

Univerzita Hradec Králové

Pedagogická fakulta

Katedra kybernetiky

# **Vliv fenoménu YouTuberů na žáky druhého stupně základní školy a střední školy**

Diplomová práce

Autor:	Bc. Karolína Secká
Studijní program:	N7504 Učitelství pro střední školy
Studijní obor:	Učitelství pro střední školy – informatika Učitelství pro střední školy – základy společenských věd Učitelství pro střední školy – společný základ
Vedoucí práce:	Mgr. Václav Maněna, Ph.D.
Oponent práce:	PhDr. Michal Musílek, Ph.D.



## Zadání diplomové práce

<b>Autor:</b>	<b>Karolína Secká</b>
Studium:	P17P0635
Studijní program:	N7504 Učitelství pro střední školy
Studijní obor:	Učitelství pro střední školy - informatika, Učitelství pro střední školy - základy společenských věd
<b>Název diplomové práce:</b>	<b>Vliv fenoménu YouTuberů na žáky druhého stupně základní školy a střední školy</b>
Název diplomové práce AJ:	The Influence of the YouTubers Phenomen on the Students of the Secondary Schools

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

Diplomová práce se se zaměřuje na novodobý fenomén YouTuberů a jejich vlivu na žáky druhého stupně základní školy a žáky střední školy. Teoretická část se bude věnovat sociální síti YouTube, YouTuberům a jejich tvorbě. Dále se zaměří na značnou část cílové skupiny YouTuberů, čili na žáky druhého stupně základní školy a na žáky střední školy, na jejich volný čas a jejich vztah k YouTube. Praktická část bude obsahovat kvantitativní šetření formou internetového i tištěného dotazníku, který bude zjišťovat, jak YouTuberi ovlivňují život a volný čas žáků. Na základně odpovědí bude navrhnut kanál, který bude splňovat podmínky úspěšných kanálů, a zároveň bude žákům škol prospěšný po stránce vzdělávací, případně zábavné s upozorněním na možná rizika na internetu.

SRNA, Petr. HOLÝ, Jakub. Já JůTuber, sepsáno JůTubery. Vyd.1. Praha: Cooboo 2015. ISBN 978-80-7544-008-2 PAVLÍČEK, Antonín. Nová média a sociální síť. Praha: Oeconomica, 2010. ISBN 978-80-245-1742-1. HOFBAUER, Břetislav. Děti, mládež a volný čas: trendy pedagogiky volného času. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-717-8927-5. [www.e-bezpeci.cz](http://www.e-bezpeci.cz) [www.youtuberi.cz](http://www.youtuberi.cz) OLIVER, Dan. 500 Internet: pět set rad, tipů a technik: [jednoduchý průvodce popisující všechna tajemství: blogování, vlogging, sdílení fotografií, Facebook, YouTube, Flickr a mnohá další!]. Překlad Marek Postler. V Praze: Slovart, 2008. ISBN 978-807-3911-485.

Garantující  
pracoviště: Katedra informatiky,  
Přírodovědecká fakulta

Vedoucí práce: Mgr. Václav Maněna, Ph.D.

Oponent: PhDr. Michal Musílek, Ph.D.

Datum zadání závěrečné práce: 7.10.2016

### **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracovala pod vedením vedoucího diplomové práce samostatně a uvedla jsem všechny použité prameny a literaturu.

V Hradci Králové dne 20. 3. 2019

.....

## **Poděkování**

Děkuji panu Mgr. Václavu Maněnovi, Ph.D., vedoucímu mé diplomové práce, za profesionální přístup, cenné rady a připomínky, trvalou vstřícnost a čas, který mi při konzultacích věnoval. Dále bych ráda poděkovala vedení škol, které se účastnily výzkumu k této diplomové práci.

## **Anotace**

SECKÁ, K. *Vliv fenoménu YouTuberů na žáky druhého stupně základní školy a střední školy*. Hradec Králové: Pedagogická fakulta Univerzity Hradec Králové, 2019, 113 s. Diplomová práce.

Diplomová práce se zabývá fenoménem YouTuberů a jeho vlivem na žáky 2. stupně základní školy a střední školy. V teoretické části se věnuje představení YouTuberů, vývojem osobnosti žáka a novodobým trendům v trávení volného času dětí. Zaměřuje se na trávení času na internetu, internetovou bezpečnost a mediální výchovu ve školách spojenou se sociálními sítěmi. Druhá část práce se zabývá výsledky dotazníkového šetření mezi žáky a učiteli. Vzhledem k výsledkům vlivu YouTuberů na žáky jsou určeny postupy, jak s YouTube videi pracovat ve vyučování, jak učit žáky bezpečné konzumaci internetových sdělení, jak zpopularizovat bezpečné vzdělávací kanály, moderní vyučování a mediální výchovu. Součástí práce je metodická podpora pro učitele.

## **Klíčová slova**

YouTuber, video, mediální výchova, moderní výuka, sociální síť, bezpečnost

## **Anotation**

SECKÁ, K. *The Influence of the YouTubers Phenomen on the Students of the Secondary Schools*. Hradec Králové: Faculty of education University of Hradec Králové, 2019, 113 p. Diploma Thesis.

This diploma thesis deals with the phenomenon of YouTubers and their influence on secondary schools. In the theoretical part of my thesis I introduce YouTubers, development of pupil personality and modern trends in the use of children's free time. Also focusing on spending time on the Internet, Internet security and media education at schools linked with social networks. Second part of thesis is about results of the questionnaire survey among pupils and teachers. Regarding of results of YouTubers impact there are ways how to work with videos in a class, how educate pupils to use social media securely, how popularised securely education channels and social media. Part of the thesis is methodological support for teachers.

## **Key words**

YouTuber, video, media education, modern education, social network, safety

## Obsah

Úvod.....	9
1 YouTube a fenomén YouTuberů.....	10
1.1 YouTube.....	10
1.2 Sledování YouTube.....	11
1.3 YouTuberi.....	14
1.4 YouTuberství od počátku k současnosti.....	18
2 Vývoj osobnosti dospívajících žáků.....	22
2.1 Žák druhého stupně základní školy.....	22
2.2 Žák střední školy.....	25
2.3 Vývojové potřeby v době médií.....	26
2.4 Média a trendy v trávení volného času.....	28
3 Dětské vzory.....	30
3.1 Vznik dětského vzoru.....	30
3.2 Ovlivňování dětí skrze média a vzory.....	31
3.3 Vliv YouTuberů na děti.....	33
4 Jak naložit s fenoménem?.....	36
4.1 Fikce vs. realita.....	37
4.2 Bezpečnost na YouTube a ve světě internetu.....	40
4.3 Nová koncepce výuky informatiky.....	43
4.4 Mediální výchova.....	47
5 Vliv fenoménu na žáky 2. stupně ZŠ a SŠ.....	51
5.1 Výzkumný problém.....	51
5.2 Výzkumný vzorek.....	54
5.3 Diskuze nad výsledky.....	55
5.4 Shrnutí.....	68
5.5 Vyučovací hodina zaměřena na YouTube.....	69
6 YouTuberi ve výuce.....	74
6.1 Učitelé a YouTube.....	74

6.2 Nový pohled na YouTube .....	77
6.3 YouTuber a edukace.....	81
6.4 Doporučení k využití YouTube ve výuce.....	83
6.5 Návrh ukázkové hodiny.....	85
6.6 Návrh udržitelného vzdělávacího kanálu .....	89
6.6.1 Souhrn doporučení pro úspěšnější vzdělávací kanály .....	91
6.7 Kanály doporučené pro výuku .....	94
6.7.1 Kanály populárních YouTuberů .....	95
6.7.2 Vzdělávací kanály .....	99
Závěr .....	102
Seznam použité literatury .....	104
Seznam tabulek .....	113
Seznam obrázků.....	113
Přílohy	



## Úvod

Jako téma své diplomové práce jsem zvolila vliv fenoménu YouTuberů na žáky 2. stupně základní školy a střední školy, protože to je v současné době velmi aktuální téma, které stále nabírá na popularitě. YouTuberi jsou mezi dětmi denním tématem a podle mého názoru mu není ze strany dospělých, školy a prevence nežádoucích jevů věnována dostatečná pozornost. Nahradili televizní pořady, volnočasové aktivity a stali se pojítkem mezi koníčky a sezením u počítače nebo chytrého telefonu. Děti sledují YouTubery samy nebo s kamarády, a to na nejrůznějších sociálních sítích. Převážná většina YouTuberů ale není reprezentativním vzorem pro děti v tomto věku a bylo by vhodné a žádoucí uchopit tato videa i edukačním způsobem, jelikož škola by neměla zůstat v pozadí za tímto trendem, ale přizpůsobit se mu, neboť jeho dosah je téměř všude. Spousta videí má vhodný edukační potenciál, který by mohl v tomto spojení žáky motivovat, a proto považuji za vhodné se ve školství tomuto trendu nevyhýbat, ale modernizovat postupy a začlenit je do výuky.

Ve své diplomové práci se budu věnovat přiblížení problematiky YouTube a YouTuberů, psychickému vývoji dětí ve věku 2. stupně základní školy a střední školy a jejich ovlivnitelnosti tímto trendem, novodobými trendy v trávení volného času u dětí a přiblížením, jak jsou moderní technologie zohledněny v prevenci a vzdělávání. Vliv YouTuberů na děti a jeho pozitivní využití se stalo výzkumným problémem této práce, která je doplněna i metodickou podporou. Výzkum je zaměřen na sledování YouTuberů dětmi, jejich vliv na tyto děti a zohlednění tohoto trendu v běžném i školním životě dětí. Výzkum proběhl i u pedagogů, kde je zkoumáno, jak k tomuto trendu přistupují a zda jej zohledňují ve vyučování. Součástí výzkumu je i návrh aktivit nesoucích se v duchu tohoto trendu a metodická podpora pro vyučovací hodiny s použitím videí YouTuberů.

Domnívám se, že školství by se mělo také přizpůsobit tomu, co je trendem běžného života a nesnažit se od těchto záležitostí distancovat. Vzhledem k mé aprobaci si myslím, že používat moderní prostředky, za které lze považovat i videa YouTuberů, je velmi snadné. Tyto prostředky zároveň učiní vyučování dynamičtější a žákům přinesou motivaci v podobě jejich záliby. Zároveň se při těchto příležitostech dá apelovat na bezpečné konzumování internetových sdělení, které je při takovém trendu velmi žádoucí. Všechny tyto aktivity jsou určeny na základě výsledků kvantitativního dotazníkového šetření, pro které byl určen následující cíl. Zjistit, jak děti sledují YouTubery a na kolik se jimi nechají ovlivnit, na kolik YouTuberům věří, jaký na tento fenomén mají pohled a jak je zohledněn ve škole.

# 1 YouTube a fenomén YouTuberů

V posledních letech bylo možné především mezi dětmi zaznamenat éru sledování YouTube, která s sebou nese nový fenomén. Jedná se o jev mezi mladými lidmi, kterým jsou YouTuberi. Moderní technologie a s nimi vyspělá doba přinesla úpadek dřívějších dětských aktivit a nárůst využívání počítače a dalších digitálních technologií. Dnes se již nejedná o hraní her nebo nadměrné sledování dětských pořadů, nýbrž jde o sledování videí vytvořených dětmi o něco staršími, než jsou jejich diváci. Kapitola se zabývá především tím, kdo jsou to YouTuberi a proč se na ně děti dívají.

## 1.1 YouTube

YouTube založili v roce 2005 Chad Hurley, Steve Chen a Jawed Karim, o rok později ho koupila společnost Google. V roce 2008 bylo YouTube spuštěno i v České republice. Stránka YouTube je nejoblíbenější stránkou s videi na světě. Je to portál pro umístění a šíření videa. Minimalizuje rozdíl mezi uživatelem a tvůrcem obsahu, kterým může být naprosto kdokoli, kdo si účet na YouTube založí. Obsah vytváří uživatelé společně a tvoří tak na YouTube rozsáhlou komunitu. YouTube je ideálním příkladem, kde je jeden tvůrce zároveň divákem obsahu někoho jiného. S komunikací uživatelů zde souvisí i velmi rozmanitý prostor pro zpětnou vazbu, který nabízí komunikaci prostřednictvím komentářů a hodnocení. Díky zpětné vazbě především ve formě shlédnutí a lajků tvůrce vědí, zda je jejich obsah kvalitní a zda publikum zajímá. Na YouTube fungují dokumenty, které vymezují rámec chování uživatelů. Jsou jimi Smluvní podmínky, Pokyny pro komunitu YouTube, Sdílení k ochraně osobních údajů a Oznámení o porušení autorských práv. (YouTube, 2019) Youtube je bráno stále jako něco nového, ikdyž se stává tradičním médiem. Trend videa dnes stoupá i v tradičních médiích. Youtube se již od počátku vybízelo k tomu dostat ho do současné podoby, tak se stalo a vznikl nový fenomén. Z původního koníčku několika lidí se stal standard mezi mladými.

Stránky YouTube se používají již v 99 zemích světa a mají 1,5 miliardy pravidelných uživatelů. Denně je na YouTube shlédnuta zhruba 1 miliarda hodin obsahu. YouTube je druhou nejnavštěvovanější stránkou světa a první v žebříčku popularity stránek k přehrávání videí. V České republice YouTube používá 5,2 milionů diváků za měsíc a shlédnou téměř 2 miliardy videí, jejichž polovina je shlédnuta na chytrých telefonech. (Smrž, 2017) Tímto způsobem sledují videa především uživatelé ve věku 15–24 let, z nich 90 % sleduje stránky YouTube. Statistiky ukázaly, že jedinec ve věku 15–24 let

průměrně stráví sledováním videí 175 minut týdně, uživatelé ve věku 15–69 průměrně 75 minut (Smrž, 2017). Novější výzkumy ukazují, že děti ve věku kolem 14 let shlédnou denně až 88 minut video obsahu na YouTube. Průzkum, kterým se zabývá Kopecký a Szotkowski (2017) ukazuje, že každý desátý uživatel stránky YouTube odebírá více jak 5 YouTuberů (definice v kapitole 1.3), 16 % uživatelů sleduje YouTubery každý den a 25 % uživatelů uvádí, že postoje YouTuberů jsou důležité pro utváření jejich vlastních postojů. ČTK (2017) uvádí, že sledování videí se přesouvá převážně na mobilní telefony, na kterých sledovanost narostla o 70 %. YouTube je nejsledovanější video portál v České republice. Specifikem českého YouTube trhu je jeho propojení se Slovenskem, fanouškovské základny YouTuberů jsou totiž společné.

## 1.2 Sledování YouTube

Hlavním fenoménem dětského světa internetu jsou YouTuberi, které děti ve velké míře sledují, a proto jim je v této práci věnována samostatná část. Většina rodičů také sleduje videa na YouTube, málokdy ale videa YouTuberů. Autor uvádí, že až 60 % dětí sleduje aktivně YouTubery každý den. K menší polovině dětí se rodiče při sledování občas přidávají, nicméně většina rodičů stále YouTubery nesleduje a své děti je nechává sledovat bez omezení. Pouze minimální množství rodičů je informováno o tom, že sociální sítě se mohou používat od věkové hranice, která zpravidla činí 12 let. Z důvodu neinformovanosti je velmi časté, že sociální sítě používají i mnohem mladší děti a rodičům to nevádí. Mezi sociálními sítěmi pak používají i YouTube, které dominuje v příčkách popularity mezi českými dětmi. (Antivirové centrum, 2018) S dostupností chytrých telefonů u čím dál menších dětí souvisí i možnosti sledování YouTube a jiných sociálních sítí. Podle Šmahela (2018) a EU Kids Online pro Českou republiku používá pro připojení k internetu chytrý telefon 97 % dětí, z toho tak činí denně dokonce 86 % dětí. Téměř 40 % dětí tráví denně online průměrně kolem 4 hodin. Před 8 lety používalo k připojení k internetu telefon pouze 37 % z nich. Chytrý mobilní telefon v dnešní době vlastní téměř každé dítě již v první třídě, díky tomu může i čas ve škole trávit připojením k internetu a porovnáváním toho, co dělají jeho kamarádi online, popřípadě jaká videa a YouTubery sledují. Na základě této problematiky některé školy zavedly opatření v podobě zákazu používání mobilního telefonu během školního dne. V první třídě vlastní mobilní telefon většina žáků proto, aby je rodiče mohli kontrolovat a došlo tak ke snížení obav o bezpečí dítěte, proto 20 % rodičů uvádí, že dětem pořídili mobilní telefon kolem 5. roku života. Nejčastěji jsou mobilní telefony dětmi využívány pro připojení k internetu.

Šmahel (2018) uvádí, že až v 75 % případů děti používají telefon pro přehrávání videí na YouTube. Výzkum prováděný ve Velké Británii v roce 2017 poukázal na to, jak děti ve věku 3 až 15 let sledují média. Vybereme-li ze vzorku děti ve věku 12 až 15 let, tak zjistíme, že dokáží sledovat internet týdně v průměru necelých 21 hodin. Mobilní telefon využívají přes 18 hodin a je velmi pravděpodobné, že skrze něj přistupují i na internet. Za posledních 10 let vzrostla sledovanost internetu těmito dětmi o 7 hodin týdně. Starší děti také uvádějí, že by z veškeré využívané elektroniky nejvíce postrádaly právě mobilní telefon, uvedlo tak skoro 60 % respondentů. Děti ve věku 12–15 let sledují YouTube nejčastěji na mobilním telefonu, na dalším místě je tablet a až poté počítač. Menší děti daleko více sledují YouTube na tabletu. YouTube používá 90 % dětí ve věku 12–15 let, daleko častěji jej používají chlapci než dívky. Výzkum uvádí, že menší děti sledují na YouTube především pohádky a dětská videa, větší děti pak hudbu a tvorbu YouTuberů. Děti ve věku 2. stupně základní školy dle výzkumu na YouTube nejčastěji sledují zábavná videa ve formě žertíků a výzev, téměř o čtvrtinu méně často sledují videa YouTuberů, ovšem zábavná videa patří i do jejich tvorby, proto není snadné mezi nimi definovat jasnou hranici. Hudební videa jsou na druhém místě, následují tutoriály, herní videa, již zmiňovaní YouTuberi a sportovní videa. Nejčastějším důvodem pro sledování YouTube je zábava, na druhém místě relaxování, následně téma k hovoru s přáteli, informace o nových věcech a shlédnutí něčeho děsivého. Odpověď na všechny tyto potřeby nacházejí děti právě na YouTube. (Ofcom, 2017) Studie EU Kids Online prováděná v České republice porovnává data získaná v roce 2010 s daty z roku 2014. Lze vidět markantní posuny ve sledování YouTube, přestože YouTuberství bylo teprve na začátku celosvětového trendu. Z 32 % respondentů narostla sledovanost videí na YouTube na 59 %. Za sledováním YouTube se umístila práce do školy spojená s užíváním internetu a na předních příčkách se drží dopisování přes online komunikátory a další sociální sítě. V České republice byly v rámci EU Kids Online dotazovány taktéž děti ve věku 9–17 let. Ukázalo se, že internet navštěvují děti převážně z mobilního telefonu, a to v míře až 85 % respondentů, a ti tak činí denně. Počítač k dennímu připojení k internetu používá pouze 32 % dětí, u dětí ve věku 15–17 let je to mobilní telefon v 95 % případů, u dětí ve věku 2. stupně základní školy je to 87 %. Výzkum také ukázal, že téměř 30 % dětí je nonstop online skrze mobilní telefon, děti ve věku docházky na střední školu tráví v běžný den online nejčastěji 4–6 hodin, o víkendech je to až k 7 hodinám. Respondenti ve věku 9–17 let tráví online ve všední den nejčastěji od 30 minut do 3 hodin, o víkendech je to více. Výzkum dále ukázal, že doba stráveného času na internetu je genderově vyrovnaná. Co se týká aktivit na internetu, nejčastěji respondenti sledují videa, ¾ z nich tak činí denně, následně se za ně řadí poslech hudby, komunikace s přáteli

a sociální sítě. Na nejnižších příčkách v oblíbenosti aktivit se umístila tvorba videa samotným respondentem, politické diskuze a kampaně. U dívek je častější navštěvování sociálních sítí a komunikace s přáteli, chlapci častěji hrají hry a sledují videa. (Šmahel, 2018)

Žáci základní školy dnes běžně a aktivně využívají internet, na první příčky v navštěvovaných stránkách se řadí YouTube, který žáci navštěvují od velmi nízkého věku. Je to způsobeno převážně fenoménem YouTuberů, kteří nabízejí pro tuto věkovou kategorii poutavý obsah. Děti kolem desátého roku života sledují YouTube dvakrát více než sociální sítě. Tento rozdíl se ale kolem 14. roku života vyrovnává. (Kopecký, Szotkowski, 2017) Sledovaností YouTuberů se zabývá i Výzkum Sexting a rizikové seznamování českých dětí v kyberprostoru, který poukazuje na to, že YouTube mají v oblíbenosti nejvíce děti do 14 let věku, následně je vystřídají jiné komunikační sociální sítě. Mladší děti daleko více využívají služby YouTube, protože jim mají co nabídnout. Později se rozdíl s ostatními sociálními sítěmi minimalizuje. YouTube používají děti od nízkého věku téměř v konstantní míře, ostatní sociální sítě, především pak Facebook, v počtu využívání s věkem teprve roste. (Kopecký, 2017a)

Výzkum Video na internetu 2016 ukázal, že YouTubery sleduje 8 z 10 českých uživatelů aktivních na internetu, jsou ve věku 15–20 let. Nejmarkantnější sledovanost YouTuberů je u dětí ve věku kolem 15 let, kde YouTubery sleduje 9 z 10 dětí. Podle výzkumu je tomu tak z důvodu, že je to generace, která již vyrostla v digitálních technologiích a denně se pohybuje na internetu. Současně u YouTuberů našla to, co ji zajímá. Rozdíl sledovanosti mezi chlapci a dívkami je zanedbatelný. Výzkum ukazuje, že nejčastěji společně chlapci i dívky sledují genderově neutrální videa, jako jsou hry a zábava. Starší věkové skupiny již YouTubery tolik nesledují. Sledují je 3 z 10 uživatelů ve věku 21–34 let. (Pflazer, Vaněk, 2016) Je to proto, že je malý počet YouTuberů, kteří by tvořili obsah pro starší uživatele. V České republice ale nemáme pouze YouTubery, kteří tvoří videa pro mladé. Na české scéně je mnoho známých YouTuberů, kteří tvoří videa i pro starší uživatele.

Všechna tato data ze zmíněných výzkumů nás vedou k tomu, že YouTube a YouTubery sledují především děti ve věku základní školy. Na těchto stránkách totiž nachází uspokojení svých potřeb, které se týkají relaxu a zábavy. Starší děti již vyžadují více komunikaci s vrstevníky a začlenění se do skupin, což souvisí s větší mírou využívání sociálních sítí a online komunikačních prostředků. Děti mladšího školního věku ještě v takové míře nelpí na mobilních telefonech, proto sledují videa i na jiných zařízeních a převážně v domácím prostředí. Starší děti jsou daleko více fixované na mobilní telefon a sdílení svých poznatků s vrstevníky. Výzkumy dále poukazují i na to, že četnost

využívání internetu a YouTube se neliší dle pohlaví. Podobnými otázkami se zabývá výzkumná část této diplomové práce, která přináší velmi podobné výsledky.

### 1.3 YouTuberi

Pro začátek je nutné definovat, kdo YouTuber vlastně je. Za YouTubera lze označit jedince, který pravidelně vytváří video obsah pro stránky YouTube, ale není jím každý, kdo tam video nahraje. Označují se jím převážně takoví uživatelé, kteří tvoří tematicky zaměřený obsah pro určitou cílovou skupinu ve větším množství a dané pravidelnosti. YouTuber je již velmi zobecněný výraz, který zná téměř každý jedinec. Dnes je tato činnost finančně hodnocena a řada YouTuberů ji bere jako plnohodnotné zaměstnání. Tento fenomén se nyní rozšířil v takové míře, že odsunul i jiná média a celebrity. YouTuber je dokonce považován za druh celebrity, která ovlivňuje svou cílovou skupinu více než do té doby vlivnější celebrity. Největší čeští YouTuberi se dokonce mohou pyšnit větší sledovaností než mnohé televizní pořady, přestože jich většina cílí na mladou generaci. YouTuberi natáčejí videa, ale není to pouze o tom, že zapnou kameru a video je hotové. Obnáší to složitý proces příprav, střihu a editace. Celkově proces zabere i 20 hodin, ale většina YouTuberů volí jednodušší způsob, uvádí YouTuber Kovy. (Kovář in Moravec, 2016) Vysoká čísla odběratelů na YouTube ani v Česku nejsou nedosažitelná, protože sami máme na scéně YouTubery, kteří mají přes milion odběratelů. YouTube funguje na principu, kde se dá najít mezi spoustou špatných věcí něco velmi kvalitního. Stejně tak to funguje mezi YouTubery. Jsou YouTuberi, kteří natáčejí každý svůj pohyb a fungují na principu bulváru a lidé se na to dívají pouze proto, aby viděli, jak špatné to může být. Pak jsou YouTuberi, kteří nad videem stráví hodiny práce. YouTuberi jsou stejní jako jiná média, dá se mezi nimi najít od všeho něco. (Kovář, Moravec, 2016) Práce YouTuberů spočívá v tom, rozmyslet si, jaké video natočí. YouTuber Kovy popisuje proces tvorby, kdy vytvoří scénář, rozplánuje si harmonogram s vtipnými scénkami, které dohromady dávají smysl. Uvádí, že k základu stačí zrcadlovka, kterou YouTuber položí před sebe a utváří kostru videa. Komplikovanějším formátem je například scatch, kde YouTuber vystupuje v roli více lidí a video je náročnější na střih. Točení videa zabere zhruba 2 hodiny, editace v počítači i 15 hodin a výsledkem je finální video. (Kovář, Moravec, 2016)

Sedláček (In Procházková, 2017) definuje YouTubery jako někoho, s kým se můžeme ztotožnit a je nám velmi podobný. Zároveň přirovnává obdiv celebrit k náboženství. Především v dnešní době potřebuje člověk sáhnout po jistotě a k ní patří zejména

souznění s virtuálním jedincem, zde konkrétně YouTuberem. Přirůst k YouTuberovi jako ke kamarádovi není vůbec těžké, divák sleduje jeho video, on mu něco vypráví a mozek si již buduje pocit přátelství, protože nás daný člověk něčím zaujal. Vzniká zde jednostranný vztah diváka k YouTuberovi, tento vztah lze nazývat jako parasociální, protože YouTuber o existenci diváka mnohdy vůbec neví. Stejný vztah je možné si vybudovat k celebritě. Dříve nebyly parasociální vztahy tolik rozšířené, protože celebrity nekomunikovaly s diváky skrze sociální sítě jako dnes. V dnešní době je možné jejich zapojení do diskuzí na internetu, a tak se přibližují svým obdivovatelům. Pro YouTubery jsou parasociální vztahy základem úspěchu, zároveň mají výhodu, že jsou s divákem právě tehdy, kdy se to divákovi hodí a YouTubery potřebuje. Dalším bonusem je to, že YouTuber nic nevyžaduje, lze mít vztah, kdy YouTuber pouze dává bez divákovy odezvy. Tento jednostranný vztah je velmi blízko reálnému vztahu, protože s YouTuberem je daleko snazší komunikovat než s jinou celebritou, především proto, že YouTuberi jsou aktivní i na sociálních sítích, kde sdílejí svůj osobní život. (Sedláček, Procházková, 2017) Záměrem takto se prezentujících jedinců bývá především snaha strhnout na sebe pozornost. Množství shlédnutí příspěvků se stává pomyslným ukazatelem respektu a obdivu. Tímto pocitem prestiže dochází ke zvyšování sebevědomí tvůrce obsahu. Blogy a videa využívají k prezentaci svých koníčků a zájmů, ale zároveň se snaží obsah přizpůsobit tak, aby byl zajímavý pro diváka. Potřebu někam patřit a sounáležet zde nachází divák i autor. Autoři mohou dodat divákům včetně pocitu sounáležitosti i patřičnou podporu. Jako problém se tu může jevit přejímání trendu a životního stylu v dané skupině. Když nebudeme brát daný trend jako formu ovlivňování, lze konstatovat, že takovéto platformy pomáhají dětem a pubescentům zvládat vývojové úkoly. Autoři prezentují obsah za cílem divákova nahlédnutí do jejich soukromí. Z takových příspěvků je možné dozvědět se o každodenních aktivitách a životním stylu mladých a dospělých lidí. Příspěvky ovšem neposkytují pouze pohled do každodenního života, velmi často se tyto příspěvky týkají pocitů, vztahů, trendů a trávení volného času. Přínos publikování příspěvků spočívá v rozvíjení vztahů. Zpětná vazba autora motivuje k pokračování v jeho práci. Jeho činnost na internetu ale může mít mnoho důvodů. Autor buď chce informovat jiné uživatele internetu o pestrých možnostech v mnoha odvětvích – ať je to trávení volného času nebo používání produktů, stejně tak se může snažit ovlivňovat ostatní uživatele skrze svou vybudovanou moc, nebo může uvolňovat své emoce. (Šmahel, Blinka, Luksová, 2008) YouTuberi dokáží poskytnout mladým téma, které nemohou najít jinde než písemně na internetu, televize se jimi totiž buď vůbec nezabývá nebo ne tak nepopulárním způsobem. Dnes se můžeme setkat i s tím, že YouTuberi vystupují právě v televizi se snahou ji opět u této generace zpopularizovat.

Každému YouTuberovi jednou začne být YouTube málo a bude se angažovat i jinde. Lze jen těžko najít YouTubera, který by zároveň nefiguroval na Instagramu. YouTubeři se začínají angažovat v médiích, píšou knihy, tvoří hudební skladby. A to vše z jediného důvodu, vědí totiž, že když jsou diváci ochotni sledovat je na YouTube, budou je sledovat a podporovat i jinde. Půjdu a koupí si jejich knihu, poslechnou si jejich píseň a tím, že s sebou YouTuber přiláká diváky svých videí, buduje fanouškovskou základnu i v jiných odvětvích. Autor podotýká, že sláva z jiného odvětví dopomůže ke slávě v čemkoli budoucím. Dle Sedláčka dělá YouTubera oproti jiným celebritám tak poutavého a jedinečného jeho podobnost s dětmi. Na YouTubech je velmi lákavé odhalení jejich soukromí, které děti zajímá a vytváří o to více kamarádský přístup. V rozhovoru trefně přirovnává YouTubera k bulváru, s tím rozdílem, že on o sobě řekne pouze to, co chce. (Sedláček, Procházková, 2017)

Gavlas v rozhovoru mluví o YouTubech jako o rock-and-rollu dnešní doby, uvádí, že „jsou to lidé, kteří mají vliv na mladou generaci. Jejich hlavní diváci se pohybují mezi 13–25 lety. Aby si to lidé dokázali dobře představit, tak to přirovnává k období rock-and-rollu“ (Gavlas, Majerová, 2016). Nejlepší YouTubery označuje jako ty, kteří se YouTuberingem žijí na plný úvazek. Takovou práci přirovnává k televizní stanici, musí mít přesný program kdy které video vyjde, jaký bude jeho obsah a jak bude zpracováno. S prací YouTubera ale nesouvisí pouze tvorba videí na YouTube kanál, ale i spravování různých sociálních sítí jako Instagram a Facebook a kontakt s fanoušky. A co se týká samotného YouTubera, tak ten by měl mít především tvůrčí osobnost, mít originální a tvořivé nápady je základem toho, jak zaujmout. Důležité je dát věcem smysl a vytvořit je pochopitelné pro ostatní. Velkou výhodou je, když se takový jedinec umí prezentovat, a to především na sociálních sítích, bohužel se dá říci, že kdo toto dnes nedělá, jako by nebyl. Základem dobrého YouTubera je ale upřímnost a umět se chovat přirozeně. Doba zažila takový technologický posun kupředu, že je téměř žádoucí, aby takové vlastnosti měl každý, kdo se chce prosadit, nemusí to být nutně ani YouTuber. Chce-li člověk v dnešní době někoho přesvědčit, umět ovládat sociální síť je téměř základem takového cíle. (Gavlas, Majerová, 2016) To, že se YouTubeři nepohybují pouze na YouTube a mají vliv na uživatele internetu a dosah i na jiných sociálních sítích ukazuje i žebříček 77 nejvlivnějších Čechů na sociálních sítích v roce 2017 z časopisu Forbes. Ze 77 nejvlivnějších lidí je větší polovina, konkrétně 47, YouTuberem. A to se jedná pouze o české zastoupení YouTuberů.



