veřejný, nebo polo-veřejný (přístup mají pouze uživatelé, které si sami zvolíte). SNS mají své hlavní místo okolo jedinců, jimiž jsou vytvářeny. Každý uživatel má většinou svou vlastní síť kontaktů, která se prostřednictvím pravidelné komunikace a interakce postupně rozšiřuje. (Ševčíková, 2014, s. 58)

SNS ve větší míře nahradily původní komunikaci mailem, telefonem či SMS. Dokázaly vystřídat i Skype nebo dříve používané, a ve své době velmi oblíbené ICQ. (Eckertová, Dočekal, 2013, s. 27)

K nejrozšířenějším světovým SNS pak v dnešní době řadíme především Facebook, Instagram, Twitter, nebo Google+. V minulosti to byla například také síť LinkedIn. SNS představují také místo, kde se většina lidí těsněji propojuje s off-line životem. Velmi často zde uživatelé vystupují pod vlastním jménem a publikují zde své vlastní fotky nebo události ze svého života. Velká část nejpoužívanějších SNS pak kopíruje naše off-line sítě, tzv. zde interagujeme především s našimi přáteli, známými, s rodinou a méně často pak s neznámými lidmi. V dnešní době pak nelze přehlédnout, že SNS jsou nedílnou součástí života především většiny mladých lidí (adolescentů, ale v dnešní době už i mladších). Pro většinu mladých lidí SNS představují součást jejich sociálního života, ať už v oblasti komunikace či v utváření nových vztahů. (Ševčíková, 2014, s. 59)

### 1.3 Příklady současných populárních sociálních sítí

#### 1.3.1 Instagram

Instagram v současné době představuje jednu z nejpobulárnějších sociálních sítí (asi 150 milionů uživatelů). Jde především o relativně mladou a novou formu komunikace, spojení s lidmi prostřednictvím fotografií, jež uživatelé mohou upravovat pomocí různých filtrů a následně sdílet mezi své sledující. Číslo počtu uživatelů Instagramu rostou od jeho spuštění v roce 2010. Můžeme tak Instagram zařadit mezi nejpobulárnější aplikaci sloužící k fotografování a úpravě fotek. (Hu, Manikonda, Kambhampati 2014)

V roce 2012 byl Instagram odkoupen společností Facebook za závratnou jednu miliardu dolarů. Došlo k tomu právě díky rostoucí popularitě, kterou tato síť disponuje. Tajemství úspěchu, jakým Instagram přesvědčuje své uživatele, spočívá i v tom, že nastupující mladá generace oproti starším ročníkům již neklade takový

důraz na text, jako spíše na obraz. Lidé začali s velkou oblibou využívat hlavně Instagram stories, která jsou jasná a přehledná oproti zdlouhavým, textovým příspěvkům, jež mají čím dál tím menší odezvu. (Zlatkovský 2017)

Instagram stories vznikly jako nápad Marka Zuckerberga v roce 2016. Inspiraci pro vytvoření této funkce Zuckerberg našel v aplikaci Snapchat. Původní Instagram stories a Snapchat stories se od sebe tedy příliš nelišily a jejich hlavní funkci představovalo sdílení fotek a videí, které byly po 24 hodinách smazány z profilu. Stejná podstata této funkce Instagram stories zůstala dodnes. V průběhu let ale Instagram začal přidávat další a další nové funkce, kterými jsou například Boomerang, označování lidí v příspěvcích, handsfree, highlights stories a další. Postupem času (v roce 2017) se podobná funkce jako Instagram stories objevila i u aplikace WhatsApp pod názvem „Můj stav“, nebo u Messengeru pod názvem „Můj den“. Tato služba začala být v průběhu let velmi populární a podle statistiky z roku 2019 uvádí, že až 80% uživatelů Instagramu využívá Instagram stories. (Zeidlerová 2019)

Uživatelé, kteří používají Instagram, svá videa a fotky často sdílí pomocí hashtagů, díky kterým mohou fotku najít i jiní uživatelé. Instagram byl dříve pouze mobilní službou, nicméně dnes se dá stáhnout už i na PC nebo Mac. V srpnu 2015 pak Instagram používalo 28 % všech dospívajících lidí. Statistiky odhalily, že tuto síť používá více žen než mužů. (Pew Research Center, 2015) Statistiky nezahrnovaly nezletilé uživatele, kteří tuto sociální síť používají mnohem více. (Sheldon, Bryant 2016)

Další studie z roku 2020 například uvádí, že v současné době jsou fanouškovské stránky největších značek světa na Instagramu daleko početnější než stránky na Facebooku. Toto tvrzení však platí pouze z globálního hlediska. V České republice mají stále větší publikum stránky na Facebooku. (Zemanová 2020)

### 1.3.2 Twitter

Twitter je sociální síť, která představuje jakousi službu mikroblogů. Uživatelé zde mohou psát „tweety“, jež pak mohou posílat jiným uživatelům. Tato síť byla založena v roce 2006 a v roce 2009 její popularita začala rapidně stoupat. Uživatelé Twitteru mohou tweetovat o jakémkoliv tématu. Každý uživatel má k dispozici 140 znaků, do kterých se musí ve svém tweetu vejít. (Kwak, Lee, Moon, Park 2010)

V roce 2017 proběhlo rozšíření na 280 znaků, které je používáno dodnes.

Twitter jako takový rychle nabyl na popularitě především díky rychlosti šíření informací. Jako komunikační kanál jej používá například i prezident USA Donald Trump, pořadatelé olympiády v Londýně nebo i NASA, která zde ukazuje reportáže z různých misí na Marsu. S úrovní své popularity můžeme Twitter zařadit do první desítky nejpoužívanějších sociálních sítí na světě. (Schön 2012)

V České republice využívá Twitter přibližně 388,5 tisíc uživatelů, což jej u nás řadí na páté místo v oblíbenosti. Dlouhodobě je ale Twitter v rámci čtvrtletních srovnání na vzestupu. Nachází se na třetím místě hned za sítí LinkedIn a Instagramem, jenž se dlouhodobě vykazuje jako nejprogresivnější sociální síť na světě. (Vaculík 2019)

### 1.3.3 Tik Tok

Jako další velmi populární sociální síť bych chtěl zmínit aplikaci Tik Tok, která může být pro většinu dospělých lidí neznámou. Avšak svou oblíbeností mezi těmi nejmladšími ji můžeme také zařadit mezi ty nejrychleji rozšiřující se sociální sítě současnosti. Tik Tok bych chtěl zmínit právě proto, aby si i lidé narození před rokem 2000, kteří budou číst tuto práci, mohli zjistit, co tato aplikace vlastně obnáší, jaká jsou její rizika a začali vnímat její samotnou existenci.

Tik tok je čínská sociální síť a aplikace, kde můžete vytvářet krátká hudební videa dlouhá 15 vteřin. V současné době tato aplikace slaví obrovský úspěch a nárůst uživatelů, o jakém se Facebooku ani Instagramu v jeho prvních třech letech

ani nesnilo. Tik tok představuje podle mnohých jakousi kopii populární aplikace musical.ly. Aplikace je také velmi populární v asijském regionu a byla vyvinuta v pekingské společnosti Bytedance. Z pohledu prvního čtvrtletí tato aplikace zcela předčila své gigantické soupeře WhatsApp a Facebook, podle kterých Tik tok dosáhl zhruba 45 miliónů stažení. Aplikace byla spuštěna v září 2016. I zde můžete svá hudební videa vylepšit různými filtry, efekty či samolepkami. Tím tato síť ukázala svoji inspiraci Snapchatem a Instagramem. Registraci mohou provést lidé, kteří mají účet buď na Facebooku, Twitteru nebo Googlu+. Registrace za pomoci e-mailu je také možná. Aplikace je velmi populární především u mladších ročníků. V České republice pak spíše u uživatelů ve věku 13–24 let. (Mika 2018)

Aplikace má i svou stinnou stránku. Vzhledem k velkému rozšíření Tik Tok u malých dětí se jedná o nejnebezpečnější prostředí, kde se může objevovat kyberšikana, zesměšňování, vydírání a hlavně problémy ze stran pedofilů a dalších deviačních osob, které se mohou na tento nový fenomén zaměřit. Tik tok je sice dostupný až od 16 let, ale jediné kliknutí o potvrzení věku stačí k tomu, abyste se na tuto aplikaci mohli také přihlásit, dále už se na věk uživatele společnost neptá. Jako příklad nebezpečného prostředí můžeme zmínit reportáž ABC News z USA, ve které otec sedmi let staré uživatelky sdělil veřejnosti, že byla jeho dcera kontaktována pedofilem, který se dožadoval zaslání různých erotických fotografií. Podobných případů může v budoucnu jen přibývat. Například ve Francii se problémy s pedofily a Tik Tokem objevily také. Tato aplikace v současnosti patří mezi šest nejstahovanějších na světě, a pokud se podíváme na současnou popularitu youtuberů a streamerů, můžeme se jen obávat toho, co přijde jako další. (Miko 2019)

## 1.4 Facebook

Nyní přejdeme k hlavnímu tématu bakalářské práce a k jedné z nejpoužívanějších sítí na světě, a to k Facebooku.

Facebook je v současné době jednou z nejpoužívanějších a nejpoblárnějších sociálních sítí na celém světě. Jeho vliv a postavení v dnešní společnosti je nepochybně obrovské. Samotný stav, ve kterém se Facebook nachází, nám dává do hlavy otázku, co vlastně všechny tyto uživatele vede k založení facebookového účtu a k čemu tuto sociální síť využívají. (Pospíšilová, 2016, s. 10)

Samotnou registrací a připojením na tuto sociální síť se uživatelé zavazují pravidlům uvést své pravdivé jméno, prezentovat se vlastní fotografií, či dodržování ochrany soukromí. (Pospíšilová, 2016, s. 27).

Přátelství je pak uzavíráno na základě různých parametrů, ale ve své podstatě je pro Facebook typické přátelství mezi lidmi, kteří se navzájem znají. Samotnou žádost o přátelství musí schválit obě strany.

#### 1.4.1 Vznik a historie

Facebook vznikl v roce 2004 na jedné z nejprestižnějších univerzit světa, University of Harvard, jako další projekt Marca Zuckerbergera, který už na pár podobných programech pracoval. Zuckerberg se ve své podstatě pokusil jako první o zprostředkování komunikace mezi lidmi, kteří jsou i v reálném životě přáteli a znají se osobně. Na těchto základních pravidlech stojí Facebook do dnešních let. (Pospíšilová 2016, 10-11)

Facebook měl v době svého vzniku sloužit hlavně pro komunikaci mezi studenty Harvardu. V dalších letech pak docházelo k jeho rozšíření. Jako první se tato síť rozšířila po mnoha univerzitách ve Spojených státech amerických, které patřily do takzvané Ivy League a později i do všech ostatních. Poté přišlo rozšíření do Spojeného království a následně do celého světa.