Tabulka č. 1: 77 nejvlivnějších Čechů na sociálních sítích 2017 (Forbes, 2017)

1 Petra Kvitová	27 Denise Milani	53 Ektor
2 Teri Blitzen	28 PedrosGame	54 TVTwixx
3 Petr Čech	29 Trolden	55 StyleWithMe
4 ZuzkaLight	30 Johny Machette	56 A Cupof Style
5 JirkaKrál	31 Karolína Plíšková	57 Paulie Garand
6 Dara Rolins	32 VladaVideos	58 GetTheLouk
7 FattyPillow	33 Fallenka	59 Sharlota
8 Kazma	34 Jan Veselý	60 Tomáš Klus
9 Kovy	35 NejFake	61 Pet'an Games
10 Gejmr	36 Baxtrix	62 Veronika Spurná
11 Shopaholic Nicol	37 Agraelus	63 DJ Wich
12 Leoš Mareš	38 Tary	64 Lucie Bílá
13 AnnaŠulc	39 Carrie Kirsten	65 Smusa
14 Erik Meldik	40 House	66 Zachy
15 MenT	41 Makyna016	67 Zdeněk Štybar
16 Ben Cristovao	42 Jaromír Jágr	68 AtiShow
17 Alena Šeredová	43 Marta Jandová	69 Svět podle Katky
18 Stejk	44 Hoggy	70 Anna Kadeřávková
19 Tomáš Berdych	45 PetraLovelyHair	71 Taťána Kuchařová
20 Jmenuju se Martin	46 Datel& Matěj	72 FlyGunCZ
21 Gabrielle Hecl	47 Pavel Calta	73 Monika Bagárová
22 Simona Krainová	48 Herdyn	74 Pemík
23 Andrej Babiš	49 Ewa Farna	75 Andy Coconut
24 Karolína Kurková	50 Lucie Šafářová	76 Jaroslav Kulhavý
25 Vadak	51 MikeJePan	77 Dominika Myslivcová
26 DenisTV	52 Týnuš Třešničková	

Dnes jsou na YouTube trendy, které YouTubeři točí převážně kvůli zisku. Ve chvíli, kdy se videi na YouTube dají vydělávat peníze, jsou YouTubeři motivováni o to více tvořit videa, a to bez ohledu na jejich obsah, protože zisk plyne z přehrávání videa a jsou tím pádem motivováni k tomu, aby bylo video přehráno co možná nejvíce krát. Videi, které mají edukační přínos pro diváky, se zabývá pouze malé množství YouTuberů u nás. Nejčastěji lze apelovat na YouTubery, kterými jsou Kovář, Rota a Král, jejichž tvorba bere ohled na svůj dosah a možný vliv na děti. Kovář se domnívá, že o podobných tématech jako točí on, nemluví více YouTuberů proto, že by neměli tak velkou cílovou

skupinu, jakou mají, když točí populární videa. Dále uvádí, že jednodušší to v tomto případě má ten, kdo točí videa v angličtině, protože potom se najde více lidí, kteří si dané téma pustí a zajímají se o něj. U nás je to jazykově omezeno, proto se do podobných témat tolik YouTuberů nehrne. Dalším důvodem může být to, že se ostatní YouTuberi v politice tolik neorientují a nemají zálibu informace ověřovat a porovnávat, hledat nesrovnalosti a následně je edukačně předávat. (Kovář, Maca, 2018) Rota (2017) uvádí, že být YouTuberem vůbec není výhra, ba naopak, člověk tak ztrácí autoritu vůči lidem, kteří YouTubeři nesledují. Sám natáčí edukační videa a říká, že bude dělat to, co ho baví, i když to publikum neocení. Obdobně jako Kovář rozebírá netradiční témata. Stejně jako Kovář věci také rád zkoumá a dává do hlubších kontextů. Dle jeho názoru o taková videa není zájem, protože nejsou tolik populární a nezaujmu velké množství lidí, spíše jen ty, kteří se o taková témata zajímají. Diváky je jeho kanál považován jako velmi uznávaný a řadí se mezi kanály, které nesledují pouze děti. Je to zřejmě způsobeno i jeho postojem vůči ostatním YouTuberům, kteří točí pouze populární videa. Sám uvádí, že téměř nikdo z nich neumí argumentovat. Další věc, kterou spatřuje jako negativní je zaměření kanálu pouze jedním směrem, on sám podporuje různorodá témata, čímž oslovuje větší množství diváků. (Rota, Pros, 2017)

#### **1.4 YouTuberství od počátku k současnosti**

V Americe tento trend začal již v roce 2006 a dospěl do podoby, ve které jsou YouTubeři populárnější než filmové celebrity. Celkově nejúspěšnějším světovým YouTuberem je Švéd s přezdívkou PewDiePie, kterého odebírá přes 70 milionů uživatelů. V České republice se první YouTubeři objevili v roce 2011, ale trendem se stali až v roce 2014. (Fridrichová, 2016) YouTubeři u nás začínali především s herními videi. Skoro většina tehdejších YouTuberů prorazila díky hře Minecraft, protože jiné žánry se netěšily takovému úspěchu. Velká část současných let's playerů je na YouTube scéně již od začátku YouTuberingu v Česku. Ale na rozdíl od počátků YouTuberingu, kdy byli YouTubeři spíše pro smích, jsou dnes uznávanými celebritami. Tento fenomén se velmi rychle vyvinul a mění se jeho struktura, stejně tak, jako se změnila jeho podstata od zábavy k zisku a slávě. (Moravec, 2015) YouTubeři natáčí videa všech možných kategorií a tvoří každodenní zábavu a obsah volného času tisíců mladých uživatelů na internetu. V dřívější době byly nejpopulárnější již zmiňovaná herní videa, dnes mezi ně patří takzvané vlogy, které odhalují soukromí a běžný život YouTuberů. Každý YouTuber dnes alespoň občas natočí nějaký vlog, protože to diváky baví ze všech videí

nejvíce, obzvláště proto, že mu vidí do soukromí a mají tak pocit sblížení. Populární videa stále určují především zahraniční tvůrci a ti čeští je od nich přebírají. Vznikla tak velká skupina nových formátů videí a vznikají další a další s cílem růstu sledovanosti. (Škopková, 2016)

Vlogování a tvorba videí pro YouTube se vyvinulo díky lidem, kteří v dřívější době blogovali. Čtenáři blogů začali chtít po autorech, aby natáčeli videa. Následně se staly vlogy primárním prostředkem komunikace s fanoušky a blogování začalo postupně mizet. YouTuber Rota (In Škopková, 2016) uvádí, že v začátcích YouTuberingu byl ten, kdo natáčel videa spíše pro smích, ale tvořil to pro svoji zábavu. Dnes je již populární natáčet videa na YouTube a YouTuberi postupně začali taková videa točit kvůli slávě. Další YouTuberi uvádí, že se k YouTuberingu dostali z nudy, měli po ruce fotoaparát a začali natáčet. V dřívější době se dobrý YouTuber neposuzoval podle toho, kolik má odběratelů, protože ještě nebyl trend počtu odběratelů tak rozvinutý. Následně se začala komunita YouTuberů rozrůstat a přestal být tento trend koníčkem. Nyní je trend YouTuberů zcela jiný, než byl ve svých začátcích, a stal se plnohodnotným povoláním. (Škopková, 2016) YouTube byl před zhruba 7 lety koníček mnoha lidí, v té době ale ještě netušili, že se tímto způsobem dají vydělat miliony, a že se jím lze žít. Následně propukla vlna sdílení, rozšíření YouTuberů a komunikace s agenturami. Odběratelé začali růst rapidním tempem a YouTube business spatřil světlo světa. Tvorba YouTuberů prošla velkým posunem a dnes je na diametrálně odlišné úrovni, než byla dříve. Jak po stránce technické, tak z hlediska obsahu. Zároveň jsou na autory kladeny stále větší požadavky a fanoušci si leckdy myslí, že je mohou řídit ve všech směrech. „*Ti lidé si myslí, že bych měla dělat všechno. Dávat peníze na velryby, pomáhat duchodcům, recyklovat, používat jenom přírodní kosmetiku, ale já nemůžu dělat všechno. Vždycky si vyberu něco, co mě zajímá,*” uvádí Čechová (In Nováková, 2018). Dnes je nespočetně mnohou YouTuberů, kteří netočí videa proto, že by to bylo jejich koníčkem, ale vidí v tom možnost poměrně snadného finančního zisku. Díky tomu vznikla ve společnosti myšlenka, že YouTuberi nic nedělají a přitom získávají miliony. Společnost je zaškatulkovala a nedělá mezi nimi rozdíl, přestože jsou zde tací, kteří tvoří velmi inteligentní obsah. (Nováková, 2018) Diváci čím dál častěji ztrácí zábrany a umí se chovat velmi nepříjemně, a tak negativní chování není záležitostí pouze YouTuberů. Jelikož fanoušci YouTubera znají ze soukromých videí, berou ho jako kamaráda, ale z toho plyne nevýhoda pro něj, protože on své fanoušky nezná, což se stává problematickým zejména v náhodných osobních setkáních. YouTuber Kovy říká „*Ještě se mi nestalo, aby za mnou někdo přišel a začal mi vyčítat, proč dělám to, co dělám, a že je to špatně, tak to díky bohu ne*“

(Kovář, Moravec, 2016). Trend YouTuberů se u nás drží již několikátým rokem. Nejslavnější čeští YouTuberi začali natáčet videa v jeho začátcích, což znamená, že točí již několik let. Jejich úspěch jim přineslo mimo jiné časté a pravidelné přidávání videí. Nyní přichází doba, kdy YouTuberi nemají daleko k syndromu vyhoření, protože YouTubering je práce, ve které neexistuje volno. Aby si udrželi počty fanoušků, a ještě je znásobovali, musí s nimi být stále v kontaktu a něco tvořit, to ale nejde do nekonečna. Práce YouTubera je dnes pro mnoho malých dětí vysněným povoláním. YouTuberi ale již přišli na to, že čím oblíbenější jsou, tím vyšší tlak a požadavky jsou na ně. Stává se proto, že buď úplně skončí, nebo si dávají velké pauzy. Tento jev se zatím vyskytuje především v zahraničí, ale již i u nás velcí YouTuberi končí. Asi největším šokem pro děti byl „konec“ Jirky Krále, kterého točení videí již nenaplňovalo, protože se neměl jak zdokonalit a kam posunout. Většina práce YouTuberů není pro diváky viditelná, proto jen těžce chápou, co je na ní tolik vyčerpávajícího. (Horký, 2018) Velkým problémem dnešního světa YouTube jsou hateři. To jsou diváci, kteří sledují videa YouTuberů a následně píšou nenávistné komentáře, nebo videa hodnotí negativně. Hateři mohou urážet a negativně komentovat buď samotného tvůrce videa nebo jeho konkrétní obsah. Hateři se od komentářů s konstruktivní kritikou liší tím, že používají vulgarismy a nenávistné projevy. (Chvála, 2015) Novým projevem haterů jsou i reakční videa, kde tvůrce videa reaguje na činnost nebo slovní projev někoho jiného. V současnosti začaly vznikat samostatné reakční kanály, které těží z nesnášenlivosti mezi YouTubery. Reakční videa vznikají zejména na úkor známých YouTuberů, protože to tvůrci takového kanálu přináší vysokou sledovanost a nové odběratele. (Moravec, 2015)

Fenomén YouTuberingu zažil takový rozmach, že jsou dokonce založeny pro děti YouTuberské kurzy, kde se učí, jak správně točit videa. Jedna z těchto škol nese název Škola pro U2bery, nachází se v Praze a navštěvují ji zejména děti ve věku do 14 let. Doma natáčí videa a na kurzu se poté baví s lektorem o tom, co je dobře, co je špatně a co je potřeba vylepšit nebo udělat jinak. Rota se k tomuto kurzu vyjádřil, že už samotný název nepovažuje za správný, protože hovoří o tom, že se děti budou učit být YouTuberem, ale původní záměr byl edukovat děti v pohybování se na internetu. Kurzy pro děti, jak se stát skvělým YouTuberem, nejsou koncem ani začátkem. Krom běžných srazů s YouTubery se objevily i akce jiného rázu. Jsou jimi letní tábory, na kterých je jeden nebo parta YouTuberů a děti s nimi tráví prázdninový týden. Bohužel na takových táborech nedochází k edukaci, jak by se molo zdát, ale většinou fungují jako reklama a dobrá příležitost prodat svůj merch (zboží vyrobené YouTuberem vyobrazující jeho podobu). (Černá, 2017)

YouTubeři ale vždy nemusí znamenat pouze cíl zisku, jejich dosah se dá využít i jinak než k marketingu. S edukačním záměrem cílí na YouTubeři mimo jiných i Akademie věd, která chce dosáhnout rozšíření výzkumů do povědomí mladých lidí. Popularizace takových témat je ale velmi obtížná. Například s Radou pro udržitelný rozvoj je zatím možné spojit si YouTubera Martina Rotu, který zpracoval o tomto tématu video a uvedl, že takový nápad ho velmi zaujal a líbí se mu. (Srňka, Černá, 2017) Začlenění YouTuberů do vyučování by bylo velmi přínosné, protože mívají na děti větší vliv než rodina a učitelé samotní. Považujeme za vhodné, aby bylo dětem vysvětleno, jaké je skutečné postavení YouTubera, aby nevznikaly smyšlené představy o jeho vlivu. YouTubeři by dokázali skvěle zprostředkovat základní sociální témata týkající se dospívání takovým způsobem, aby byla použitelná ve škole.

Jan Macák (In Šídlo, 2018) mluví o životnosti YouTuberů a rozvádí skutečnost, že sám začal natáčet před 10 lety a nikdy by nečekal, že to bude dělat tak dlouho. Jelikož česká YouTube scéna prošla velkými změnami, uvažuje i nad myšlenkou, jak dlouho může ještě trvat. K této myšlence vyslovil svoji domněnku, že životnost YouTubera je vázána na to, co tvoří a jak dlouho to bude jeho diváky bavit. Sám YouTuber svou životnost ovlivnit zdaleka nemůže. Dále se věnuje pohledu rodičů na YouTubeři. YouTube jako takové za špatné nepovažuje, nebezpečím samotným je dle jeho názoru internet. Macák říká, že rodiče malých diváků vidí jako to nejhorší právě YouTube a YouTubeři, což není pravda. Špatné věci jsou na celém internetu, dokonce daleko horší než věci na YouTube. Za špatné považuje naopak to, že se rodiče nezajímají o to, na jaké YouTubeři se jejich děti dívají a co na internetu hledají. (Macák, Šídlo, 2018) Nelze odhadnout, jak dlouho bude trend YouTuberů přetrvávat. Kam by mohl tento současný trend dosáhnout není známo ani zástupci YouTuberů v České republice. Ačkoli někteří YouTubeři postavili na svých videích celou svou pracovní kariéru, jedná se údajně teprve o začátek jejich dosahu. Vize do budoucna je taková, že každý z YouTuberů by kolem sebe mohl mít až celý tým profesionálů, kteří by se starali o jeho práci. Dnes si již nejznámější YouTubeři z důvodů časové kapacity najímají grafiky pro svá videa. Mohlo by se stát i to, že nejznámější YouTubeři začnou svou slávu ztrácet a nahradí je novější YouTubeři. V dnešní době je ale již těžké překonat konkurenci nejznámějších YouTuberů na naší scéně, přestože počet YouTube kanálů rapidně vzrostl. Pravděpodobnost, že by YouTube klesl na oblíbenosti je velmi malá, poněvadž ho zatím nemá co vystřídat. Nicméně YouTube kvůli rostoucímu počtu tvůrců zásadně mění pravidla používání těchto stránek, která se stávají čím dál více přísnější, co se obsahu týká, čili je velmi pravděpodobné, že se objeví platforma, která tyto stránky vystřídá. (Kabátová, 2015) V kapitole 3.3

se zabývám reakcemi YouTuberů na to, jak aktuální česká scéna vypadá, co chtějí fanoušci a jak aktuální stav vnímají YouTuberi. V současnosti mezi nejslavnějšími českými YouTubery je jen zlomek těch, kteří berou v potaz svůj vliv na diváky a přizpůsobují mu svou tvorbu. Jejich tvorba je stále zdrojem financí, ale uvědomují si i potřebnou osvětu a hranice toho, kam až je vhodné zajít. Pak jsou zde YouTuberi, kteří na obsah svých videí ohled neberou a nezabývají se tím, jak jdou příkladem. Vzhledem k tomu, co se děje a jak se YouTube u nás vyvinulo, spousta slavných YouTuberů končí stejně tak, jak skončil nejznámější YouTuber Jirka Král. Nejčastějším důvodem je to, že se nemají kam posunout. Dle mého názoru zde bude vždy někdo, kdo bude tvorbu YouTuberů sledovat, ovšem diváci, kteří tvoří počty sledovatelů dnešních YouTube celebrit, rostou s nimi. Čili se jim obsah buď přizpůsobí, nebo půjdou pryč. Zároveň přichází spousta dalších nadějných YouTuberů. Dle mého názoru bude YouTubering ve své aktuální podobě stále trendem, dokud nedojde ke změně struktury YouTube, která se již pomalu tvoří a autory omezuje, nebo dokud nepřijde nový fenomén, který dosavadní zábavu dnešních dětí a teenagerů nahradí.

## **2 Vývoj osobnosti dospívajících žáků**

Vývoj osobnosti dítěte je všeobecně velmi složitý a komplexní proces a přidává se k němu i vývoj kompetencí. Zabývat se jím budu, poněvadž si myslím, že velmi úzce souvisí s tím, jak děti vnímají jiné lidi, vzory a jak na ně okolní jevy mohou v určitém věku působit. Dítě se zdokonaluje během staršího školního věku, dokáže již lépe vnímat a chápat a posouvá se blíže k myšlení dospělého člověka. Dospívání je ale období, které je v lidském životě nejzásadnější, a to i pro vývoj identity. Přichází u každého v jiném časovém období, ale zpravidla mezi 10. a 20. rokem života, kdy jedinec přechází z dětství do dospělosti. (Krčmářová, 2012)

### **2.1 Žák druhého stupně základní školy**

Puberta je období, kdy dochází k nejvíce patrným fyzickým změnám dítěte, změnám nahlížení na sebepojetí a celkovým náhledem na vlastní já. S tím souvisí změny v morálním uvažování a hodnotovém systému, kde dochází k tvorbě nového žebříčku hodnot a změně jejich důležitosti. Dítě se otevírá více sociálním skupinám a chování se začíná podobat chování dospělého člověka. V tomto období je rizikový kontakt s různými sociálními skupinami, protože se jedinec potýká s hledáním sebe sama

a experimentuje s různými styly. (Krčmářová, 2012) Puberta a předpuberta se vyznačuje rozdílnými projevy dospívajícího jedince a vývojovými úkoly, patří mezi ně začleňování mezi dospělé a s tím spojené podobné chování, přizpůsobení se podobně starým dětem a budování vidiny svého života. Odlišnosti v psychickém i fyzickém vývoji jsou rozdílné u dívek i chlapců, dívky dospívají daleko dříve, ale lze zaznamenat rozdílný počátek dospívání i u dětí stejného pohlaví. Jelikož dívky dospívají rychleji, je u nich projev změn a vzdoru krátkodobější než u chlapců, u nich vlivem dlouhodobosti může dojít k více nežádoucím jevům než u děvčat. Dítě na počátku pubescence potřebuje hodně prostoru pro vlastní iniciativu, akceptaci své osoby, respekt od druhých lidí a disponuje silnou potřebou získání vzoru a sociální skupiny. (Šimíčková, 2003)

Vágnerová (2000) říká, že první část dospívání probíhá zhruba mezi 10. a 15. rokem života, je to tedy období, kdy je žák na druhém stupni základní školy. V pubertě se dítě nepotýká pouze s příchodem větší míry racionálního uvažování, ale i s velkým významem vrstevnické skupiny. Dítě začíná debatovat o všem, co ho zajímá, bojuje o umístění ve společnosti a potýká se s prvotní nejistotou. Všechny tyto změny vedou k nutnosti budování nových jistot, protože hlavní jistotou do této doby byla rodina, od které je nyní potřeba se alespoň částečně osamostatnit a nahradit ji jistotami jinými. Dítě může přejít do introverze a začít být nadměrně vztahovačné. S tím souvisí výskyt neadekvátního sebehodnocení, které je vlivem přehnané kritičnosti k sobě samému. (Vágnerová, 2000) Chování ostatních jedinců k pubescentovi je pomyslnou zpětnou vazbou, na níž jedinec používá obranné reakce, mezi které patří například únik do vyfantazírovaného světa, který je pomocníkem při zvládnání diskomfortních situací. Díky bohaté fantazii dítě může přemýšlet nad jinými způsoby chování, tím fantazie pomáhá ucelování identity. Rozvíjet se může jedinec teprve ve chvíli, kdy překročí určité stádium získávání informací a zkušeností. V pubertě je již jedinec schopen přemýšlet o svých představách budoucnosti, které by chtěl realizovat, i jeho volba povolání se stává opodstatněnou a promyšlenou. V tomto případě je rozdíl staršího školáka od mladšího, který má budoucí povolání zidealizované a je bezmyšlenkovité. (Vágnerová, 2000)

Dochází k posílení egocentrismu, skrze nějž jedinec spěje k častějším soudům o sobě samém a také o okolí, které soudí zásadně dle sebe. S egocentrismem je v tomto věku úzce spjata vztahovačnost, která vychází z nevyzrálého a nevyrovnaného sebevědomí. Přichází i značné srovnávání se s jinými lidmi. Pubescent se srovnává s druhými, protože potřebuje vymezit svou osobnost. Puberta je celkově chápána jako období, ve kterém dítě hledá a rozvíjí vlastní identitu. Dítě se v této situaci snaží udělat si představu o tom, kým chce být. Odloží dosavadní charakteristické znaky své identity a hledá nějaké nové, které

budou pro jeho věk atraktivnější. K jejich hledání se uchyluje u osob jemu sympatických, které tvoří jeho vzory. Formování identity probíhá i skrze začlenění se do určité sociální skupiny. Pokud je hledání identity pro jedince obtížné, může se uchýlit ke skupinové identitě, která probíhá skrze přílnutí ke skupině, která je pro jedince určitým způsobem determinující. (Vágnerová, 2000) Vytvořené sociální skupiny jsou tvořeny zejména vrstevníky stejného pohlaví. V této skupině bývá vůdcem autorita, kterou je jeden z vrstevníků. Skupiny jsou zejména heterogenní, a to z důvodu dřívější vyspělosti dívek. (Šimíčková, 2003) Typické pro pubescenty je vzhlížení k nějakému ideálu, kterému se snaží podobat, ale mohou ho často měnit, jak již bylo řečeno v souvislosti se znaky identity. Dochází k markantnímu růstu vlivu vrstevnické skupiny. Dítě v pubertě srovnává sebe se svými vrstevníky, do srovnávání jsou začleněny i rodinné vztahy a požadavky na rodiče. Tímto se vzdaluje rodině, protože pochopení proudí zejména od vrstevníků a rodinou si přijde utlačován. Díky těmto potřebám přichází i touha po přátelství. Potřeba je i pocit úspěchu, kterého pubescent dostává skrze osobní realizaci v některé zálibě. (Vágnerová, 2000) Specifikem puberty je proměnlivost koníčků, proto se může stát, že se dítě zaměří na jeden druh zájmu, ve kterém bude disponovat velkými znalostmi. Zájem, který dítě rozvíjí, může plynout z autority, kterou může být rodič nebo osoba, ke které dítě vzhlíží. Stejně tak jako u zájmu tomu může být u názorů, které velmi často sympatizují s názorem autority nebo vzoru, názor bývá stejný nebo inspirovaný. (Šimíčková, 2003)

Vrstevnické vztahy jsou velmi důležité pro správný sociální vývoj dítěte. Dítě si převážně vybírá skupiny dětí, které mají stejný zájem a priority. Pozitiva těchto skupin spočívají v komunikaci dětí mezi sebou, řešení konfliktů, sdílení zájmů a celkovou přípravou na pozdější aktivity dospělých. Čím více dětí sdílí stejný zájem, tím více je u jedince znatelný pocit bezpečí. S rostoucím věkem roste i doba strávená s vrstevníky. (Thorová, 2015) V sociální skupině, kterou tvoří vrstevníci, napodobují jeden druhého, nebo kolektivně napodobují svůj vzor. Skupina si určí nějaký vzor a řídí se dle něho, čím více, tím jedinec ve skupině působí lépe. Nejsnáze se dá vzoru přizpůsobit po stránce chování a vzhledu, už méně častým jevem bývá snaha dosáhnout cílů svého vzoru nebo cílů obdobných, protože to obnáší více námahy a úskalí. Vzor je vybírán dle zkušeností a vyspělosti jedince. (Vágnerová, 2000) Dle Thorové (2015, s. 197–199) je i kolektiv původcem tlaku, který dokáže změnit jednání a hodnoty jedince. Ten může být skupinou obdivován, ale i zavržen a zesměšňován. Přijetí do skupiny a její obdiv má velkou hodnotu pro sebepojetí dítěte. Velmi silný je vliv kolektivu na jedince, který ho může přimět k pozitivnímu i negativnímu chování. Vliv na děti mají ve stejné nebo i větší míře



rodiče, ale v tomto věku si děti rozumí spíše se svými vrstevníky, kteří jsou schopni, na rozdíl od rodičů, nahlížet na problémy ze stejného úhlu.

## 2.2 Žák střední školy

Adolescence volně navazuje na pubescenci a dle Vágnerové (2000, s. 195) je to další část dospívání, která je zpravidla vymezena mezi 15. a 20. rokem života, dítě v tomto věku dokončuje povinnou školní docházku na základní škole a dostává se do fáze přípravy na život, se kterou mu pomáhá nástup na střední školu. Dospívající jedinec experimentuje sám se sebou a pochopení a oporu nachází ve vrstevnické skupině, která se zabývá stejnými problémy. (Krčmářová, 2012) Dochází ještě k proměnám psychickým, kterými je změna osobnosti a sociálního postavení, která probíhá díky změnám sociálních rolí vázaných k dospívání. Dále se zintenzivňuje a nabírá na důležitosti vztah s vrstevníky. (Šimíčková, 2003)

Děti v tomto věku nejvíce dbají na svůj zevnějšek, skrze který se snaží vyjádřit své hodnoty, proto potřebují vypadat co nejlépe. Čím lépe vypadá zevnějšek, tím se zvyšuje domnělý pocit vyššího sociálního umístění. Dotváření identity probíhá také nápodobou vzoru, který je pojat jako vhodný k těmto účelům. Pocit sociálního přijetí děti získávají skrze nápodobu vzoru a snahu co nejvíce se s ním identifikovat. Zároveň dosáhnou pocitu pozitivního ohlasu mezi vrstevníky a blízkými lidmi, aniž by to stálo mnoho úsilí. Zdá se to jako velmi pozitivní řešení, ale není to řešení, které by podporovalo adolescentovu individualitu. To je problémem především v počátcích adolescence, u pozdější adolescence již dochází k implementaci originality a vlastní iniciativy. Ke konci adolescence přichází vyzrálost, ve které jedinec nalezne svůj komfortní postoj a styl, který mu vyhovuje a již ho neláká nikoho napodobovat. (Vágnerová, 2000)

Adolescenti disponují mnoha možnostmi seberealizace, která ale může mít také z nedostatku zkušeností naivně viděný výsledek. Až díky zkušenostem se dají odhalit možná úskalí. Takovou zkušenost může adolescentovi nabídnout někdo jiný, ale takovou pomoc adolescent zpravidla nepřijímá. Přesto názor jiné osoby tvoří velmi důležitou zpětnou vazbu kvůli přetrvávající nejistotě ve vztahu k vlastní osobě. Nejistotu budují především velké změny během adolescence, mezi které lze řadit i změny vzdělávacích zařízení nebo skupiny kamarádů. Dochází také ke konečnému utvoření osobnosti, hodnot a chování, které se doposud upravovaly od počátku pubescence. Dotvořeny byly na základně zkušeností, které jedinec získal během svého vývoje. S rostoucím věkem

roste i potřeba maximálního prožitku. Adolescenti si potřebují užít věci na maximum a mít intenzivnější prožitky s nutkavou potřebou mít vše hned. Odložit uspokojení pro ně znamená zátěž, ačkoli nepromyšlené činy mohou vést k negativnímu a zkratovitému jednání. (Vágnerová, 2000)

I v tomto věku se jedinec identifikuje především skrze skupinu. Zejména ale v určité fázi nejasnosti, kdy se jedinec snaží najít svou vlastní identitu. Odvrácení se od skupinové identity je jednou ze známek dospívání, pakliže by se tak nestalo, vývoj jedince stagnuje. Mělo by dojít k postupné separaci od skupiny i rodiny. Jedinec se může uchýlit i k víře, která mu v některých případech dokáže pomoci najít trvalé hodnoty a smysl života. Kamarádi jsou důležitým prostředkem k ukončení závislosti na rodině a zároveň pomáhají uspokojovat potřeby. Od vrstevníků se jedinec může spoustu věcí naučit a řešit s nimi možnosti týkající se chování v některých situacích. Přátelství jim dává pocit jistoty, kterou díky náročným změnám mohou jinde postrádat. Vztah k vrstevníkům ale také prochází změnou, především díky vyspělosti na konci adolescence, nyní začíná být kritický a opadá závislost na vrstevnické skupině. Skupinu nahrazují jednotliví kamarádi, kteří projevují pochopení, protože řeší stejné problémy a stávají se inspirací pro jejich řešení. (Vágnerová, 2000)

### **2.3 Vývojové potřeby v době médií**

V průběhu vývoje doby prošlo dětství velkou proměnou a dnes nabývá jiných hodnot než dříve, zejména díky změnám životních podmínek dětí. Charakteristika dnešního dětství a jeho vývoje je velmi obtížná, protože na děti působí mnoho vlivů, které jsou nové a je těžké je shrnout a popsat. Jelikož se změnila životní podmínky a preference doby, je nutné očekávat, že se změní i dětské chování a hodnoty. Dětství dnešních dětí lze dle Heluse (2009, s. 63) považovat za hodně rozmanité, přestože jsou v něm jednotné prvky jako styl oblékání, vzory a populární aktivity. Zásadní vliv na tyto projevy má podoba dnešní rodiny, která není natolik tradiční a využívá spíše moderní formy. Nejvíce rozmanitostí pramení ze změny prostředí. Dětem zpestřují život nejrůznějšími médii, dříve to byly především knihy, dnes především internet. Média v dětství s sebou nesou ale i velké množství rizik, která lze spatřit jak v činnostech na internetu, tak v potenciální závislosti. Své místo má také zapojování počítače do vyučování, proto autor dále uvádí, že pozitivní působení médií je výsledkem zejména působení ve škole, a to především mediální výchovy, díky které děti dokáží s médii pracovat. Vzdělávání v odvětví práce s multimédiem je velmi důležité, protože dnešní dětství ovlivňují ve všech směrech. Dle

Heluse (2009, s. 65) lze tvrdit, že jsou děti ovlivněny multimédií ve všech směrech svých aktivit, postojích a hodnotách. Děti v dnešní době dle něho tráví velmi mnoho času u médií. Děti mohou médii obohacovat svůj život a mají zajisté pozitivní vliv. Vliv médií může být ale i negativní, zejména z důvodu jejich zvyšující se vyspělosti. Rozšiřují se různé patologické jevy, kterými je mimo závislosti i kyberšikana (šikana na internetu), kybergrooming (manipulace dětí na internetu) a sexting (sdílení intimních materiálů na internetu). (Helus, 2009)

Na otázku, co mladistvé tolik láká na používání internetu, není tak snadné odpovědět, protože variant je velmi mnoho. Zajisté velkým lákadlem je možnost utvoření vlastní internetové identity a možnosti experimentování, což vyžadují i vývojová stadia dítěte. Internet poskytuje velké množství odpovědí na pubescentní otázku „kým chci být?“ Dalším, co děti potřebují a internet to poskytuje, je pocit sounáležitosti. Děti zkrátka potřebují patřit do nějaké sociální skupiny, protože potřeba identifikovat se s někým jiným je pro dospívající dítě naprosto normální a nejnáze se jí dá dosáhnout právě pomocí internetu. Další faktor internetu, který děti v hojném množství využívají, je prostor pro zveřejnění svých problémů a tím pádem oproštění se od nich. Poutavé je především i to, co samotný internet nabízí. Dnes je populární zejména komunikace a sledování video obsahu, s čímž je spjat prostor pro seberealizaci a prezentaci vlastní tvorby, ať už formou blogování nebo jinými formami. Lákavé je nejvíce to, že děti mají možnost kreativity a díky internetu i zpětná vazby od vrstevníků a případných diváků. Na základě zpětné vazby může být dítě obohaceno o nové znalosti a dovednosti, které použije v reálném životě. Prezentuje-li vlastní dílo za pomoci blogu nebo podobné platformy, využívá jako tvůrce prostor k uznání a sebeprezentaci. Stěžejní je možnost komunikovat s podobně smýšlejícími dětmi, ale i vnímání respektu k osobě autora. (Krčmářová, 2012)

S rostoucím naplňováním potřeb dětí roste i reálná hrozba plynoucí z využívání internetu. Děti v tomto věku přistupují k internetu velmi důvěryhodně a neuvědomují si následky svého chování. Raději experimentují na internetu než v reálném životě. Jejich sociální potřeby totiž naplňuje kontakt s co nejobsáhlejšími prostředím. (Národní centrum bezpečnějšího internetu, 2012) Psycholog Kulhánek (2015) si myslí, že YouTube aktivity mohou dětem v určitém vývojovém období i pomoci, zejména v procesu socializace a ve vztazích s vrstevníky. Sám se setkal s případy, kdy se děti mající problémy v rodině začaly realizovat točením videí na YouTube.

## 2.4 Média a trendy v trávení volného času

Pro začátek by bylo vhodné definovat volný čas, který lze sice určit mnoha způsoby, ale ve spojení s tímto tématem je podle mého názoru velmi výstižná definice Průchy, Walterové a Mareše (2001), kteří definují volný čas jako čas, se kterým si může jedinec dělat co chce. Dle Saka a Sakové (2004, s. 59) je volný čas mládeže takový čas, ve kterém dítě volí náplň času pouze dle svého rozhodnutí a na základě svých koníčků. V případě, že jsou zprostředkovány dětem kvalitní a zajímavé možnosti trávení volného času, jsou potlačeny nežádoucí vlivy proudící z nekvalitně tráveného volného času. Způsob života jedince je založen na hodnotovém systému, který je spoluutvářen právě volným časem a volnočasovými aktivitami. Zejména v dětství jsou volnočasové aktivity velmi rozmanité, postupem času se jedinec začíná věnovat pouze určitému směru těchto aktivit, zdokonaluje se v daném směru a minimalizuje aktivity další. (Sak, Saková, 2004) Osobnost jedince a její správný vývoj je ovlivňován náplní jeho volného času. K budování vhodných volnočasových aktivit velmi přispívá pedagogika volného času, která je vede ke smysluplnému využívání volného času dobrovolně, nenásilně a cílevědomě. (Pávková, 2014) Největší vliv na volnočasové aktivity má rodina, která je schopna je ovlivnit a negativním třeba i úplně zabránit vhodnou výchovou. Kvalitními aktivitami v rámci volného času nelze vyřešit všechny problémy, ale bude-li mít jedinec možnosti, ve kterých se může realizovat, snižuje se tím riziko nežádoucích jevů, protože volnočasové aktivity jsou úzce spjaté s životním stylem a postojem jedince. Vhodné je vést děti k různorodosti koníčků a volnočasových aktivit, aby byl plně využit nabízený potenciál a nedošlo ke ztrátě času u jedné ve výsledku bezvýznamné aktivity. (Kraus, 2006) Jak již bylo řečeno, rodina je jedním z nejvýznamnějších činitelů volnočasových aktivit. Zejména rodiče by měli naučit děti hospodařit s volným časem a motivovat je k jeho plnohodnotnému trávení, protože právě oni jsou prvním vzorem dítěte a těmi prvními, kdo je schopen dítě ovlivnit. Dítě pak velmi často přebírá zájem svého rodiče a aplikuje ho do svého volného času. Rodič by měl jít v tomto směru dítěti příkladem. Pakliže rodina společně tráví volný čas, dochází k utváření dobrých vztahů jak rodinných, tak sociálních, které si dítě odsud přebírá. (Pávková, 2014)

Když se mění společnost a zájmy dětí, dochází ke změnám i v možnostech trávení volného času. Volný čas má hlavní význam pro děti a mladistvé, i z toho důvodu se stává mnohdy rizikovým. Během 50. až 60. let byl hlavní náplní volného času odpočinek. V 70. a 80. letech není volný čas už primárně určen k odpočinku, ale nově i k naplnění kulturních a zábavných potřeb. V 90. letech je již nadmíra volného času, která postrádá

využití. V současné mladší generaci má volný čas velmi důležité postavení. Zahrnuje spoustu realizačních možností, dává možnost uplatnění něčeho nového, jako je například rozšíření si obzorů, ale i negativní věci, jako je nicnedělání a rizikové jednání. (Stašová, Slaninová, Junová, 2015) Mládež nejčastěji od volného času požaduje uvolnění a zábavu. Na prvním místě v trávení volného času jsou u mladších jedinců masmédiá. S příchodem informačních technologií nastala komercializace volnočasových aktivit, ve velkém měřítku se do aktivit zařadila televize a především internet. Děje se tomu zejména proto, že je špatná dostupnost aktivit v místě bydliště, nebo jsou aktivity nezajímavé, naproti tomu masmédiá má každý ve své blízkosti a stávají se tak lákavým prvkem. (Kraus, 2006) Komunikace hraje stále větší roli v životě současného jedince, dnes nejčastěji za pomoci médií. Specifikem především u masmédií je ovlivňování mnohopočetných skupin lidí s možností mezi sebou komunikovat. Začlenění médií do volného času dětí bylo velmi rychlé. Jejich nevýhodou ale je, že jsou v popředí na úkor reálných zážitků, mnohdy propagují násilí a další nepříznivé jevy. Nejvíce se s médii setkávají děti zejména ve škole a volném čase. Konkrétně v dnešní době se nabízí možnost jejich využívání ještě před dovršením školního věku. Média dětem slouží zejména k uspokojení svých zájmů a nalezení nových forem trávení volného času. Velmi častým jevem začíná být i to, že se děti na tvorbě mediálního obsahu samy podílejí. Na základě toho došlo ke vzniku nové specifické oblasti zájmu, která nabírá, a ještě markantně nabírat bude, na svém růstu. Média určená pro děti lze dle Hofbauera (2004) primárně dělit na média vytvořená dospělými pro děti a média vytvářená dětmi pro vrstevníky. Trendem se stala média vytvářená dětmi, které informují o sobě a okolním dění. Děti se zde učí řešit problémové situace, vyjadřovat své názory a stávají se samy tvůrci mediálního obsahu. Média tak nejsou pouze o přijímání informací, ale i o přispívání do nich a stávají se inspirací pro volnočasové aktivity. (Hofbauer, 2004)

Mnoho dětí dokáže samo od sebe svůj volný čas plánovaně a smysluplně využívat, pak jsou zde ale děti, které takovou schopnost nemají. Ty svůj čas tráví ve společnosti skupiny a většinou velmi spontánně, což vede ke znemožnění kontroly činností dospělými a mohou vznikat nežádoucí situace blížící se sociálně patologickým jevům jako je požívání návykových látek a konzumace alkoholu. Aby se zamezilo existenci těchto nežádoucích aktivit, vznikají organizace pro trávení volného času, které nabízí dětem volnočasové aktivity. (Čech, 2002) Vliv na trávení volného času dětí nemá pouze rodina a okolí, ale může k němu přispívat i škola. Náplň školy není pouze děti vzdělávat, ale i poskytnout částečnou výchovu mimo vyučování. Pokud žák ve škole projevuje zájem o vyučovací předmět, stává se velkou motivací i pro volnočasovou aktivitu.

Školy mohou zájmové aktivity pořádat pravidelně formou kroužků nebo organizovaně. Důležité je poskytnout žákům příležitost volnočasové aktivity navštěvovat, dále se také zajímat o to, jak žáci volný čas tráví. (Pávková, 2014)

Sociolog Buchtík (In Černá, 2017) popisuje trend Youtuberů ve shodě s vývojovou psychologií a označuje je za trend spojený s hledáním identity. Dnešní děti se dle jeho názoru zabývají stejnými záležitostmi jako děti jiných generací, pouze dnešní doba udává, že se tomu děje skrze displej mobilního telefonu nebo počítače, proto nelze jejich aktivity označit jako ztrátu času. Dalším z důvodů, proč jsou Youtuberi pro děti tak zajímaví, je ten, že všeho dosáhli sami a k tomu, aby byli tam, kde nyní jsou, nepotřebovali jiné osoby, jako je tomu u některých jiných celebrit. Autor problematiku shrnuje jako rozdíl v tom, že dnes jsou do těchto dětských aktivit začleněna média a sociální sítě. Rozdílnost dnešní mládeže tedy není v tom, co dělá, ale pouze v tom, jak velké má možnosti. (Buchtík, Černá, 2017)

### **3 Dětské vzory**

Vzorem bývá nazýván ten, kdo je hoden obdivování a následování, je jedinci sympatický a jedinec touží po tom se mu vyrovnat. Vzorem může být osoba, která je reálná, ale proti tomu i osoba imaginární, stejně tak může být vzorem celý charakter, nebo pouze některé jeho části. Zvolený vzor dlouhodobě ovlivňuje jedincovy postoje, hodnoty a chování. Celkově se dá za vzor považovat osoba, která jedince k něčemu inspiruje. (Folvarčný, 2014)

#### **3.1 Vznik dětského vzoru**

Vzorem je zejména osoba, která je dítětem školního věku až nadměrně respektována a má v jeho ovlivňování největší sílu, z pravidla sílu větší než rodič, nebo jiný nejbližší. Jde o vzor, ke kterému dítě vzhlíží, obdivuje ho a bere od něj inspiraci. Nejvýstižněji působí Krausova (2005) slovníková definice, kde je doslovným překladem vzor označován jako uctívaná a zbožňovaná osoba.

Přijme-li dítě názory a postoje nějaké osoby za své a upíná se k nim, dochází k procesu identifikace s takovou osobou. Skrze tuto identifikaci dochází i k procesu socializace čili nelze ji brát pouze za negativní. Jako první se dítě identifikuje s rodiči a nejbližšími, kteří jsou po něho vzorem. Když dítě dospívá, shledává jako vzor zejména ty osoby, které jsou

mu něčím podobné. Nemusí dojít pouze k podobě, ale dítě může chtít být jako někdo jiný, protože ve svém prostředí nikoho takového nemá a v jiném prostředí takové osoby dominují. Skrze hledání vzoru ve svém idolu dochází k přípravě na dospělost. (Stašová, Slaninová, Junová, 2015) Prioritní ideály jsou utvářeny teprve ve věku dospívání, ačkoli se jedinec se vzory setkává již v dřívějším dětském věku. V dnešní době je spousta vzorů, které nepůsobí na dospívající pozitivně. Petrušek (1996, s. 102) říká, že každý nezvládá být vzorem, přestože se role vzoru vztahuje ke všem situacím a oblastem, které mohou nastat. Každé dítě umí skvěle napodobovat, proto si stanovuje vzory, které chce právě napodobou následovat. Vzor ale nesmí být moc složitý, aby dítě bylo schopné ho napodobit. Ten má v dětském vnímání a jednání hlavní význam, který se vtiskuje do všech oblastí chování. (Prekop, 2001) Polovina dětí ve věku základní školy žádný vzor nemá. Naopak dospívající děti již vzor mají. Vzor pocházející z rodiny mají děti v mladším školním věku, ale čím starší dítě je, tím více se vzor vzdaluje rodině. Mít vzor je u dětí důležité, nejčastěji děti vzor obdivují kvůli tomu, co dokázal a jak vystupuje v okolí. (Hutková, 2011)

### **3.2 Ovlivňování dětí skrze média a vzory**

Média jsou dnes důležitá zejména pro adolescenty a jejich formování postojů, které se následně projevují v jejich chování. Prozkoumávají tak své vize chování a vnitřně je to uspokojuje, protože jejich vzory je motivují k poznávání svého chování a chování jiného. Z výzkumu vzorů současných dětí vyplývá skutečnost, že děti na druhém a třetím stupni mají daleko častěji za vzor mediálně známou osobnost než své rodiče. Dle Stašové, Slaninové a Junové (2015, s. 105) děti v nižším věku berou za vzor převážně své rodiče, ale s blížící se pubertou jsou to spíše lidé vzdálení rodině jako mediální vzory. Tento jev se přisuzuje nejvíce nástupu vlastní autonomie. Menší děti, jak již bylo řečeno, mají za vzor převážně rodiče, nejčastěji stejného pohlaví, což napomáhá socializaci s okolním světem. V současnosti mají děti díky médiím možnost komunikovat se širší sociální skupinou, využívat více komunit a sledovat více dění. Z mediálního prostoru tak může proudit daleko více vzorů, protože disponuje širším spektrem. Mediálními vzory jsou ale pouze výjimečně fiktivní postavy, ve skutečnosti převážnou většinu tvoří současně žijící reálné osoby. (Stašová, Slaninová, Junová, 2015) V každém období našeho života na nás působí nějaké vzory. V dětství rodina, později kamarádi a poté lidé z našeho okolí. Vzorem mohou být všichni z nich, dále se k nim přidávají populární osoby a imaginární filmové postavy. Nejdůležitější jsou ale vzory reálné, kterými je rodina, která má největší

vliv na identitu dítěte. Vzory se ale mění s věkem, jejich zdrojem jsou ale stále nejčastěji média. Nejvíce jsou děti ovlivněny tím, co vidí nejčastěji. Zejména v období pubescence se děti uchylují k počítačům, opomíjejí dříve oblíbené televizní idoly a nacházejí nové idoly z prostředí virtuálního světa, které bývají velmi často pro rodiče naprosto neznámé. (Koníčková, 2018)

Výzkumy dle Krause (2014) dokazují, že již u malých dětí velmi dobře funguje princip nápodoby, v dětském věku dochází k nápodobě především toho, co je spatřeno v médiích. Média jedince deformují, jejich největší možností negativního vlivu je vtlačení se do volného času jedince a omezení jeho aktivit. Jak na nás působila televize, tak na nás začal působit internet, a to ještě ve větším rozměru, protože svým obsahem strčil do kapsy veškerá ostatní média a jeho vliv všechny převyšuje. Dle Krause (2014) žije každý z nás v mediální době a je jí pozitivně i negativně ovlivněn. Na médiích je nejčastěji zavrhnuta jejich zábavná stránka, kvůli vlivu na morálku a z toho proudící povrchnost, údajně eliminují lidskou tvořivost a zájem o kulturu, protože lidské jednání funguje na principu nápodoby, především to dětské. Nejhlubší problém médií je pro děti jednoznačně jejich virtualita, protože děti nejsou vždy schopny rozlišit hranci mezi virtuální realitou a skutečným světem. Virtuální realita pohltí přirozenost jedince a vytváří novou identitu, která je virtuální. Ovšem jen těžko lze zabránit ovlivňování mladé generace, protože média jsou typická svým manipulativním charakterem, který lze jen těžko ovlivnit, protože právě divák je jeho produktem. Internet a média se stala součástí našeho přirozeného prostředí a neberou ohled na to, zda neprodukují negativní důsledky pro společnost. Tyto problémy se ve školním prostředí snaží částečně pokrýt rámcové vzdělávací programy, informační a komunikační výchova a prevence. (Kraus, 2014)

Média mají tak hluboký dosah proto, že podávají informace převážně zajímavou formou, která se divákovi vryje do paměti a snadno je potom manipuluje. Takový jev vede k otázce, zda nás média navádí k chování dobrému i špatnému. Má-li na nás negativní obsah špatný vliv, měl by mít pozitivní obsah také pozitivní vliv. Dle autora pozitivní působení bývá dobře promyšlené, proto by mělo mít větší dosah než negativní vznikající náhodně. Většina médií existuje na základě reklamy, kterou nejčastěji propaguje celebrita, která se následně stane tváří daného produktu. Nejproblematictější je taková reklama, která cílí na děti. Není náhoda, že bývá skryta ve formě product placementu, který si děti nejsou schopny uvědomovat. Obzvláště menší děti mají problém takovou reklamu poznat, o to hůře, když je propagována jejich idolem. Až s postupem vývoje je dítě schopno reklamu odhalovat. Až kolem dvanáctého roku života je dítě schopno rozpoznat reklamu a uvědomit si její vlivy a důsledky. (Giles, 2012)



Specifikem dnešní doby je sláva, ke které se dá přijít velmi snadno. Stačí se objevit v médiích a sláva je tu, to je ale úskalím, protože z toho neplyne žádná zodpovědnost, jako tomu bylo dříve před rozmachem internetu, kde nebyl prostor pro tolik negativních jevů. Víme, že jsou děti do zhruba dvanácti let znevýhodněny menší schopností přemýšlet nad vlivem médií. Vzhledem k tomu mají děti stejně tak problém rozlišovat fikci a realitu, kterou skrze média přijímají. Zároveň ale internet poskytuje dětem mnoho vzdělávacích materiálů a zároveň spoustu možností prohloubení sociálního myšlení. Pro děti není v určitém věku problémem poznat, že kreslený film nebo pohádka je fikce. Dále se díky socializaci naučí rozpoznat, jaký obsah je určen jim a co je reklama. (Giles, 2012)

### **3.3 Vliv YouTuberů na děti**

Děti se o YouTubery zajímají více než o filmové a seriálové hvězdy z televize, protože s nimi mohou být v kontaktu skrze komentáře na jejich YouTube kanálech nebo skrze jiné sociální sítě, které jsou YouTubery využívány, patří mezi ně především Instagram a Facebook. (Kysela, Štorková, 2018a)

Co je na YouTuberech tak zajímavého, jsem zmiňovala již v předešlých kapitolách, ale největším lákadlem k tomu, aby je děti sledovaly, je to, že jsou vlastně jedními z nich. Nejsou to lidé, kteří pro slávu museli dřít, ale jsou to takoví lidé, někdy ještě dokonce i děti, kteří se nebáli zapnout před svým obličejem kameru. Dalším neopomenutelným lákadlem, které souvisí s tím předešlým, je fakt, že řeší stejné problémy a aktuální otázky jako děti a dospívající, kteří se na jejich videa dívají. Řeší je proto, že mají stejné zájmy, řeší stejnou problematiku nebo přemýšlejí o stejných věcech. A jelikož mají mladí dnešní generace velmi obdobné zájmy, rozšíří se povědomí o daném Youtuberovi velmi rychle. (Kysela, Štorková, 2018a)

Porozumění YouTuberům je pro starší diváky velmi obtížné, protože je od nich dělí generační propast. Je nesnadné porozumět dětem, chceme-li toho ale dosáhnout, musíme znát jejich idoly. Lze jen těžko nalézt nějaký koníček, který by se tolik lišil od ostatních jako právě YouTuberství. Takové idoly nemohou rodiče dětí poznat, protože nejsou středem jejich zájmu a budou se na ně s dětmi jen velmi těžko dívat. YouTuberi ale nejsou pouze špatná záležitost, spousta z nich je velmi kreativní a inspirativní, proto je škoda, že se neshledali s úspěchem u rodičů dětí. Přesto nepochopení rodičů není od věci, protože skrze tento koníček na děti číhá spousta nebezpečí ve formě skryté a dobře cílené reklamy, kterou si děti ale neuvědomují. (Šmíd, Zýková, 2016)

Mnoho dětí v dnešní době bere YouTubery jako své vzory a hledají u nich životní inspiraci. Psycholožka Růžičková (In Pořízková, 2016) ale tvrdí, že jde spíše o manipulování. V čem s Růžičkovou souhlasím na základě vývojové psychologie je to, že každá generace dětí má své vzory, které v nich zanechají otisk, a je jedno, zda jsou to kreslené postavičky nebo YouTuberi. Problematické je ale to, že se jim děti chtějí podobat, což už značí jistou manipulaci ze strany daného vzoru. YouTuberi jsou pro děti tak populární právě proto, že jsou jakousi novinkou internetu a sledovat jejich videa je aktuálním trendem. Zároveň je to pro ně vhodné téma k diskuzi s vrstevníky, protože videa mohou sledovat všichni a udělat z nich centrum svého zájmu společně s kamarády. Jak bylo již výše zmíněno, děti berou reklamu jako běžnou součást života a nepřipadají si manipulovány, ale díky YouTuberům může existovat a vydělávat velká spousta značek. Zejména díky jejich cílové skupině, kterou jsou děti. Vidí produkt u YouTubera a následně jdou a samy si ho koupí, aniž by si přišly ovlivněny. Na základě toho zaznamenalo velký rozmach mnoho značek, se kterými spolupracují právě YouTuberi a přimějí tak své diváky ke koupi produktu. Řešením negativního vlivu YouTuberů by dle psycholožky bylo, aby rodiče dětem vysvětlili principy reklamy a podotkli, že i YouTuberi dělají reklamu, když jim nejde pouze o zisk. Velmi vhodnou variantou je vytyčení toho, že každá osoba je jedinečná a není důvod stát se součástí davu. (Pořízková, Růžičková, 2016)

Youtuberi jsou na internetu považováni především za zdroj zábavy. Vzhledem k jejich vlivu na diváky, kterými jsou děti i dospívající, by bylo více než vhodné, aby jejich tvorba měla i edukační charakter. Spousta z nich si svůj vliv uvědomuje, ale ne všichni jdou divákům příkladem. Nikola Čechová alias Shopaholic Nicol přiznává, že vzhledem k počtu svých diváků by bylo velmi vhodné začlenit do tvorby i vzdělávací charakter. „*Od té doby, co dělám YouTube, jsem přestala číst. A uvažovala jsem, že bych znovu učila číst i ostatní. Každý týden bych dala tip na vybranou knihu, dala divákům týden na to, přečíst ji, a pak bychom o ni v rámci jednoho videa diskutovali,*“ uvedla Čechová (In Aust, 2015). Jakub Steklý alias Stejk si je vědom vlivu Youtuberů a přiznává, že mají větší vliv na děti než jejich blízcí. Dokonce uvedl výpovědi svých fanoušků, které potvrzují, že jim rodiče něco říkali, ale uvěřili tomu až ve chvíli, kdy dané téma padlo z úst jejich oblíbeného Youtubera. Největší český Youtuber Jirka Král věří tomu, že i malý dosah má smysl. Výchovně vzdělávací videa by dle jeho názoru nespadala do nejpůvodnější tvorby, ale v markantním množství jejich fanoušků by i tak měla smysluplný dosah. (Aust, 2015) Karel Kovář alias Kovy se také vyjádřil k problematice tvorby YouTuberů. Snaží se točit videa odlišná od ostatních YouTuberů u nás. „*Chci říct*

*lidem něco, co by se jinak nedozvěděli. Anebo kdyby se to dozvěděli, tak by to bylo ve škole. Jelikož by to bylo ve škole, tak by přirozeně neposlouchali – stejně jako já při každé občanské výchově. Když to dokážu podat infotainment formou, tak se to k mladým lidem dostane mnohdy lépe“*, říká Kovář (In Procházková, 2017). Videa laděná do politických témat začal tvořit proto, že na české scéně není nikdo, kdo by o těchto věcech mluvil a děti jim proto nerozumí. Z toho důvodu je seznámení se s nimi skrze zajímavého YouTubera skvělou příležitostí. Podává osvětu i v pohledu na YouTubery, kteří jsou bráni jako prostředek zábavy. „*Dá se říct, že dnes je můj cíl nejen pobavit, ale zároveň jim něco předat a donutit je občas i přemýšlet“*, uvádí YouTuber (Kovář, Procházková, 2017).

YouTuber Petr Lexa v rozhovoru zavzpomínal na své dětství bez internetu a nabádal děti, aby žily také reálný život. „*Vím, jaký mám vliv na diváky. Dětem říkám, aby si šly hrát, když mají tu možnost. Videá jim neutečou,*“ sdělil (Lexa In Pokorný, 2016). Zároveň upozorňuje na rizika a možný negativní dopad vlivu YouTuberů na děti. „*Youtubeři si často neuvědomují svůj vliv na děti. Osobně se snažím promlouvat a využívat některé věci. Jsou třeba youtubeři, kteří mluví sprostě a nabádají děti k něčemu, co by dělat neměly“*, uvedl (Lexa In Pokorný, 2016). Lexa nepovažuje trávení volného času dětí u internetu za vhodné, a to především proto, že se tento čas ani zdaleka nerovná času strávenému reálnými aktivitami. Jelikož si uvědomuje svůj vliv na diváky, především na děti, apeluje na ně, aby netrávily čas u internetu, ale snažily se prožívat reálné zážitky. Čas strávený reálným životem považuje za mnohem důležitější než sledování videí, přesto že je sám jejich tvůrcem. Sám považuje YouTube za fenomén dnešní doby, který ruší ostatní média. Přiznává, že se obává toho, jak bude dnešní mladá generace vypadat jako dospělá. Nejvíce se bojí toho, že ze současných dětí bude generace závislá na mobilním telefonu a nebude nic umět. Přiznává, že spousta dětí považuje YouTubery za svůj vzor a chtějí se žít tím samým. Paradoxně tomu sám sebe ale za celebrity nepovažuje, především ne díky tvorbě videí, ale chápe, že děti ho jako celebrity vnímat mohou. Tvorbu video obsahu považuje za velkou zodpovědnost a konstatuje, že je velmi důležité promyslet, co si ve videu může a nemůže dovolit, protože svým jednáním děti ovlivňuje. Vnímá, že zejména mladší diváci jsou velmi snadno ovlivnitelní, a proto promýšlí, co ve videu řekne. Dle jeho názoru mohou YouTubeři na internetu všechno a následně si neuvědomují, jaký dopad to má na děti, které jsou jimi oslněny. Této situaci se snaží využít a apeluje na ně v tématech, o kterých se domnívá, že není ani v moci rodičů, aby s nimi něco udělali. Rodiče pro děti nejsou takovou autoritou, aby je uposlechly, ale ví, že díky svému vlivu toto může změnit. Snaží se tak částečně napravit jednání ostatních youtuberů, kteří si neuvědomují dosah svého vlivu a nepřizpůsobují tomu své

chování. (Lexa, Pokorný, 2016) Dětský psycholog Zajíc uvedl, že Youtuberství nepovažuje za velkou senzaci, která by děti měla ve všech směrech ohromit, nýbrž pouze jako běžnou věc související s dobou. Uvádí, že vždy existovaly idoly a je jedno, že to, čím děti zaujmou, se dle doby liší. Jediný rozdíl je v tom, že dříve idoly zaujaly jinou formou než exhibicí na internetu. (Zajíc, Kabátová, 2015)

Jirka Král po oznámení konce kariéry YouTubera v rozhovoru pro DVTV promluvil o komentářích, které mu po ukončení kariéry chodily. Většina komentářů obsahovala pochopení a velké díky za to, co dělal a nadále dělá v oblasti bezpečnosti na internetu. Více se ale věnoval komentářům, které již tak pozitivní nebyly. Na jednu stranu po čas své kariéry četl komentáře obsahující výčitky, jak ovlivňuje děti, nejde dobrým příkladem, že kvůli němu děti tráví mnoho času u počítače a hrají hry. Což někteří jedinci považovali za zbytečné. Myšlenkou takových komentářů bylo sdělení, že to, co dělá, by dělat neměl, protože je to pouze na škodu dětem a dalším jeho fanouškům. Po ukončení kariéry ale začaly chodit komentáře s výčitkami, jak mohl vůbec skončit a svým fanouškům něco takového udělat, když ho sledují a obdivují. Jako výsledek takových komentářů se dá uvažovat tvrzení, že ať jako YouTuber udělá cokoli, vždy to bude bráno negativně. V rozhovoru sdělil ale i pohled rodičů. Někteří reagovali na ukončení jeho kariéry velmi negativně vzhledem k reakci svých dětí, jiní reagovali s díky, že právě na této situaci mohli dětem vysvětlit, že každý se má věnovat svým zájmům a ne být na nikom závislý. To sám Král shledává jako velmi pozitivní. Především z pohledu, že se rodiče dokáží bavit s dětmi o YouTuberech. (Král, Veselovský, 2018)

## **4 Jak naložit s fenoménem?**

Na tuto otázku je podle mého názoru snadná odpověď, a to v žádném případě se mu nesnažit vyhnout. Když budeme dětem něco zakazovat, budou to chtít o to více, to je již po desetiletí známá pravda. Můžeme to přirovnat k dnes velmi probíranému tématu mobilních telefonů ve školách. Názorů je mnoho, který je ten správný, to lze jen těžko určit, a proto kolem toho vzniká spousta diskuzí. Stejně tak je to s tématem YouTuberů. Tito lidé se mohli stát fenoménem mezi mladými především díky hojnému využívání chytrých mobilních telefonů a sociálních sítí, které se dnes těší velké popularitě. Tuto zábavu nelze dětem upírat, protože YouTubeři jsou jejich idolem stejně tak, jako jimi byli dříve herci, zpěváci a podobně významní lidé pro mladou generaci. Na tento trend lze nahlížet úplně stejně a klást si otázku, zda ho respektovat nebo bojkotovat. Jak jsem již řekla, bojkotovat jej dle mého názoru nemá smysl, přestože tací lidé jsou a YouTubery

neuznávají, protože podle nich pouze ovlivňují děti a dostávají peníze za nic. Já jsem zastáncem názoru opačného, když už tu tento trend je, měl by se využít co nejlépe to jde. Samozřejmě nic se nemá přehánět a je potřeba hledět na tuto problematiku střízlivě a s odstupem a z každého pohledu si vzít něco. Nelze jít kupředu pouze pod vlivem trendu, je nutné ho respektovat a přijmout, ale nepodvolit mu naprosto vše. Rodiče by YouTubery neměli dětem zakazovat, ale také by je neměli nechat děti bezmyšlenkovitě sledovat. Naučit děti efektivně konzumovat tyto věci, které je na internetu možné najít, by mohla škola. Jak říká Krčmářová (2012), rodiče a děti vnímají internet a média odlišným způsobem. Přístup rodičů k internetu ovlivňuje to, že s ním z velké části v dětství nevyrostali a neumějí ho plnohodnotně a bezpečně využívat. To se bohužel ale nedá říci ani o dětech. Zapřičiňuje to jejich nižší úroveň sociálního vývoje a minimum životních zkušeností. Právě k tomuto by měla napomoci škola a v nejlepším případě i moderním způsobem. Někdo tento trend pro výukové účely odmítá, jiní ho zase do výuky vítají. (Krčmářová, 2012) Já se domnívám, že se na tomto fenoménu žáci mohou naučit velké množství pro život důležitých věcí, které se v následujících kapitolách pokusím poodhalit.