V srpnu 2006 přišel Facebook s inovací, kterou bylo otevření pro libovolné účastníky starší 13 let. V dalších letech popularita Facebooku neustále rostla. V roce 2008 se stal nejnavštěvovanější sociální sítí na světě, poté co jeho počet aktivních uživatelů přesáhl 100 milionů. Následný nárůst dalších nových



uživatelů se začal přesouvat z moderních vyspělých zemí i do zemí třetího světa. Následně v lednu roku 2010 se počet aktivních účtů přehoupl na hodnotu 600 milionů a v říjnu 2011 pak dokonce na 770 milionů aktivních uživatelů. (Zbiejczuk 2011)

V České republice byla na Facebooku jako první zařazena Masarykova univerzita v Brně. Ovšem na konci roku 2006 už bylo na této síti několik desítek tisíc českých uživatelů. Další nárůst uživatelů přišel v roce 2008 a 2009, ke konci ledna 2011 byla pak pokořena hranice 3 milionů účtů v ČR. (Zbiejczuk 2011)

Jedno z posledních vyhodnocení z roku 2018 nám ukazuje, že na Facebooku je téměř 5,2 miliónů Čechů, z toho téměř 77 % těchto uživatelů se na tuto síť přihlašuje každý den. (Hušková 2018). Samotná oblíbenost a rozšíření této sociální sítě se ovšem neustále mění a udává v různých měřítkách (aktivní profily, počty měsíčních návštěv atp.), proto se od sebe tato konkrétní čísla často liší a jejich srovnání je obtížnější. (Pospíšilová, 2016, 11)

V roce 2018 společnost Facebook ale zaznamenala prudký propad svých akcií. Pokles dosáhl až k 20 %, oproti minulému čtvrtletí. Vina pro příslušné klesání akcií se přisuzovala hospodaření firmy v druhém čtvrtletí 2018, kdy hodnota majetku majitele Marka Zuckerberga klesla až o 16,8 miliard dolarů. Samotná tržní hodnota Facebooku v roce 2018 klesla téměř o 151 miliard dolarů. Odborníci se shodli, že tento jev lze vysvětlit hlavně díky nedostatečnému vedení firmy, které bylo v daných letech hluché k veškeré kritice ohledně politiky obsahu i kvůli nedostatečné ochraně soukromých údajů, které byly zavedeny především v Evropě a kvůli vyšetřování ruských manipulací s prezidentskými volbami v USA v roce 2016. I přes všechny tyto problémy si firma udržela vedoucí pozici na trhu s mobilní reklamou společně s Googlem. (Zíta, Martinovský 2018)

V současné době (tedy v roce 2020) má Facebook okolo 2,1 miliardy aktivních uživatelů měsíčně.

## 1.5 Funkce Facebooku

### 1.5.2 Registrace uživatele na Facebook

Registrace na Facebooku začíná uvedením veškerých informací o sobě, jakými jsou například jméno, příjmení, datum narození, e-mailová adresa a pohlaví. Po vyplnění informací na přihlašovací stránce uživatelé kliknou na tlačítko registrace, kde potvrdí svůj souhlas s podmínkami používání dat a také souhlas s tím, že na Facebooku budou vystupovat pod svým skutečným jménem a že nebudou poskytovat falešné informace či bez povolení druhého vytvářet falešné účty. Uživatelem se můžete stát, jen pokud je vám více než 13 let.

Po vyplnění informací uživatelé kliknou na tlačítko přihlášení, kde se setkávají s potvrzením identity. Po přepsání uvedených slov a potvrzení identity přecházíte k tvorbě vlastního profilu, jehož prvním krokem je najít přátele.

Máte-li přátele, jejichž e-mailová adresa už je na Facebooku zaregistrována, na vaše přání se automaticky vyhledají zadáním e-mailu a kliknutím na tlačítko najít přátele. Pokud nechcete vyhledat přátele hned, můžete krok přeskočit. Poté přecházíte k tvorbě samotného profilu. Opět máte dvě možnosti: informace zadat nebo přeskočit. Posledním krokem je načtení profilové fotky. Opět máte možnost krok přeskočit nebo nahrát fotku z počítače nebo mobilu, uložit ji a pokračovat. Jakmile dokončíte tento postup, je třeba potvrdit svou registraci ke službě Facebook prostřednictvím e-mailu, který byl odeslán do e-mailové schránky zadané při přihlašování. Tam kliknete na uvedený odkaz a váš účet se definitivně aktivuje. (Kulhánková, Čamek, 2010, s. 16,17,18)

### 1.5.3 Hlavní stránka

Stránka na Facebooku, na které je frekventována většina příspěvků na Facebooku, a ke které má každý uživatel přístup.

Na této stránce vidíte jak svou aktivitu, tak i aktivitu svých přátel. (Kulhánková, Čamek, 2010, s. 22)

Taktéž zde můžeme najít aktivitu stránek, které sledujeme, nové události v našem okolí či další příspěvky, které zde naši přátelé přidají. Hlavní stránka se skládá z rámečku oznamovací pole, které slouží jako pole, ve kterém se ukládá váš tzv. stav. Jakmile cokoliv přidáte na hlavní stránku prostřednictvím tohoto oznamovacího pole (text, fotku, video, událost, odkaz), tak se aktualizuje váš stav. Totéž platí i pro stav vašich přátel, pokud pole použijí vaši přátelé, zobrazí se tato informace v aktualizaci jejich stavů v oddíle přátelé. (Kulhánková, Čamek, 2010, s. 40)

Jako další zde můžeme najít kanál „vybrané příspěvky“. V této funkci pak výběr zobrazovaných příspěvků vychází ze samotné aplikace Facebook, která tento složitý algoritmus provádí na základě informací, které jsme kdy na Facebook uvedli. Pokud máte na Facebooku hodně aktivních přátel, je tato funkce velmi intenzivní. Při kliknutí na položku vybrané příspěvky se vám zobrazí rozdělení příspěvků na hlavní příspěvky a nejnovější příspěvky.

Hlavní příspěvky neboli novinky jsou to nejzajímavější, co se děje s námi, našimi přáteli či stránkami společností, na kterých jsme klikli, že se nám líbí, případně jsme je zařadili mezi své oblíbené stránky. Nejnovější příspěvky jsou všechny novinky o nás, našich přátelích a námi vybraných společnostech, které se zobrazují v reálném čase podle nastavení soukromí nás, přátel a vybraných společností. (Kulhánková, Čamek, 2010, s. 41)

Mezi další funkce hlavní stránky patří několik záložek, populární je například záložka messenger, která slouží ke komunikaci s ostatními uživateli Facebooku. Dále záložka události, pomocí které můžeme vytvořit jakoukoliv událost či prozkoumat jaké události se konají v našem okolí. Pak také záložka přátelé, kterou můžeme využívat pro vyhledávání nových přátel.

Záložka fotky, která slouží ke sdílení fotografií a videí s přáteli, je rozdělena na čtyři položky, konkrétně pak na video, nová alba, mobilní příspěvky a moje soubory. (Kulhánková, Čamek, 2010, s. 46)

V neposlední řadě zde můžeme najít záložky pro pokročilejší uživatele, kam můžeme zařadit záložku skupiny, poznámky, dárky, odkazy či záložku aplikace a hry.

#### 1.5.4 Profil

Profil je stránka, která se zobrazuje v rozsahu, jaký sami navolíme na své hlavní stránce v nastavení soukromí. Profil je rozdělený do tří částí. Levý sloupec profilu slouží pro takzvané rámečky, ve kterých se zobrazují další důležité a zajímavé informace. (Kulhánková, Čamek, 2010, s. 52,53)

Mezi takové rámečky pak patří profilová fotka, rámeček obsahující základní informace, které o sobě zveřejňujeme. Pak následují přátelé, fotky, videa, nebo odkazy.

Pak zde můžeme najít prostřední, široký sloupec, kde jsou informace rozřazeny do karet, které jsou zde automaticky vloženy službou Facebook při registraci, a karet, které sem vložíme sami. (Kulhánková, Čamek, 2010, s. 54)

Nejdůležitější kartou z tohoto širokého sloupce je pak zeď našeho profilu, kde můžeme objevit vše, co na Facebooku sami zveřejňujeme.

Poslední pravý sloupec je místo pro reklamy. Každou z těchto reklam pak můžeme libovolně zrušit kliknutím na křížek v jejím pravém horním rohu.

#### 1.5.5 Přátelé

Přátelé představují na Facebooku skupinu lidí, s kterými navzájem navazujeme na této sociální síti kontakt, a s kterými sdílíme vzájemné informace, fotky, videa a příspěvky.

Prostřednictvím nastavení kanálu vybraných příspěvků si pak můžeme navolit, zda chceme sdílet základní informace se všemi veřejně, či pouze s přáteli našich přátel nebo pouze s našimi přáteli. (Kulhánková, Čamek, 2010, s. 57)

Limit v počtu přátel na Facebooku je 5000. Na začátku působení sítě byl pouze 1000, a to hlavně z technických důvodů. Postupem času síť rostla, a maximální počet přátelství se zvýšil na hranici pět tisíc, na které už zůstal. (Becková 2019)

#### 1.5.6 Skupiny na Facebooku

Skupiny slouží ke sdružování lidí především s podobnými zájmy, politickými názory či obecně podobnými názory na cokoli, včetně používání různých aplikací Facebooku. Každá skupina by měla mít členy. K jakékoliv skupině se přidáme kliknutím na odkaz připojit se ke skupině. (Kulhánková, Čamek, 2010, s. 67,68)

Každá skupina má svého správce, který ji vytvořil. Správce skupiny pak upravuje soukromí, informace a příspěvky, které se ve skupině objevují.

Jakmile má skupina více členů než jednoho, jako správce můžeme své správcovské funkce předat jiným členům, kteří pak budou mít podobné pravomoci k úpravě stránky skupiny jako my, s tou výjimkou, že takové správce můžeme odebrat, kdežto oni nás odebrat nemohou. (Kulhánková, Čamek, 2010, s. 69)

Skupiny mohou být buď veřejné, uzavřené nebo utajované. Veřejná skupina je přístupná pro každého prostřednictvím tlačítka připojit se. Uzavřená skupina je skupina, kde naše členství musí schválit správce skupiny a utajovaná skupina je skupina, při které správce členství svým členům sám zasílá prostřednictvím odkazu. Samotné členství pak není přijímáno správcem, ale samotným členem, který byl pozván.

#### 1.5.7 Stránky

Stránky na Facebooku představují místo, kde se umělci, veřejně známé osobnosti, firmy, značky, organizace nebo neziskové organizace mohou spojit se

svými fanoušky či zákazníky. Pokud na Facebooku dáme dané stránce, to se mi líbí, nebo ji začneme sledovat, tak se nám v kanálu vybraných příspěvků začnou zobrazovat jednotlivé aktualizace dané stránky. (Facebook.com, 2020)

Jednotlivé aktualizace stránek se mohou měnit i každý den. Právě proto, aby zůstaly v co největším kontaktu se svými fanoušky či zákazníky. Stránky na Facebooku jsou veřejné, sledovat zde příspěvky tedy může každý. Navštívit stránky může i člověk, jenž není zaregistrovaný uživatel Facebooku. Počet fanoušků, kterých stránka může dosáhnout je neomezený.

#### 1.5.8 Posílání zpráv a messenger

Zprávy na Facebooku slouží ke komunikaci s přáteli. Ke zprávám můžeme často přidávat i přílohy (fotky, videa, odkaz, textové soubory). (Kulhánková, Čamek, 2010, s. 43)

Pomocí posílání zpráv umožňuje Facebook okamžitý kontakt s lidmi, kterým chceme právě psát pomocí Facebook chatu nebo webu Messenger.com na počítači, který v dnešní době využívají už téměř všichni uživatelé, kteří jsou součástí Facebooku. (Facebook.com, 2020).

Samotná aplikace messenger pak představuje službu, která slouží k zasílání zpráv. Aplikace byla vyvinuta společností Facebook a poprvé byla uvedena jako Facebook chat v roce 2008. Poté byla následně v roce 2010 přepracována a v roce 2011 byla uvedena standartní verze pro systémy iOS a Android.