#### **4.1 Fikce vs. realita**

Už T. G. Masaryk tvrdil, že nelze věřit všemu, co najdeme na internetu. Tvrzení osobnosti, kterou byl prezident a pedagog, neradno zpochybňovat. Ale právě toto tvrzení se stalo fikcí internetu současnosti a velmi vhodným příkladem k tomuto tématu. Masové a klamně myšlení spoléhá na naivitu uživatele internetu, který se v mnoha případech může uchýlit k myšlence, že co řekl T. G. M., musí být pravdou. Pravdou je ale naprostý opak, Masaryk by musel mít vidinu budoucnosti, aby mohl něco takového říci, ovšem takovou myšlenkou se bude zabývat málokdo, v poslední řadě pak děti. Pouze racionálně smýšlející jedinec může dojít na základě logických odůvodnění k tomu, že v době života Masaryka internet nebyl, proto je toto tvrzení nesmyslné, přestože je ho plný internet. Tato fiktivní zpráva vede k zamyšlení právě nad fikcí vyskytující se na internetu. Poukazuje zejména na to, že když je někde fotografie známé osobnosti a vedle ní citát, nutně to neznamená, že je citát opravdu výrokem dané osobnosti. Jak bude dále zmíněno, fiktivní informace nemusí být vždy plně smyšlené, nýbrž mohou mít pravdivý ale překroucený základ, jak je tomu právě v tomto případě. (Sedláček, 2018) Na internetu může uživatel nalézt informace nejrůznějšího původu a kvality, protože už dávno neplatí, že co je zveřejněno, je zároveň i pravdivé. V dřívější době většina uživatelů informace

pouze přijímala, v dnešní době je ale na internetu každý druhý uživatel zároveň tvůrcem informací, čímž dochází ke značnému snížení informační kvality a její kontrolovatelnosti. Pouze minimum informací na internetu pochází z věrohodných zdrojů, kterými jsou například tiskové agentury. Vzhledem k rostoucímu množství původu informací roste i požadavek na uživatele spočívající v rozlišení pravdivosti daných informací. Důležité je vždy ověřovat, odkud informace pochází. Ověření zdroje bývá zásadním krokem k posouzení relevance dané informace. Na internetu nenalezneme pouze informace pravdivé a nepravdivé, velmi často se dá setkat s informacemi, které mají pravdivý základ, ale jsou obaleny spoustou lživých faktů. (Kopecký, 2018) Velmi často se v současnosti můžeme setkat s termínem fake news, pod kterým se skrývá dřívější hoax nebo mylná zpráva. Fake news jsou založeny na šíření skrze masmédia a jsou záměrně mylné. Jelikož se pro uživatele internetu stávají sociální sítě největším zdrojem informací, potýkají se tito jejich uživatelé s mylnými informacemi daleko častěji než dříve. (Kopecký, 2017b) Daleko více se sdílejí zprávy, které nejsou skutečné a nemají věrohodný zdroj a utlačují pravdivé zpravodajství. Reálně se dá říci, že lidé věří na internetu téměř všemu, protože si neověřují zdroje. Můžeme to vidět například na bezmyšlenkovitém sdílení na Facebooku u starších lidí, ale nejen u těch. A vzhledem k tomu, že se něco takového vyskytuje u dospělých lidí, je nutné racionalitu prohlubovat již na začátku vývoje, takže ve škole. Ludwig (2017) tvrdí, že racionalita se musí vybudovat, člověk se s ní nenarodí. Zároveň tvrdí, a já s ním naprosto souhlasím, že v době fake news je potřeba racionalitu budovat. Důležitá je především při čtení zpráv na internetu, kde je potřeba kriticky myslet. Ludwig přišel s nápadem, že by se dalo udělat cvičení na kritické a racionální myšlení. To je dle mého názoru velice dobrý nápad, který by se po zrealizování dal implementovat i do vzdělávání ve škole, případně by se vytvořil přímo pro vzdělávání. Stejného názoru je právě i Ludwig, který sám začal točit videa na YouTube. Velmi trefné mi přijde jeho tvrzení, které ve zkratce říká, že aby měl člověk dosah mezi mladými lidmi, musí jim informace sdělovat skrze YouTube a být YouTuberem. (Ludwig, 2017) Čím více významné jsou sociální sítě pro jejich uživatele, tím méně jsou informace ověřitelné. Souvisí to i s vlnou ovlivňování, které pramení například od YouTuberů. Divák nemá možnost posoudit, zda jsou informace, které se dozví ve videu pravdivé, protože YouTuber je tak prezentuje, ale pravou podstatu věci nikdo nevidí. Téměř 3 tisíce žáků ve věku 2. stupně základní školy a středních škol se zúčastnili průzkumu, který ukázal, že téměř polovina z nich si neumí informace nalezené na internetu ověřit. Číslo je alarmující vzhledem k tomu, že právě děti v tomto věku využívají informace z internetu denně a tráví na něm nejvíce času. Naproti tomu ani spousta dospělých neumí tyto informace posoudit, přestože pro to mají lepší

předpoklady. (Masarykova univerzita, 2019) Vyvrátit věrohodnost informací je daleko obtížnější, než když chceme najít zdroj, na kterém si informace ověříme. Výhodou internetu samotného je paradoxně velmi snadné pátrání po tom, odkud vlastně informace pochází. Je tomu tak ale pouze v případě, pokud vycházíme z primárního zdroje, protože informace na internetu se velmi často přebírají a překrucují. Nejsnazším způsobem, jak informace ověřit, jsou vlastní znalosti. Ovšem ne každý uživatel má tak bohatou škálu znalostí a vědomostí. Dále se dá spoléhat na většinou uživatelů ověřené zdroje, stejně tak jak tomu je u tištěných médií, poněvadž bulvárním plátkům věří taktéž málokdo. Kontrolovat na internetu, kdo na něj vkládá jaké informace a nakolik pravdivé sice z teoretického hlediska možné je, nicméně to není uskutečňováno z důvodů nákladnosti takové kontroly, pak také z důvodů svobodného slova a demokracie. Velice často bývá možností publikovat na internet téměř cokoliv zneužíváno, především za cílem umístit do kyberprostoru lživé informace. Jelikož kontrola informací není z výše zmíněných důvodů žádoucí, nezbyvá než počítat s možností výskytu dezinformací. Důvodem vzniku dezinformací na internetu je převážně to, že přispívání je zdarma a snadné, proto na něj může vkládat informace každý a riziko roste, přestože nekalé úmysly nejsou vždy zřejmé. Dohledat pravdivost informací může dále stěžovat i to, že na internetu je nadměrné množství informací, přičemž jejich kvalita mizí ve kvantitě. (Peterka, 2015) Dle Dočekala (In Smetana, 2017) mladá generace o všech rizicích užívání internetu velmi dobře ví z mnoha přednášek, které absolvovala na základní či střední škole, přestože o rizicích informována je, jsou jí lhostejná, protože momentálně nemá důvod je řešit. Dočekal dále uvádí, že obavy a nedůvěřivost vůči internetu jsou naprosto oprávněné. Internet je velmi prospěšným médiem, ale má i své stinné stránky. Než přišel rozmach internetu, měla stinné stránky i jiná média, která se ve velké míře používají i dnes a stále jsou zneužívána ke klamným informacím, přestože mají obrovský dopad na společnost. (Dočekal, Smetana, 2017) Technologie vypsela tak daleko, že je možné udělat fikci téměř z čehokoliv. Dnes je dokonce možné vidět na videu osobu, která pronáší výroky, které nikdy ani neřekla. To všechno je zprostředkováno skrze umělou inteligenci a naprogramování příslušných algoritmů. Otázkou tedy je, kdy k šíření takového obsahu dojde v masovém množství. Technologická vyspělost došla do fáze, ve které brzy nebude možné věřit absolutně ničemu a za fikci bude považována i skutečná pravda. (ČTK, 2018)

I Kovář se vyjadřuje k tomu, jak snadné je, aby fikce vznikla. Uvádí, že velmi značné množství dětí přebírá názory rodičů a svých vzorů. Domnívá se, že kdyby tvořil informační videa bez rozmyslu a říkal v nich lži, spousta lidí a zejména mladších fanoušků by tomu uvěřila, protože by neměli důvod si dané informace někde ověřovat.

A to je problém, na který Kovář apeluje, vždy se snaží svým divákům připomenout, aby si informace ověřovali a řídili se pouze svými názory. (Kovář, Procházková, 2018) Kovář, alias YouTuber Kovy, je specifický svou oblastí zájmu. Zábavu, které se z části také věnuje, bere až jako poslední oblast své tvorby. Nejvíce se věnuje věcem, které jiní YouTuberi nedělají. Rozebírá aktuální společenská a politická témata a negativní stránku online světa. Celkově se dá říct, že základem jeho videí je snaha informovat a edukovat. Vzhledem k tématu fake news je dle jeho názoru velmi důležitá mediální gramotnost tvořící se již během školní docházky. Jejím základem by mělo být i kritické myšlení, aby byly děti schopné rozpoznat, co je pravda, a dokázaly kriticky hledět na vše, co se k nim dostane skrze sociální sítě. Paradoxně dle Kováře nespočívá naivita ve vztahu k fake news ve věku. Naopak si myslí, že vzhledem k tomu, že děti se pohybují na internetu od velmi nízkého věku, budují si ke lživým informacím větší imunitu. Proto považuje za mnohem věrohodnější právě starší generaci (Kovář, Daněk, 2018). Dle mého názoru jsou v ohrožení jak starší lidé, tak mladší děti. Starší proto, že nevyrostali s internetem a nemusí mu rozumět na tolik, aby věděli, že se na něm vyskytuje velké množství lží a mohou jej považovat za věrohodný zdroj zpravodajství, mladší a zejména děti zase proto, že jsou vůči jiným lidem důvěřiví a mohou naivně věřit všemu, co se na internetu objeví, protože nemají dostatek zkušeností, aby dokázali informace kriticky posoudit a zařadit si je do širších souvislostí, na jejichž základě by je mohli vyhodnotit. Kovář se dále domnívá, že školy v osvětě doslova zaspaly dobu, protože stále předávají dětem velké množství informací, které nebývají zasazeny do kontextu a praxe, a už vůbec neučí děti kriticky myslet. Jelikož je složité něco takového na školách vytvořit, vznikají mimoškolní projekty, které dětem osvětu předávají. Sám Kovář se zapojil do projektu Jeden svět na školách, který prohlubuje mediální gramotnost a snaží se děti naučit kriticky myslet. Domnívá se dokonce, že většina učitelů sama mediální gramotnost nemá, proto je tak obtížné ji do vzdělávání kvalitně začlenit. (Kovář, Daněk, 2018)

## **4.2 Bezpečnost na YouTube a ve světě internetu**

Na internetu se dá nalézt nepřeberné množství článků s návody na to, jak se na internetu chovat bezpečně. Takové články jsou přizpůsobeny i dětem a tomu, co na internetu využívají. Existuje velké množství tipů na to, na co si dát pozor a jak přesně dosáhnout co největšího bezpečí. Bezpečnost na stránce YouTube musí vycházet především z pravidel bezpečnosti na internetu vůbec. Nelze je od sebe oddělit a určit diametrálně odlišná pravidla. Platí zde tedy pravidla stejná, na která v dnešní době apelují



i YouTuberi, kteří si rizika užívání internetu a ovlivňování dětí videi na YouTube uvědomují. Základními problémy užívání internetu se zabývá i Krčmářová, která ve své publikaci rozvádí jádro problému, které spočívá v tom, že děti jsou online velice brzy, ale nedisponují vlastnostmi a schopnostmi dospělých, kteří mají lepší předpoklad pro správná rozhodnutí na základě zkušeností. (Krčmářová, 2012) V tomto tvrzení s autorkou souhlasím, protože na internetu se pohybují čím dál tím mladší děti, které si mnohdy neuvědomují obsah toho, co si prohlížejí. Každé dítě mentálně vyspěje jinak rychle, a proto by mělo sledovat obsah dětem přizpůsobený, kterému dokáže porozumět. V dnešní době je pro děti téměř zanedbatelný rozdíl mezi online a offline světem, protože offline svět více méně neznají. Komunikují především skrze sociální sítě, což jim umožňují chytré mobilní telefony, které mají nepřetržitě s sebou. Vzhledem k možnostem nových technologií a médií je offline život téměř mizivý, a tak vzniká situace, ve které rodiče žijí odlišný život než jejich děti a nejsou schopni je plnohodnotně chránit. (Dočekal, Eckhartová, 2013)

Sledování videí na internetu je v Česku na třetím místě v žebříčku aktivit na internetu. To může být důkazem, že hledáme na internetu z velké části zábavu. Nejvíce ji vyhledávají děti. Problém se dá spatřit ve vývinu situace, který poukazuje na to, že dnešní děti vyrůstaly s internetem a nedokáží si tak představit žít bez něj. Proto ani nerozlišují online svět od světa offline. Starší děti již ale využívají internet pro velkou škálu činností, kterými už není pouze zábava. (Dočekal, Eckhartová, 2013) Pro děti ve věku 9–12 let je nejpopulárnější stránkou právě YouTube. Vzhledem k okolnostem byla přijata bezpečnostní opatření, která ovšem nejsou nijak zvlášť účinná, jedná se pouze o věková omezení. Vše závisí na komunikaci mezi rodiči a dětmi. Pokud děti o YouTuberech samy vyprávějí, není vhodné je pouze odbýt, rodič by si měl celé vyprávění poslechnout, nejen proto, aby věděl, co dítě na internetu dělá. Odborníci nabízejí několik trefných rad, jak ovlivnit chování dětí na YouTube, jejichž základ tkví ve správné komunikaci s dětmi. Jedním z hlavních doporučení je probrat s dětmi základy soukromí na internetu. Dále je vhodné s dětmi diskutovat o YouTuberech, zejména se staršími dětmi, pro které není obsah na YouTube a internetu omezen. Nejdůležitější ale je vědět, na co se dítě dívá a neméně důležité je proč. Dobré je, když se rodiče na videa podívají také, aby si utvořili představu a udělali si spojitost mezi obsahem a tím, proč právě tohle jejich dítě sleduje. Poté je snadné rozeznat, zda je obsah pro dítě vhodný a jaký může mít vliv a dopad. Dá se tedy říct, že základem ochrany dětí před riziky YouTube je na prvním místě komunikace o tom, co sledují, proč a co si z daných videí berou. (Nosková, 2018) Úkolem rodiče by mělo být řádně připravit své dítě na mediální svět, zejména pak na virtuální

prostor ve formě internetu, do nějž dítě přichází. Důležitým faktorem je, že čas tohoto příchodu je rodič schopen ovlivnit. Na rozdíl od televize lze dítěti jen těžko nařídít, na co se bude na internetu dívat, ale rodič může částečně počiny svého dítěte regulovat. Ovšem není v jeho kompetenci uhlídat veškerý obsah, kterým se dítě na internetu probírá, nebo kontrolovat, jaký je obsah videí, jenž dítě na internetu sleduje. Z výše zmíněného logicky vyvstává otázka, jak dítě účinně ochránit? Zákaz není z pravidla tím nejlepším řešením, protože svádí k tomu, aby děti lhaly. Lepším řešením by proto bylo dětem o možných hrozbách říci dříve, než se s nimi setkají. Včasná prevence je totiž tím nejlepším řešením. Děti velice rády používají YouTube, protože na něm nalézají spoustu obsahu, který je pro ně potřebný, nehledě na to, zda se jedná o zábavu nebo informace. Jak bylo již několikrát řečeno, nejsou zde pouze materiály pro děti vhodné, ale i nevhodné, a jak bylo zmíněno výše, je potřeba s dětmi o tom, co dělají na internetu, hovořit. Nicméně je velmi potřebné vyhnout se tomu, aby dítě nabylo dojmu, že musí vše se svým rodičem sdílet a nemůže bez něho na internetu udělat ani krok. Pro tuto tematiku je velmi vhodným řešením propojení bezpečnosti na internetu právě s YouTuberem, který je jejich středem zájmu, ačkoliv pro bezpečnost na Youtube nelze vymezit jiná pravidla, než která platí všeobecně pro pohyb na internetu. (Kysela, Štorková, 2018b) Jirka Král (In Veselovský, 2018) říká, že počet lidí sledující sociální sítě a YouTube se stále zvyšuje. Uvádí, že on dostal mobilní telefon, který ještě ani nebyl chytrý, až ve školním věku. Dnes mají děti telefon už ve školce a přístup k internetu dokonce daleko dříve. Přirovnává tuto situaci k pomyslným nůžkám. Na jednom konci přibývají menší a menší děti, ale na druhém i starší lidé, protože své oblíbené YouTube má i jeho babička. Tato situace jen více zdůrazňuje otázku „co bude dál, kam to povede?“ (Král, Veselovský, 2018) Ačkoli dospělí lidé nevěří všem věcem, které naleznou na internetu, stále je pro ně pohodlnější sledovat internetové zprávy, které nemusí být zdaleka pravdivé. Rozšířilo se zpravodajství především ve formě sociálních sítí. Výhodou zpráv na sociálních sítích je komfort při jejich vyhledávání, možnosti filtrování vyžadovaného obsahu i nabídka konfrontace názorů s jinými lidmi. YouTube je dle průzkumu Pew Research Center druhý nejpoužívanější zdroj informací, používá ho přes 20 % dotazovaných lidí, kde vzorek tvoří přes 4500 respondentů. Na prvním místě se umístil Facebook. (Matsa, Shearer, 2018) Bezpečnost na internetu řeší i spousta organizací, které navštěvují školy a dávají žákům přednášky o možných dopadech špatného využívání internetu. Například společnost Safer Internet nabízí školení pro žáky základní i střední školy, také pro učitele a rodiče. Žákům nabízí témata o sociálních sítích, šikaně, používání chytrých telefonů a ztrátě soukromí. (Saferinternet.cz, 2017)

### 4.3 Nová koncepce výuky informatiky

Jak můžeme zaznamenat, v posledních letech došlo k mnoha změnám, které dělají technologie ještě vyspělejšími. Svět jde technologicky kupředu a my skrze počítač a mobilní telefon můžeme zařídit téměř cokoli. Nejčastěji skrze tyto prostředky dochází ke komunikaci a sdílení informací, ručně psané dopisy se již skoro neposílají a děti si více hrají s technikou, než aby trávily čas hraním si s klasickými hračkami. Doba je daleko vyspělejší a všechny oblasti běžného života se jí přizpůsobují. Jelikož se změnil i průběh dětství dnešních dětí, a především dětské aktivity, proto by bylo zapotřebí, aby se změnil i přístup škol k nim. Ministerstvo školství si uvědomuje, že moderní technologie zasáhly každodenní život dětí a současně pracuje na jejich začlenění do vzdělávací soustavy. Nová koncepce vyučování by měla být založena na tom, že předmět informatika v podobě, jak ho dnes známe, bude rozčleněn do ostatních předmětů a informatika dostane novou podobu.

Vezmeme-li problém do podrobná, tak vzhledem k vyspělosti dnešní doby je potřeba inovovat technologie na školách, především aby žáci nezaostávali za potenciálem, který dnešní vyspělé technologie mají a dokázali se jim přizpůsobit a držet s nimi krok. Žáci musí umět využívat možnosti, které jsou jim nabízeny a zároveň by je měli využívat bezpečně a efektivně. Na 70 mateřských, základních a středních školách v České republice se aktuálně od září 2018 testuje nový model výuky informatiky, jeho testování potrvá do roku 2020. Nový styl obsahuje především logické operace, rozpořádání postaviček a programování robotických stavebnic. Na programování se žáci naučí spoustu postupů a řešení kterými obohacují svoji logiku. Programování ale v novém modelu výuky není jediným tématem. Dále se budou žáci věnovat i jiným důležitým odvětvím informatiky, která sahají od historie až po řešení nejrůznějších situací a jejich následnou aplikaci do praxe (EDUin, 2018).

V nové koncepci se digitální gramotnost zaměřuje na využívání digitálních technologií ve škole a osobním životě tak, aby bylo jejich užívání bezpečné, kritické a tvořivé. Žáci jsou schopni vnímat rizika užívání online médií a jejich začlenění do běžného života. Žáci se učí vyjadřovat skrze online média a tvořit sami jejich obsah. Již od počátku školní docházky je u žáků v dnešní vyspělé době potřeba rozvíjet digitální a informatické myšlení, které zahrnuje aktivity ve škole i v mimoškolní činnosti. Čím více budou žáci digitálně gramotní, tím více rostou i nároky na související vědomosti a dovednosti, které mohou aplikovat do běžného života. Aby bylo možné tyto kompetence rozvíjet, nestačí na to pouze jeden předmět, nýbrž provázanost s celou výukou. Digitální gramotnost

se zaměřuje především na oblast sdílení a komunikace v digitálním světě, tvorbu digitálního obsahu a společnost a digitální technologie. Tyto oblasti zahrnují trendy dnešní doby týkající se komunikace na sociálních sítích a užívání internetu za účelem zábavy. Potřeby současnosti podtrhávají témata, která jsou ve výchově k digitální gramotnosti zahrnuta. Na druhém stupni základní školy i na střední škole se zaměřuje především na hledání příležitostí v občanském životě skrze internet, využívání vhodných technologií pro požadované účely, kritické posuzování vlivu technologií na život, pozorování vývoje technologií a jejich využití k sebeedukaci, seznámení s autorstvím, učí respektu a pravidlům chování ve virtuálním prostoru, zabývá se digitální identitou a sebeochranou, prohlubuje znalosti ve tvorbě digitálního obsahu a zabývá se selekcí informací. (NÚV, 2018)

Problémem dosavadní výuky informatiky a celkově pojetí výuky mediální výchovy je to, že jsou nejen dle mého názoru poměrně zastaralé, přihlédneme-li k pokroku v technologiích a společnosti, ke kterému dochází v posledních letech. Podoba dnešního dětství prošla také velkou změnou, zejména v ohledu na již zmiňované digitální technologie. Vzhledem k tomu, že děti vyrůstají s mobilními zařízeními v ruce, musím podotknout, že by bylo potřeba k tomuto faktu přihlédnout i ve školách a dbát na včasnou a důkladnou osvětu a prevenci, a to v daleko větší míře, než v jaké je v současnosti vedena. Bylo by potřeba do výuky zapojit zejména moderní média a sociální sítě, hledání informací na internetu a s tím související fake news, reklamy a celkovou věrohodnost těchto zdrojů. Nová koncepce vzdělávání k tomuto faktu ale přihlíží a plánuje změny ve výuce informatiky a mediální výchovy, které by měly reflektovat vyspělost dnešní doby. Výuka informatiky obsahuje širokou škálu dovedností, které má žák ovládat. Nyní by se měly základy práce s počítačem a programy přesunout do jiných vyučovacích předmětů. Informatika jako taková by se měla více zaměřit na informatické myšlení, souvislosti a schopnost přicházet na řešení, což by přineslo propojení s vyspělostí digitálního světa. Výuka informatiky na základní i střední škole obsahuje práci se základními programy kancelářských balíků, kde si žáci musí poradit s úpravou textových dokumentů, tvorbou tabulek a databází, ale i s osvojením si historie a vývojem počítačů a jejich hardwarovou stránkou. Tato forma výuky je brána jako zastaralá, přesto si myslím, že má v informatice své opodstatnění. Změna by se měla týkat všech vyučovacích předmětů. Jako učitel informatiky se domnívám, že ne každý pedagog je kompetentní k tomu, aby vyučoval nějakou část informatiky, ať už díky svým nedokonalým vědomostem nebo schopnostem. Na základě změn by měly být počítače využívány v českém jazyce, matematice i dalších předmětech. V informatice by se žáci

měli nově zabývat především programováním, infromatickým myšlením a digitální gramotností, což je do života prospěšné. Programování bude zakomponováno do logického řešení, ve kterém se má postupovat krok po kroku. To znamená, že řešení každého problému probíhá na bázi programování. Programování a seznamování s digitálními médii by mělo být ve větší míře začleněno i do mateřských škol, aby si děti před nástupem do školy tyto věci osvojily. Jsou ale školy, které mají k výuce informatiky blíže, patří mezi ně především školy odborné. Na těchto školách se nevyučují pouze základy, které zde již byly zmíněny, ale výuka sahá dále, žáci se seznamují například se základy robotiky. Informatika jako taková je na školách jen v minimálním množství, je i minimum aprobovaných informatiků a celkově se na důležitost informatiky zapomíná. Předpokladem je, že ve školním roce 2018/2019 některé technicky vybavenější školy již budou vyučovat dle tohoto programu. (Paulenková, 2017)

Chce-li nový vzdělávací program dosáhnout toho, aby se s digitálními technologiemi pracovalo ve všech předmětech, vidím v tom samozřejmě pozitiva, nicméně se domnívám, že obohatit výuku digitálními technologiemi se dá i jinými, daleko vhodnějšími, způsoby než zakomponováním dané části informatiky do jiných předmětů. Dle české školní inspekce je největší hrozbou podceněná vybavenost škol v digitálním vzdělávání. Standard zde splňuje necelých 10 % z nich. Problémem současných vzdělávacích programů je ale i jejich stáří. Jsou staré i 10 let a ve světě technologií je během 10 let značný veliký posun dopředu. Problémem techniky je především to, že velmi rychle stárne a je potřeba její častější obměny, což může být pro školy poměrně nákladné. Právě tento fakt může být zároveň důvodem, proč je ve většině škol výuka informatiky zastaralá. Kritika výuky informatiky je zaměřena především na to, že se žáci učí pouze uživatelsky pracovat s počítačem. Nový vzdělávací program by měl dbát především na rozvíjení infromatického myšlení, které je v současnosti potřeba. Kancelářský balík se bude řešit ve všech předmětech, textový editor zejména v českém jazyce, tabulkový zase v matematice, kde najde praktické využití. V tomto začlenění shledávám problém především v nekompetenci učitelů jiných předmětů k vyučování takových programů, učitelé je sami nemusí umět dobře ovládat, natož s nimi učit plnohodnotně pracovat někoho dalšího. Další problémy vidím ve schopnosti kontrolovat žáky při práci, protože k výuce s počítačem nemusí mít dostatečnou průpravu, ale i nelibost učitelů změnit svůj přístup k vyučování. Na nevzdělanost učitelů z jiných oborů je v tomto případě ale myšleno, jsou jim poskytnuta školení, aby byli k výuce daného tématu kompetentní. (Paulenková, 2017)

K novému pojetí informatiky lze přistupovat ale i z jiného úhlu pohledu. Programování je sice trendem dnešní doby, ale je opravdu nutné, aby se jej učily děti v mateřské škole? Obávám se toho, že programování se bude řešit na úkor digitální gramotnosti, kterou žáci v současnosti vzhledem k jejich zálibám potřebují více. Proč žáky po celou dobu jejich školní docházky zatěžovat programováním, pro které část z nich nemusí mít žádné vlohy, přestože by byli v jiných tématech velmi schopné? Dle mého názoru by mělo být všeho s mírou. Jednak se nedomnívám, že neaprobovaní učitelé informatiky dokáží vysvětlovat učivo vhodným způsobem, ať se jedná o kancelářský balík nebo grafickou tvorbu, nýbrž se domnívám toho, že by se dal vzdělávací plán ucelit jinak. Děti dnes umějí spoustu věcí samy z domova a ze svého volného času, bylo by tedy možné naprosté základy vypustit a navazovat na ně složitějšími celky, jakými jsou například styly formátování a číslování stránek ve Wordu a případná snazší témata pouze připomenout. Stačilo by pozměnit část vzdělávacího programu. Budeme sice žáky učit, jak používat moderní digitální technologie a jak se vyrovnat jejich vyspělosti a růstu, ale kdo a jak bude učit žáky, aby se správně ochránili před jejich hrozbami, když informatiku bude vyučovat každý, kdo není aprobovaný informatik? Vhodné by bylo zavést takovou mediální výchovu, která by děti ochránila před hrozbami internetu, které si absolutně neuvědomují, a učila je na věci hledět kriticky. Naučily by se správnému a bezpečnému používání internetu, které je mnohdy cizí i dospělým lidem. Klíčové by v takovém pojetí bylo to, jakým způsobem bude mediální výchova zprostředkována. Pro žáky nejlépe stravitelnou formou zprostředkování by dle mého názoru bylo podání problematiky skrze jim blízká témata a osobnosti, kterými jsou právě YouTuberi. Mnozí z uvědomělejších YouTuberů se již sami o určitý typ osvěty snaží, a dokonce sami tvrdí, že na školách právě toto chybí a bylo by potřeba na tom zapracovat.

Jak jsem již uvedla, riziko vidím v kompetenci ostatních učitelů metodicky zvládnout nový obsah výuky. Dalším problémem ale může být časová dotace, protože aby mohla být všechna témata z informatiky vyučována na vysoké úrovni, musela by mít informatika více hodin. Přesune-li se její část do jiných předmětů, obávám se stejného problému, protože by se muselo ubrat zase jinde. Například v matematice je spousta důležitého učiva, které musí žák zvládnout a nyní se k němu přidává ještě část informatiky. Běžně se stává, že učitelé látku nestíhají probírat, protože některé téma je například těžší a zdrží se u něho déle. V některé třídě jde výuka snadno a v jiné zase ne, je zde mnoho situací, které mohou nastat. V tuto chvíli se bohužel domnívám, že v některých předmětech bude sice začlenění informatiky velmi vhodné (předpokládám například výtvarnou výchovu a kombinace barev, fontů písma atd.), ale ve většině předmětů to bude

problémem, učiva bude moc a žáci jej nebudou zvládat a nebudou na jeho zvládnutí kvalitně připraveni. Špatné výsledky žáků pak mohou být uvaleny na učitele a nekvalitu jeho schopností.

#### **4.4 Mediální výchova**

Rodiče se dnes ocitají ve složité roli, poněvadž sami nevyrostali v digitální době, a proto je pro ně často těžké čelit nástrahám na internetu, které ohrožují jejich děti. Dětství a volný čas rodičů nebyl ovlivněn internetem a digitálními médii, obzvláště ne tolik jako dnes. V současnosti ale musí umět s médii žít každá rodina, protože působení médií je již nevyhnutelné. Stejně tak nevyhnutelná je i potřeba mediální výchovy, protože rodinu není možné od médií oddělit a problémům je třeba čelit. Především v posledních letech je důležitou částí výchovy v rodině i mediální výchova. Měla by zamezit rizikům spojeným s médii, především útočit na děti, protože jejím cílem je vyvinutí pevné mediální gramotnosti u dětí, která umožní co nejméně nebezpečnou míru užívání médií. Takto gramotné děti by měly být schopny rozpoznat prohlížený obsah na internetu ze všech stran. Pro rodiče může být mediální výchova těžká, protože děti bývají větším odborníkem na média než oni sami. (Stašová, Slaninová, Junová, 2015) Nelze se ale snažit udělat společnost nezávislou na médiích, protože právě média dnes naši společnost utvářejí a udržují nás ve spojení. Ovšem každý, kdo se ve světě médií pohybuje, by měl mít alespoň minimální ponětí o tom, jak fungují a jak informace vznikají. Vzniká tak požadavek mediálně vyspělé společnosti na mediální gramotnost. Mediální gramotnost je rozvíjena mediální výchovou, která reflektuje poznatky studií a zprostředkovává je mladé generaci ve školních lavicích druhého a třetího stupně. Mediální výchova je ve školách poměrně mladou disciplínou, přestože média a jejich aktéři jsou školeni již desítky let. Mediální gramotnost se proto stala potřebnou pro život v mediálně vyspělé společnosti. (Jiráček, 2006) Je nyní silně potřebná především z důvodu, že média jsou součástí našeho každodenního života a dokáží nás ovlivňovat natolik, že formují naše životní postoje a určují popularitu trendů. Na českých školách se sice mediální výchova vyskytuje od roku 2007, ale jak se mohou mediálně vzdělat rodiče a ostatní lidé, kteří mají školní docházku již za sebou? Existuje nabídka mnoha kurzů mediální výchovy, ve které se mohou edukovat senioři i rodiče. Například v Pardubickém kraji proběhly kurzy Mediální gramotnost a setkaly se s pozitivním ohlasem. (Krouželová, 2019)

Mediální výchova nemusí probíhat pouze doma, ale měla by se uskutečnit především ve škole. Může být rodiči podceňována, obzvláště díky názoru, že rodiče taktéž mediální

výchovou neprošli a dokáží s médii dobře a bezrizikově pracovat. Obsah médií ale prošel velmi podstatnou změnou, které dnešní děti musí čelit. Největším problémem je to, že mediálnímu vlivu čelí stále nižší věková kategorie, která nemá možnost se s médii postupně seznamovat a pozvolna je začleňovat do svého života. Obsah médií je dnes již směřován i na velmi malé děti. Stašová (2015) uvádí, že v Evropě se mediální výchova rozvíjí až během 80. let, v České republice konkrétně v 90. letech 20. století. Za cíl si klade zprostředkování mediální kompetence čili schopnost používat média bez ohrožení riziky, případně s jejich uvědoměním. Lze ji realizovat dvěma způsoby. Systematická mediální výchova je realizována skrze speciální vyučovací předmět nebo mezipředmětově, nesystematická se realizuje jako součást vyučovacích předmětů. Již v 90. letech se autoři publikací začínají zabývat problémy a vlivem médií. Ve 20. století se projevilo, že i v České republice je nezbytná mediální výchova, ta byla zařazena do rámcového vzdělávacího programu v roce 2000. (Stašová, Slaninová, Junová, 2015) Dnešní RVP nabízí výuku mediální výchovy mezipředmětově nebo v jednom samostatném předmětu. Pokud je mediální výchova brána jako samostatný předmět, může disponovat mnoha výhodami. Jednak jsou její podmínky totožné jako u jiných předmětů, zároveň působí důležitěji, stejně tak je ale velmi žádoucí, aby se mediální výchova v dnešní době prolínala i s dalšími předměty. Nejvhodnější variantou je tedy samostatný předmět i průřezové téma, ovšem to není v možnostech každé školy, proto se mediální výchova velmi přizpůsobuje. Jelikož se média stále mění, nejvhodnější variantou je samostatné celoživotní vzdělávání v této oblasti. O mediální výchovu nebyl patrný zájem až do doby před pár lety, kdy začal růst počet internetových útoků, hoaxů a podvodů. Až při analýze velkých a důležitých témat v prostředí internetu a rozdělení společnosti na poloviny díky mylným informacím, se začal klást důraz na důležitost mediální výchovy, protože lidé nejsou schopni rozeznat mylné informace od pravdivých a ani si je neověřují. Česká školní inspekce prováděla šetření na školách o kvalitě mediální výchovy, aby mohlo dojít vzhledem k její nepostradatelnosti ke zkvalitnění. Výzkum české školní inspekce poukázal na fakt, že školy nemají vzhledem k naplnění vzdělávacího programu prostor pro uskutečnění mediální gramotnosti, protože by byla rozšiřována na úkor jiných vědomostí. Dalším zjištěním provedeného výzkumu byl fakt, že školy mediální výchovu nezvládají ani jako průřezová témata a nesnaží se ji ve výuce uskutečnit. Vzhledem k nevybavenosti škol se žákům dostane části mediální výchovy pouze v pár hodinách ročně, a to kvůli nízké připravenosti pedagogů. V učebních oborech mediální výchova není zohledněna vůbec. Budeme-li interpretovat výsledky šetření k tématu mediální výchova a gramotnost, zaměříme se na ty nejstěžejnější, které se ukázaly. Bylo zjištěno, že nejčastějším zpravodajským zdrojem



pro středoškolské žáky jsou sociální sítě. 60 % dotazovaných neví, zda jsou informace v internetovém zpravodajství zcela pravdivé. Dokáží ale rozlišit bulvár od zpravodajství. Největším problémem u žáků bývá neověřování pravdivosti získaných informací. V roce 2017 realizovala organizace Člověk v tísni výzkum zaměřený na mediální výchovu, kterého se zúčastnilo 132 respondentů pracujících na středních školách. Ukázalo se, že 6 % škol vůbec nerealizuje mediální výchovu a až polovina škol neví, jaké má mít mediální výchova výstupy. Průzkum dále odhalil, že na 14 % gymnázií se mediální výchova vyučuje formou samostatného předmětu, ale na odborných školách pouze v 3 % případů. Na odborných školách je problémem upřednostnění odborných předmětů před všeobecnými znalostmi, z toho důvodu je povědomí o mediální výchově mizivé. Výzkum se nadále zabýval i studiem mediální gramotnosti u dětí do 15 let a starších 15 let. U dětí starších 15 let slouží internet jako prostředek zábavy a zjišťování informací. Až 73 % z nich věří informacím na internetu, u kterého se zároveň nejvíce bojí ztráty soukromí. U dětí do 15 let bylo zjištěno, že berou média jako součást svého života a nemít je na dosah jim zvyšuje diskomfort. Stejně jako starší děti využívají média pro svou zábavu a získávání informací. (Kaderka, 2018) Mezi hlavní závěry získané studií Mediální gramotnost osob mladších 15 let (Institut komunikačních médií a žurnalistiky, 2016) patří fakta, že dnes jsou děti běžně zvyklé pracovat s digitálními komunikačními technologiemi a vnímají je jako standardní součást života. Na úkor digitálních médií jsou postavena tištěná média, která se mezi dětmi stále vyskytují, nicméně již ne v takovém zastoupení, v jakém bývaly dříve. Největší přísun informací z těchto médií stále zprostředkovává televize, která se dokázala posunout do jiné dimenze a neslouží nyní pouze ke sledování konkrétních zprostředkovaných informací, ale stala se médium k přehrávání dětmi zvoleného obsahu z internetu. Také se ukázalo, že děti spíše střídají používaná média, než že by nějaké mnohonásobně upřednostňovaly. Velmi zajímavým zjištěním je, že tvořivý potenciál nových médií využívají zejména děti mladšího školního věku, poněvadž starší děti se bojí neúspěchu vlastní tvorby před svými vrstevníky. V tomto výzkumu bylo také zjištěno, že většina dětí mladšího školního věku má rodiče, kteří už dospívali v růstu mediální kultury, mají ji zažitou a mají s ní zkušenosti. Na základě toho vědí, co může dětem na internetu hrozit. U starších školou povinných dětí je stále cítit značná propast mezi rodiči a médii jako je internet. Přesto se prokázalo, že většina mladých rodičů má obavu z užívání internetu zejména u dětí ve věku do puberty. Děti, převážně ty mladší, si na internetu v poslední době oblíbily možnost vlastní tvorby obsahu, která je pro ně poutavější než sledování televize, protože mohou samy něčím přispívat a aktivně se podílet na vzniku obsahu, který se stává formou zábavy pro někoho jiného. Z oblasti reklamy se prokázalo, že starší děti ji skutečně již dokáží

pochopit a nenechají se ovlivnit, na rozdíl od mladších dětí. Dokonce jsou schopny rozpoznat reklamu i u YouTuberů. (Institut komunikačních studií a žurnalistiky, 2016).