#### 1.5.9 Zrušení účtu

Opouštění Facebooku je poměrně častým fenoménem, který souvisí s mnoha aspekty. Když se chceme zamyslet nad tím, proč na Facebooku zůstat, či ho opustit, musíme se jako první zabývat motivací k opouštění Facebooku. Rysů je hned několik. Uživatelé často mohou mít jiný názor na technologie jako takové, nebo jim nemusí vyhovovat způsob komunikace, který zde probíhá. Také se může jednat o uživatele, kterým interakce Facebooku nevyhovují. Tyto interakce mohou

v budoucnu nevyhovovat i více uživatelům, což může později vést k dalšímu opouštění této sítě. Dalším důvodem je, že plno uživatelů, kteří Facebook opouští, si našlo jiný nástroj komunikace. Začali například používat jinou platformu, aplikaci či jinou sociální síť. Velká část uživatelů, která Facebook opouští, jako svůj důvod uvádí i to, že jim tato síť nepřijde bezpečná z důvodu nedostatečné ochrany osobních údajů. Velmi důležité je, se na fenomén opouštění či dočasného opouštění dívat i z hlediska sociálního postavení uživatelů. Jiné důvody bude mít člověk ze spodní vrstvy, než člověk z vrstvy střední. Dalším faktorem je, se na toto téma dívat z hlediska regionů, kdy se v jednom regionu může rozšiřování Facebooku rozrůstat, zatímco v jiném naopak klesat. (Pospíšilová, 2016, str. 91, 92)

## 1.6 Využití této sítě

Samotná sociální síť Facebook slouží především ke komunikaci mezi uživateli. Na Facebooku lidé většinou komunikují pomocí zpráv či komentářů pod příspěvky. Mohou zde sdílet fotky, videa, události nebo hudbu. Uživatelé si mohou mezi sebou často psát vzkazy na zeď nebo využívat některou z aplikací. Svůj profil si na Facebooku taktéž mohou vytvořit různé firmy či umělci, kteří poté mohou prostřednictvím zpráv, událostí a zvláštních nabídek komunikovat se svými fanoušky. (Janouch, 2010, s. 242)

Jak už bylo řečeno výše, na Facebooku mohou působit také firmy, pro které tato sociální síť představuje jedinečnou marketingovou příležitost. S rostoucím počtem lidí na dané facebookové stránce je možné získávat více kvalitnějších informací o produktech, službách, firmě. (Janouch, 2010, s. 246)

Facebook tak představuje skvělé místo pro konverzaci mezi zákazníkem a prodejcem v rámci zjištění názorů a veškerých možných dotazů a přání zákazníka.

Prostřednictvím této interakce mohou podniky vybudovat lepší vztahy se zákazníky, kteří pak mohou firmě poskytovat zpětnou vazbu. (Janouch, 2010, s. 246)

## 1.7 Identita a soukromí na Facebooku

Na soukromí se dá pohlížet jako na „proces udržování interpersonální hranice, v níž jedinec či skupina reaguje na interakci s ostatními“ (Altman, 1975, s. 6 cit. In: Ševčíková, 2014, s. 57).

Já sám tuto definici v rámci vztahu k našemu tématu chápu tak, že soukromí na Facebooku, představuje proces ochrany svého profilu a svých příspěvků, před lidmi, u kterými nechci, aby viděli, co na tuto síť přidávám. Popřípadě před hrozbami souvisejícími s užíváním této sítě.

Otázky, které se týkají pak samotné identity a sebe prezentace jsou velmi často spojeny i s otázkami soukromí. Téma soukromí je řešeno nejen na individuální úrovni, ale stává se i tématem společenským a politickým. Facebook představuje prostor, kde je publikováno relativně velké množství osobních dat, která o sobě uživatelé uvádějí dobrovolně. Na jedné straně se hledají negativní dopady této otevřenosti, na druhé straně se zde vynořuje zajímavá otázka, proč vůbec lidé na Facebooku a internetu obecně v takové míře svoje osobní informace publikují. (Pospíšilová, 2016, s. 22)

Touto otázkou se budeme zabývat i v empirické části mé práce, kde jedna z kategorií popisuje Facebook jako jeden z prostředků sebevyjádření či jednoho z hlavních zdrojů informací.

Samotné sociální sítě jsou dnes většinou nezbytnou součástí našich každodenních životů. Podobně je to i na síti Facebook, s kterou jsou spojeny různé faktory ztráty soukromí. Všudypřítomné rozvoje technologií mají v dnešní době sklon být neviditelné, právě proto, že jsou ve společnosti už většinou považovány za samozřejmost. Tento způsob chápání a přijímání těchto sítí pak vede k důsledkům, jakým je právě ohrožení soukromí a změny ve vztahu mezi veřejnou a soukromou sférou. Mezi konkrétní obavy týkající se soukromí na Facebooku patří neúmyslné zveřejňování osobních údajů, poškození pověsti a drby, krádež



identity či použití osobních údajů třetí stranou. S následným nárůstem obav o ochranu soukromí se výzvy k lepšímu chránění soukromí stále zvětšují.

Možnosti sebe prezentace a také vytváření soukromí se na Facebooku ukazují jako do jisté míry známé (podobné prostřední komunikaci tváří v tvář), ale částečně také nové, a to zejména vzhledem k technickým možnostem Facebooku. Konkrétní negativní dopady odkrývání soukromí mohou být jak individuální, tak kolektivní. Záleží, zda se na problém díváme z pohledu aktéra nebo společnosti. (Pospíšilová, 2016, s. 25)

## 1.8 Hrozby plynoucí z Facebooku

Virtuální realita, kyberprostor, internet – názvy, které označují dohromady jeden prostor, a to prostor mimo fyzickou realitu. Tedy prostor, který nás může neustále propojovat s ostatními a dává nám nekonečný přístup k informacím. (Černá, 2013, s. 9)

V dnešní době se většině lidí tento prostor stal tak přirozeným, že je těžké najít někoho, kdo tyto možnosti nevyužívá. Neustálé spojení s lidmi prostřednictvím internetu nám ukazuje, jak být 24 hodin denně nablízku svým nejbližším, stejně tak jako být 24 hodin denně zranitelný pro ostatní. A právě touto problematikou se chci v následující kapitole zabývat.

### 1.8.1 Rozdíl mezi online a off-line světem

V této části textu se chci věnovat velkému rozdílu v oblasti online a off-line světa, který se v dnešní době zdá být čím dál tím menší. Nastupující generace, jejíž jsem součástí i já, má pocit, že hranice mezi tím být off-line a online již téměř neexistuje. Hodně dospělých lidí ji stále rozlišuje, hlavně díky tomu, že většina z nich vyrůstala v době, kdy ještě internet nebyl, nebo v době, kdy nebyl až takovou součástí jejich životů. Zvládnou tohle však rozlišit i naše budoucí děti a vnoučata? S používáním internetu souvisí i okolnosti, jak ho používat. Rozdílné sociální zázemí, úroveň vzdělání a zkušeností to vše tyto děti ovlivňuje natolik, že

mnozí z nich neví, jak tato nová média používat či neví, jak se chránit proti hrozbám, které z nich plynou. Aby člověk věděl, jak se má zeptat či chránit, musí nejprve vědět, na co se ptá a vůbec si uvědomovat to, že nějaká rizika na těchto sociálních sítích jsou. Koneckonců orientace v neskutečné záplavě informací, jakou jako uživatelé sociálních sítí v dnešní době známe, nám dává možnost plno věci přehlídnout či považovat je za nedůležité. Pro dnešní děti je téměř samozřejmost se domlouvat na většině věcí na internetu nebo lidově řečeno „na fejsu“ (Facebooku), protože proč by se scházely či volaly si, když si vše můžou snadně domluvit právě zde. Zejména díky rozšíření nových „chytrých telefonů“ se dostáváme do fáze, kdy těžko rozlišujeme tenkou hranici mezi tím být off-line, když online jsme skoro pořád, protože nám to přijde jako samozřejmé.

Samotné navazování online vztahů bylo souborem mnohých debat a výzkumů od počátku internetu. Lidé, kteří se snaží navazovat vztahy přes počítač (např. prostřednictvím sociálních sítí) vytváří pouze povrchní vztahy. Při času tráveném skrz počítačovou komunikaci namísto osobní interakce, dochází k nahrazení kvalitních stávajících vztahů vztahy nekvalitními, tedy vztahy virtuálními, což vede akorát k nárůstu osamělosti a ke snížení celkové životní spokojenosti. Taktéž pak k většímu nebezpečí z pohledu, že tyto vztahy můžeme považovat za bezpečné, i když to tak není. (Ševčíková, 2014, str. 76)

Z těchto všech hypotéz pak můžeme vyvodit hrozby, jakými může být sexting, kybergrooming nebo jiné další sexuální obtěžování, které plyne z „vyhledávání vztahů online“ namísto osobní interakce.

### 1.8.2 Kyberšikana

Kyberšikana je šikana, která probíhá ve virtuálním prostředí prostřednictvím moderních komunikačních technologií. Může souviset i s opravdovou šikanou v reálném světě. (Eckertová, Dočekal, 2013, s. 64)

Nutno zmínit i to, že pokud chceme mluvit o kyberšikaně, musíme říct, že jde o fenomén týkající se zejména dospívajících. Největší projevy šikany se objevují především mezi dvanáctým až třináctým rokem a s rostoucím věkem její četnost začíná klesat. Za jedno z nejrizikovějších období můžeme označit přechod na střední školu. (Wade, Beran, 2011 cit. In: Ševčíková, 2014, str. 120)

Zároveň ji také můžeme chápat jako cílené agresivní chování jedince nebo skupiny uplatňované skrz elektronická média vůči člověku, který se těmto útokům nemůže bránit. Dále můžeme říci, že kyberšikana má dost často závažnější dopady na jedince než šikana tradiční. Právě díky významné roli internetu a sociálních sítí v našich současných životech. Kyberšikana má své kořeny většinou v offline světě, tedy v kolektivu jedinců, jakým může být například třída nebo parta vrstevníků (např. pracovní kolektiv, kolektiv zájmových kroužků apod.). Riziko problému pak nepředstavuje ani samotný rozvoj technologií či technologie sami o sobě, ale spíše způsob jejich použití. (Černá, 2013, s. 10,11)

Opakovanost kyberšikany je pak jedním z aspektů, kterými ji můžeme odlišit od šikany tradiční. Zároveň však jde o aspekt, který se dá velmi těžko zachytit. U šikany tradiční, která probíhá v reálném světě, si opakovanost můžeme představit tak, že probíhá v nějakém časovém úseku více útoků ze stran jednoho agresora nebo skupiny agresorů. Ve světě na síti je opakované zranění velmi těžko rozpoznatelné. Často se můžeme setkat spíše s opakováním újmy, kterou můžeme popsat např. jako veškerou aktivitu prováděnou nad daným příspěvkem, který agresor na internet zveřejní. Každé další lajkování, sdílení či komentování přihlízejícími je pro oběť vlastně další opakovanou šikanou, kterou si často komentující publikum ani neuvědomí a oběti tak může způsobit další psychické újmy. Pokud tedy jde o veřejné útoky a ne například o maily, u kterých nikdo jiný neví, je opakování kyberšikany a priori přítomné. Dalším faktorem, který ovlivňuje kyberšikanu je mocenská nerovnováha. U tradiční šikany máme většinou v pozici agresora člověka, který je nějak fyzicky zdatný či jeho sociální

postavení v kolektivu je vysoké (např. je oblíbený ve třídě). U kyberšikany je tomu trochu jinak. Agresor může velmi často mít méně fyzické zdatnosti či být nevýrazný v kolektivu, a i přesto může formou internetu způsobit velké újmy. Oběť je většinou dostupná 24 hodin denně, a proto není čas, kdy by nebylo možno odeslat výhružnou SMS, mail nebo zveřejnit ponižující video či fotku na sociální síť. Oběť může předejít útokům pouze v případě některých technických postupů, jakými jsou blokování agresora nebo nahlášení nevhodného obsahu. Avšak i tyto postupy se mohou zdát nefunkční vzhledem k tomu, že agresor si může kdykoliv založit nový profil a celý proces kyberšikany tak může začít znovu. Nerovnováha kyberšikany může být také způsobena anonymitou agresora. Pokud je agresor anonymní, oběti ztěžuje práci a zcela zabraňuje jakémukoliv odhalení. Oběti pak velmi často hůře nesou právě anonymní agresory oproti agresorům, u kterých vědí, o koho se jedná. Dalším důležitým faktorem u mocenské nerovnováhy je publicita, která je důležitým prvkem i u šikany tradiční, které často přihlíží celá třída, tedy omezený okruh jedinců. U kyberšikany je tomu jinak, na internetu se může publicita právě díky sdílení, komentování a lajkování dostat až za hranice chápání, kdy ani agresor netuší, kam až se díky spojitosti světa například fotka či video může dostat a kdo všechno daný obsah může vidět. Všechny tyto faktory mohou vést k důvodu, proč právě kyberšikana může být daleko horší a závažnější než šikana tradiční. (Ševčíková, 2014, str. 121, 122)

#### Formy a typy kyberšikany

Šikana na internetu může mít v dnešní době hodně podob. Nejčastěji je však kyberšikana prováděna pomocí osobního počítače, notebooku či mobilních telefonů. Za nejlogičtější dělení komunikačních médií využívaných ke kyberšikaně pak považujeme: (Kopecký, 2013, s. 54)

1. Textové zprávy
2. Fotografie a videa natočená pomocí mob. telefonů a poté zveřejněná na internetu
3. Telefonní hovory

4. Maily
5. Chaty
6. Internetové stránky a blogy
7. Sociální sítě
8. On-line hry
9. Aplikace sloužící pro online komunikaci (používané spíše v dřívějších letech např. Skype)

Za nejčastější typy kyberšikany pak považujeme: (Kopecký, 2013, s. 55)

1. Provokování (flaming)
2. Obtěžování (harrassment)
3. Očerňování (denigration)
4. Napodobování či používání cizí identity (impersonation)
5. Vyloučení z on-line skupin (exclusion)
6. Pronásledování na internetu (cyberstalking)
7. Fackování pro zábavu, které je zaznamenáno na kameru a následně zveřejněno na internetu (happy slapping)

### 1.8.3 Kyberstalking

Kyberstalking představuje v současné době formu velmi málo prozkoumaného tématu, jehož definice se v mnoha názorech liší. Je jisté že kyberstalking představuje záměrné chování spojené s používáním informací a komunikačních technologií souvisejících s následným obtěžováním a pronásledováním na internetu či sociálních sítích, které se v poslední době ukazuje jako rostoucí problém.

Toto chování je často doprovázené agresivním nábojem a opakovaným slíděním a pronásledováním činnosti oběti. Stalking je jednou z násilných forem chování, která zahrnuje omezování privátní sféry života oběti. Jedna z mnohých definic hovoří o zločinu pomocí využití moci a vzbuzování strachu, který vychází z vytouženého pocitu kontroly nad svojí obětí. Jde o nesexuální motivaci, kdy stalker svou pílí po pronásledování předvádí odhodlanost a zjistí si veškeré informace o oběti a veškerý její chod na sociální síti či internetu. (Křmářová, 2012, str. 99)

Internetové prostředí dává každému pachateli kyberstalkingu obrovský prostor pro vybrání či pronásledování své oběti. I když se tato forma obtěžování může pro některé z nás zdát poněkud neškodná, oběti většinou můžou utrpět obrovskou psychickou a emociální újmu. Kyberstalking se stává v poslední době také velmi častou formou projevů rasismu, nenávisti a fanatismu. Právě ona bezplatnost a anonymita za pomoci vytváření fake účtů či dezinformací pomáhá pachateli nejen kyberstalkingu ale i pachateli dalších forem internetových obtěžování. (Krčmářová, 2012, str. 100)

Protože právě kyberstalking je v dnešní době tak snadný jako je samotné vyhledávání informací pro školní referát. Zvláště pak sociální sítě jako je Facebook mohou být snadným místem, kde pachatelé mohou hledat své oběti, díky nedůslednému zabezpečení příspěvků, profilu apod. Obtěžování a soustavný stalking dává pachateli pocit uspokojení právě díky způsobení emočních problémů oběti, která se pak často bojí jakýkoliv příspěvek na sociální síť napsat. (Bocij, McFarlane 2002)

### Chování kyberstalkera

Tento stalking je daleko jednodušší a méně riskantnější než stalking v normálním reálném světě. Offline stalker musí často svou oběť pronásledovat téměř všude, kam může, díky čemuž se zvyšuje riziko jeho odhalení. Častá nepřítomnost v práci či na jiných místech, kde musí být, pak dává i lidem z jeho okolí možnost odhalit, že něco není v pořádku. Offline stalking může být velmi často také fyzicky či finančně namáhavý, kdy stalker musí svou oběť pronásledovat téměř všude i za cenu vzdálenosti či fyzické nebo psychické újmy. Zatímco kyberstalking je pohodlné pronásledování oběti ze svého pohodlného domova. Získané informace může často najít v různých databázích, či zachycením soukromých mailů apod. Jsou to právě ony moderní technologie, které umožňují v jeden čas pronásledovat i více obětí naráz. Svě oběti si často vybírá velmi náhodně mezi uživateli sociálních sítí či mezi svým okruhem přátel či známých na

internetu nebo právě na Facebooku. Kyberstalker si často vybírá ty, kteří se mu zdají jako nejzranitelnější. (Veličková 2009 cit. In: Krčmářová, 2012, str. 103)

#### 1.8.4 Kybergrooming

Kybergrooming pochází z anglického slova grooming nebo allogrooming, které ve světě zvířat označuje proces starání se či pečování jedince ze skupiny o tělo a vzhled druhého člena skupiny. Takovéto chování je většinou dobré k udržování nebo zesílení vzájemných vztahů či usmiřování ve skupině. Skvělý případ groomingu můžeme najít například u šimpanzí tlupy. V našem světě, tedy v lidské společnosti, je pak slovo grooming synonymem jakéhosi milostného vztahu, důvěry a rodičovské péče. (Social grooming, 2011 cit. In: Krčmářová, 2012, str. 93)

Kybergrooming můžeme přirovnat k procesu, který ve velké části probíhá online. Většinou jde o to, že se neznámý pachatel snaží dostat k oběti tak, že nejdříve získá její důvěru na internetu nebo sociální síti a postupně se snaží, aby s ním oběť vykonávala různé sexuální aktivity. Pachatelé se většinou snaží oběti (většinou nezletilé děti) tak zmanipulovat, aby se prostřednictvím webového video chatu dívali na groomerovo sexuální uspokojování nebo hůře, aby se ho přímo účastnili. Většina těchto pachatelů svým sexistickým chováním oběti připravuje na to, aby se s nimi mohli setkat pak i v reálném světě a ne pouze online. Toto online setkání může často vyústit v sexuální zneužívání či znásilnění dítěte. Kybergrooming je tedy proces, který předchází jakémusi páchání závažnějších trestných činů, jakými může tedy být buď znásilnění nebo distribuce dětské pornografie nebo dokonce vražda. Velmi mnoho dětí vidí v groomerovi něco, co jim do teď chybělo, často se v něm snaží najít osobu, která jim rozumí, která se jim snaží naslouchat a pochopit jejich trable ve škole či neshody s rodiči. Velmi často si myslí, že mluví s osobou, která o jejich názory a vize má zájem. Také si myslí, že mluví s člověkem, který je buď stejného věku, nebo jen o trochu starší. V reálu pak tento člověk bývá dospělý s jasným záměrem, oběť k sobě citově

přitáhnout a pak zneužít. Většina groomerů potřebuje v průměru pouze méně než osm minut na to, aby navázala online komunikaci s obětí a začala s ní hovořit o sexuálních tématech. (Krčmářová, 2012, str. 93)

Hodně dětí si v dnešní době právě díky rozvojem technologií neuvědomuje veškerá rizika, která sebou nesou nové hrozby internetu a sociálních sítí. Dopady, související s tímto jevem, lze ilustrovat na spoustě příkladů a můžeme s jistotou říci, že se jedná o stále více rozrůstající se jev v naší společnosti, kde plno skrytých pedofilů číhá na své oběti právě na internetu, protože mají pocit, že jim zde nehrozí žádné nebezpečí odhalení. Rychlá možnost odpovědi smazat nebo zablokování uživatele jim pak dávají možnosti, jaké by se jim v reálném světě při páčání této trestné činnosti nenaskytly.

Hodně pachatelů používá strategii „Udeř a unikni“, kdy není hned ze začátku největším cílem získat většinovou kontrolu nad dítětem, ale zjistit během krátké chvíle co a jak si může on jako pachatel dovolit, ujasnit si své možnosti a v případě nebezpečí, kdy může dojít k odhalení pravých zájmů a pravdy ihned uniknout a zmizet beze stopy. (Recognising grooming, 2006 cit. In: Krčmářová, 2012, str. 93)

### Proces kybergroomingu

Fází kybergroomingů je několik. V první fázi navázání přátelství se groomer snaží seznámit se svou obětí a co nejlíže ji poznat. V další fázi vytváření vztahu je pokračováním fáze první, kdy se pachatel snaží svou oběť zaujmout nejrůznějšími tématy okolo školy, rodinného života apod. Tento druh konverzací a rozhovorů se snaží vytvořit iluzi, že právě pachatel je pro dítě jeho novým nejlepším kamarádem, díky čemuž se může své oběti přiblížit nejvíce. Třetí fáze je posuzování rizik, při kterých se groomer snaží zjistit pravděpodobnost jeho odhalení, např. kdo všechno používá počítač, na kterém tyto rozhovory probíhají. Tyto tři fáze se dají shrnout i tak, že groomer potřebuje u své oběti vyvolat pocit



důvěry, právě díky řešení různých citlivých témat. Řeší s dětmi např. manželské problémy rodičů, sexuální život dospělých apod. (Krčmářová, 2012, str. 94)

V těchto etapách pachatelé dokážou od dětí získat jak telefonní číslo, e-mail, tak adresu jeho bydliště či školy. Za což se dokáže odvděčit různými dary, službami, které dále upevňují získaný vztah. (Kopecký, 2008 cit. In: Krčmářová, 2012, str. 94)

Další fází je pak exkluzivní vztah, kdy se intenzita jejich vzájemného vztahu stále zvyšuje. Pachatel v dítěti vzbudí dojem, že i on sám má vliv na fungování jejich vztahu. Vytváří mezi nimi silný pocit vzájemného respektu. Velmi časté pro tuto fázi je například to, že se groomer ptá, jak moc mu dané dítě důvěřuje a vyvolává citovou závislost dítěte na osobě útočníka. Následuje fáze sexuálního vztahu, která je dalším přirozeným pokračováním už vytvořeného hlubokého vztahu. Intenzita vztahu se v této fázi může stát pro dítě nesrozumitelná a dává mu příležitost zjistit, co se skutečně děje. V této fázi pachatel dítě často zapojuje do kybersexu. Kybersex je online konverzace za účelem sexuálního potěšení. Patří do ní sexistické narážky, získávání fotografií se sexuální tematikou a také sexuální uspokojování před webkamerou. Poslední fází je pak osobní setkání, při kterém si pachatel sám vyžádá osobní setkání s dítětem. Nejprve se ujistí, že dítě o schůzce nikomu neřekne, že setkání proběhne na klidném místě bez svědků. Jiné případy uvádějí, že setkání mezi pachatelem a obětí může být prováděno i na základě partnerské důvěry, kdy svou oběť například může pozvat do kina, na diskotéku nebo do klubu. Častým důsledkem těchto setkání bývá právě sexuální zneužití dítěte, nebo nejhůře vražda či zmizení oběti. (Recognising grooming, 2006 cit. In: Krčmářová, 2012, str. 95)

1. Navázání přátelství
2. Vytváření vztahu
3. Posuzování rizik
4. Exkluzivní vztah

5. Sexuální vztah
6. Osobní setkání

### Chování kybergroomera

Chování pachatele kybergroomingu může být často popsáno jako chování někoho, kdo se snaží v oběti vyvolat pocit, že on potřebuje pomoci a že je v aktuální životní krizi. Tyto faktory pak mohou dítě odpoutat od jeho podezřelého chování. Pachatelé velmi často apelují na děti, aby jejich vzájemné konverzace byly tajemstvím pouze mezi nimi. Snaží se stylizovat do role „pravé lásky“, která zahrnuje sexuální témata, nebo požadování sexuálních fotografií a videí před web kamerou. Groomer se většinou snaží přesunout svou péči od rozhovorů po telefonu k plánovanému osobnímu setkání. Děti jsou pak velmi často zmatené, když osoba, které na internetu věřily, změní své chování a začne dělat věci, které jsou pro ně nepříjemné. Pachatel se snaží, aby děti uvěřily věcem, které nejsou pravdivé, zlomit jejich pochybnosti a manipulovat s nimi. Bývá také velmi trpělivý, protože ví, že cíleným ovlivňováním a pomalými krůčky se prostřednictvím intenzivní komunikace může dostat až k setkání v reálném životě. Pachatel se velmi často snaží oběť izolovat od ostatních, ať už jde o členy rodiny, kamarády nebo další blízké lidi a snaží se zvyšovat postupnou závislost oběti na osobě pachatele, čímž pak zmenšuje obavy ze svého odhalení. Rozhovory a konverzace pak velmi často končí tak, že dítě nemá na výběr a je pro něj těžké odmítnout jakýkoliv další kontakt. Vyjadřují svým obětem velkou pozitivní podporu, velmi často také oddanost a apelují na to, aby mezi nimi byla vzájemná láska, při které by bylo pro dítě velmi nepříjemné, kdyby skončila. (Krčmářová, 2012, str. 95, 96)