Problémem mediální výchovy je zřejmě v největší míře neschopnost škol správně ji začlenit do vzdělávacího obsahu, dále pak zaměření spíše na teoretické poznatky, které jsou upřednostněny před reálnými dovednostmi a výsledky. Bohužel velmi často bývá mediální výchova zaměřena pouze na předání informací, radí, co a jak dělat, ale již se v takové míře nezabývá tím, čemu se vyvarovat a co rozhodně nedělat. Zejména v jejích počátcích implementace do vzdělávání byla velmi zanedbána otázka bezpečnosti, která nabrala na důležitosti až se sociálními sítěmi rozvíjenými v současnosti. (Stašová, Slaninová, Junová, 2015) Se Stašovou souhlasím a sama se domnívám, že mediální výchova je dnes jedním z nejpotřebnějších předmětů, který by měl být propojen především s výukou informatiky a společenskými vědami. Podíváme-li se na stav a vyspělost naší společnosti a novodobé záliby dětí, je více než žádoucí zahájit proces prevence nežádoucích jevů plynoucích z internetu a správnost užívání potenciálu, který nám nabízí. Přitom cíle předmětu mediální výchova jsou v rámcovém vzdělávacím programu popsány velmi jednoduše. Mediální výchova má žákovi poskytnout nejnutnější úroveň mediální gramotnosti, která obsahuje poznatky o fungování médií. V základu se zabývá schopností rozpoznat hodnotu sdělení, jeho věrohodností a možnost porovnat informaci s jinými. Zabývá se také multimediálními obsahy, které jsou vhodné pro vzdělání i trávení volného času. (RVP ZV, 2016)

Projekt, který propojuje edukaci s YouTuberstvím je například projekt samotného YouTubera Jirky Krále, který nese název Bud' safe online. Král s kolegy ze společnosti Avast (světový leader v oblasti zabezpečení a vývoje antivirových programů) navštěvuje školy a prezentuje přednášky, ve kterých informuje jak o YouTube, tak bezpečnosti na internetu celkově. Radí dětem, co by dělat měly a především neměly. Pozitivním faktorem dle jeho názoru je, že školy se k tomuto projektu hlásily samy. Vzhledem k velkému ohlasu byly vytvořeny i webové stránky, kde si děti mohou hledat informace samy. Web je rozdělen do tří kategorií obsahující informace pro studenty, rodiče a učitele. Král apeluje na to, že rodiče by měli vědět, na co se jejich dítě dívá. Vychází ze svých zkušeností, ve kterých se s ním chtělo několik dětí vyfotit a rodič vůbec netušil, s kým se jeho děti fotí. To ho vedlo k myšlence apelovat na rodiče, že součástí výchovy v dnešní době by mělo být povědomí o idolech dětí. Proto byla vytvořena rodičovská část webu, kde se rodiče dozví potřebné informace o tom, jak by měli chránit své děti a snaží se jim s aktuální problematikou pomoci. Část pro učitele v tomto projektu zaštiťuje Ministerstvo školství ČR. Hlavní myšlenkou je poskytnout učitelům videa, která budou moci využívat

přímo ve výuce. Taková videa mají obsahovat informační hodnotu propojenou se zájmem dětí. Plánovaným výsledkem je co nejsnazší předání cílové hodnoty dítěti.

Dle Králových slov je nejdůležitější prevence. Dítě by mělo mít základní povědomí ještě před tím, než začne používat internet, poněvadž nežádoucí důsledky jeho používání se již odstraňují velmi obtížně. Děti jsou velmi naivní a dělají vše bez zabezpečení. Specialista Vlček (2018) z Avastu uvádí, že „*informatika na školách neodpovídá tomu, jak reálně vypadá používání výpočetní techniky nebo mobilních a jiných technologií mezi dětmi.*“ Dle průzkumu spojeného s programem Bud' safe online bylo dotázáno přes 17 tisíc respondentů ve věku 9 až 17 let. Dotazování zjišťovalo využívání sociálních sítí v daném věkovém období. Děti mezi 9 až 12 lety používají nejvíce právě YouTube, to se s 93 % umístilo na prvním místě. Na druhém se 78 % Instagram a na třetím Facebook s 60 %. Děti ve věku 13 až 17 let využívají tyto sociální sítě téměř vyváženě, jako první je YouTube s 90 %, poté Instagram s 93 % a nakonec Facebook s 92 %. Věková hranice respondentů značí, že věkové omezení ve smluvních podmínkách je naprosto zbytečné, protože děti stejně tyto sociální sítě používají a taková omezení tedy nejsou řešením. Zákazy nefungují a dnešní doba si žádá využívání sociálních sítí. Jediné řešení dle Krále je naučit děti správně používat internet a jak se vyvarovat rizikům. (Vlček, 2018).

## **5 Vliv fenoménu na žáky 2. stupně ZŠ a SŠ**

Za účelem ověření mého předpokladu vznikl výzkum, který následuje předchozí teorii pramenící převážně z literatury. Rozhodla jsem se zkoumat vliv YouTube a YouTuberů na žáky 2. a 3. stupně, o kterém pojednává celá tato práce, kterou lze pojmout jako manuál pro pedagogy, kteří se s YouTubery seznamují. Otázky ve výzkumném dotazníku kopírují teoretické kapitoly a snaží se o ověření informací, které jsou uvedeny v odborné literatuře. Cílem výzkumu je zjistit, jaký přístup mají žáci k YouTuberům, jak vnímají YouTube a nakolik je tento trend zohledněn ve školách. Výzkumný problém je blíže představen v následující kapitole.

### **5.1 Výzkumný problém**

Záměrem výzkumné části této práce je především zkoumat a částečně objasnit vliv aktuálního fenoménu YouTuberů, který je v současnosti na svém vrcholu. Především jde o objasnění jeho vlivu na žáka 2. stupně základní školy a střední školy, jaké se v těchto

výzkumných vzorcích jeví rozdíly a jak celkově žáci těchto dvou vzdělávacích stupňů na YouTube pohlízejí. Zejména z hlediska masového ovlivňování a přítomnosti marketingových strategií i ve tvorbě, která je primárně určena této věkové skupině, byla snaha o zjištění toho, kým se žáci nechají ovlivnit a proč.

Další pilíře výzkumného šetření jsem rozdělila do dílčích částí, o kterých výzkum na základě hlavního cíle rovněž pojednává. Jeden z dílčích problémů výzkumného šetření byl zaměřen na to, co žákům říká YouTube, jak je na jeho využívání připravuje škola a jak je s takovým fenoménem ve školním prostředí nakládáno. Tímto hlediskem měla být alespoň částečně odhalena stránka mediální výchovy zabývající se aktuálními trendy a jejich problematikou. Vzhledem k tak obrovskému fenoménu, jakým jsou YouTuberi, se domnívám, že by s ním mělo být i ve školním prostředí patřičně naloženo, především pak z hlediska možných nežádoucích dopadů na žáky a jejich včasnou prevenci.

Jelikož předpokládám, že se stali YouTuberi trendem a dokáží naplnit veškeré potřeby dětí, stali se tak i náplní jejich volného času. Děti (v této práci vymezeno věkem 2. stupně ZŠ a SŠ) tak kvůli potřebě sledování YouTuberů odsunují jiné činnosti a tráví nadměrné množství času u technologií zpřístupňujících internet. Na základě nedokonalé mentální vyspělosti těchto dětí předpokládám značné ovlivnění jejich smýšlení a jednání názory YouTubera, které mohou vést k bezhlavému přejímání jeho názorů a aktivit. To je předpokládáno především proto, že se nachází v období, kdy dochází k psychickým i fyzickým změnám jedince. Především po psychické stránce dochází k velkým proměnám, dítě v tomto období potřebuje patřit do určité skupiny lidí vyznačující se jistou podobností, mít pocit sounáležitosti a hledá své pravé a budoucí já, které prochází procesem transformace. Na základě této myšlenky pramenící z odborné literatury zmiňované v části týkající se psychického vývoje žáků vznikl předpoklad, že jedinec bude hledat sounáležitost s někým populárním, ke komu vzhlížely a vzhlíží desítky vrstevníků. Vystává proto otázka, ke komu jinému by mohlo dítě v tomto věku vzhlížet než právě k fenoménu doby, kterým jsou YouTuberi? Vzniká tak další předpoklad, že menší žáci budou se svými vrstevníky uctívat tento trend, který jim bude poskytovat uspokojení jejich vývojových potřeb, stane se jejich idolem a bude naplňovat jejich volný čas a potřebu zábavy, jak bylo zmíněno výše.

Na základě tohoto předpokladu lze předpokládat i fakt, že děti budou považovat YouTube za své kamarády a díky tomu jim budou důvěřovat. Vznikne tak pro ně věrohodný zdroj, kterým je YouTuber a dojde k zanedbání ověřování informací a rozšíření dezinformací. Tuto situaci předpokládám především u dětí, které nejsou

školou vytíženy i ve svém volném čase. Zároveň předpokládám, že na malé vesnické základní škole je reálný pohled žáků na okolní vlivy na základě mentálního dospívání utvářen pomaleji než u žáků na nižším stupni gymnázia ve městě. Předpoklad je založený na obtížnosti učiva a náplni volnočasových aktivit a zároveň tvorbě vrstevnických vztahů se stejně vyspělými dětmi, na jejichž základě dochází ke sdílení zkušeností a tvorbě reálných představ o okolním světě. S tím souvisí předpoklad zaměřený na fiktivní informace, které se vyskytují na internetu.

Další předpoklad počítá s postupným mentálním zráním jedince, ke kterému dochází při přechodu na střední školu a převážně v jejích začátcích. Předpokládá se, že jedinec již nebude natolik ovlivňován okolím a trendy, dojde k sebeurčení a výslednému formování své osobnosti, která se odchýlí od virtuální společnosti a zařadí do reálné vrstevnické společenské skupiny. S tím souvisí předpoklad omezení sledování trendů a dosavadních zálib a upřednostnění komunikace a stmelování vztahů reálných. Záměrně tedy byly zvoleny dvě skupiny žáků s cílem poukázat na ovlivnitelnost žáků na druhém stupni základní školy silou médií a postupné uvědomování si osobních hodnot a reálných faktů na střední škole.

Zrekapitulováno v bodech, hlavní výzkumný problém zaměřený na vliv YouTuberů na žáky je zohledněn i ve výzkumných problémech dílčích, kterými jsou předpoklady:

- děti svůj volný čas věnují sledování velkého počtu YouTuberů,
- nechají se ovlivňovat názory oblíbeného YouTubera,
- YouTuberi se stali hlavní náplní volného času dětí,
- YouTuberi vedou děti k tomu, aby dělaly podobné věci jako oni,
- považují YouTube za zdroj pravdivých informací a YouTubery berou jako kamarády,
- míra zohlednění fenoménu ve výuce a mediální výchově je nízká,
- starší žáci si formují jiný pohled na YouTubery než ti mladší.

Cílem je potvrdit nebo vyvrátit dané předpoklady, případně na ně podat odpověď a najít případná řešení daných problémů.

## 5.2 Výzkumný vzorek

Jako vstupní data pro uskutečnění výzkumu ke zjištění vlivu YouTuberů na žáky 2. stupně základní školy a žáky střední školy bylo použito dotazníkové šetření prováděno na několika základních a středních školách na začátku roku 2018. Dotázáno bylo celkem 325 respondentů. Z toho 165 žáků 2. stupně základních škol (83 dívek a 82 chlapců) a 160 žáků středních škol (80 dívek a 80 chlapců). Průměrný věk respondentů na základní škole byl 13,7 let a na střední škole 16,8 let.

Tabulka č. 2: Respondenti

<b>2. stupeň základní školy</b>	dívky	83	<b>celkem 165</b>
	chlapci	82	
<b>střední škola</b>	dívky	80	<b>celkem 160</b>
	chlapci	80	

Záměrně byly vybrány tyto školy z důvodu smíšených podmínek, zaměření i bydliště, aby byl vzorek co nejvíce rozmanitý:

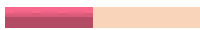



- Gymnázium Boženy Němcové Hradec Králové
- ZŠ Bojanov
- ZŠ Dr. Jana Malíka Chrudim
- Vojenská střední škola a Vyšší odborná škola Ministerstva obrany v Moravské Třebové
- SOŠ A SOU obchodu a služeb Chrudim
- Střední průmyslová škola Chrudim
- Vyšší odborná škola zdravotnická a Střední zdravotnická škola Trutnov
- Biskupské gymnázium Bohuslava Balbína Hradec Králové
- Gymnázium Josefa Ressela Chrudim
- Střední zdravotnická škola Pardubice

Dotazník se skládá z 25 otázek a mapuje všechny oblasti týkající se výzkumných předpokladů, ale i oblasti další, s jejichž výsledky budu pracovat a s tématem souvisí. Vedle tohoto dotazníku byl vytvořen i dotazník pro učitele, který slouží jako informační vodítko k tomu, jak učitelé pracují s fenoménem YouTuberů a jak jej začleňují do výuky. Bonusové je zjištění, zda YouTubery sledují i respondenti z řad pedagogů.

### 5.3 Diskuze nad výsledky






V této kapitole jsou rozebrány odpovědi žáků na otázky z dotazníku, nejzajímavější výsledky jsou doplněny tabulkami k lepšímu zobrazení výsledků. Výzkum poukázal na to, že žáci ve velké míře využívají stránky YouTube, 62 % z nich uvádí, že je navštěvuje často, přestože téměř 45 % žáků stráví na YouTube denně méně než 1 hodinu, další nejčastější odpovědí je 1 až 2 hodiny denně, tolik času stráví na YouTube 125 respondentů. Pouze 5 % z nich je na YouTube online více jak 5 hodin denně. Na tyto výsledky poukazuje tabulka č. 3.

Tabulka č. 3: Čas strávený dětmi na YouTube (Otázka č. 2)

			Celkem	ZŠ	SŠ
Méně než 1		44,6 %	145	73	72
1–2		38,5 %	125	59	66
3–4		11,1 %	36	21	15
5 a více		5,8 %	19	12	7

Co se týká sledování YouTuberů, nedá se říci, že by respondenti upřednostňovali sledování především těch známých. Míra jejich sledování je téměř shodná s jejich nesledováním, známé YouTubery sleduje 63 % respondentů a méně známé pak téměř 40 %. Naopak nezámé o méně známé YouTubery jeví téměř čtvrtina respondentů. Nejčastěji žáci sledují mezi dvěma a deseti YouTubery, je jich 40 %, 40 respondentů sleduje více než 20 YouTuberů, 41 nesleduje žádného YouTubera.

Tabulka č. 4: Počet YouTuberů, které děti sledují (Otázka č. 5)








			Celkem	ZŠ	SŠ
0		12,6 %	41	17	24
1–2		18,8 %	61	28	33
2–10		40,6 %	132	61	71
10–20		15,7 %	51	32	19
více		12,3 %	40	27	13

Tyto výsledky mě velmi překvapily, předpokládala jsem, že nejčastěji budou respondenti sledovat více jak 15 YouTuberů, ukázalo se, že jich sledují méně. Překvapivé pro mě bylo i to, že více jak 20 YouTuberů sleduje stejný počet dětí, jako těch, které nesledují žádné.

Toto zjištění vyvrací předpoklad, že by děti sledovaly velké množství YouTuberů. Vhodná by zde po tomto zjištění byla otázka, jak intenzivně sledují své oblíbené kanály. Lze uvažovat, že sledovat každé video deseti tvůrců se dokáže vyrovnat sledování pár videí od 20 a více YouTuberů. To, že nesledují hodně YouTuberů ještě neznamená, že nesledují až velmi mnoho videí a netráví tím příliš mnoho času.

Zaměříme-li se ale na respondenty, kteří videa sledují, můžeme pak říci, že nejčastěji sledují herní videa, přičemž většinu jejich sledovatelů tvoří chlapci, u dívek takový zájem o komentované hraní her není, raději sledují beauty a fashion videa, která chlapci nesledují vůbec. Některé dívky ovšem i k těmto svým oblíbeným videím přistupují kriticky a uvažují nad jejich využitelností v reálném životě.

Tabulka č. 5: **Sledovanost kanálů** (Otázka č. 6)

		Celkem	ZŠ	SŠ
herní		151	81	70
beauty/fashion		94	49	45
vzdělávací		99	46	53
o vaření		39	22	17
fitness		73	28	45
žádné		22	11	11
jiné:		116	59	57
Jiná odpověď:				
	zábavné	28	13	15
	hudba	28	8	20
	informační, naučné	7	3	4
	sport	5	3	2
	vlogy	23	17	6
	lifestyle	4	1	3
	koníčky	14	6	8
	tutorialy	7	4	3

Tabulka č. 5 ukazuje, jaká videa respondenti nejvíce vyhledávají. Zpětně věřím tomu, že kdyby typy videí z položky jiná odpověď byly uvedeny v původním zadání otázky, měly by daleko více ohlasů, než když je děti uvedly samy. Předpokládám tak na základě otevřených odpovědí k otázkám, proč je sledují a naopak ne, většina z respondentů preferovala především vlogovací lifestyleová videa. Velmi pozitivně na mě působí číslo,



kteře se objevilo u vzdělávacích videí, která doplňují videa naučná a informační z možnosti vlastní volby. Tato skupina videí je hned po zábavě ve formě herních a kosmetických videí na 3. místě. Při možnosti volně odpovědět na danou otázku děti velmi často uváděly, že sledují videa hlavně pro zábavu ve formě pranků, failů a zábavných scatch videí. Další častou odpovědí bylo, že sledují YouTube převážně kvůli hudbě. Velmi často se v této souvislosti objevovalo sdělení, že jinak než na hudbu YouTube vůbec nepoužívají.

Z odpovědí žáků lze předpokládat, že většina z nich sleduje videa alespoň částečně spojená se svým koníčkem, čtvrtina dětí sleduje videa, která se neshodují s jejich koníčky. U této malé části respondentů se dá předpokládat, že si chce rozšiřovat obzory i v jiných směrech a odvětvích, případně hledat něco nového. Především u odpovědi žáků základní školy se v tomto tvrzení dá vycházet z použité literatury pro kapitolu 3, ve které se jedná o hledání vzorů a principech nápodoby. Tyto výsledky by této problematice odpovídaly.

Žáci na obou typech škol si vybírají svého oblíbeného YouTubera nejčastěji proto, že je něčím inspiruje. Dalším častým důvodem především u středoškolských žáků je souhlas s jeho názory nebo jejich podobnost. Dalším měřítkem oblíbenosti je inteligence, kterou YouTuber jeví. V této otázce byla možnost chování oblíby na základě stejných koníčků, paradoxně proti předešlé otázce, která na tuto problematiku přímo cílila, se zde ukázala shoda téměř minimální. Jako důvod oblíby daného tvůrce ji uvedlo pouze 68 žáků. Vzhledem k tomu, že byly nabídnuty ale i jiné možnosti, příkládám její nízkou shodovost právě k tomu, že v nabídce byla pro žáky vhodnější a akceptovatelnější odůvodnění. Co mě ale překvapilo nejvíce, byl nízký souhlas s důvodem věkové podobnosti. Očekávala jsem, že děti budou sledovat videa podobně starých tvůrců, aby se mohly inspirovat ve volnočasových aktivitách a tvorbě nových zálib. Vzhledem k tomu, že již nebylo zkoumáno, zda tedy sledují YouTubery starší nebo mladší, si dovolím nově předpokládat, že sledují právě YouTubery starší vzhledem k utvoření si vzoru, který mohou následovat. Velká část respondentů také uvádí, že nemá oblíbeného YouTubera.

Zjišťujeme-li, proč se děti dívají na YouTubery, a především na jaké, je nutné dotázat se i na to, proč YouTubery nesledují. Předpokladem této otázky bylo potvrzení či vyvrácení předpokladu, že starší děti si utvořily na základě zkušeností jiný pohled na YouTubery, než mají menší děti. Dá se také říci, že starší děti YouTubery sledovaly, ale dnes mají již jiné záliby a považují to za zbytečné.

Tabulka č. 6: **Proč žáci nesledují YouTubery** (Otázka č. 7)

Střední škola		2. stupeň základní školy	
Je to ztráta času	19 x	Je to ztráta času	15x
Nebaví mě to	8x	Raději dělám užitečnější věci	4x
Dříve jsem je sledoval/a, dnes již ne	4x	Jsou komerční	1x
Názor na věc si udělám sám/sama	4x		
Lepší jsou ti zahraniční	4x		
YouTubeři akorát ovlivňují	1x		

Většina respondentů střední školy uvedla, že YouTubery nesleduje právě proto, že v tom neshledává důvod. Objevovaly se modifikace tvrzení, že se dají dělat důležitější věci, než jakou je sledování YouTuberů, že je to naprostý nesmysl, je to zbytečné, není k tomu důvod, je to ztráta času. Ze 40 zaznamenaných odpovědí se tato odpověď objevila 19x. Další odpovědí bylo, že to respondenty nebaví, následující odpovědi, které byly zaznamenány již v menší míře, se zpravidla opakovaly. Jedná se o názory, kde respondenti přiznávají, že se na YouTubery dříve sami dívali, ale dnes to již považují za zbytečné a nic jim to nedává. Další část odpovědí míří k tomu, že si respondenti umí názor udělat sami a nepotřebují ho zprostředkovaně skrze YouTubera, 4x uvádějí, že jde o ovlivňování. Z toho lze usuzovat, že projevují nesouhlas s jejich tvrzeními, nebo se nechtějí rozhodovat objektivně a raději si názory tvoří sami. Stejná část respondentů uvádí, že sledují YouTubery zahraniční, a to zejména kvůli poznávání nového prostředí a zdokonalování se v jazyce, které berou jako bonus.

Nejzajímavější odpovědi žáků SŠ podtrhující teoretickou část práce:

**Chlapec (17 let, střední odborná škola):** „Jedná se podle mně o naprosto nesmyslnou aktivitu, kdy děti sledují nejčastěji teenagery bez jakéhokoliv talentu. Nutno říci, že jsem sám youtubery, přibližně okolo 12–14 let, sledoval. Nicméně jsem z toho "vyrostl" a když vidím akce typu Youtubering, tak se mi chce zvracet.“

**Dívka (18 let, střední odborná škola):** „Nevidím smysl v tom, hodiny sledovat někoho, jak jde na nákup a následně ukazuje a předvádí, že si koupil nové spodní prádlo, svíčky, kuchyňské potřeby, a další "mimořádné" předměty, nebo jak se půl hodiny líčí tak, že je to stejně nenositelné pro běžný den :)“

**Dívka (17 let, gymnázium):** „Ztráta času, většinou povídají úplné blbosti. Největší zbytečnost je podle mě záznam hraní her jako např. Minecraft a trapné komentování hraní

*YouTubera. Děti nad tím stráví hodiny denně a není to nic víc než výmaz mozku. Vidím to živě na své dvanáctileté sestře. Pořád by se jen chtěla koukat a když přijde čas na učení, nedokáže se vůbec soustředit.*“

**Chlapec (17 let, učební obor):** „*Na youtube chodím hlavně kvůli písničkám. Dříve jsem na ytbery koukal dost, ale už mě to asi omrzelo nebo jsem dospěl, nevím přijde mi to už takové hloupé.*“

**Dívka (16 let, střední odborná škola)** „*Dříve jsem u sledování youtuberů strávila hodiny, dnes už mě to ale nebaví a dělám jiné činnosti.*“

**Dívka (19 let, gymnázium):** „*Nic mi to nedává, nebaví mě sledovat lidi, co se natáčí při běžných aktivitách. Někdo samozřejmě natáčí videa za účelem lidi inspirovat, pomoci jim. Zároveň respektuji to, že každého inspiruje něco jiného, ať už je to beauty YouTuber, a nebo fitness YouTuber. Pro mě je to pouhá ztráta času, Youtube užívám pouze k poslechu hudby.*“

**Chlapec (17 let, gymnázium):** „*YouTube využívám hlavně kvůli hudbě. YouTubery pravidelně nesleduji a když už se na nějaké video podívám, tak ze zahraničí, nikoli z České republiky. Zahraniční YouTube mě baví více, je zajímavější a jako plusový bod je pro mě angličtina.*“

**Dívka (18 let, střední odborná škola):** „*Nemám na to čas a přijde mi, že je mnoho důležitějších věcí na světě než někoho sledovat a zabývat se někým, koho vlastně neznám.*“

Na základní škole bylo odpovědí na zadanou otázku o poznání méně, zaznamenáno jich bylo pouze 20. Tato část výzkumu ukázala, že YouTubery nesledují převážně starší děti na 2. stupni základní školy, nezájem se začíná projevovat od 8. třídy. Toto zjištění podtrhává tvrzení v kapitole 1.2, kde je zaznamenána hranice 14 let jako ta zlomová, kdy se děti místo YouTuberů raději uchylují ke konverzaci s kamarády. Jsou zde i děti, které YouTubery ve starším věku sledují, ale mezi staršími žáky je jich o poznání méně. Odpovědi na otázku, proč nesledují YouTubera vykazují známky uvědomělosti, dospívání a jisté podobnosti se staršími respondenty. Mezi nejčastější odpovědi patří, že je to ztráta času. Zbylé odpovědi se týkají komerce a upřednostňování jiných aktivit, především venkovních s ostatními dětmi.

Nejzajímavější odpovědi žáků 2. stupně ZŠ podtrhující teoretickou část práce:

**Chlapec (15 let):** „*YouTubery nesleduji, protože mě to nebaví. Přijde mi, že si neuvědomují, kolik mladých lidí je sleduje a jak moc je ovlivňují. Občas si pustím nějaká zahraniční videa, ale českou scénu nesleduji vůbec.*“

**Dívka (14 let):** „*Mám spoustu jiných aktivit. Radši než abych pozorovala YouTubery zajdu ven s kamarády nebo si něco přečtu.*“





**Chlapec (13 let):** „*Nebaví mě to, protože mi to přijde, že to dělá každý, ale jen pro peníze. Většina je odpad o ničem, ale některé jsou zajímavé a pro mně někdy užitečné. Ale to jeopravdu minimum... A hlavně je to strašná ztráta času.*“

**Dívka (15 let):** „*Většina videí je naprostý odpad a je mi líto, že stále ještě existují lidé, kteří chtějí točit něco typu "Co jsem dostal(a) k Vánocům" nebo "Make-up tutorials". Na druhou stranu najdou se i přínosná videa. Například oceňuji Kovyho snahu probudit v dnešní mládeži zájem o politickou situaci v ČR.*“

Dalším předpokladem bylo, že trend YouTuberů se stal hlavní náplní volného času dětí a ústředním tématem vrstevnických a kamarádských vztahů. Na základě výsledků nelze stoprocentně říci, že tento předpoklad byl potvrzen, spíše lze uvažovat i naopak. Celkem 278 respondentů uvedlo, že se s kamarády o YouTuberech nebaví vůbec nebo skoro vůbec, pouze 47 uvedlo že ano, nebo příležitostně. Přihlédneme-li ke skutečnosti, že nejsledovanějšími videi jsou videa herní, lze předpokládat, že většina dětí tráví čas hraním her s kamarády nebo zkrášlováním se s kamarádkami. Dalo by se říci, že žáci ve věku základní školy mohou brát YouTubery jako své kamarády, když je již považují za určitý vzor. Jako kamarády je bere ale pouze 6 respondentů, z toho 5 ze základní školy. YouTuberi jsou dětmi ve většině bráni jako cizí lidé nebo idoly, v žádném případě ne jako kamarádi. Nepotvrdil se zde vznik parasociálních vztahů, o nichž pojednává literatura na základě nadměrné obliby dané osoby. Předpokládala bych, že zejména děti ve věku do 10 let budou vykazovat známky tohoto jevu. Domnívám se tak na základě analýzy věkového rozpětí autorů komentářů pod videi, které obsahují velmi kladně citově zabarvené výrazy.

Jelikož součástí hlavičky dotazníku byly i otázky s orientačními údaji, lze na jejich základě tvrdit, že starší žáci základní školy, především pak víceletých gymnázií mají daleko vyspělejší myšlení a argumenty, na jejichž základě je možné u nich pozorovat podobnost se žáky středních škol. Odpovědi podobné těm, které jsou zde uvedeny pro ukázkou, pramenily téměř vždy od žáků víceletých gymnázií. Na tomto základě si dovoluji tvrdit, že předpoklad byl potvrzen.

Tabulka č. 7: **Nechávají se děti ovlivnit oblíbeným YouTuberem?** (Otázka č. 12)

			Celkem	ZŠ	SŠ
Ano		4,9 %	16	10	6
Spíše ano		11,1 %	36	19	17
Spíše ne		32 %	104	61	43
Ne		52 %	169	75	94

Odpovědět upřímně na takovou otázku vyžaduje značnou míru objektivitu. Jak je již v kapitole 3.2 a 3.3 zmíněno, děti v tomto věku si již reklamu uvědomují. Reklama podaná skrze YouTubera je odhalitelná obtížněji, ale zaměřují se spíše na přebírání názorů. Odpovědi žáků se převážně shodují, nedá se konstatovat, že by YouTubeři ovlivňovali ve větší míře respondenty, poněvadž 84 % dětí reaguje na tvrzení negativně.

K poměrně unikátní situaci došlo u otázky, která mířila na ovlivňování dětí YouTubery a měla za cíl zjistit, jací YouTubeři opravdu ovlivňují respondenty. Jak u respondentů ze středních škol, tak u základních došlo k tomu, že nejčastěji zmíněným YouTuberem byl Karel Kovář alias Kovy, který cílí na politická témata a osvětu na internetu, jenž byl respondenty zmíněn celkem 19x. Na středních školách byl uveden 8x, na základních 11x. Zbylí YouTubeři byli vždy uvedeni maximálně jednou. Z tohoto zjištění se dá usuzovat, že zde není jiný YouTuber, který by měl vliv jako Kovář, který apeluje na všechna rizika na internetu a snaží se své diváky podporovat v edukaci, rozvoji myšlení a ostražitosti.

Tabulka č. 8: **Kterí YouTubeři ovlivňují děti** (Otázka č. 13)

2. stupeň ZŠ	Celkem 28	11x	Kovy
<i>Dále žáci uváděli vždy 1x:</i>			
Herdyn, Wedry, Batrix, Moon Strifer, Nade King, Stejk, Zvědátoři, Tartaruscst, Smusa, Batrix, Thomas Hraje, Ladislav Sinai, Potry, Patrik Kořenář, VladaVideos, Life of Boris			
Střední škola	Celkem 24	8x	Kovy
<i>Dále žáci uváděli vždy 1x:</i>			
Logan Paul, David Dobrik, Roman Atwood, Roth Wellden, Haggy, PetanGames, Agraelus, Martin Rota, Zvědátoři, beauty youtubeři			




Tyto odpovědi mě osobně velice potěšily, videa Kováře jsou dle mého názoru velmi kvalitní a vhodná k šíření mezi dětmi, dále mi přijdou velice vhodná pro užití ve školním prostředí, především v předmětech informatika a občanská výchova. Kovářova tvorba disponuje velkou mírou osvěty, ať se videa týkají bezpečnosti na internetu nebo používání moderních technologií. Téměř jako jediný na české scéně se snaží apelovat na potřebu edukace a ověřování informací na internetu. Nabízí dětem velké množství témat, která náleží spíše jedincům staršího věku, ale zprostředkovává je naučně a pochopitelně pro mladou generaci, to se týká především politických témat, která detailně objasňuje. To je velkým benefitem, protože i dle odpovědí na otázku č. 7, kde se v odpovědích jméno Kováře objevuje, lze konstatovat, že stejně to vnímají i děti. Kovář je jediným YouTuberem na české scéně, který tvoří takto zaměřená videa pro menší diváky. Především i z tohoto důvodu ho doporučuji v kapitole 6.3 a 6.7. Paradoxně velmi mě překvapilo, že žádného žáka nikdy neovlivnil Král, který je nejslavnějším YouTuberem Česka, snažící se o apel na bezpečnost dětí na internetu a odhalování rizik. Stal se ikonou YouTuberů a zejména pak toho, kam to může mladý kluk bez vysokých ambic dotáhnout. V současné době již YouTuberem není, ale na konci své kariéry zprostředkoval divákům především vlogy z cest, které byly velmi naučné. Považuji ho za jednoho z nejzodpovědnějších YouTuberů u nás.