#### 1.8.5 Sexting

Tento pojem se v dnešní době stále častěji stává předmětem debat. Většinou jej označujeme jako potřebu rozesílání zpráv, fotografií či videí se sexuálním obsahem, ovšem definic tohoto tématu je mnoho. V této části se proto budeme

snažit co nejvíce objasnit stručnou charakteristiku tohoto pojmu. Termín sexting označuje rozesílání nahých fotografií na mobilní telefony nebo různá elektronická média, kam můžeme zařadit i internet a sociální sítě. (Streichman, 2009 cit. In: Kopecký, 2013, s. 25)

Tyto definice ještě doplňuje Sullivan (2011), který do projevů sextingu řadí sugestivní zprávy a obrázky, které zobrazují nahé nebo obnažené mladistvé či dospělé jedince. Tyto obrázky jsou pak dále šířeny pomocí chytrých telefonů či prostřednictvím internetu (např. prostřednictvím sociálních sítí). U sextingu můžeme s jistotou říci, že se jedná o poměrně nový a rychle se rozšiřující fenomén (jeho první případy se objevily v roce 2005). Z analýz a údajů prováděných jednotlivými výzkumníky se sexting v České republice nejvíce rozšiřuje právě díky sociálním sítím jako je Facebook, Instagram apod. Mezi největší nebezpečí sextingu pak patří riziko zneužití těchto fotek a materiálů potencionálním agresorem, jakým může v těchto případech být například bývalý partner, kamarád, nebo stalker, který díky těmto materiálům může své oběti citově vydírat a šikanovat (Szotkowski, Kopecký, Krejčí, 2013, s. 81)

Výzkumy prováděné v USA z roku 2009 nám poskytují zajímavé informace o sextingu mezi mladými uživateli internetu a mobilních telefonů. Z dotazovaných 653 teenagerů ve věku 13–19 let se téměř 38 % z nich setkalo s odesláním zpráv se sexuálně laděnou tematikou a 19 % nezletilých s posláním své vlastní obnažené fotografie jiné osobě. U dospělých lidí ve věku 20–26 let se výzkumu účastnilo 627 respondentů, kteří uvedli, že 58 % z nich se setkalo během svého života se zasíláním sugestivních sexuálních zpráv a 32 % z nich s odesláním vlastních obnažených fotografií. V České republice pak odhalilo z prováděných výzkumů z roku 2011, že z 10 414 respondentů se 9,70 % z nich ve věku 11–17 let setkalo se sdílením sexuálních materiálů na internetu a 10,44 % pak tyto materiály rozesílá i jiným osobám. Tyto zjištěné výsledky pak jasně hovoří o tom, že v České republice

sexting ještě není tak rozšířený jako je tomu například v USA a jiných zemích.  
(Szotkowski, Kopecký, Krejčí, 2013, s. 96,97)

## 2. Empirická část

### 2.1 Cíl výzkumu

Jako cíl výzkumu jsem si zvolil zjistit jaký je vliv Facebooku v životě mých respondentů, protože právě Facebook hrál důležitou roli v rámci utváření mých vztahů a sociálních kruhů během mého dospívání. Zajímalo mě, jaké prostředky této sítě využívají a proč? Důležité bylo i zmínit, jak se jejich používání této sítě změnilo v průběhu let vzhledem k tomu, že pro většinu z nich už Facebook znamenal několik let tvrdě zarytý trend. Další otázky byly soustředěny na jejich přátele, soukromí či hrozby plynoucí z Facebooku. Hlavní bylo zmapovat každodenní používání této sítě a zjistit k čemu jí daní respondenti využívají.

### 2.2 Cílová skupina

Cílovou skupinu mých respondentů představovalo osm osob ve věku 19–22 let. Čtyři byly ženského pohlaví a další čtyři mužského. Svou cílovou skupinu jsem se snažil vybrat tak, aby v ní byly zobrazeny rozdílné názory. Vzhledem k míře používání této sítě a vzhledem k jejich společenskému postavení. Dvě z dotazovaných žen byly studentky vysoké školy, jedna pak studentka střední školy a jedna pracující podnikatelka. U mužů bylo jejich sociální postavení trochu jiné. Jeden z dotazovaných byl pracující podnikatel a další tři pak studenti vysoké školy. Z důvodu uchování anonymity mých respondentů je dále budu označovat takto:

M1 – muž, student vysoké školy, 20 let

M2 – muž, pracující, 22 let

M3 – muž, student vysoké školy, 22 let

M4 – muž, student vysoké školy, 19 let

M5 – muž, pracující, podnikatel OSVČ, 22 let

Ž1 – žena, studentka vysoké školy, 20 let

Ž2 – žena, pracující podnikatelka OSVČ, 21 let

Ž3 – studentka střední školy, 19 let

## 2.3 Technika sběru dat

Nashromážděná data pocházela z období okolo listopadu 2019 až února 2020. Metodou sběru dat byl pak kvalitativní výzkum, který jsem provedl pomocí polo strukturovaných rozhovorů se svými respondenty. Formu polo strukturovaných rozhovorů jsem si zvolil právě proto, abych se mohl následně doptávat na klíčové situace a zkušenosti, které s touto sítí moji respondenti v průběhu svého života mají. V otázkách jsem se snažil dotknout se všech témat, kterým se věnuji ve své teoretické části, tak aby výzkum souvisel s problematikou teoretické části mé práce. V některých případech se respondenti více dokázali rozprávět o svých osobních zážitcích, díky kterým se u některých jejich odpovědi zásadně lišily, zatímco u jiných ne. S každým jedním z nich jsme rozhovor vedli na individuální úrovni pomocí osobního setkání. Byl poskytnut informovaný souhlas, s účastní na výzkumu a využitím získaných údajů pro účely mé práce.

## 2.4 Analýza rozhovorů

Analýzu svých rozhovorů s respondenty jsem udělal metodou otevřeného kódování. Každý rozhovor byl zpracován a byl u něj proveden seznam kódů pomocí metody zakotvené teorie, z kterých vzešly následující kategorie, kterými se budu zabývat v další kapitole. U každé kategorie jsou pak uvedeny příklady z rozhovorů.

## 2.5 Kategorie vycházející z rozhovorů

Za pomocí polo strukturovaných rozhovorů a jejich následného vyhodnocení jsem vytvořil následující body, které vyhodnocují jednotlivé odpovědi mých respondentů. Tyto body pak představují ony kategorie, které se v rozhovoru často opakovaly, a tudíž je považuji ve svém výzkumu za relevantní. Jednotlivé

kategorie se snaží odpovědět na otázku proč a za jakým účelem má respondentů sociální síť Facebook využívají a jaký je její vliv v životech mých respondentů.

1. Facebook je nástroj sloužící ke komunikaci a vzájemnému spojení se svými blízkými.

Facebook je v dnešní době jedním ze základních prostředků online komunikace. Většina mých respondentů uvedla, že právě Messenger (komunikační chat Facebooku) pro ně představuje nejvyužívanější prostředek pro osobní i pracovní komunikaci s ostatními. Tento prostředek komunikace přes Messenger, považuje většina mých respondentů už za úplnou samozřejmost, stejně jako třeba volání přes mobilní telefony nebo SMS. Výhoda komunikace na Facebooku spočívá v tom, že komunikace přes tuto síť probíhá rychle a snadno.

*„Facebook pro mě představuje nějaký komunikační nástroj, pro mou práci nebo s mými přáteli...“ Ž2*

*...“Používám ho, protože je to daleko zjednodušující prostředek komunikace, tím že internet je převážně mezi studenty volně dostupný, a tak není vůbec těžké zahájit konverzaci právě s kýmkoliv přes messenger...” M4*

*„Používám ho ke komunikaci s kamarády, známými i rodinou, ale i třeba skrz školu abych věděla, co máme na druhý den udělat, hlavně teď, když dělám maturitu...” Ž3*

Z těchto odpovědí tedy můžeme usoudit, že pro mnoho z mých respondentů Facebook představuje jeden z hlavních komunikačních nástrojů, přes který mohou komunikovat se svými blízkými kamarády, s rodinou nebo kde mohou zjišťovat informace týkající se jejich pracovních, nebo školních povinností.

Facebook je z hlediska komunikace skvělý nástroj pro spojení s lidmi, s kterými se nemůžete vidat tak často, jak bychom chtěli. V průběhu let jeho fungování naprosto nahradil funkce, jakými byl v minulosti například Skype. Komunikace skrz messenger je pro většinu mých respondentů každodenní rutina,

kteřou berou už jako samozřejmost. Díky neustálým inovacím a aktualizacím zde můžeme psát, volat, přidávat fotky, videa, příspěvky, atd. Díky kterým můžeme sledovat životy našich přátel.

*„Sociální síť Facebook pro mě představuje způsob komunikace v kontaktu s lidmi, s kterými se nemám možnost vidat často a pravidelně ať už kvůli nedostatku času nebo prostě, že jsme od sebe daleko...“ M1*

*„Ano, používám ho každý den, protože tam komunikuji prakticky úplně se všemi. S kamarády, s rodiči, s klienty z práce, prostě úplně se všemi, je to pro mě taková rutina a samozřejmost odepsat...“ Ž2*

Většina respondentů uvedla, že si Facebook založili, když byli ještě děti tedy okolo 12–13 roku života, tedy v době, kdy ještě sami nevěděli, proč si ho zakládají. Většinou si účet zřizovali právě díky tlaku okolí, protože ho používali všichni. Právě díky tomuto faktoru postupem času začal být Facebook pro mnohé z nás samozřejmostí a naučili jsme se ho používat hlavně jako kanál sloužící ke komunikaci.

*„Už si to úplně nepamatuju, proč jsem si ho založil, protože je to už pár let, ale bylo to asi z tlaku okolí,...hlavně třídní to bylo, takže to sloužilo ke komunikaci se spolužáky tehdy...“ M3*

*„Byl jsem ještě dítě a chtěl jsem to zkusit, všichni kolem mě to měli, takže určitě nějaký sociální tlak skupinový, tím že se o tom lidi všude bavili, tak jsem toho chtěl být součástí...“ M4*

*„Založila jsem si to, protože to bylo populární. Měli to najednou všichni, byla jsem v té době ještě hodně mladá, fakt ještě dítě. Dávala jsem tam každou blbost, co mě napadla a proto si myslím, že by rodiče měli ty děti více hlídat a být opatrní, než se s tím naučí pracovat...“ Ž2*



*„Založil jsem si Facebook, když jsem byl ještě děčko, tak to bylo prostě kvůli tomu, že to měli spolužáci a neměl jsem to jako ten způsob komunikace skrz komunikaci, jak to mám teď...“ M1*

U otázky zda Facebook messenger je první věc, kterou ráno kontrolují ihned po probuzení, odpověděli všichni respondenti, že ano, aby právě zjistili vše, co na ten den potřebují udělat nebo aby se dozvěděli, kdo jim psal nebo ne. Jedinou výjimku představuje respondent M4, který na otázku zda zapíná Facebook ihned ráno, když se probudí, odpověděl takto:

*„Spíš ne, většinou tak jdu vykonat základní hygienické potřeby, většinou telefon sleduju až u snídani nebo po snídani...“ M4*

Komunikaci jako takovou můžeme na Facebooku zařadit do kategorie, která je velmi využívána a téměř u všech rozhovorů se tato kategorie opakovala. Pro většinu mých respondentů komunikace přes sociální síť Facebook pomocí messengeru znamená dostupnou platformu, kterou využívají na této síti nejvíce, tudíž se i toto téma často objevovalo v odpovědích mých respondentů.