Na otázku, zda žáci dělají stejné věci jako dělá jejich oblíbený YouTuber byly odpovědi opět převážně nesouhlasné. U 64 žáků vycházely odpovědi ano a spíše ano, u zbytku, kterým je většina, byly odpovědi ne a spíše ne, což svědčí opět o převážném neovlivňování dětí YouTubery. Lze také předpokládat, že děti, které stejné věci dělají, je nedělají kvůli Youtuberovi, ale naopak YouTubera právě kvůli tomu sledují. Lze tak usuzovat na základě odpovědí objasňujících podněty k sledování svého oblíbeného YouTubera a daného druhu videí. V minimu případů lze uvažovat o nápodobě. S touto úvahou souvisí otázka zjišťující, zda žáci také natáčejí videa na YouTube. Ukázalo se, že necelých 9 % žáků videa natáčejí, zbylí žáci ne. Nabízela se proto také doplňková otázka, zda začali natáčet videa na základě videí svého oblíbeného YouTubera. Žáci odpovídají ve stejném počtu odpovědí jako na předchozí otázku, z čehož lze přesně usoudit, koho k natáčení videí YouTuberi inspirovali. 8 žáků uvádí, že tomu tak bylo na základě inspirace YouTuberem, 7 žáků uvádí že spíše ano, 9 spíše ne a 4 vůbec ne. Odpovědi tak byly z poloviny kladné, z čehož lze předpokládat značný dosah vlivu inspirace YouTuberem. Odpověď na otázku, zda tedy dochází k napodobování činností YouTuberů dětmi, lze odpovědět, že velmi pravděpodobně ano, především vzhledem

k tvorbě videí. V oblasti činností a zájmů to potvrdit nelze, poněvadž s velkou pravděpodobností děti sledují YouTube právě na základě již dřívějšího koníčku.





Zaplnění volného času dětí YouTube se lze zabývat i v případě využívání technologií, skrze které se k jejich sledování dostávají. Zohledníme-li, kolik času děti tráví na digitálních zařízeních, je možné tvrdit, že jejich sledování tvoří značnou náplň volného času. Z tabulky je patrné a o teorii a literaturu se opírající, že děti využívají ke sledování internetu a YouTube ve velké míře mobilní zařízení. V rozporu se zjištěními výzkumů v kapitole 1.2 je fakt, že respondenti téměř vůbec nevyužívají ke sledování videí tablet. Překvapivé je, že používají počítač, který byl v uvedených výzkumech na posledních příčkách.

Tabulka č. 9: **Skrze jaké technologie děti sledují videa** (Otázka č. 22)

		Celkem	ZŠ	SŠ
mobil	 53,4 %	280	140	140
tablet	 7,8 %	41	28	13
počítač	 38,7 %	203	96	107

Když už víme, skrze jaké prostředky se děti ke sledování videí dostávají, je dobré zabývat se i tím, kde všude jsou schopny své idoly sledovat. V nabídce žáci měli 3 nejpoužívanější sociální sítě v ČR a možnost uvést, že je nesledují již nikde jinde než na YouTube. Tuto možnost využilo 116 respondentů. Nejméně častou odpovědí zde byla sociální síť Twitter, která mezi mladými není tolik populární. Největší obliby se mezi nimi těší sociální síť Facebook a Instagram. YouTubeři jsou aktivní na obou těchto sítích, v současnosti především na Instagramu, který jim nabízí bohatý kontakt s fanoušky. Jejich prezentace skrze Facebook dnes již není tak značná, což ukazuje i tabulka č. 10. Je z ní patrné, že nejvíce jsou YouTubeři sledováni na Instagramu, kde se nedávno rozvinula vlna influencerství (ovlivňování sledovatelů). Instagram je hned po YouTube další sociální sítí, kde si YouTubeři mohou díky influencerství vydělávat peníze. Na základě zjištěných dat lze tedy tvrdit, že i při trávení času na sociálních sítích sledují děti YouTube.





Tabulka č. 10: **Odpovědi na otázku, kde děti dále sledují YouTubery** (Otázka č. 20)

		Celkem	ZŠ	SŠ
Instagramu	 40,9 %	174	86	88
Facebooku	 25,9 %	110	58	52
Twitteru	 5,9 %	25	13	12
nikde	 27,3 %	116	60	56

Dále už zbývá zabývat se pouze tím, kde děti videa sledují. Výsledky ukazují, že nejčastěji jsou videa dětmi sledována doma. Na druhém místě je to u kamarádů, poté ve škole a nejméně v dopravních prostředcích. Doma sleduje videa 72 % dětí a je to nejčastější odpověď.

Poslední odvětví se týká důvěry žáků v informace nalezené na YouTube a vztah školy k tomuto fenoménu. Jedná se dle mého názoru o jednu z nejzajímavějších částí výzkumu, která může ovlivnit všechny ostatní dříve zmiňované části. Celkové odpovědi mě velmi potěšily. Zejména pak to, že si žáci ve velké míře uvědomují, že co řekne nějaký YouTuber nemusí být vždy založeno na pravdě. Velmi vhodná by zde byla i otázka, zda si žáci informace získané od YouTuberů ověřují, z odpovědí by se daly vyvodit další informace a také postupy dětí při ověřování informací.

Tabulka č. 11: **Vnímají žáci, že vše na YouTube nemusí být pravdivé?** (Otázka č. 23)

		Celkem	ZŠ	SŠ
Ano	 80,3 %	261	125	136
Spíše ano	 13,5 %	44	28	16
Spíše ne	 1,5 %	5	4	1
Ne	 4,6 %	15	8	7

Z tabulky je patrné, že odpovědi ano a spíše ano nadměrně převyšují odpovědi ne a spíše ne a lze konstatovat, že žáci převážně vědí, že se nedá spolehnout na něčí slova na internetu, především pak ne na slova velmi vlivné osoby. Tyto výsledky vyvracejí předpoklad, že žáci považují informace zjištěné na YouTube za pravdivé a tuto sociální síť považují za vhodný zdroj informací. Co pro mě není již tak upokojující je výsledek další otázky, která se zabývá konkrétním příkladem fikce přímo na YouTube.

Příkladem jsou 4 videa předních slovenských YouTuberů Exploiteda a Selassieho, která vznikla ve spolupráci s kampaní organizace Globsec, která je založena na tzv. fake news. V této kampani jde především o to, aby se divákům ukázalo, že nemají věřit všemu, co se







dá shlédnout na internetu a mají si informace pečlivě ověřit. Celá kampaň byla otevřena nenávidnými videi, ve kterých na sebe YouTubeři Exploited (Altof, 2017a) a Selassie (Slažanský, 2017a) navzájem reakčně uvalili lži, které se rozšířily prvně na sociální síti Instagram. Rozpoutali tak jednu z nejznámějších YouTube kauz na naší scéně. Vysvětlení celé situace přišlo v následujících dvou videích, z jejichž názvu bylo patrné, že jde o objasnění a bylo v nich i vysvětleno, že šlo o předem připravenou kampaň. Zinscenovaná videa těchto známých YouTuberů (Altof, 2017b, Slažanský, 2017b) měla být poselstvím pro jejich fanoušky, aby nevěřili tomu, co konkrétní YouTuber řekne a apelovali na reakční videa, ve kterých se hledá to nejhorší, co se o osobě, která má být poškozena, ví. Do kampaně byly zapojeny i jejich sociální sítě, zejména Instagram, kde je většina fanoušků také sleduje. Jak sami YouTubeři říkají, tuto fiktivní kampaň trvalo vymyslet více jak měsíc a celá byla založena na kumulování lživých informací, které se na sebe nabalovaly. V kampani bylo ponecháno pár indicií, díky kterým diváci mohli přijít na to, že jde o lež. Nicméně toho, že anonymní instagramový profil údajného informátora patří samotnému aktérovi, si nikdo nevšiml, protože po tom ani nikdo nepátral. Již to bylo ukázkou toho, že si lidé informace na internetu neověřují, že jim stačí pouze něco vidět a mít k tomu zdůvodnění někoho jiného. Youtuberi objasnili všechny informace s touto kampaní spojené a vzkázali fanouškům, aby byli obezřetnější k informacím, kterých se jim prostřednictvím internetu dostane, a především aby nevěřili první věci, kterou na internetu naleznou. Kampaň měla přinést řešení skutečnosti, že lidé na internetu jsou extrémně věřící a naivní. Mělo dojít k zamezení toho, aby lidé věřili všemu, co si na internetu přečtou a následně nešířili lživé informace mezi další uživatele. Tento příklad mi přišel jako velmi vhodný především proto, že se jedná o velmi významné osobnosti našeho YouTube. Zajímalo mě, jak tento spor vnímali žáci, protože jsem předpokládala, že ho zaznamenali, když šlo o takto známé osobnosti. Bohužel se má očekávání nenaplnila a většina respondentů ani neví, o jaký spor se jedná, mohou ale doufat, že se na něj po vyplnění dotazníku alespoň podívali a vzali si z něho ponaučení. Celkově 82 % respondentů odpovědělo, že o sporu neslyšelo, dalších 12 % rozuzlení sporu nepřekvapilo a 6 % poměrně překvapilo.

Zaměřila jsem se i na prevenci proti nástrahám internetu a zeptala se žáků, zda si myslí, že byli dobře poučeni o bezpečném chování na internetu. Otázkou je, zda žáci mohou objektivně posoudit, zda byli poučeni dostatečně. Výsledky tedy mohou být zkreslené, protože se žáci nemuseli setkat se situací, která by jim jejich domněnku vyvrátila. V tabulce č. 12 můžeme vidět, že většina žáků se domnívá, že byla poučena dostatečně.





Paradoxně jsem očekávala, že se žáci budou cítit být poučení minimálně a školní prevence jim bude připadat jako nedostatečná.

Tabulka č. 12: **Vnímají žáci školní poučení o bezpečnosti na internetu jako dostatečné?** (Otázka č. 25)

			Celkem	ZŠ	SŠ
Ano		48,9 %	159	90	69
Spíše ano		31,4 %	102	44	58
Spíše ne		12,9 %	42	22	20
Ne		6,8 %	22	9	13





Zda se jedná pouze o dostatečnou prevenci nebo i využívání YouTube a moderních technologií ve výuce ukáží další otázky. Dotázala jsem se žáků, zda si pouštějí YouTube tutoriály, když si s něčím nevědí rady. Jejich odpovědi zaznamenává tabulka č. 13, která je níže.

Tabulka č. 13: **Využívání YouTube tutoriálů jako pomůcky v nesnázích** (Otázka č. 9)

			Celkem	ZŠ	SŠ
Ano		17,2 %	56	29	27
Spíše ano		31,4 %	102	49	53
Spíše ne		31,1 %	101	50	51
Ne		20,3 %	66	37	29





Můžeme vidět, že když si žáci s něčím neví rady, alespoň v polovině případů si dopomohou YouTube tutoriálem. Ohlasy sice nejsou ani v jedné možnosti většinové, ale z poloviny lze usuzovat, že tutoriály jsou pro žáky vhodné, když je v 50 % sami používají. Proč je potom tedy nezařadit i do výuky? Žáci byli dotázáni, zda si pustí tutoriál i v případě, že si nevědí rady s něčím do školy. Tutoriálem zde může být podrobný návod, jak počítat kvadratické rovnice nebo jak zpracovat složitější chemické vzorce.

Tabulka č. 14: **Nechápou-li žáci látku ve škole, hledají její vysvětlení na YouTube.** (Otázka č. 8)

			Celkem	ZŠ	SŠ
Ano		9,2 %	30	9	21
Spíše ano		16,3 %	53	23	30
Spíše ne		32 %	104	58	46
Ne		42,5 %	138	75	63

Zde je patrné, že žáci tak odhodlaní k hledání školní problematiky na YouTube nejsou, což je dle mého názoru škoda. Proto považuji za vhodné, aby jim někdo poradil, jakým způsobem se dá využít YouTube při zdokonalování svých znalostí a schopností. Zde není tolik patrné, zda žáci výukové kanály neznají, nebo pouze nepoužívají. Dobré by pak bylo vědět proč. Zda je pouze nenapadne, že na YouTube může existovat podrobnější, přesnější a srozumitelnější řešení problematiky probírané ve škole, nebo jim tato varianta pouze nepřijde jako populární? Z tohoto důvodu se domnívám, že by bylo dobré do vyučování zapojit YouTube a právě například tutoriály a především vzdělávací a výukové kanály. Tímto přístupem dle mého názoru mnoho pedagogů nedisponuje, proto jsem se rozhodla dotazníkově šetřit i tuto problematiku, která bude rozebrána v další kapitole. Zaměříme-li se nyní na využívání YouTube ve škole učiteli, dojdeme v našem případě k tomuto výsledku.

Tabulka č. 15: **Využívání YouTube prostředků pedagogy ve školách** (Otázka č. 11)

		Celkem	ZŠ	SŠ
Ano	 15,1 %	49	29	20
Spíše ano	 21,8 %	71	49	22
Spíše ne	 46,5 %	151	70	81
Ne	 16,6 %	54	17	37

Tabulka č. 15 ukazuje, že YouTube je v nadpoloviční většině téměř nevyužíváno, uvádí tak více než 200 respondentů. To je dle mého názoru škoda, protože potenciál pro jeho využívání je veliký. Sama jej při výuce používám zejména na praktické ukázky. V žácích taková ukázka probouzí zvědavost, a to ještě nemluvíme o spojení edukace a Youtuberů, ke kterému se dostanu později. Na základě těchto zjištěných skutečností můžeme potvrdit nevyužití fenoménu ve školním prostředí, kde s ním téměř není pracováno. Využívají se pouze prostředky, které dnešní doba nabízí, a ještě není zaručené, že jsou využity v maximální možné míře. Vyvrácen byl tedy předpoklad, že se žáci nesetkávají s dostatečným poučením o bezpečnosti, ale nebylo vyvráceno, že není využit potenciál videí z YouTube.

Veškeré tabulky s výsledky odpovědí žáků 2. stupně ZŠ a SŠ, o které se ve svých tvrzeních opírám, ze kterých vycházím a na jejich základě vyvozují předpoklady a jejich případná potvrzení či vyvrácení jsou vedeny v plném rozsahu v příloze B.

## 5.4 Shrnutí

Shrneme-li zjištěné výsledky a budeme-li je porovnávat s předpoklady, ukázalo se následující. Na základě zjištěných dat lze konstatovat, že z mého pohledu **byl vyvrácen předpoklad sledování velkého počtu YouTuberů dětmi a s tím souvisejícího dlouhého času stráveného sledováním těchto videí**, poněvadž 40 % dětí sleduje 2 až 10 YouTuberů. Tento výsledek lze považovat za směrodatný i vzhledem k tomu, že 102 dětí sleduje méně jak 10 YouTuberů a 91 dětí více jak 20. Toto tvrzení je ale subjektivní, domnívám se totiž, že 10 až 20 YouTuberů není velké množství vzhledem k tomu, kolik YouTuberů, především těch známých, nabízí naše scéna. Toto tvrzení dokládá i lehká kalkulace. Bude-li dítě sledovat 20 YouTuberů, kteří vydávají videa o frekvenci dvou videí týdně a videa budou trvat 12 minut (vycházím z nejčastější frekvence zveřejňování videí YouTubery a průměrné délky těchto videí), bude dítě sledovat tato videa přibližně hodinu a čtvrt denně. Tento výpočet následně koresponduje i s časem dětí, který stráví na YouTube, který činí u 83 % z nich maximálně 2 hodiny.

Dalším vyvráceným předpokladem je ovlivňování dětí YouTubery. **Na základě zjištěných dat je možné tvrdit, že si děti nejsou vědomy ovlivňování ze strany YouTuberů.** Je tomu tak u 84 % respondentů. Sporné je, zda děti dokáží tento vliv rozpoznat, ale vzhledem k odpovědím na následující otázku, kterým YouTuberem jsou děti ovlivněny, lze předpokládat, že ve většině případů nedochází k negativnímu ovlivnění. Děti, které uznaly, že se ovlivnit nechají, z velké části uvádí, že je ovlivňuje YouTuber Kovy. Jak již bylo zmíněno, Kovář je YouTuberem, který má svědomí, je si vědom svého dosahu a také dle toho jedná.

**Předpoklad, že jsou YouTubeři hlavní náplní volného času dětí, byl v převážné většině vyvrácen.** Relativně hodně respondentů považuje YouTubery za něco zbytečného, přihlédneme-li k ovlivňování dětí YouTubery, byla by čísla větší, pokud bychom nadále předpokládali, že hlavní náplní času dětí opravdu jsou. Tento předpoklad ovšem není vyvrácen se stoprocentní jistotou, poněvadž výsledky nemluví naprosto jednoznačně. V tomto případě hraje roli mnoho dalších faktorů. Jak již bylo v diskuzi o výsledcích zmíněno, lze vycházet i z toho, jaká videa děti sledují. U chlapců jsou to především herní videa, u dívek kosmetická. Na tomto základě vzniká nějaká další náplň volného času, kterou YouTubeři prolínají. Vzhledem k tomu nelze tvrdit, že náplní volného času dětí nejsou.

Z výsledků lze dále soudit, že děti dělají podobné věci jako YouTubeři, málo kdy ale díky tomu, že to dělají oni. Děti si většinou vybírají YouTubery podle svých koníčků, nebo podobné věci vlivem inspirace zkouší. Nejčastěji ale děti sledují na internetu právě to, co sami dělají a zdokonalují se v tom i prostřednictvím někoho jiného. **Výzkum také potvrdil, že děti neberou YouTube ve většině jako vhodný zdroj informací a vědí, že vše na YouTube nemusí být pravdivé.** Nicméně se stále najdou jedinci, kteří toto neví, nebo o tom nejsou naprosto přesvědčeni a informováni. Z toho důvodu je stále vhodné a na místě klást na tyto informace apel, aby byly tyto domněnky naprosto vymýceny.

**Potvrzen byl předpoklad, že starší žáci mají jiný pohled na YouTubery než žáci mladší.** Je tomu tak na střední škole, ale tento jev se začíná projevovat již kolem 8 třídy, kde se názor žáků mění. Tato část výzkumu potvrdila to, co uvádí literatura, a to že ke změně dochází především kolem 14. roku života. Tento předpoklad byl potvrzen hlavně díky otevřeným odpovědím žáků, které mluvily velmi jasně.

Zohlednění YouTube a dalších technologií ve výuce ovšem již není tak slavné. Učitelé sice děti upozorňují na to, že na internetu nemusí být vše pravda a děti tvrdí, že byly o bezpečnosti na internetu poučeny, nicméně prevenci se hranice nekladou. Především využívání YouTube se výuce má stále velké rezervy, přestože nabízí nepřeberné množství využití. Nabízeny jsou výukové kanály i jiné praktické ukázky. Aby byla výuka multimediální a nikoli frontální a nudná, YouTube skýtá spoustu možností využití a znevšednění klasické výuky. Tímto tématem se ještě budu zabývat v kapitole č. 6.1, ve které budu rozebírat reakce učitelů na YouTube a jeho využití.

## **5.5 Vyučovací hodina zaměřena na YouTube**

Jelikož jsem dotazníky pro žáky zadávala i na Střední průmyslové škole v Chrudimi, kde je vyplňovali žáci maturitních i učebních oborů, rozhodla jsem se tomu při své praxi na této škole ještě věnovat pozornost. Třídou maturitního oboru mechatronika můj výzkum a má práce zaujaly a chtěli se o tom dozvědět více, především pak o výsledcích výzkumu. V době výzkumu, který probíhal na začátku roku 2018, byli žáci ve 3. ročníku. V době mé výuky v jejich třídě se jednalo již o 4. ročník, výuka proběhla na podzim stejného roku. Této vyučovací hodiny se účastnilo 16 žáků (chlapců). Výuka byla rozprostřena na 2 vyučovací hodiny bez přestávky a měla jednoduchou osnovu, která se týkala

představení mé práce, odůvodnění mých předpokladů na základě literatury, prezentaci získaných výsledků, diskuzi nad výsledky, zodpovězení otázek a závěrečné diskuze.

Nejprve jsem žákům ve zkratce představila sama sebe, sdělila jim, proč přicházím, že jsem autorkou daného výzkumu, kterého se účastnili a na jejich žádost jsem jim přišla představit jeho výsledky. Následně jsem jim představila svoji práci, zdůvodnila své předpoklady a to, proč si je myslím. Žáci mě pozorně poslouchali a bylo vidět, že je téma opravdu zajímavá. Následně jsem se věnovala prezentaci získaných výsledků. Žákům jsem ukazovala tabulky a komentovala je. Některá zjištění vyvolala překvapivé ohlasy. Zajímavé pro mě bylo, že žáci byli překvapeni většinou ze stejných věcí jako já. Čekali například, že děti sledují daleko více YouTuberů, a že tráví na YouTube ve většině daleko více času. Předpokládaný strávený čas na YouTube denně se pohyboval průměrně kolem 4 hodin. Pod pojmem děti brali tito žáci převážně jedince do věku 15 let. Sami uznali, že s rostoucím věkem se čas strávený sledováním YouTube spíše snižuje, vzhledem k růstu povinností, koníčků a vrstevnických skupin. Žáci dále předpokládali, že malí chlapci nejčastěji sledují herní videa, tento jejich předpoklad se naplnil. Stejně tak očekávali, že dívky budou sledovat nejvíce videa o líčení a oblékání. Sami žáci mi řekli, že si myslí, že starší fanoušci YouTuberů budou zřejmě nejčastěji sledovat vlogy, protože jim samotným to přijde jako jeden z nejpoutavějších obsahů pro jedince v jejich věku. Stejný předpoklad jsem měla já, na základě výzkumu to ale nelze jednoznačně tvrdit. Žáky hodně zajímalo, zda se na jiných školách při výuce používá Youtube, nebo jestli vůbec někde funguje to, že by učitelé videa pouštěli. Byli překvapeni z toho, že to skutečně někdo dělá, následně ale sami uznali, že jsou určitě školy, a především mladí učitelé, u kterých to může fungovat. Následně z jejich strany přišla vlna stížností na to, že na škole není moc mladých učitelů, kteří by nějaké inovativní věci zkoušeli. Z této situace jsem si vzala ponaučení a později ve své praxi z ekonomiky jsem právě tuto třídu aktivizovala různými aktivitami i skrze mobilní telefony a ukázala jsem jim výuku, která měla stejné vědomostní výsledky jako výuka frontální, ale rozdílem bylo, že tato výuka třídu i bavila. V reflexi na konci takové výuky jsem se dozvěděla, že je tyto aktivity velice baví a lépe si i některé věci zapamatovali. Tyto informace mě potěšily, na druhou stranu si nedovedu představit, že bych měla každou výuku zprostředkovat stejným způsobem, jako těch pár hodin, které jsem je učila. Pro učitele by to bylo extrémně vyčerpávající.

Velice mě překvapilo, že se mnou žáci horlivě diskutovali a nestyděli se mluvit. Po dokončení diskuze nad danými zjištěními jsem žákům zadala úkoly a otázky, které souvisely s mým výzkumem.

### *Vyhledat do 1 minuty odpověď na otázku s ověřením zdroje*

Žákům byla zadána otázka, kterou měli na internetu vyhledat. Smyslem nebylo žáky edukovat v odpovědi na otázku, nýbrž zjistit, jakým způsobem odpověď vyhledávají. Všichni použili pro její vyhledání Google.com a zkusili jednu z prvních 3 stránek, které se zobrazily. Na ověření zdroje jako by zapomněli. Tento úkol měl žáky dovést k tomu, že když zvolí první stránku, která obsahuje odpověď na hledanou otázku, ještě to neznamená, že bude správná. S největší pravděpodobností tomu tak v tomto případě bylo, ale šlo mi o to, aby následně zkusili zjistit, odkud je informace přejatá. Většina z nich našla odpověď na zpravodajském serveru, na kterém by měl být uveden zdroj. Ukázalo se, že pouze 4 z 16 žáků dokázali zdroj dohledat. U dalších 8 zdroj vůbec uveden nebyl. Tímto jsme se dostali k diskuzi nad správným vyhledáváním na internetu, a jak je nutné si informace ověřovat, obzvláště čerpáme-li ze zpravodajských a bulvárních serverů.

### *Najít výukový kanál zabývající se matematickou problematikou*

Dle mých předpokladů zde žáci učinili tak, že do vyhledávání na YouTube zadali heslo matematika. K jejich překvapení se objevila i spousta jiných věcí spojených s matematikou než pouze výukové kanály. Následně se pokusili zadat konkrétní problém z oblasti matematiky a již byli úspěšnější. Rozvedli jsme diskuzi nad vzdělávacími kanály a ukázalo se, že většina z nich vzdělávací kanály jako takové nevyhledává. Po tom, co se přesvědčili, co na nich je, zjistili, že se zdají být velice přínosné, obzvláště v rámci matematiky, ze které budou maturovat. Byla jsem potěšena, když si někteří jedinci názvy kanálů zapsali a budou je používat.

### *Kolik si myslíte, že stráví děti ve věku 10–14 let na YouTube průměrně denně hodin?*

Většina žáků tipovala zhruba 4 hodiny denně. Tipovali tak na základě toho, že děti v tomto věku mají sice nějaké koníčky a kroužky, ale nedovedou si představit, co jiného mohou dělat. Proto se domnívají, že hrají počítačové hry a sledují YouTube. Tuto informaci jsem jim vyvrátila a uvedla dle svého výzkumu na pravou míru, že děti ve věku 10–14 let sledují YouTube průměrně 2 a čtvrt hodiny denně. Žáci byli z této informace překvapeni, ale po další diskuzi se ukázalo, že jim přijde i takové číslo jako velmi vysoké, protože děti by se měly rozvíjet jinak. V diskuzi zaznělo i tvrzení, že žáci litují toho, že ve svém dětství seděli hodně u počítače, protože tento trend začínal. I ve svých 18 letech se pustili do poučování, že děti by si měly hrát především venku a komunikovat se svým okolím, zkrátka rozvíjet se jinak než u počítače.

*Kdo si myslíte, že je nejpoblárnější YouTuber u dětí a pubertáků?*

Většina žáků uvedla z našich YouTuberů Jirku Krále a Daniela Štraucha (GoGoManTV). Důvodem bylo, že jsou to největší YouTuberi na naší scéně a jsou jakýmsi mainstreamem mezi dětmi. Další důvod byl ten, že jsou to gameplayeri, ale točí i videa s jinými tématy, zkrátka jsou nejvíce vidět a jsou všestranní, zároveň se účastní většiny YouTuberských akcí. Když jsem se zeptala na nějaká sofistikovanější videa, která by mohla dětem skutečně dát nějakou hodnotu užitečnou do života, zazněl opět i YouTuber Kovy.

*Domníváte se, že YouTuberi mohou ovlivňovat své diváky? Především pak malé děti?*

Zde jsem se setkala s názorem, že určitě YouTuberi ovlivňují děti, protože ony k nim vzhlíží jako k idolu, přestože se žáci domnívají, že vlastně ani nemají proč, že je YouTube jako televizní pořad. A jelikož k nim takto vzhlížejí, jsou schopny udělat to, co YouTuber chce. Dalším názorem bylo, že kdyby děti nebyly tak zahleděny do těchto idolů, nekupovaly by si jejich produkty, nehrály by s nimi hry a vlastně by se vůbec nedívaly na jejich videa. Z čehož žáci vydedukovali, že je v zájmu YouTuberů skrytě ovlivňovat děti ve svůj prospěch.

*Kdybyste si měli vybrat z tvorby nejznámějších YouTuberů, co by to bylo?*

Jedna část žáků se shodla na tom, že by to byla herní videa, protože hry sami hrají a mohlo by jim to být dobré k překonání některých herních potíží, rádi se prý podívají na to, jak hraje někdo jiný. Druhá část žáků, která evidentně tolik nelpí na hraní her, se shodla na tom, že by to byly cestovatelské vlogy. Zdají se jim přínosné, protože mohou obsahovat dobré tipy na cestování a zároveň skrze ně může divák poznat jinou krajinu, národnost a zvyky. Pokud jsou v angličtině, tak pak berou jako benefit procvičení jazyka.

*Řekli byste, že výuka bezpečnosti na internetu a celkově mediální výchovy je na vaší škole dostatečná?*

Žáci se shodli na tom, že dostatečná určitě ne, protože jediné, co ve škole o informatice dělali, bylo probírání virů a jiných rizik a desatero bezpečného užívání internetu. Celkově taková výuka nezabrala více než 2 hodiny. I na takový obsah jim přijdou dvě hodiny výuky málo, navíc by rádi měli výuku obohacenou o další témata. Zajímalo je třeba téma kyberšikany, stalkingu atd. Jako vhodné by viděli například nějaké přednášky od odborníků, příklady z praxe, co vše se může stát. Uvítali by i obsáhlejší mediální výchovu. Dále také různé tipy, k čemu využívat internet, náměty na různé aplikace. Několikrát zaznělo, že by se rádi naučili využívat různé aplikace a počítač i k jiným věcem, než je využívání sociálních sítí, kancelářský balík, rýsování a programování.



Většina z nich ve čtvrtém ročníku ani nevěděla, že se dá zaznamenávat průběh práce na počítači aplikací přímo z operačního systému.

*Používáte sami YouTube v případě, že si s něčím nevíte rady?*

Většina žáků jej nevyužívá, někteří začali s diskuzí ohledně toho, že zrovna v jejich oboru se dá na YouTube najít spousta návodů, stejně tak tutoriály, když potřebují něco vyrobit. Když jej tedy využívají, týká se to především jejich studijního odvětví.

*Chtěli byste používat při výuce multimediální prostředky, být více aktivizováni a třeba používat k výuce i YouTube?*

Jednoznačně se žáci shodli na tom, že by bylo přínosné dělat i jiné věci než psát zápis. Uvítali by více tematických ukázek, které by mohly být právě z YouTube. O aktivizování jsem mluvila již v předchozí části, kde jsem žákům jejich přání s různými aktivitami i splnila. Nicméně i žáci si myslí, že se dá YouTube využívat ve výuce, obzvláště díky vzdělávacím kanálům, tutoriálům a dalším videím různého typu, která se dají použít například v chemii, fyzice, elektrotechnice nebo i výtvarné výchově. Celkově nápad využívání YouTube berou jako pozitivní.

Všechny tyto odpovědi a domněnky žáků nelze brát jako směrodatná tvrzení, pouze mě zajímalo, jaký názor na to mají sami starší žáci a domnívala jsem se, že by jejich pohled mohl být zajímavý. Na závěr jsem žákům ukázala, jak vypadá prostředí již vytvořeného YouTube kanálu a podívali jsme se na to, co ukazují některé statistiky, k čemu jsou dobré a co z nich lze vyčíst. Při úplné reflexi na konci hodiny mi žáci sdělili, že to bylo velmi zajímavé a jsou rádi, že jsem jim přišla výsledky odprezentovat, když se na výzkumu také podíleli. Já jsem byla ráda za to, že jsem se mohla žáků na některé informace ještě doptat a některé věci si ověřit. Ukázalo se, že by starší žáci uvítali obsáhlejší výuku internetové bezpečnosti a možností jeho využívání, dále považují za přínosný pohled žáků na YouTube a využívání YouTube menšími dětmi. Celá takto zaměřená výuka mi přišla užitečná a vhodná k odprezentování v této práci. Především žádost samotných žáků o začlenění zajímavějších věcí do vyučování a rozšíření obzorů ve vodách internetu.

## 6 YouTubeři ve výuce




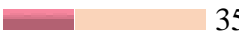
### 6.1 Učitelé a YouTube

Dotazníkové šetření u učitelů bylo prováděno stejným způsobem jako u žáků. Dotazník vyplnilo 20 respondentů, z toho 11 mužů a 9 žen. Průměrný věk této skupiny je 33,5 let. Nejmladším respondentem je žena ve věku 23 let, nejstarším muž ve věku 57 let. Věkový rozptyl je dle mého názoru přiměřený, není koncentrován pouze do jedné věkové kategorie. Vzhledem k účasti respondentů s delší pedagogickou praxí lze hovořit o velmi pozitivních výsledcích vzhledem k současné době. Celá část dotazování u pedagogů měla především zjistit, zda o tomto YouTuberském trendu vědí a berou jej v patrnost, především pak zda sledují vzdělávací kanály, doporučují je svým žákům a apelují paradoxně na to, že ne vše na internetu je pravdivé. Tato problematika je zkoumána, jelikož se domnívám, že je zapotřebí k tomuto trendu přihlédnout i ve školním prostředí a rozšířit o něj jak mediální výchovu, tak i běžnou výuku.