Vlastnosti: Používání komunikace, dostupnost komunikace

Dimenze vlastnosti: Velmi využívána, snadná dostupnost

2. Facebook je informační kanál sloužící k dennímu přehledu událostí a novinek ve světě.

Facebook je také skvělý informační nástroj, kde se můžete dozvědět veškeré dění o světě prostřednictvím odkazů na novinové a jiné informační kanály, ať už světového nebo domácího charakteru. Také zde můžete najít veškeré informace o událostech ve vašem okolí, o které máte zájem, nebo také o lidech které sledujete, ať už prostřednictvím stránek, skupin či přátelství.

*„Je to minimálně pro mě platforma, na které dokážu sledovat události a dokážu třeba sledovat nějaký umělce, jejich tvorbu a taky možnost sledovat mé kámoše, co dělají, i když s nimi nejsem prostě v kontaktu...“ M3*

*„Jelikož dělám hudbu, tak každý den sleduju hodně událostí a skupiny spjaté s hudbou, kde můžu tu svojí přidat a ostatní mi to nějak hodnotí...“ M2*

*„Ano, sleduju to, baví mě sledovat nějaké aktuality, nové články, prostě informovanost o světě, abych věděla, co se děje...“ Ž1*

*„Hele, tak určitě ho používám k přísunu informací, tím že sleduju různé stránky zajímaví se o věci z různých odvětví. Například novinky ze světa, různých blogů a stránkách různých novin, časopisů a tak...“ M1*

Z odpovědí tedy můžeme vyčíst, že sociální síť Facebook představuje pro mé respondenty jeden z hlavních zdrojů informací, o které je zajímaví. Většinou jde o informace spjaté s událostmi v jejich okolí, novinky ze světa nebo informace související s jejich koníčky.

Vlastnosti: Využívání informačních kanálů

Dimenze vlastností: často používané

### 3. Facebook je v dnešní době hodně využívaný marketingový nástroj

Facebook se v průběhu let hodně měnil. V důsledku nástupu starší generace na sociální sítě se proto velmi rozšířily i různé marketingové plány na podporu svého podnikání. Dva z mých respondentů konkrétně pak Ž2 a M5, kteří už nejsou studenti, pak uvedli, že pro jejich podnikání je tato síť velmi důležitá z důvodu propagace jejich produktů a služeb.

*„...Myslím si, že je super pro moje podnikání využívat tu propagaci, protože já to vnímám tak, že teďka jsou na Facebooku trošku starší lidé, naši rodiče a takhle a třeba když se dělá propagace pro nějakou restauraci a podobně, tak ty starší generace to zajímá a vyhledávají to...“ M5*

*„...Na stránku co mám na FB v rámci mojí práce dávám hodně fotek a snažím se, aby ta stránka byla aktivní a přitáhlo to ty lidi. Dávám tam i různé propagace na mé služby...“*

*Ž2*

Dva z mých respondentů M1, M3 uvedli, že se na Facebooku snaží propagovat své příspěvky v rámci jejich hudební tvorby. Většinou už na Facebooku nejsou příliš aktivní, pokud ano, tak je to právě v rámci příspěvků souvisejících s jejich hudbou, které publikují na síť veřejně, aby se dostali k co nejvíce lidem.

*„Hele, veřejně prezentuju asi tak svojí hudbu a takový ty větší události toho roku, moje osobní...“ M3*

*...“Když vydám novou písničku, tak ji sdílím na Facebooku a pořád je to prostě větší způsob, jak se může k lidem dostat...” M1*

Facebook je tedy dle odpovědi mých respondentů skvělý prostředek pro propagaci služeb. Je také často využívaný prostředek pro umělce, kteří chtějí, aby se jejich tvorba dostala k co nejvíce lidem, protože právě sdílení skrz sociální sítě, se v dnešní době zdá být tou nejlepší reklamou.

Vlastnosti: Veřejná propagace služeb

Dimenze: často využívaná

#### 4. Úpadek Facebooku z perspektivy respondentů

Jak jsem již zmínil výše, v průběhu let se Facebook hodně změnil. Většina mých respondentů uvedla, že dnes už na síti nejsou příliš aktivní ve smyslu přidávání příspěvků v důsledku používání jiné sítě, nebo v důsledku naprosté pasivity v přidávání příspěvků či komentování ostatních statusů. I přes to je Facebook jedním z nejpoužívanějších typů komunikace u mladých lidí ve věku 19–22 let. Velmi často byl v rozhovorech zmíněn Instagram, který je v současné době daleko využívanější platformou u mých respondentů.

*„Nejspíše nepoužívám tu aplikaci každý den, protože jak se říká v dnešní době, je Facebook už docela mrtvý, ale není to aplikace, která by mi dávala tolik, abych se na to díval každý den, ve finále tam stejně vidíš jen nějaké novinky a fotky se využívají spíš na Instagramu...“ M4*

*„Dřív jsem to sledovala víc, bylo tam i hodně nepotřebných věcí, se kterými sem úplně nesouhlasila, ale stejně jsem dala lajk, teď už vše sleduju na Instagramu většinou...“ Ž1*

*„Já si spíš myslím, že u mě Facebook vystřídal Instagram, že na Facebooku teď už nejsem takhle vůbec, fakt to používám jen asi na tu komunikaci, přes messenger fakt komunikuju nejvíc se všema, ale jsem teď hodně na Instagramu...“ M5*

Je důležité zmínit, že v dřívějších dobách byl Facebook pro některé z mých respondentů velmi častým nástrojem sebevyjádření. Respondentky Ž1 a Ž2 uvedly, že v době jejich základní a střední školy byly na této síti velmi aktivní a přidávaly tam kde co. Často to bylo i z důvodu neuvědomování si různých rizik z toho plynoucích a také kvůli tlaku okolí. S rostoucím věkem pak začínala přicházet i vyspělost působení na této síti

*„Třeba kolem šestnácti, sedmnácti jsem nevěděla, jak najít tu pravou míru být na Facebooku, nedokázala jsem se od toho odtrhnout a měla pocit, že mi něco uteče, když tam nebudu, ale dnes už takové pocity nemám a je mi to celkem jedno...“ Ž1*

*„Já tam už moc příspěvky nedávám, ale když jsem byla mladší, tak jsem to všechno dávala veřejně, ale v průběhu let s dospíváním se to měnilo...“ Ž2*

I přes rostoucí úpadek aktivity na této síti, je Facebook stále aplikací, na kterou se většina mých respondentů podívá každý den, kvůli potřebě sledovat např. události v jejich okolí, nebo když se snaží zabít nudu. Např. respondenti Ž3 a M2 odpověděli takto:

*„Ano, ale dívám se hlavně na události, jinak tím spíš zabíjím často nudu, když někde čekám, je to hodně ze zvyku, je to přeci jen hodně stereotypní aplikace. Teďka už Facebook ani moc nepotřebuji, jsem víc na Instagramu a stačil by mi bohatě messenger...“ Ž3*

*„Já se dívám, když jsem v práci a mám pauzu, dívám se na Instagram i na Facebook, prostě když chci zabít čas, tak se na to podívám...“ M2*

Za zmínku stojí i otázka ohledně zrušení účtu. Většina mých respondentů i přes značnou neaktivitu na této síti uvedla, že si nikdy účet nezrušili, protože k tomu ani neměli důvod.

*„Ne, nezrušil, mám tam už přidaných moc lidí, se kterými potřebuju být v kontaktu, právě například z hlediska školy, práce a tak, takže nezrušil právě, protože tam se s nimi na všem snadněji domluví...“ M3*

*„Ne, nezrušila nikdy, proč taky, nijak mně to nevadí“ Ž3*

*„Nezrušil jsem si účet nikdy a momentálně to ani nemám v plánu, dokud mě to nijak neomezuje, tak nemám ani důvod si ho rušit...“ M4*

*„Ne, asi ne, ale párkrát jsem přemýšlela, že bych si promazala přátele, ale zatím jsem neměla tak špatnou zkušenost, abych si ho musela zrušit...“ Ž1*

Jedinou výjimkou byla odpověď Ž2, která uvedla, že si musela zrušit účet z důvodu ukradení hesla.

*„Jednou jsem si musela zrušit účet, protože mi ten účet někdo ukradl. Asi v svých 13 letech se to stalo, hodně dávno...“ Ž2*

Vlastnosti: Menší aktivita ve smyslu přidávání příspěvků

Dimenze: velký úbytek aktivity

## 5. Facebook je i přes úpadek pevným článkem našich životů

Facebook měl v průběhu let velký vliv na život mých respondentů. Téměř všichni uvedli, že stále hraje velkou roli v jejich každodenních životech prostřednictvím komunikace, která souvisí s jejich povinnostmi, nebo z důvodu informovanosti o světě a jejich přátelích.

*„Už nemá tak velký, ale měl určitě vliv v průběhu let. Potkal jsem tam spoustu nových lidí, než bych jinak potkal. Pomohlo mi to ve spojitosti s těmi ostatními...“ M5*

*„Určitě měl, pomohlo mi to navázat hodně nových kontaktů, přátelství v tom je to asi docela pozitivní, ale v současné době taky když mi tam píšou právě ti zákazníci...“ Ž2*

Respondenti M2 a M3 uvedli, že Facebook považovali a stále považují za součást jejich životů a že jeho současný vliv je daleko větší i přes jeho úpadek než v dřívější době.

*„Určitě ano, ale spíš jsem to tolik neřešil, bral jsem to jako samozřejmost, dělal jsem to kvůli ostatním, až teď z toho mám nějak rozum víc než dřív, i když je to pro mě furt nějaká součást mého každodenního života...“ M2*

*„Určitě měl vliv v průběhu mého života a myslím si, že stále ten vliv narůstá, protože na začátku mi přijde, že to tolik nejelo, že my jsme ještě byli taková ta generace, která to do 12 let nezažila, protože to tady nikdo neměl a víc jsme se s lidmi bavili v reálu a taky ses bavil s méně lidmi a intenzivněji, teď máme všichni ten okruh známých strašně velký právě díky Facebooku...“ M3*

Odpovědi respondentů M2 a M3 tedy ukazují jejich obavy z velkého rozšíření této sítě, které může vést k ústupu osobních interakcí mezi jejich mladšími vrstevníky, zároveň se většina mých respondentů snaží říci, že se Facebook stal pro většinu mladých lidí ve věku 19-22. let samozřejmostí v oblasti komunikace nebo přísunu informací, kterou se v průběhu let učily používat. Z odpovědí jsem vyčetl i to, že

někteří z nich se snaží poukázat na to jak důležité je naučit se sociální sítě v průběhu let používat správně a bezpečně, tak aby pro nás byli přínosné.

Vlastnosti: Frekvence každodennosti

Dimenze vlastností: častá, méně častá

## 6. Soukromí na Facebooku

Soukromí na Facebooku je důležitou složkou mého výzkumu díky tomu, že uvádění osobních údajů je důležitou složkou Facebooku. Jsou to právě informace na Facebooku, které nám v dnešní době můžou pomoci zjistit o dané osobě téměř vše, co chceme vědět, pokud to daná osoba na síti uvádí. U většiny mých respondentů jsem se snažil zjistit, jakým způsobem si chrání své soukromí na Facebooku, jestli se setkali během života s jakýmkoliv hrozbami ze stran FB. Jakými jsou například kyberšikana, posílání pornografických fotek, kyberstalking či ztráty osobních údajů na FB. Většina mých respondentů pak uvedla, že během života byla svědky různých situací. Například respondentka Ž3 uvedla, že se se zasíláním pornografických fotek setkávala celkem běžně.

*„Jo, posílali mi chlapi hodně fotky, o který jsem fakt nestála, úchylný zprávy, teď už mi to ale moc neposílají, spíš dřív, když mi bylo fakt 16,17, tak mi psalo fakt hodně chlapů, protože jsem tam i přidávala hodně fotek...“ Ž3*

Také respondentka Ž1 se během života setkala se zprávami tohoto typu.

*„Byla jsem v jednom klubu s přáteli, a přes jednoho známého si mě vyhledal jeden kluk, který mi pak začal psát, i když jsme se vůbec neznali a nedokázal pochopit, že si s ním nechci psát, psal mi asi měsíc v kuse, než jsem si ho musela zablokovat, ale tohle se stalo už víckrát, že mi psali cizí lidi do zpráv. Popřípadě si mě chtěli přidat...“ Ž1*

Většinou tedy s pornografickými fotkami a otravnými zprávami měli zkušenost především ženy. U mužů uvedli respondenti M1, M3 a M5 své vlastní zkušenosti s kyberšikanou na Facebooku.