Na základě zjištěných dat lze konstatovat, že všichni dotazovaní učitelé o trendu YouTuberů slyšeli. Nejstarším respondentem je muž ve věku 57 let, který má tento trend také v patrnosti. Všechny 20 respondentů tedy odpovědělo, že YouTubeři znají. Následně bylo také zjištěno, že 8 z 20 učitelů sleduje YouTubeři. Již nebylo zjišťováno, zda je sledují denně, týdně, nebo jinak aktivně, pro mé účely dostačuje zjištění, že i učitelé YouTubeři sledují. Lze předpokládat situaci, ve které by byli dotázáni učitelé ve věku 40 let a více, že by se toto číslo rovnalo nule. Již v tomto případě je sledovanost YouTuberů nulová ve věku nad 35 let. Jelikož bylo předpokládáno, že většina učitelů YouTubeři nesleduje, rovnou jsem se dotázala i proč. Většina odpovědí byla shodná, nejčastěji je učitelé nesledují, protože je to nezajímá a nemají čas, takto odpovědělo 9 z 12 respondentů, kteří je nesledují. Dalšími odpověďmi bylo, že to nemá smysl a nic důležitého jim to nedává. Máme zde ale i pedagogy, kteří YouTube sledují. Většina z nich sleduje vzdělávací kanály, je tomu tak u 14 respondentů. Převážně tělocvikáři sledují fitness kanály, následně jsou to u dalších i kanály o módě, vaření a kanály herní. Jelikož zde byla uvedena i možnost volné odpovědi, byly respondenty doplněny ještě kanály hudební a filmové.

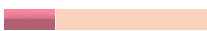



Nyní jsme se dozvěděli, že 14 pedagogů sleduje vzdělávací kanály na YouTube, již také víme, že 3 z nich berou na těchto kanálech inspiraci do výuky a 7 z nich vůbec ne. U zbylých 10 respondentů je uvedeno spíše ano, spíše ne, jak je možné vidět z tabulky č. 16.

Tabulka č. 16: **Kolik učitelů se inspiruje výukovými kanály na YouTube** (Otázka č. 6)

		Celkem
ano	 15 %	3
spíše ano	 40 %	8
spíše ne	 10 %	2
ne	 35 %	7

Na předchozí otázku jsem navázala další, ve které jsem se ptala, zda učitelé berou inspiraci i u známých a populárních YouTuberů. 75 % učitelů se u nich neinspiruje, potěšilo mě, že alespoň 3 učitelé se nějakým způsobem tvořivě nadchnou. Lze předpokládat, že se mohou inspirovat v trendech nebo kauzách, které se na YouTube řeší. Zejména třeba pro společenské vědy a ekonomiku vidím inspiraci populárními YouTubej jako velmi přínosnou. Na této bázi by se daly postavit i úkoly a seminární práce, když bychom věděli, že žáci v naší třídě taková videa sledují. Inspirace se dá čerpat i v jiných odvětvích a samozřejmě i dle tématu daných YouTuberů. Vrátime-li se k výukovým kanálům, dle tabulky č. 17 můžeme vidět, v jaké míře učitelé doporučují žákům vzdělávací kanály. O něco málo více pedagogů výukové kanály doporučuje, ale není to o mnoho více než těch, kteří k jejich sledování nenabádají. V této části výzkumu jsem zjistila, že výukové kanály doporučují především učitelé technického zaměření na středních školách. Pravdou je, že technické věci se na videích ukazují nejsnáze, dále jsou to učitelé matematiky a cizích jazyků. Především u jazyků jsou zde pozitiva zahraničních kanálů, které nemusí být ani vzdělávací.





Tabulka č. 17: **Kolik učitelů doporučuje výukové kanály svým žákům** (Otázka č. 8)

		Celkem
ano	 25 %	5
spíše ano	 35 %	7
spíše ne	 20 %	4
ne	 20 %	4

O osmi respondentech se dá na základě zjištění říci, že přemýšleli o tom, že by výuková videa začali sami točit, ale pouze 2 z nich tak činí. Dva učitelé ze vzorku 20 mi přijde pěkné číslo, oba dva jsou učiteli informatiky. Oběma těmto učitelům je méně jak 35 let. Další 4 respondenti uvedli, že vytváří jiné výukové stránky, nyní už se jedná o různé aprobace, nejsou zde aktivní pouze učitelé informatiky. Jelikož máme vzorek pedagogů, kteří vědí, kdo jsou to YouTuberi, dokáží i posoudit, jak tato skupina trendsetterů žáky





ve škole ovlivňuje. 90 % učitelů pozoruje jisté známky ovlivňování žáků, 70 % z toho je pozoruje s jistotou. Zajímavé zjištění je, že zde není nikdo, kdo by tyto vlivy na žácích nepozoroval, jak ukazuje tabulka č. 18.

Tabulka č. 18: **Vnímají učitelé, že YouTuberi ovlivňují žáky?** (Otázka č. 12)

		Celkem
ano	 70 %	14
spíše ano	 20 %	4
spíše ne	 10 %	2
ne	 0 %	0

Jelikož víme, že žáci jsou alespoň částečně ovlivňováni tímto trendem, ve kterém je obzvláště velký prostor pro šíření nepravdivých informací, je téměř žádoucí, aby učitelé kladli před žáky důraz na to, že vše na internetu rozhodně pravda být nemusí. Vyskytl se zde jeden respondent, který toto nedělá, v tomto případě je to omluvitelné, poněvadž se nejedná o pedagoga, který by ve své výuce internet zásadněji potřeboval. Potěšující okolností pro mne je, že 90 % učitelů na to důraz klade, přestože někteří z nich nejsou učiteli technických předmětů či informatiky. O podrobných výsledcích hovoří tabulka č.19, jenž je níže.

Tabulka č. 19: **Apelují učitelé na nepřesnost informací na internetu?** (Otázka č. 13)

		Celkem
ano	 90 %	18
spíše ano	 5 %	1
spíše ne	 0 %	0
ne	 5 %	1

Shrneme-li zjištěné informace, lze konstatovat, že všichni respondenti o trendu, který provází všechny žáky ve školních lavicích, vědí a není jim cizí, což je dobrý základ pro mediální výchovu zaměřenou k tomuto tématu. Bohužel se již nedá říci, že by všichni tito respondenti brali tento trend v patrnost. Pouze část pedagogů používá výukové kanály, pozitivní ovšem je, že někteří pedagogové berou inspiraci dokonce od YouTuberů, kteří jsou sledováni jejich žáky. Jako pozitivní lze označit, že stále nadpoloviční většina, přestože ne drtivá, doporučuje žákům výukové kanály, které jim mohou usnadnit pochopení látky probírané v daných předmětech. Nejpozitivnějším

zjištěním celého šetření je informace, že téměř všichni učitelé dbají na osvětu toho, že na internetu nejsou pouze pravdivé informace.

Tato zjištění mezi pedagogy, mě dá se říci potěšila, především v tom, že u velké části z nich se dá pozorovat vzhled do moderních prostředků a toho, co děti zajímá. Dále mě těší i to, že se o tuto problematiku zajímají i učitelé, kteří nejsou aprobovaní informatici a dbají na bezpečnost žáků. Přestože bylo šetření provedeno pouze u 20 respondentů z různých škol, domnívám se, že výsledky jsou různorodé, a naopak jejich shoda v některých případech dokáže hovořit za většinu pedagogů. Všechny odpovědi respondentů na otázky položené v dotazníkovém šetření je možné nahlédnout v příloze D této práce.

## **6.2 Nový pohled na YouTube**

YouTube nelze brát pouze jako stránku plnou zábavy určenou k relaxu a odreagování, její potenciál sahá mnohem dále, než jaká byla její vize. Ta spočívá ve zprostředkování video obsahu a bytím domovskou platformou YouTuberů. Díky jedinečnosti jejího obsahu lze ale využít i jinými způsoby, než jakými je trávení volného času. Na YouTube se nedá nahlížet pouze optimistickým pohledem, ani skrze prsty, každý pohled má totiž něco do sebe. V dnešní době lze využít jako prostředek edukace, ke kterému mají žáci na základních a středních školách velmi blízko. Jak již kapitola č. 1.2 ukázala, používáme YouTube v našem životě čím dál více, především mladá generace, tak proč jej neaplikovat i do vzdělávání. Samozřejmě i negativní vlivy na YouTube jsou a zřejmě stále budou přetrvávat, reklama se hojně rozrůstá a marketing zřejmě bude na YouTube stále cílit, to lze téměř s jistotou předpokládat, protože YouTuberi jsou oslovováni značkami stále více. Zároveň počty YouTuberů stále rostou a dětí jimi se inspirovaných přibývá. V této kapitole ale budu hledět na YouTube jako na vhodný prostředek edukace.

Proč zapojit YouTube do výuky? Protože většina dětí na něm tráví denně několik hodin a neodmyslitelně patří k dnešní době. YouTube není pouze zábavou pro děti, ale i neodmyslitelnou hrozbou, protože neumí kriticky přistupovat k obsahu, který na něm naleznou. Jelikož YouTube ale nabízí i spoustu materiálu, který se dá z didaktického hlediska použít ve škole, měli by toho učitelé využít. Pokládám si stejnou otázku jako Vaničková (2019), jak využívat co nejlépe YouTube ve vzdělávání? S potenciálem YouTuberů se dá naložit nejrůznějšími způsoby, nejčastěji se setkáváme s využitím jejich dosahu v marketingu a reklamě. Různé agentury využívají

jejich vlivu na své příznivce, načež YouTubery spojují s co největším množstvím produktů, aby byl zvýšen jejich prodej. Nezáleží na tom, jak je reklama provedena, ale marketing je jedním z nejvíce využívaných odvětví ve spojení s YouTubery. O jeho vlivu na děti jsme se bavili již v teoretických kapitolách práce. Dalším způsobem využití vlivu YouTuberů, který se osvědčil, je spojení YouTubera s televizním pořadem, moderovanou akcí nebo charitativními projekty. Na těchto akcích nejčastěji spolupracují velcí YouTubeři jako jsou Jiří Král nebo Nikola Čehová, kteří se charitativních projektů ve velké míře účastní. Jejich bonusem je, že s danými charitativními organizacemi spolupracují dlouhodobě a ve větším množství projektů, nikoli proto, aby jednu konkrétní akci zviditelnili, jak jim bývá mnohdy zazlíváno.

Vaničková (2019) uvádí, že sama na základě svých zkušeností považuje YouTube za vhodnou didaktickou pomůcku jak na základní, tak i na střední škole, která může žákům pomoci v dosažení výstupů požadovaných ve vyučovací hodině. V čem s ní zcela souhlasím je to, že taková pomůcka žáky nepochybně zaujme, především pak v případě, když jim ukážeme nějakého YouTubera. Ostatně i YouTube samotné je velmi zajímavou pomůckou. V čem dále s autorkou souhlasím je i problematiku stránka YouTube, jeho použití ve výuce se musí cíleně promyslet a vyžaduje jistá opatření a dlouhodobý efekt, pokud by se používalo ve výuce bezmyšlenkovitě, mohlo by to přinést spíše negativní důsledky. Pokud chceme docílit jeho použitím nejlepších výsledků, je třeba jej využívat opakovaně, dlouhodobě a s odpovídajícími úkoly, skrze které ověříme jeho efektivitu a účinnost. Pokud chceme v mediální a digitální výchově učit žáky pracovat s médii a chceme tak dosáhnout co nejlepších výsledků, bylo by žádoucí, aby byly používány technologie jim blízké a na internetu byly využívány prostředky, se kterými se žáci setkávají denně. Zjednodušeně řečeno, nejlépe se učí na tom, co žáci sami znají a používají. Přínosem zde může být především to, ukážeme-li žákům i jinou stránku toho, co sami používají, obzvláště když jim představíme v tomto směru i nové možnosti. Důležité by bylo informovat je obecně o něčem, co používají, a aby se na věc podívali i z jiné stránky. Například u YouTube je to jeho historie a primární účel, naučit je, jak ho co nejlépe používat a ovládat, jaké všechny možné věci nabízí a co je nového. Vaničková (2019) také uvádí, že je dobré zasvětit žáky do hloubky problému a ukázat jim všechny okolnosti, nikoli pouze tu část, kterou sami znají. Dále dodává, že je dobré podívat se i na pohled žáků, co si oni o YouTube myslí, položit jim například otázky týkající se problematiky jeho sledování. Z celého tohoto doporučení plyne naučit žáky kriticky myslet a posuzovat své vlastní chování a chování jiných, snažit se myslet a jednat empaticky, ale přesto objektivně a ostražitě.

Proč neumístit YouTube minimálně do výuky informatiky nebo společenských věd, a to už na základní škole, když samotný Rámcový vzdělávací program přímo nabádá k jeho využití ve vzdělávací oblasti Člověk a společnost, v jejichž cílech je uveden i tento: „*Seznamuje žáky s vývojem společnosti a s důležitými společenskými jevy a procesy, které se promítají do každodenního života a mají vliv na utváření společenského klimatu.*“ (RVP ZV, 2016, s. 51). Jelikož se sledování YouTube stalo fenoménem mezi mladými lidmi, lze jednoznačně hovořit o společenském jevu zasahujícím do každodenního života. Stejně tak hovoří RVP i u Informačních technologií, kde je jejich náplní „*získat elementární dovednosti v ovládnutí výpočetní techniky a moderních informačních technologií, orientovat se ve světě informací, tvořivě pracovat s informacemi a využívat je při dalším vzdělávání i v praktickém životě*“ (RVP ZV, 2016, s. 38). Jelikož je YouTube moderní informační technologie a slouží k získávání informací, je potřebné naučit se s ní správně zacházet. Má-li žák také pracovat s informacemi, musí se nejprve naučit, jak informace správně dohledat a třídit. Jelikož oba předměty souvisí s průřezovým tématem mediální výchova, které má mimo jiné žáky naučit rozpoznávat manipulativní strategie, reklamu a její účinky a ovlivňování, není pro výuku lepšího nástroje než YouTube a YouTuberů, kteří jsou aktuálně nejvíce manipulační strategií mezi dětmi. Dobře se dají využít videa YouTuberů jako motivace ve výuce, jak jsem již zmiňovala, žáky zaujme, že se YouTuber o dané téma také zajímá. Je spousta možností dle RVP, ve kterých se dá YouTube využít. Velmi vhodný příklad by bylo třeba autorské právo, sociologie a psychologie, s nimi související marketing.

V kapitole 4.4 zabývající se mediální výchovou jsem se zmiňovala o digitální gramotnosti, kterou je třeba rozvíjet a jejíž rámec výstupů má 3 hlavní oblasti, kterými jsou Člověk, společnost a digitální technologie, Tvorba digitálního obsahu a Informace, sdílení a komunikace v digitálním světě. Všechny tyto kategorie až nápadně volají po využití YouTube, které je pro ně na první pohled jako dělané. Jelikož jak pro 2. stupeň ZŠ i SŠ je třeba umět digitální technologie ovládat, především zaměříme-li se na YouTube, jsou tyto oblasti skvěle uchopitelné právě k praktické ukázce YouTube. Žáci by ho měli umět využívat a znát o něm i nějaké další informace mimo toho, že je to server s videi. Měli by ho umět používat, čerpat z něho informace a bezrizikově je šířit. Žák by zároveň měl zvládnout odhadnout riziko jejich používání, k čemuž by mohly skvěle sloužit modelové příklady a ukázky přímo z YouTube. YouTube zároveň nabízí i možnost videa přímo tvořit a upravovat ve svém prostředí, tímto by si žáci celý proces YouTuberingu mohli vyzkoušet. Není důležité, jaký obsah by jejich video mělo, ale důležité je, jak s ním pracovat. Když by si žáci vyzkoušeli, jak vypadá

proces tvorby videa, zajisté by to částečně změnilo jejich pohled na produkty jiných autorů. Tvorba videa by se dala propojit se získáváním informací a žáci by si v některém z předmětů, kde by to bylo možné, nebo i mezipředmětově v rámci mediální výchovy vyzkoušeli vytvořit vlastní zpravodajství, které by obsáhlo všechny tyto požadavky. Bylo by nutné, aby ovládali tvorbu videa a zjišťování informací, jejichž znalost by prokázali vytvořením právě takového projektu, kterým jsou školní zprávy. Poslední část se zabývá ověřováním informací a jejich šířením, v předchozích částech práce jsem se věnovala i tomu, jak moc jsou informace na YouTube pravdivé, přičemž se ukázalo, že jen málokterý žák jim slepě důvěřuje. Jako vhodné bych viděla i vytvoření vlastních fake news, aby žáci viděli, jak snadné je někoho nachytat. Cílem takové aktivity by nebylo někomu škodit, ale snažit se otevřít žákům oči v tom, jak snadné to je, kolik lidí se napálí a kolikrát se mohli stát terčem podobného útoku právě oni.

Na YouTube se dá rozvíjet i čtenářská gramotnost, přestože se to může zdát na první pohled pozoruhodné, když se na YouTube sledují videa. Jelikož ale do čtenářské gramotnosti spadá i hodnocení informací vzhledem k jejich obsahu, kritické nahlížení, argumentace a porovnání s vlastní zkušeností, dají se všechny tyto aktivity skvěle spojit i s videem, proto je opět YouTube dobrým příkladem k použití.

I docent Hurák z ČVUT zakomponoval do svých přednášek animovaná videa z YouTube s názorem, že díky nim ušetří spoustu času. Používá ale metodu, kdy žáci shlédnou video sami a následně k němu mají dotazy. Za tento přístup k výuce dostal Hurák ocenění pedagoga roku 2017/2018 a vysloužil si i přezdívku docent YouTuber. (SOCIAL MEDIA, 2018) Černý (2012) se také zastává videa ve výuce, zejména proto, že došlo k rozmachu moderních technologií, kterými dnes disponuje každé dítě. Tvrdí, že když je video pro děti tak snadno dostupné, mělo by se stejně snadným způsobem ocitnout i ve výuce, protože je nutné, aby výuka reflektovala dobu. Toto tvrzení mi přijde velmi pozoruhodné, protože přišlo v době, když ještě YouTube nebylo takovým fenoménem jako dnes. Uvádí, že je možné video použít na rozšíření mnoha oborů, kterými jsou například výtvarná výchova, dramatická výchova, ale i společenské vědy a fyzika. (Černý, 2012)

Musím souhlasit se všemi autory, poněvadž se domnívám stejných názorů. Lze jen těžko najít nějaký názor proti, protože zatím není třeba hanit YouTube ve výuce, když k němu v nijak zásadní míře ještě ani nedochází. Podařilo se mi v diskuzi pod videem Kováře (2018a) dohledat komentáře, kde diskutující dívka uvedla, že na vysoké škole při didaktice společenských věd řešili s vyučující videa YouTubera Kováře. Výsledkem této



diskuze bylo, že jeho videa jsou velmi přínosná a měla by se pouštět žákům ve škole. Zaujal mě komentář, který navazoval na tuto diskuzi: „*Vysokoškolská studentka pedagogiky sledující Kovyho video...A pak má naše vzdělávací soustava za něco stát...*“, protože prokazuje dle mého názoru nezasvěcenost do problematiky vzdělávání a nerespektování fenoménu doby, který by měl být reflektován i vzdělávacími zařízeními. Pokud by na snahu začlenit fenomén do vyučování takto reagoval každý, setkali by se učitelé s modernizujícími snahami s velkou kritikou, přestože se snaží žákům pouze pomoci s bezpečnou konzumací informací způsobem, který jim je blízký. Na internetu takovéto názory od laiků jsou, ale je nutné konstatovat, že na internetu je každý velmi silným řečníkem a specialistou, orientuje se ve spoustě oborech lépe než v oboru aprobovaní lidé a má nejlepší názory. Takové případy je nutné brát s nadsázkou, protože toto je téma, které se přesně týká i toho, co my mělo být vyučováno. Sice máme svobodu slova, ale internet není prostředím, kde by každý mohl chrlit své nepodložené a unáhlené názory a závěry. Právě na jejich základě často vzniká fikce, kterou se zabývám v kapitole 4.1. Lidé potom dokáží rozvinout na internetu takové teze, které byly již dávno vyvráceny, a masově strhnout stovky lidí, kteří jejich názor přebírají za svůj. Domnívám se, že je pro školství potřebné reflektovat zájmy dětí, protože na nich se dá vystavět výuka, která je bude bavit a bude zároveň propojena s moderní formou. YouTube je fenomén, kterému se nedá vyhnout, když ho učitelé budou bojkotovat, mohou se a ně žáci dívat skrze prsty, a naopak velmi užitečné i pro klima třídy by bylo, kdyby učitelé dali vědět, že trendy sledují.

### **6.3 YouTuber a edukace**

Jedním z příkladů využití videí ve výuce jsou videa YouTubera Kovyho, který netvoří pouze videa pro svůj kanál, ale přispívá i do různých diskuzí zaměřených na mladé a nyní i na web Jeden svět na školách, na kterém vytvořil svůj pořad Kovyho mediální ring (Kovář, 2019). Zde se dostáváme k tomu, že myšlenka spojit YouTubera a vzdělávání již někoho napadla a není evidentně natolik zcestná. Největším jejím benefitem je zvýšení zájmu dětí o edukaci, předpokládáme-li jejich vzhlednutí se v idolech, můžeme předpokládat i pozitivní působení toho, když děti vidí, že YouTuber se také vzdělává a apeluje na to, jak je to důležité. Jeho videa jsou výborně využitelná pro občanskou výchovu, společenské vědy, informatiku a nejrůznější odvětví mediální výchovy. Kovářovou velkou předností je, jak již bylo zmíněno, že je jedním z nejznámějších YouTuberů, který má velmi blízko ke své fanouškovské základně a snaží se vytvářet

obsah použitelný k edukaci mladých a zvýšení jejich zájmu o pro ně nepopulární témata. Sám Kovář se řadí do skupiny infotainment YouTuberů, což znamená, že zábavnou formou podává reálné zprávy. V roce 2018 se zabýval především politickými tématy a volbami. Mladí diváci jsou mu za tyto snahy vděční a odměňují se mu nejen počty shlédnutí a líků, ale také nejrůznějšími oceněními v soutěžích, kde se umístil například na prvním místě jako Video Blogger roku 2017 a první místo za Fair Play na Czech Social Awards 2018.

V této části se podíváme podrobněji na to, jakým přínosem jeho pořad pro vyučování může být. Problematikou, kterou jsem se zabývala i já ve své výuce na střední škole, se zabývá Kovář v prvním díle svého pořadu, zabývá se zde zdrojem informací a tzv. fake news, čímž jsem se zabývala i já v úkolu, který jsem žákům zadala. Žáci v něm měli najít odpověď na zadanou otázku s ověřením zdroje. Jen v menšině případů byl zdroj uveden a když byl, žáci stejně nevěděli, co znamená, protože pojmy jako Reuters nebo ČTK jsou jim cizí. Podle mého názoru je toto jedna z věcí, která by se měla v hodině informatiky nebo společenských věd určitě objevit, protože kde jinde se právě tohle mají žáci naučit? V kroužku žurnalistiky? Měly by být do výuky více začleněny věci praktické pro život, především v dnešní informační společnosti. Žáci vůbec nemají ponětí o tom, co tyto názvy uvedené pod článkem znamenají, nemají povědomí o tom, kde se tyto informace vůbec berou, málokterí ví, že existuje něco jako tisková kancelář, a že právě z ní se informace berou a pouze tehdy se na ně mohou spolehnout. Když jsou informace o původu zpráv uvedeny, je vše v pořádku, ale daleko častější je, že tyto informace známé nejsou a je potřeba o jejich pravdivosti pátrat. Právě těmito informacemi se zabývá Kovář v prvním dílu pořadu, který by se díky své délce necelých 6 minut dal použít jako vsuvka do vyučovací hodiny, která by vnesla moderní a multimediální osvěžující prvek do jinak statické výuky zaměřené na vyhledávání informací. Jak bylo zmíněno výše v souhlasu s Vaníčkovou (2019), je vždy vhodné navázat na tematické video i vhodně zaměřenými úkoly či otázkami, které zreflektují dopad takového vyučovacího prvku. Na takové hledisko Kovářův pořad také myslí, že každému jeho dílu je poskytnut metodický materiál obsahující s videem propojené aktivity a texty, s nimiž se dá o výuce pracovat. V tomto díle se Kovář zabýval tím, jak dohledat autora určitého článku na internetu, který nemusí být uveden jmenovitě, ale například jako v tomto případě pod oslovením „vedoucí kolotoče“. Jedním z úkolů spojených s videem je dohledání toho, kdo je anonymním vedoucím kolotoče. Tato aktivita může cílit jak na digitální gramotnost, tak na čtenářskou, protože se jedná o vyhledávání informací a jejich kritické zvažování. Dále každý díl pořadu obsahuje i cíle dané lekce, díky kterým můžeme předem zjistit

naplnění výchovných a vzdělávacích cílů, případně dle nich určit, k čemu bude daná lekce přínosná. Takové to vytyčení cílů poukazuje na to, že je pořad opravdu využitelný a vhodný k zařazení do vyučování. Navíc je celé toto video i videa další propojené vtipnými hláškami z prostředí mladistvých, které se týkají například ponožek v sandálech nebo témat jako ananas na pizze, která dokáží dle mého názoru odlehčit tíhu edukačního záměru do pro žáky přijatelné formy, která se se zvoněním nevytratí.

Stejně tak využitelný je i druhý díl tohoto pořadu, který se zabývá tématem navazujícím na to předešlé, a to obsahem mediálních sdělení. Hned v úvodu vysvětluje, že se to netýká pouze zpráv, ale dokonce i sociálních sítí a televizního vysílání. Apeluje zde opět na ověřování zdrojů a navazuje na předchozí díl myšlenkou která tvrdí, že když nenajdeme zdroj podstatných informací, může se jednat o manipulaci. Velmi zajímavou částí pořadu jsou i ankety, ve kterých jsou dotazováni přímo žáci středních škol, což by při implementaci do výuky na SŠ mohlo žáky zaujmout. Na základě všech benefitů, které tento pořad nabízí, se domnívám, že je velice vhodný pro mediální výchovu. Pokud by vzniklo více podobných projektů i na jiná témata, mohlo by to být pro moderní vzdělávání velice přínosné. Aktivita v metodice k tomuto dílu je zaměřená na rozlišení sdělení objektivních a subjektivních, což znamená, že by se tento díl dal mezipředmětově využít i s českých jazykem, kde by se žáci zabývali tím, co je komentářem autora, nebo jaký článek je zprávou. Tato aktivita by kopírovala myšlenku nové koncepce pojetí informatiky na školách, kde ještě zavedená není.

A dále se stejným způsobem dají využít i všechny ostatní díly, které jsou velmi kvalitně zpracovány a cíleny přímo k těmto vzdělávacím účelům. Všechny díly tohoto YouTuberova pořadu se zabývají mediální výchovou a odpovídají na otázky, kterými by se měl zabývat každý čtenář článků na internetu, ale i divák internetových videí. Pořad tedy souhrnně odpovídá na otázky Kdo, co, komu, jak a proč ve vztahu k mediálnímu obsahu, který se týká i dětmi ve velké míře využívaných sociálních sítí.

## **6.4 Doporučení k využití YouTube ve výuce**

Budu-li se držet předpokladu, že výuka podložená videem je kvalitní, pro žáky záživná a video samotné dokáže hodinu ozvláštnit, aktivizovat a zaujmout žáky, nezbyvá než se zaměřit na to, jak video do výuky vhodně aplikovat. Jak již bylo řečeno v předchozí kapitole, video lze dát do výuky jakýkoli způsobem, ale aby bylo dosaženo požadovaného efektu, je nutné jeho použití promyslet a navázat na něj patřičné aktivity. S videm

se dá pracovat ve všech předmětech, některé předměty jsou pro to ale vhodnější. Můžeme se bavit o tom, že nejsnazší je zakomponovat video do přírodovědných a jazykových předmětů. Matematika, fyzika, chemie a cizí jazyky jsou využívání videa nakloněné z mnoha důvodů. Než se vrhneme na konkrétní kanály, je na místě nastínit, jak lze video ve výuce využívat.

Vyučování se dá uskutečňovat nejrůznějšími způsoby, výhodou je, když se jedná o předmět, u kterého lze předpokládat, že žáci mají zájem učivo do hloubky porozumět. Předpokládat tak lze především na odborných školách u profilových předmětů. Nemůžeme-li se opřít o tento předpoklad, je nutné snažit se zaujmou žáky jinak. Již známý fakt je, že pouhé opisování poznámek nemá moc kvalitní dosah, protože žáci mnohdy nemají ani čas pedagoga poslouchat. Jako daleko vhodnější varianta se jeví situace, kdy žáci učivo pochopí, protože je zprostředkováno co nejsnazším způsobem a stačí jim pouze minimum poznámek a vlastní porozumění. Kdyby tomu tak nebylo, nebyly by na výsluní ani alternativní školy.

Jedním z možných řešení je použít metodu převrácené třídy, kdy by si žáci shlédli učitelem doporučená videa doma a ve škole pouze vznesli dotazy. Tuto variantu ale nevidím jako velmi využitelnou pro častou aplikaci, poněvadž nejde žáky zatěžovat samostudiem každý den. Co by ale použitelné bylo, je využití předem připravených videí ať učitelem daného předmětu, nebo videí stažených z internetu, která jsou například na stránkách Khanova škola. Opět by tato varianta byla výhodná vzhledem k nové koncepci vzdělávání. Pokud by vyučující vytvořil na YouTube speciální kanál, na kterém by byla všechna témata zpracovaná videem, nemuseli by se žáci tvořit výpisky a vznikl by prostor pro více procvičování a dalších praktických ukázek. Aby se učitel vyhnul svému monologu, mohl by výklad doplnit právě videem z YouTube a navázat na něj některé úkoly. Benefitem by v tomto případě bylo, že by vyučující nemusel látku několikrát opakovat, ale žák, který by ji potřeboval zopakovat, by si mohl video pustit znovu. V případě, že by postupy zapomněl, mohl by si je pustit opětovně doma.

Pokud by vyučující nebyl takové variantě nakloněn, stále zbývá asi nejvyužitelnější možnost pro většinu předmětů, a to ta, že bude výuka doplněna videem, na které bude navázán další výklad nebo aktivity a nebude tento styl uplatněn v každé vyučovací hodině. Přesně pro tyto účely jsou nejvíce využitelná právě videa s YouTube jako je Kovář, Král, Rota a jiní, jejichž témata jsou provázatelná s výukou. U Kováře by to byla jak jeho běžná YouTube videa, na která by se dala rozvést bohatá diskuze a navázat jiné aktivity, tak pořad Kovyho mediální ring, který již sám o sobě obsahuje metodickou

podporu, kterou může pedagog ale ještě daleko více rozvést. U Roty by to mohla být jeho vzdělávací videa z kanálu Vědecké kladivo, ze kterých by se daly použít některé části tvorby pro přírodopis, biologii nebo informatiku. Ve svých videích se zabývá především tím, jak dané věci fungují a proč se věci dějí tak jak se dějí. Pro využití videa v informatice se velmi hodí i videa Krále, který spolupracoval se společností Avast v projektu Bud' safe online. Tato videa by mohla doplnit výuku informatiky z hlediska bezpečnosti, z využití navazujících úkolů nebo dokonce projektu. Do většiny předmětů jsou pak vhodná videa ze stránky Khanova škola, u kterých by mohl v některých případech vzniknout problém v tom, že některá jsou anglicky. Ale právě na nich se dá trénovat anglický jazyk, stejně tak pak i další jazyky na videích YouTuberů ze zahraničí. V tomto případě by mohly kvalitně posloužit vlogy z cest, kde by se dal spojit jazyk se zeměpisem. Každopádně zahraniční YouTuberská videa jsou pro anglický jazyk nejvyužitelnější a dalo by se na ně navázat spoustou cvičeními, která by mohla žákům otevřít fantazii a zvýšit motivaci v případě, že zahraniční YouTubery sledují kvůli jazyku, jak ukázal i můj výzkum. Žáci by pak mohli zpracovávat videa svého oblíbeného zahraničního YouTubera přímo do školy, což by mohlo zvýšit motivaci být úspěšnější, právě díky tomuto propojení výuky a YouTubera. V českém jazyce, zejména v části literatury, by se dala využít videa známých YouTuberek o knihách které čtou a doporučují. Dovedla bych si zde představit i šetření na sociálních sítích o popularitě některých titulů.

Jelikož možností využití videí z YouTube, propojení YouTuberů s výukou a případně zapojení sociálních sítí do vyučování je tolik a nedokážu zde všechny popsat, protože jde především o aprobaci a schopnost pedagoga kreativně myslet, uvedu zde dva příklady přípravy modelové vyučovací hodiny, v níž bude použito začlenění těchto fenoménů do výuky.

## **6.5 Návrh ukázkové hodiny**

Jako první modelovou vyučovací hodinu jsem připravila výuku společenských věd na střední škole, která se zabývá marketingem. Zároveň je v modelové hodině zakomponováno průřezové téma mediální výchova a jeho tematický okruh mediální produkty a jejich významy. Žáci budou při této hodině využívat především kritického myšlení a rozboru informací. Pro výuku jsem vybrala video YouTubera Kovyho s názvem Kouření. (Kovář, 2018b) Video bylo vybráno záměrně, protože se na něj dá navázat mnoha aktivitami, které by vydaly i na celý projekt. Nejvhodnější využití tohoto videa a aktivit by bylo pro dvouhodinovou výuku, protože nabízí mnoho možností.