*„Hele, tím, že je na Facebooku tolik lidí, tak prostě je tam i hodně špatných lidí, hloupých lidí a nějakým způsobem agresivních lidí a kolikrát se mi stalo, že třeba co jsme pozoroval v průběhu dospívání, že třeba šikana skrz komentáře k fotkám, pamatuju si, že se kluci bavili tím, že holce komentovali fotku tím, jak je tam ošklivá a holka z toho třeba potom měla deprese, řešilo se to později na škole a tak, a bylo to takový jen kvůli těm sítím, kvůli tomu Facebooku, že bylo, jak kdyby lehký se skrýt za tu sociální síť...“ M1*

*„Bylo pár případů, kterých jsem byl svědkem, třeba jeden kluk přidal na Facebook rasistické fotky a pak ho za to zbili ve škole, takže tohle určitě jo. Setkával jsem se často s tím, že si tam vždycky někdo na něco hrál v komentářích a byl hrozný hrdina, ale dnes už se s tím nesetkávám vůbec...“ M5*

Ohledně otázek ochrany soukromí jsem se snažil zjistit, jakým způsobem si moji respondenti chrání své příspěvky na Facebooku. Respondent M3 odpověděl, že si i přes hrozby, kterými FB disponuje, nikdy své příspěvky nesnažil chránit před cizími lidmi, avšak zároveň řekl, že své soukromé věci o sobě na Facebooku nepublikuje.

*„Já to dávám normálně veřejně, nikdy jsem to ani moc neřešil, bylo mi jedno, kdo to vidí. Nedávám tam zas tak hrozný věci, nedávám tam moc soukromé věci, třeba že bych tam měl fotit později svoje děti, to bych tam asi nesdílel...“ M2*

Naproti tomu většina mých respondentů na otázku, jak si snaží chránit své soukromí, odpověděla, že své příspěvky uzamykají, například pro blízké přátele nebo pro okruh lidí, u kterých chtějí, aby tyto příspěvky mohli vidět, nebo že si do svých přátel už dnes nepřidávají lidi, které neznají osobně.

*„Určitě se to měnilo a souvisí s tím i nástup rodičů na Facebook. Dřív si prostě nechtěl, aby rodiče tam někde viděli, že v šestnácti tam někde kouříš za stromem. Dneska je to už jiný, protože si myslím, že tím nežiju, těmi sociálními sítěmi, tak je mi to vlastně i docela jedno, kdo to vidí nebo nevidí. Nesdílím tam prostě každou blbost, nepíšu si statusy a*



*podobně, nemám to zapotřebí. Takže to asi neřeším, to hlídání si toho soukromí, ale určitě to mám nastavené jen pro své přátele...” M5*

*„...Na Facebooku mám přidaného jen toho, s kým se opravdu znám a nepotřebuju tam nikoho navíc. Hodně si hlídám, co tam dávám, protože už uvažuji do budoucna, a tak myslím, že je důležité nedávat tam vše ze svého osobního života...” Ž1*

Vlastnosti: Ochrana soukromí, pocit ohrožení

Dimenze vlastností: Úměrná ochrana – žádná ochrana, malý

### Shrnutí mého šetření

V mém výzkumném vzorku bylo obsaženo osm rozhovorů s 5 muži a 3 ženami ve věku 19–22 let. Výsledky mého šetření ukázaly v mnoha případech podobné názory na věci týkající se sociální sítě Facebook. I přes to jsem se ve výzkumu snažil najít rozdílné odpovědi, na které bych následně mohl poukázat, protože jsem nepředpokládal, že by se odpovědi mých respondentů mohly až takto moc shodovat. U většiny respondentů vyšlo najevo, že se na Facebook zaregistrovali kvůli tlaku okolí, tedy především proto, že to v té době začali všichni ostatní využívat. Další odpovědí, která se u mých respondentů hodně opakovala, bylo to, že Facebook pro ně představuje základní a snadný prostředek pro komunikaci s jejich blízkými osobami, a pro udržování kontaktu s nimi. Většinou je pro ně Facebook a především messenger první věc, kterou zkontrolují po probuzení, jedinou výjimku představuje respondent M4, který messenger kontroluje až u snídani.

Další důležitou částí výzkumu je fakt, že většina respondentů uvedla, že Facebook používali v průběhu let hodně. Avšak postupem času a s příchodem nových sociálních sítí jeho popularita stále více a více upadala, avšak stále zůstal pro většinu mých respondentů důležitý například z hlediska právě komunikace, informovanosti apod. I přes to, že téměř všichni respondenti, kromě respondentky Ž2, uvedli, že nikdy neměli důvod ke zrušení svého účtu na FB.

Tak většina z nich se vyjádřila, že jejich aktivita na této síti už není příliš velká. Nepřidávají zde téměř žádné příspěvky, a pokud ano, tak pouze věci, které pokládají za důležité životní události nebo příspěvky související s propagací jejich práce či umělecké činnosti. U výzkumu je také důležité říct, že respondenti M5 a Ž2 se vyjádřili, že právě Facebook je skvělý nástroj pro rozvíjení svého podnikání, právě z důvodu propagace a příchodu starších generací na tuto síť, pro které Facebook hraje hlavní roli v oblasti sociálních sítí.

Otázky ohledně soukromí na Facebooku odpověděli respondenti M1, M2 a M3, že nevyužívají příliš možnosti nastavení uzamčení jejich příspěvků, naproti tomu už ani jeden z nich na Facebooku nejsou příliš aktivní a nepřidávají tam nedůležité věci. Jediné co přidávají, jsou právě příspěvky související s jejich hudbou, u kterých se snaží, aby se dostaly k co nejvíce lidem, a proto je publikují veřejně. Většina žen, které jsou v mém výzkumu obsaženy, naopak říká, že si pečlivě hlídá, kdo může nebo nemůže vidět jejich příspěvky nebo profil. Dávají si také pozor na to, koho si přidávají do přátel, a snaží si to třídit, aby zde měly přidané pouze lidi, které doopravdy znají. Respondentky Ž1, Ž2 a Ž3 se všechny během svého života setkaly s nepříjemnými zprávami či pornografickými fotkami, které jim zasílali cizí lidé. Respondentka Ž2 dokonce řekla, že se setkala i s ukradením účtu nebo kyberšikanou na základní škole. Respondenti mužské části M1, M2 i M5 byli během života také svědky několika forem kyberšikany nebo obtěžování na internetu, především v době na základní a střední škole, ale teď už se s tím příliš nesesetkávají. Jediný, kdo se s ničím podobným neseťkal, je respondent M3, který uvedl, že jedinou jeho negativní zkušeností bylo ukradení účtu na Instagramu a ne na Facebooku.

Z výzkumu vyplývá tedy to, že Facebook je pro mé respondenty základní prostředek ke komunikaci a spojení s lidmi, který využívají téměř každý den. Představuje pro ně informační portál, který se během svého působení na něm naučili používat, proto se už ani příliš nesesetkávají s jakýmkoliv negativními

hrozbami, plynoucími ze strany sítě, nebo tyto hrozby už ani nepokládají za důležité. Výzkum také přinesl zjištění, že role a vliv Facebooku je v životech mých respondentů velký a v průběhu let se pro ně tato síť stala jakousi samozřejmostí, avšak už na ní nejsou příliš aktivní v důsledku popularity např. Instagramu, který byl uváděn nejčastěji ze všech ostatních sociálních sítí.

U výzkumu je nutno poukázat i na mé chyby, kterými byly například neúplná připravenost při prvních dvou rozhovorech, kdy jsem ještě neměl jasno, na co přesně je důležité se ptát. V tomto případě se jednalo nějaký předvýzkum, který pomohl přesněji definovat okruhy otázek pro následující interview. První dva respondenti se tedy podle mého názoru v rozhovorech až příliš rozpovídali o věcech, které pro můj výzkum nebyly ani příliš potřebné, a proto bych pro své další výzkumy a práce měl na tomto bodě zapracovat. Výzkum nám dává celkově hodně obecné informace, které se v mnoha názorech a odpovědích velmi podobají, čímž samotný výzkum ztrácí na atraktivitě právě díky malé rozdílnosti odpovědí.

## Závěr

Facebook se stal důležitou součástí našich životů. V průběhu let se jeho pozice i vizuální stránka dost změnila a v důsledku nových sociálních sítí začal postupně ztrácet na své popularitě. I přes všechny negativní hrozby a problémy, kterými Facebook disponuje, jakými mohou být například kyberšikana, úniky dat, posílání pornografických fotek apod., je tato síť stále ve vedoucí pozici v počtu uživatelů na světě. Ve svém výzkumu jsem se snažil poukázat na přístup a roli v životě mých vrstevníků, tedy lidí, kteří mně jsou názorově a věkově nejbližší. Snažil jsem se zjistit, proč právě tato síť je to, co denně zapínáme ihned po probuzení. Toto téma mě zajímalo i z mého osobního přesvědčení a hlediska, protože i já sám jsem v průběhu let byl ovlivněn svým působením na této síti.

Hlavním a důležitým cílem teoretické části bylo zmapovat, co jsou to sociální sítě, přiblížit pak ty, které v současné době svojí popularitou převyšují už i Facebook. No a pak bylo důležité se zaměřit na samotný Facebook, u kterého jsem se snažil teoreticky popsat a charakterizovat, co tato síť vlastně představuje, jaká je historie jejího působení, nebo co zobrazují jednotlivé prvky, které zde můžeme používat, jakými jsou například hlavní stránka, stránky, skupiny, přátelé atd. Další věcí, kterou jsem se v teoretické části zabýval, bylo využití této sítě, která v současné době představuje skvělý nástroj pro podnikání, pro propagaci svých výrobků, služeb, pro propagaci své hudby či jiného uměleckého působení právě prostřednictvím stránek. Jako poslední jsem se zabýval charakteristikou identity soukromí na Facebooku, ze které jsem navázal na další část, kde jsem se snažil popsat hrozby související s používáním této sítě. Mezi ty nejdůležitější hrozby jsem pak vybral problematiku kyberšikany, kybergrooming, kyberstalking nebo sexting. Všechna tato témata jsem popsal a následně je promítnul i do empirické části své práce.

Ve výzkumné části své práce, jsem pak popsal cíl svého výzkumu a cílovou skupinu, kterou jsem si pro své rozhovory vybral. U cílové skupiny mého

výzkumu je zřejmé, že jsem se snažil zvolit lidi mně nejbližší, což se ve finále možná neukázalo jako správné řešení z důvodu velké podobnosti odpovědí, které mně respondenti předali. Věkovou skupinu celé své práce jsem zvolil 19–22 let. Oslovil jsem tři své dobré kamarády, studenty vysoké školy, jednoho pracujícího a jednoho známého ze základní školy, který podniká, a proto mi přišlo relevantní vybrat právě jeho, abych se u jeho odpovědí mohl dotázat, jak právě Facebook využívá pro svou práci. Druhou část respondentů představovaly ženy, konkrétně pak jedna studentka vysoké školy, jedna pracující podnikatelka a jedna studentka střední školy. Všechny tyto dotazované respondentky se velmi rozpovídaly o jejich negativních zkušenostech plynoucích ze strany této sítě, avšak jejich odpovědi se opět velmi podobaly navzájem.

Celkově se má empirická část zabývá hlavním důvodem, a to tím, na co konkrétně moji respondenti Facebook využívají a proč? Většina z nich už na něm nejsou příliš aktivní, avšak stále pro ně představuje důležitou věc z hlediska používání např. messengeru ke komunikaci, která jim nijak nevadí. Z odpovědí také vyplývá, že pokud se tuto síť naučíte používat, nehrozí vám podle názoru mých respondentů příliš velké potíže, spíše naopak. Facebook vám může usnadnit komunikaci s lidmi, s kterými nemůžete být v kontaktu každý den. Facebook je také skvělý nástroj pro zjištění různých informací ohledně školy či novinek ve světě. U otázek ohledně soukromí se mi také potvrdila teorie, že většina mých respondentů využívá nastavení soukromí u svých příspěvků a profilu, avšak plno z nich si své soukromí chrání pouze tím způsobem, že na této síti nejsou aktivní a nic tam nepřidávají. Důležité je také zmínit, že většinu publikovaných příspěvků nahradil Instagram, na kterém jsou všichni z mých respondentů aktivní a přidávají na něj příspěvky.

Svůj výzkum bych zhodnotil jako velmi obecný z hlediska teorie, zmínil jsem v něm všechny části a témata, která jsou dle mého názoru pro Facebook důležitá a zaměřil jsem se i na hrozby s tím související. U své empirické části si nejsem

úplně jistý, zda můj výzkum v něčem může čtenáře této práce překvapit. Věci zde zmíněné se navzájem hodně opakují, a proto nedodávají mojí práci rozdílný pohled, ale spíše obecné informace o dané problematice, kterou každý z mých respondentů považuje za samozřejmost. Nejvíce opakovaná aktivita pro sociální síť Facebook pak je dle mých respondentů chatování, tedy komunikace s ostatními, kterou hodnotí většina z nich jako velmi přínosnou z důvodu, že je to snadnější jak volání či psaní SMS. I přes to, že plno z mých dotazovaných se během života setkali s jakýmikoliv hrozbami či negativními zkušenostmi ze stran této sítě, stále na ni zůstávají a neplánují z ní ani odchod. Právě tato informace nám ukazuje, jak moc důležitou součástí našich životů Facebook je. Většina mých respondentů dále uvedla, že trávením času na hlavní stránce se už příliš nezabývají, a proto považují za hlavní právě snadnou komunikaci, kterou tato síť nabízí, a kterou se postupem času stala. Jako velmi přínosné hodnotí také v průběhu let poznávání a seznamování se s lidmi, s kterými by se normálně nepotkali, proto můžeme říci, že Facebook je skvělý nástroj pro spojitost s lidmi, avšak většina respondentů uvedla, že v dnešní době se už přes tuto síť s nikým cizím moc neseznamují a dávají přednost osobnímu setkání.

Své téma považuji za velice aktuální v oblasti sociálních věd. Facebook je a minimálně ještě několik let bude součástí našich životů, proto je vhodné se otázkami ohledně jeho působení zabývat. Je důležité učit děti, jak s touto sítí pracovat a jaké jsou její hrozby. I proto si myslím, že by má bakalářská práce mohla být přínosná z těchto důvodů. Většina rodičů v dnešní době nekontroluje působení svých dětí na sociálních sítích, což je špatně a může to vést pak k různým nebezpečím, například ze stran pedofilů, především u mladých děvčat. Proto bych i nadále chtěl, aby se touto problematikou zabývalo více a více lidí, učitelů, rodičů a dalších, protože je jasné, že v dnešní době a v dalších letech budou sociální sítě pevnou součástí našich životů.



## Seznam zdrojů:

### Použitá literatura:

BLÁHOVÁ, K.: *Fenomén Facebook jako součást života mladé generace*. Praha 2013. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, Katedra pedagogiky. Vedoucí práce Blažková Veronika.

ČERNÁ, A.: *Kyberšikana: průvodce novým fenoménem*. Praha 2013.

ECKERTOVÁ, L. – DOČEKAL, D.: *Bezpečnost dětí na internetu: rádce zodpovědného rodiče*. Brno 2013.

JANOUCH, V.: *Internetový marketing: prosad'te se na webu a sociálních sítích*. Brno 2010.

KOPECKÝ, K.: *Rizika internetové komunikace v teorii a praxi*. Olomouc 2013.

KRČMÁŘOVÁ, B.: *Děti a online rizika: sborník studií*. Praha 2012.

KULHÁNKOVÁ, H. – ČAMEK, J.: *Fenomén Facebook*. Kladno 2010.

MACEK, J.: *Poznámky ke studiím nových médií*. Brno 2013.

POSPÍŠILOVÁ, M.: *Facebooková (ne)závislost: identita, interakce a uživatelská kariéra na Facebooku*. Praha 2016.

SZOTKOWSKI, R. – KOPECKÝ, K. – KREJČÍ, V.: *Nebezpečí internetové komunikace IV*. Olomouc 2013.

ŠEVČÍKOVÁ, A. (a spol.): *Děti a dospívající online: Vybraná rizika používání internetu*. Praha 2014.

ZIEGLEROVÁ, L.: *Sociální síť Facebook jako součást marketingového mixu obchodních řetězců*. Praha 2017. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra marketingové komunikace a public relations. Vedoucí práce Klimeš David.



## Použité internetové zdroje:

BECKOVÁ, J.: *Facebook: Místo, kam přátelství chodí neumírat*. 1. července 2019. Zdroj: <https://www.heroine.cz/vztahy/1049-facebook-misto-kam-pratelstvi-chodi-neumirat>. [Citováno 17. 03. 2020]

BOCIJ, P. – MCFARLANE, L.: (2002): *Online harassment: Towards a definition of cyberstalking*. *Prison Service Journal*. 2002, s. 31-38. Zdroj: [https://www.researchgate.net/profile/Paul\\_Bocij/publication/284807346\\_Online\\_harassment\\_Towards\\_a\\_definition\\_of\\_cyberstalking/links/5b58722aaca272a2d667893d/Online-harassment-Towards-a-definition-of-cyberstalking.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Paul_Bocij/publication/284807346_Online_harassment_Towards_a_definition_of_cyberstalking/links/5b58722aaca272a2d667893d/Online-harassment-Towards-a-definition-of-cyberstalking.pdf)

HU, Yuheng – KAMBHAMPATI, Subbarao – MANIKONDA, Lydia: *What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types*. Univerzita v Arizoně, s. 595–598. Zdroj: [www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM14/paper/view/8118/8087](http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM14/paper/view/8118/8087). [Citováno 13. 03. 2020].

HUŠKOVÁ, L.: *Facebook v ČR hlásí přes 5, 2 milionů uživatelů*. 22. května 2018. Zdroj: <https://newsfeed.cz/facebook-v-cr-hlasi-pres-52-milionu-uzivatelu/>. [Citováno 07. 03. 2020]

KWAK, H. (a spol.): *What is Twitter, a social network or a news media?* In: *Proceedings of the 19th international conference on World wide web (WWW '10)*. Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, s. 591–600. Zdroj: <https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/1772690.1772751>. [Citováno 07. 03. 2020]

MARTINOVSKÝ, M. – ZÍTA, M.: *Akcie Facebooku prudce klesly, Zuckerberg už přišel o více než 367 miliard*. 26. července 2017. Zdroj: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/akcie-facebooku-prudce-klesly-zuckerberg-uz-prisel-o-vice-nez-367-miliard-52725>. [Citováno 07. 03. 2020]

MIKA, J.: *Aplikace, která (momentálně) předčí WhatsApp i Facebook*. 21. května 2018. Zdroj: <https://www.chip.cz/novinky/aplikace-ktera-momentalne-predci-whatsapp-i-facebook/>. [Citováno 07. 03. 2020]

MIKO, M.: *Nebezpečný trend: Aplikace Tik Tok slaví obří úspěch! Bohužel i mezi pedofily*. 15. ledna 2019. Zdroj: <https://g.cz/nebezpecny-trend-aplikace-tik-tok-slavi-obri-uspech-bohuzel-i-mezi-pedofily/>. [Citováno 07. 03. 2020]

SCHÖN, O.: *Twitter se naučil česky: Ve 140 znacích se zatím baví jen 107 tisíc Čechů a Slováků*. 6. srpna 2012. Zdroj: <https://tech.ihned.cz/facebook/c1-56929580-twitter-se-naucil-cesky-ve-140-znacich-se-zatim-bavi-jen-107-tisic-cechu-a-slovaku>. [Citováno 07. 03. 2020]

SHELDON, P. – BRYANT, K.: *Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age*. 2016, s. 89–97. Zdroj: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563215303307>. [Citováno 07. 03. 2020]

VACULÍK, P.: *Sociální sítě v Česku, využívá je 5,7 milionu obyvatel*. 21. února 2019. Zdroj: <https://dotekomanie.cz/2019/02/socialni-site-v-cesku-vyuziva-je-57-milionu-obyvatel/>. [Citováno 07. 03. 2020]

ZBIEJCZUK, A.: *Facebook: jednodušší, než se zdá*. In: *Časopis pro informační vědy*, 2011, s. 31–39.

ZEIDLEROVÁ, P.: *Internet Advertising Conference 2019: Instagram vs. Facebook Stories*. 21. května 2019. Zdroj: [https://www.focus-age.cz/m-journal/internet/internet-advertising-conference-2019--instagram-vs--facebook-stories\\_\\_s281x14405.html](https://www.focus-age.cz/m-journal/internet/internet-advertising-conference-2019--instagram-vs--facebook-stories__s281x14405.html). [Citováno 17. 03. 2020]

ZEMANOVÁ, M.: *Studie: Nejsilnější značky mají na Instagramu více fanoušků a vyšší engagement než na Facebooku*. 13. února 2020. Zdroj: <https://www.focus-age.cz/m->

journal/aktuality/studie--nejsilnejsi-znacky-maji-na-instagramu-vice-fanousku-a-vyssi-engagement-nez-na-facebooku\_\_s288x15006.html. [Citováno 17. 03. 2020]

ZLATKOVSKÝ, Michal: *Facebook už není pro mladý. Přichází Instagram.* 2. května 2017. Zdroj: [https://www.irozhlas.cz/komentare/facebook-uz-neni-pro-mlady-prichazi-instagram\\_1705021130\\_zlo](https://www.irozhlas.cz/komentare/facebook-uz-neni-pro-mlady-prichazi-instagram_1705021130_zlo). [Citováno 13. 03. 2020]

Centrum nápovědy na Facebooku. In: *Facebook.com.* 2020. Zdroj: [https://www.facebook.com/help/?helpref=hc\\_global\\_nav](https://www.facebook.com/help/?helpref=hc_global_nav) . [Citováno 17. 03. 2020]

## Přílohy

**Příloha č. 1** – Otázky k rozhovorům s respondenty

## **Příloha č. 1 – otázky k rozhovorům**

Co pro tebe představuje sociální síť Facebook?

Jaký byl důvod tvé registrace na Facebook?

Zapínáš Facebook hned, když se ráno probudíš?

Používáš messenger každý den? Pokud ano, tak proč?

- Proč si myslíš, že na Messengeru potřebuješ trávit nejvíc času? Je to spíš z pracovního hlediska nebo z osobního hlediska?

Používáš i aplikaci Facebook každý den? Pokud ano, tak proč?

Sleduješ příspěvky na hlavní stránce každý den?

- Sleduješ přes Facebook události?

Jsi členem nějakých skupin na Facebooku nebo jsi byl/byla?

Sleduješ na Facebooku nějaké stránky, nebo patříš do nějakých komunit?

Zrušil/a sis někdy účet na Facebooku? Pokud ano, tak proč?

Prezentuješ svoje příspěvky na Facebook většinou veřejně, nebo jestli je prezentuješ jenom třeba pro své přátele? Hlídáš si své soukromí na Facebooku?

Kdo jsou tvoji přátelé na Facebooku? Jsou to jen lidi, které znáš osobně?

Jaký je tvůj počet přátel na Facebooku?

Setkal ses někdy za dobu tvého působení na Facebooku i s nějakými hrozbami jako např. kyberšikana, kyberstalking, ukradení účtu, posíláním pornografických fotek?

- Píší ti na Facebooku cizí lidé, které neznáš osobně?

Jak bys popsal svoje chování na síti Facebook? Jsi aktivní účastník konverzací, komentářů a příspěvků, nebo spíše pasivní? Pokud ano, tak čeho se konkrétně účastníš?

Setkal ses/ setkala ses s navázáním virtuálního vztahu po síti Facebook aniž by si toho člověka někdy viděla osobně?

Pomáhá ti Facebook i v současné době v navazování nových vztahů?

Má Facebook nebo měl v průběhu jeho činnosti vliv na tvůj život?