Začátek hodiny by bylo možné uvést brainstormingem na téma kouření. Co se žákům vybaví, když se řekne tohle slovo, které by bylo napsané na tabuli. Je zde více možností, jak žáky aktivizovat. Nápady buď bude psát na tabuli učitel, nebo je mohou psát žáci sami za sebe. Dále by zde byla možnost využít brainstorming propojený s moderními technologiemi a provést ho skrze aplikaci Mentimeter, pokud se třída nachází v učebně s dataprojektorem a žáci mají přístupný internet. Přes počítač nebo mobilní telefon (což je méně komplikované), by mohli formou brainstormingu odpovídat na zadanou otázku, která by se týkala kouření. Jejich odpovědi by se zobrazily na dataprojektoru. Navazující aktivitou může být otázka, zda se žáci v poslední době setkali s nějakou reklamou na produkt, která byla naprosto všude (v našem případě bychom pravděpodobně mohli dostat jako odpověď elektronickou cigaretu). Na takové otázce se dá vystavět zajímavá diskuze. Ve chvíli, kdy by žáci vyjádřili své názory, nemělo by to zabrat více jak 15 minut od začátku hodiny, je čas pustit jim video. Video má 10 minut, což znamená, že je relativně dlouhé na to, aby bylo puštěno v celku. Vhodné je pustit video v čase 0:13 s. YouTuber zde hovoří o rozmachu kouření a začíná se věnovat tabákovému průmyslu. Zastaví-li vyučující video v čase 4:33 s, kde Kovy zakončí dokazování lživých informací o dané společnosti, je čas na menší diskusi ve třídě. Jako vhodné vidím udělat mezi žáky průzkum pár otázkami, jako např. když si kupujete nějaký produkt, zajímáte se o jeho vlastnosti dopodrobna, nebo vám stačí informace z reklamy? Napadlo vás někdy zajímat se o historii firmy a její možné skandály z minulosti? Diskuze by měla být řízená a neměla by zabrat tolik času, protože se nedá předpokládat, že se přihlásí každý žák, a už vůbec ne, že si každý žák ověřuje takové věci. Doporučila bych zde pokračovat ve videu v čase, kde bylo zastaveno. Další část videa je totiž věnovaná reklamě na Instagramu, což je sociální síť, kterou, lze předpokládat, sleduje 95 % žáků ve třídě. V čase 5:19 s doporučuji video pozastavit a zeptat se žáků, zda tuto kampaň zaznamenali a co si o ní myslí. Video bych pro tuto vyučovací hodinu ukončila v čase 8:10 s. Jelikož sledování videa i s proběhlou diskuzí mohlo zabrat okolo 12 minut, přichází čas na další aktivity. Žáci mohou shrnout, zda shlédnutí tohoto videa změnilo jejich postoj k daným výrobkům a strategiím firem, další možné otázky do diskuze mohou být ve formě otázek „Co se vám na tomto produktu nezdá?“ nebo obsáhlejší otázka „Jak byste podali jako influencer takovou reklamu, když vás bude sledovat věková kategorie 10–35 let?“. Na tuto otázku se dá vytvořit skupinová práce, doporučovala bych skupinky maximálně po 4 žácích. Žáci mohou společně vymyslet strategii, jak něco takového propagovat. Jelikož je to úkol poměrně obsáhlý, doporučila bych ho nechat na samostatnou vyučovací hodinu, stejně tak s jeho modifikací, aby žáci vymysleli reklamu na takovýto produkt, ale s pravdivými informacemi a pro vhodnou cílovou skupinu. Na základě toho se mohou zamyslet nad

marketingovými strategiemi a triky, jak daný produkt prodat. Když vyučující nechá takovou aktivitu na samostatnou hodinu, je možné tuto výuku zakončit posledním brainstormingem na téma kouření u dětí. Své nápady by pak žáci odůvodnili. Dala by se využít i metoda tzv. tenisu, což je diskuze, ve které se žáci rozdělí na 2 skupiny. Jedna skupina by obhajovala tento produkt jako dobrý, druhá skupina jako špatný. Nezáleží zde na tom, jaký názor žák zastává, ale jak je schopen argumentovat pro nebo proti. Žáci ve skupině vymyslí argumenty a navzájem si je s druhou skupinou vyměňují. Tato diskuze je řízená učitelem, aby se žáci nepohádali a byly zde vyměňovány pouze argumenty v největší míře korektnosti.

Celkově považuji toto téma pro vyučovací hodinu jako velmi přínosné, protože v sobě zahrnuje spoustu užitečných témat zahrnutých v RVP, která se dají propojit s infromatickým myšlením, digitální gramotností a moderními technologiemi. Největším benefitem je zde to, že video vytvořit sám YouTuber, který jde žákům vzorem.

Druhou vyučovací hodinu jsem zvolila více naučnou, protože bych ráda ukázala, že se dá díky videu i vzdělávat, ne pouze rozvíjet kompetence. Tentokrát jsem se zaměřila na základní školu, kde bych pro výuku informatiky zvolila video YouTubera Roty (2017) z jeho vzdělávacího kanálu Vědecké kladivo. Konkrétně video Jak číst jiné číselné soustavy, které bych využila pro seznámení žáků s číselnými soustavami, které by proběhlo v jedné vyučovací hodině.

Hned úvod hodiny by mohl být zahájen videem, na které budou navazovat další aktivity. Jelikož bude potřeba několik částí videa z YouTube, doporučuji video buď stáhnout a sestříhat na dané kousky, nebo použít odkazy z YouTube začínající v daném úseku. Možné je i pustit video celé a místy přeskakovat, důležité v tomto případě ovšem je, aby video nedošlo až a úplný konec, protože YouTube na konci videa ukazuje seznam doporučených videí ke spuštění a velmi často se v nich objeví něco nevhodného, co by mohlo vyvolat rozruch a rozbít následnou aktivitu v hodině.

- Představení pojmu číselná soustava
  - Co tento pojem znamená (jde o reprezentaci čísel)
  - Jaké máme číselné soustavy (dvojková, osmičková, desítková, šestnáctková)
  - Video v čase 0:00 s – 1:04 sv této části videa Rota mluví o tom, co jsou to číselné soustavy, jaké máme soustavy a co si pod nimi představit

- Vysvětlení pojmu desítková soustava
  - Video v čase 1:04 s – 1:25 s  
v této části videa Rota vysvětluje fungování desítkové číselné soustavy
  - Na vysvětlení desítkové soustavy můžeme teprve stavět vysvětlování dalších soustav
- Převod čísel z desítkové soustavy do jiných soustav (vysvětlení principu)
  - Video v čase 1:25 s – 3:50 s  
v této části videa Rota vysvětluje princip počítání ve dvojkové soustavě
  - Video v čase 3:50 s – 4:06 s  
zde ve spojení s dvojkou soustavou vysvětluje pojem byte, který má 8 bitů
  - Video v čase 4:06 s – 4:50 s  
zde Rota vysvětluje princip šestnáctkové soustavy
  - Video v čase 4:50 s – 5:28 s  
vysvětlení šestnáctkové soustavy, co vlastně znamená
  - Video v čase 5:28 s – 5:45 s  
převod z šestnáctkové soustavy na desítkovou

Po video ukázce je prostor pro dotazy žáků, kde se dá předpokládat, že ne všichni dokonale problematiku pochopili, přestože došlo k názorné ukázce YouTuberem. Přichází tedy prostor pro shrnutí celé látky vyučujícím, který by se měl především zaměřit na to, jak funguje dvojková a šestnáctková soustava. Důležité by bylo zpětně dodat i to, jak se převádí z dvojkové zpátky na desítkovou, což Rotovo video postrádalo. Zopakovat a znázornit graficky na tabuli celý postup převodu dvojkové a šestnáctkové soustavy tam a zpět.

Celý proces zní možná velmi složitě, ale ve své podstatě jde jen o to, že základ látky poví YouTuber, kterého budou žáci vnímat, protože je to něco nového a především někdo, koho znají. Motivací u takto nepopulární látky je především to, že žák vidí, že takovouto problematiku ovládá i známý YouTuber a látka bude působit významně, především budeme-li vycházet z toho, že YouTuber je vzorem dětí. Celý proces práce s videem by neměl i s úvodní teorií zabrat více než 15 minut. Následné dovysvětlení mechanismu převodů maximálně dalších 10. Vhod zde přijde cvičení ověřující pochopení této problematiky, které by mělo obsahovat pár příkladů na procvičení. Od každého druhu převodu vidím jako optimální 4 příklady. A aby výsledek neskončil u počítání příkladů, bylo by vhodné použít aktivizační cvičení pro žáky, které by obsahovalo zašifrovanou zprávu do dvojkové soustavy, kde by každému číslu v abecedě bylo přiděleno číslo, k němuž by se žáci výpočtem dostali a byli schopni složit zprávu.



V takto skrze média obohacené hodině došlo k propojení poměrně nezajímavého učiva, ke kterému se žáci špatně motivují, a kvalitní práce YouTubera, která mohla být použita pro edukační záležitost a bylo použito motivace trendem, který žáky zajímá. Jelikož hodina nebyla jednodušší a monotónní, ale obsahovala 4 druhy aktivit, kterými byla práce s videem, výklad, procvičování učiva a didaktická hra, bylo cíleno na co nejvyšší míru osvojení si učiva žákem. Například tedy takovýmto způsobem by bylo možné aplikovat práci YouTuberů do výuky. Další metod, jak využívat video nebo případně i další sociální sítě je mnoho a záleží pouze na fantazii učitele, jak k modernímu vyučování přistoupí.

## **6.6 Návrh udržitelného vzdělávacího kanálu**

Jelikož předpokládám, že využití YouTube videí ve výuce je přínosné, je vhodné navrhnout kanály, které se dají k těmto účelům využít. Jakým způsobem je lze využívat jsem již zmiňovala v přechodných kapitolách. Mým původním záměrem bylo připravit takový YouTube kanál, který se bude dávat využívat pro zábavně edukační účely a bude se opírat o výzkumnou část této práce. Poněvadž ale výzkum poukázal na to, že YouTube kanály, které nemají velké počty odběratelů a nejsou tolik populární, nemají u dětí tak velkou sledovanost (z respondentů je nesleduje více jak 60 %), nemá dle mého názoru smysl nějaký takový kanál pro školy vytvářet. Výzkum poukázal na to, že daleko populárnější jsou u dětí hodně slavní YouTuberi, kteří působí i na jiných sociálních sítích. Sleduje je daleko více dětí než ty méně populární, daleko častěji se vyskytují jako vzor, a především z těchto zjištění budu dále vycházet.

Po tom, co jsem provedla průzkum na českém YouTube, jak se YouTuberi projevují, jaká je jejich tvorba a jaké mají strategie ve svém vystupování, o čemž jsem již hovořila, jsem došla k závěru, že přesně pro modernizující a aktivizující edukační snahy, se dají použít videa některých známých YouTuberů. Na tomto základě považuji za zbytečné vytvářet něco nového, co je již v jiném a daleko populárnějším vydání k mání. Tento pokus považuji za zbytečný především z toho důvodu, že český YouTube je přehlacen velkými i menšími YouTubeři a dosáhnout vyšší hranice odběratelů, aby měla videa vůbec nějaký dosah, je v současné době již skoro nemožné, protože je dostatečné množství autorů, které již děti s oblibou sledují. Bylo by v takovém případě nutné navázat spolupráci s větším YouTuberem, což by vyžadovalo velmi dobře promyšlený plán, zároveň by ale bylo obtížné najít populárního YouTubera, který by něco takového dělal zdarma. Výzkum zároveň ukázal, že děti spíše nevyhledávají vzdělávací kanály, což se dalo předpokládat.

Jejich zájem o infotainment (pojem bude více rozveden níže) videa ale je, což je pro mé účely více než pozitivní. Jejich zájem o tato videa lze soudit vzhledem k odpovědím na otázky, které jim byly položeny v dotazníkovém šetření a vzhledem k tomu, o jaké YouTubery se zajímají. Shrneme-li tyto informace, tak víme, že vytvořit něco nového, co by bylo mezi dětmi zároveň úspěšné, je téměř nemožné, nechceme-li do toho vložit velké množství financí. Což budu předpokládat, že v případě jednotlivých škol možné není, pokud něco takového nevytvoří někdo, kdo celý projekt a odměny YouTuberům zafinancuje. Budeme-li vycházet ze zájmu žáků o infotainment videa, máme na YouTube z čeho vybírat, protože i kvalitní čeští YouTubeři se takovému druhu videí věnují. Tuto problematiku jsem nastínila již v předešlé kapitole v souvislosti s YouTuberem Kovym.

Nyní je možnost pracovat s tím, co máme a co nám náš YouTube nabízí. Můžeme pracovat s videi známých YouTuberů, která se pro vzdělávání hodí, a zároveň můžeme vylepšit a zpopularizovat vzdělávací kanály, které na YouTube scéně také existují, ale netěší se takové úspěšnosti. Vzdělávací kanál, který je zaměřen pouze na předávání informací a odborné zasvěcení do konkrétního tématu, se zřejmě nikdy nemůže rovnat kanálu zábavného YouTubera, který sice v některých částech své tvorby edukuje, ale stále se drží zábavnější roviny. Propojit tyto dvě věci dohromady dost dobře nelze, protože vzdělávací kanál se drží v edukační rovině, populární YouTubeři zase v té zábavné. Pokud by se na vzdělávacím kanále začaly objevovat populární věci, které dělají známí YouTubeři, mohl by takový kanál ztratit na své prestiži a stát se méně věrohodným. Ale lze formulovat některé principy a motivy, kterých by se vzdělávací kanály mohly držet, aby byly daleko populárnější. V další kapitole představím některé výborné a známé vzdělávací kanály, které se těší dobrým ohlasům, ale stále mají co zlepšovat, chtějí-li se vyrovnávat úspěchům YouTuberů, zvýšit svůj dosah a zároveň posunout svoji tvorbu na lepší úroveň. Vytvořila jsem tedy pomyslné srovnání kanálů populárních YouTuberů a vzdělávacích kanálů, které je souhrnem doporučení a mohlo by být vodítkem pro zlepšení dosahu vzdělávacích kanálů a zvýšení jejich popularity především u mladších žáků. U mladších žáků proto, že o vzdělávací videa nemají takový zájem jako žáci středních škol. Je tomu z důvodu vyspělosti těchto žáků. Ti menší spíše preferují tutoriály, starší žáci jsou již schopni nejasnosti v učivu vyhledávat i na vzdělávacích kanálech.

Jak jsem již zmiňovala, nejvíce edukačních videí na internetu pramenících od YouTuberů je z kategorie infotainment, která se stala mezi mladými lidmi velmi populární. Jedná se o spojení anglických výrazů information a entertainment, které označují informace a zábavu. Tento pojem dnes označuje mimo jiné i videa, která podávají zpravodajství zábavnou formou, nebo se zábavným způsobem zabývají nejrůznějšími populárními

tématy. Pro konkrétní představu tento pojem přesně kopíruje tvorbu YouTubera Kovyho, jehož výčet infotainment videí zmíním v následující kapitole. Pro mladou generaci, která si odvykla sledovat seriózní zpravodajství, jsou právě tato videa vhodným propojením jejich touhy po nekončící zábavě a potřeby informovat se o okolním dění. Zprávy a informace jsou divákovi podávány familiárním způsobem, který především menší divák dobře přijme, právě z toho důvodu jsou cílovou skupinou tohoto formátu především žáci základního vzdělávání. Zábava a zpravodajství může na první pohled vypadat neslučitelně, ale tyto dvě oblasti spolu velmi dobře korespondují, pokud je jejich propojení promyšleno, jde o formu uživatelem nejlépe přijatelnou. (Pravdová, 2003). Video zařazená do kategorie infotainment se stala populárními, proto by bylo vhodné, aby čistě vzdělávací kanály dostaly nádech infotainmentu a mohly by být vnímány žáky středních a především základních škol daleko lépe. Způsob, jakým toho dosáhnout, souvisí i s dalšími změnami týkajícími se takových videí. Video totiž není potřeba změnit pouze po stránce obsahové ale i po stránce vizuální, aby se stala pro děti na první pohled poutavější. Zpracovala jsem souhrn doporučení, kterými by se měla edukační videa řídit po vzoru úspěšných YouTuberů, aby mohla dosahovat podobných shlédnutí, zájmu a vlivů jako známí YouTuberi, kteří ne vždy působí jako reprezentativní vzor.

### **6.6.1 Souhrn doporučení pro úspěšnější vzdělávací kanály**

#### **Nebýt učitelem, mít internetovou identitu**

YouTuber, který bude edukační videa tvořit, by si měl vytvořit pomyslnou internetovou identitu, pod kterou bude vystupovat. Takovou identitou nemusí být pouze přezdívka nebo poutavý název kanálu, ale měla by provázet celé video, jedná se spíše o charakterové vlastnosti daného YouTubera. Ten sice chce předávat naučný obsah, ale nemůže působit jako učitel, protože to není profese, která by byla mezi dětmi populární. Jedním z příkladů může být ozvláštňení mluveného projevu, určitě bude v takovém případě působit lépe, když bude YouTuber mluvit rychleji než jako učitel, který vysvětluje látku ve škole. Jelikož cílovou skupinou takového YouTubera budou žáci základních nebo středních škol, bylo by žádoucí, aby jim byla přizpůsobena i slovní zásoba. Spisovná čeština je v tomto případě spíše nežádoucí, učiní vzdělávací kanál čistě vzdělávacím. Jako skvělou identitu pro vzdělávací kanál bych mohla pro příklad uvést Tomáše Chabadu, který natáčí vzdělávací videa zaměřená na matematiku, ale jeho silnou stránkou je, že je to mladý 17letý chlapec, který se zajímá o přírodní vědy. Díky jeho věku má vysoký potenciál stát se u dětí populárním YouTuberem se snahou vzdělávat. Používá stejnou hovorovou češtinu jako jeho vrstevníci a děti menší, dokonce se vždy na začátku videa

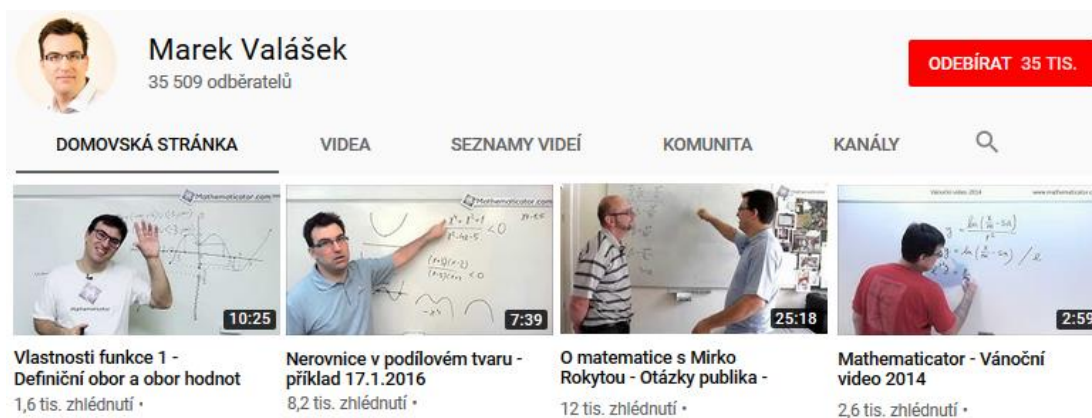
snaží provádět motivaci k danému tématu. Jeho internetová identita je jako stvořená pro úspěch v tomto odvětví, bohužel má rezervy v dalších bodech, které zde budou zmíněny.

## Grafika

Silnou stránkou velkých YouTuberů a slabou stránkou většiny vzdělávacích kanálů je právě grafika, která udělá na první pohled hodně velký dojem především u dětí. Je to stejné jako s produkty, které nabízí obchody, na první pohled obal prodává. A poněvadž většina dnešních dětí zná nejrůznější styly grafiky z her a televize, je velmi důležité, aby i výukové kanály na grafiku dbaly. Většina mezi dětmi populárních YouTuberů zvládá grafiku bravurně, ale to především proto, že se s její výukou už mohla setkat ve škole nebo je jejich koníčkem. Každopádně pokud má být vzdělávací kanál úspěšný, neměl by ani v tomto odvětví zaostávat za populárními YouTubery. Na obrázku vlevo je k vidění YouTube kanál slovenského tvůrce GoGoMana, vpravo lze vidět vzdělávací YouTube kanál autora Marka Valáška, který je bezpochyby dobrým učitelem matematiky, ale po grafické stránce jeho kanál tolik úspěšný není. Jeho kanál sice patří mezi nejpoblárnější vzdělávací kanály u nás, přesto se domnívám, že především u menších diváků by zabodoval lepším designem. Přitom jeho vytvoření není vůbec obtížné, ke každému nahranému videu lze jednoduše přidat náhledový obrázek. Ten nemusí hrát všemi barvami, aby zaujal, úplně by stačilo, aby obsahoval téma videa a fotografii, protože když je YouTuber zachycen v pohybu, pak takový náhled nepůsobí nejlépe.



Obrázek č. 1: Ukázka grafiky populárního kanálu GoGoManTV (GoGoManTV, 2010)



Obrázek č. 2: Ukázka grafiky vzdělávacího kanálu Marka Valáška (Valášek, 2012)

## Kvalita videí

S grafikou u videí neodmyslitelně souvisí i jejich kvalita. Není mezi našimi nejlepšími YouTubery takový, který by neměl špičkovou natáčecí techniku a tím pádem skvělý obraz. Většina YouTuberů má natáčecí studio se speciálně upraveným pozadím, aby pozadí videa vypadalo vždy dobře. Většina těch začínajících nebo menších YouTuberů nic takového nemá a natáčí videa, v jejichž pozadí je dětský pokojíček nebo neuspořádaný shluk věcí. I pro výuková videa je vhodné mít precizně připravené pozadí videa, kterým nutně nemusí být tabule, přestože je většinou velmi užitečná. Bílé prostředí může působit poněkud sterilně, bylo by vhodné využít prostředků, které jsou populární mezi dětmi a pozadí videí tomu přizpůsobit. Stejně tak je potřebná i kvalitnější natáčecí technika, než kterou je mobilní telefon se standardním mikrofonom. Obraz by měl být kvalitní, aby video nepůsobilo amatérsky, se zvukem je to stejně tak, měl by být čistý, ostrý a bez ozvěny. Video může mít sebelepší obsah, ale když je amatérsky natočeno, kvalita obsahu se ztrácí. Příjemněji se sleduje něco, co je technicky dobře provedeno a nevyrušují diváka nepříznivé elementy, kterými je například šum u zvuku nebo zrnitý obraz.

## Sociální sítě

Kdo nemá Instagram, jako by nebyl. Tímto heslem se řídí většina mladé generace, není ani známého YouTubera, který by neměl Instagram. Je to totiž sociální síť, která slouží ke sdílení fotografií a disponuje možnostmi komunikace s fanoušky. Nově nabízí i sdílení rychlých videí, která usnadňují kontakt s diváky. Než byl Instagram tolik populární, stejnou službu dělal Facebook. Dnes je již na zvážení, kterou z těchto sítí používat pro komunikaci s fanoušky. Osobně doporučuji Instagram, protože se jedná o snazší komunikační prostředek kopírující rychlost a lehkost dnešní internetové doby, zejména pro prezentaci videí a pro tvorbu reklamy svému YouTube kanálu je jako dělaný. Mezi

děti je populárnější a zajisté by nebylo zbytečné, kdyby se vzdělávací kanály rozšířily i na Instagram. Je zde snadné komunikovat s diváky o tom, na jaké téma má být další video, lze zde umístit ankety a prezentovat své činnosti, což je zejména pro YouTubera tvořícího vzdělávací kanál prospěšné. Nejvíce prospěšné je to z důvodu, kdy se YouTuber spojí s ostatními dětmi a bude prezentovat své činnosti a běžný život, děti se s ním touto cestou sblíží a budou jej více vnímat jako člověka jim blízkého. Samozřejmě zveřejňovat své aktivity je nutné pouze v únosné a bezpečné míře. Zároveň jej může YouTuber využít jako prostředek pro tvorbu reklamy a upoutávek na nová videa. Nejsnazší je forma tzv. Story, která se může nést v duchu otázky „Už jste viděli nové video na YouTube?“.

### **Aktivita**

Na sociálních sítích na sebe může výukový kanál upozorňovat, stejně tak na sebe může upozornit skrze velké množství aktivit. Velmi osvědčenou metodou je pořádání nejrůznějších soutěží s cenami. Cena zvedne zájem o soutěž, pokud by cena byla tematicky laděna, bylo by to pouze výhodou. Mohou se pořádát například vědomostní soutěže, znalostní kvízy, YouTuber může uspořádat olympiádu, kterou lze prostřednictvím internetu šířit i do škol a tím se zviditelnit a získat více sledujících. Další aktivitou, kterou může takovýto YouTuber vytvořit, je například klub nebo sraz, jehož formou by se mohl stýkat se svými diváky a sdílet si společně rady a zkušenosti.

To bylo pět typů, díky kterým by mohly být vzdělávací kanály populárnější mezi dětmi a mít větší dosah. Samozřejmě starší žáci, kteří navštěvují například střední školu, již dokáží pochopit, že jde spíše o obsah kanálu, který je jim přínosem ve vzdělávání. Zde jde ale o to, jak udělat vzdělávací kanály populárnější mezi mladšími žáky na základní škole. Lze tedy říci, že vzdělávací kanály si mohou ponechat formu jakou mají a stále budou pro někoho populární, pokud ale chceme výukové kanály popularizovat, je zde uvedeno pár možností, díky kterým je to možné.

## **6.7 Kanály doporučené pro výuku**

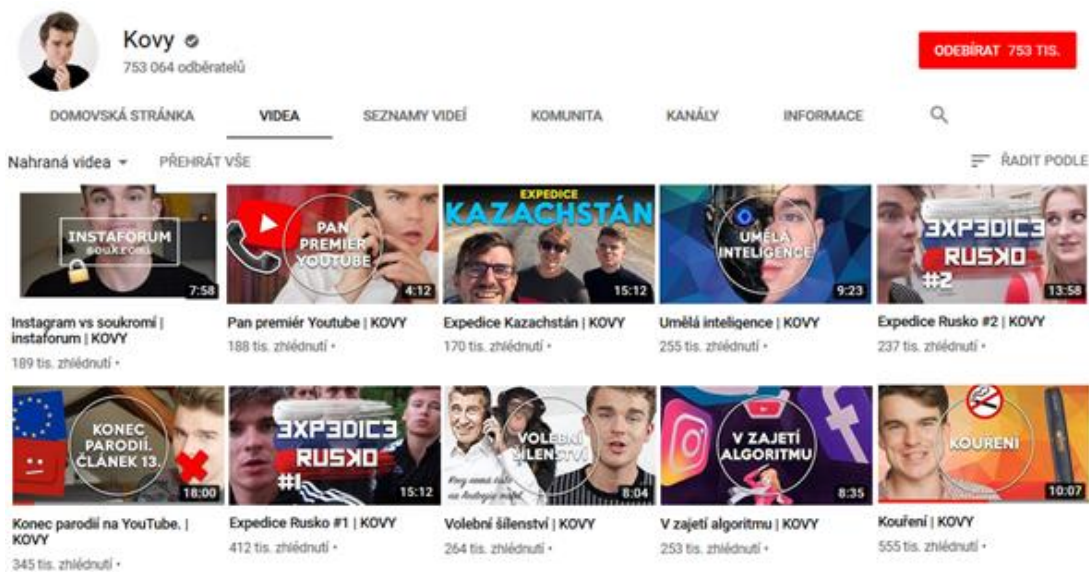
Bude-li chtít vyučující používat při své výuce YouTube videa známých YouTuberů místo vzdělávacích kanálů, snažila jsem se připravit nabídku takových, kteří by se dali využít v různých předmětech. Do každého předmětu se hodí jiný YouTuber a samozřejmě i jiná videa. Předpokládám, že video lze využít v každém předmětu, pouze se musí vhodně didakticky uchopit. Nejzajímavější pro žáky mi přijde použití prvních tří kanálů, které patří velmi známým YouTuberům, a proto díky nim bude snadné motivovat žáky. Dále

jsem se zaměřila i na ukázkou některých vzdělávacích kanálů a jejich možné využití. Není možné zde udělat výčet všech YouTuberů a jejich videí, která se dají ve výuce použít. Tato kapitola by měla sloužit spíše jako metodika k tomu, jak video vybrat, kde hledat a jak ho případně použít, o čemž hovořily i předchozí kapitoly. YouTuberů, kteří točí videa vhodná do výuky, je zajisté více, ale je v kompetenci každého učitele, pokud bude chtít video ve výuce použít, aby našel to nejvhodnější pro své účely.

### **6.7.1 Kanály populárních YouTuberů**

#### **KOVY**

Karel Kovář je mladý YouTuber z Pardubic, který se rozhodl studovat marketing a public relations. Během svého studia zjistil, že daleko více hodnotné je pro něj cestování a tvoření videí na YouTube v kategorii infotainment (propojení informací a zábavy), proto studium ukončil. Jeho tvorba je ale tímto směrem ovlivněna a je znát, že se v tomto odvětví vyzná. Videa zaměřuje v poslední době především na cestování a marketing. V oblasti marketingu objasňuje různé principy fungování reklamy, influencerů a s tím souvisejících lžích na internetu. Sám hlásá, že je YouTuberem, který chce své diváky vzdělávat, protože si uvědomuje, že je to důležité a jeho cílová skupina, která ho sleduje, právě tyto informace potřebuje. Kovář se velmi často zúčastňuje televizních debat, různých pořadů a sám dělá i přednášky na současná témata. Celá tato jeho činnost se odráží v jeho tvorbě na YouTube, která je podána takovým způsobem, který lze naprosto bez úpravy použít ve vyučovacích hodinách. Jeho videa jsou velmi vhodná do předmětů společenské vědy a občanská výchova, informatika, zeměpis, marketing, ekonomika a dalších podobných tomuto směru, dále jsou pak vhodná pro některá průřezová témata, jako například mediální výchova. Lze ale v jeho tvorbě nalézt i témata vhodná pro environmentální výchovu a multikulturní výchovu. Využít se dají i do různých projektů a tematických celků (např. sexuální výchova). Pro příklad zde hovořím o videích s názvem Expedice Kazachstán, Expedice Rusko (zeměpis), Kouření, Sex, Volební šílenství, Prezident (společenské vědy), Ví o nás všechno, Je to pravda? Kdyby byl clickbait realita (informatika). Videí je daleko větší množství, zde je výčet pouze pro ukázkou, kam je vhodné video zařadit. Tato videa jsou spíše vhodná pro střední školu, nebo starší žáky základní školy.

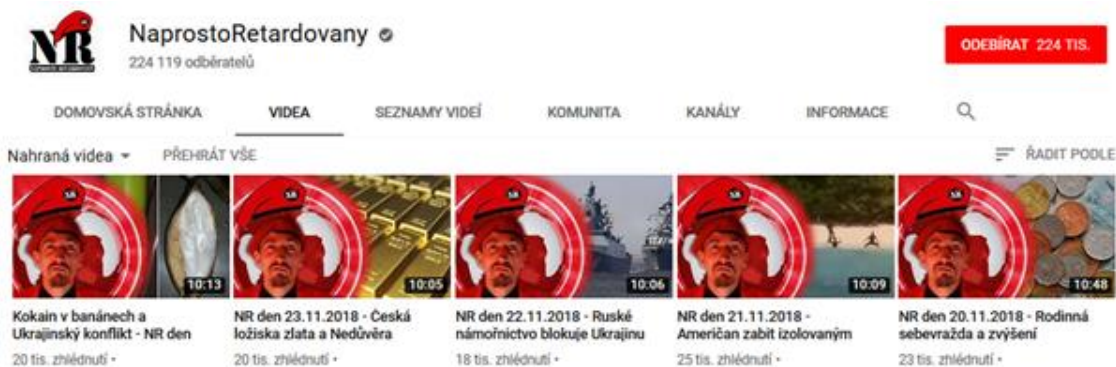


Obrázek č. 3: Kanál populárního YouTubera Kovyho (Kovy, 2014)

### Naprosto retardovaný

Martin Rota se na tomto kanále proslavil již v začátcích éry YouTuberů, nejnámější byl zřejmě v době, kdy veřejně přiznal amputaci nohy, která mu přinesla slávu. Toho Rota využil a začal projevovat další edukační snahy. Spolupracoval s Akademií věd a začal na svém kanálu vydávat pořad Naprosto retardovaný den, který vychází každý den a mapuje zpravodajské informace, které jsou podloženy dalšími informacemi přímo od Roty a zabarveny jeho kritickým pohledem. Celý koncept tohoto pořadu se řadí do kategorie infotainment, kde se snaží podávat informace zábavným způsobem. Pořad by se dal označit za zpravodajství pro mladé, kteří nesledují televizní zprávy a zpravodajství na internetu nevyhledávají. Každý díl pořadu má 10 až 15 minut, právě díky jeho délce je vhodným zdrojem informací pro mladé lidi a děti. Spojení YouTubera a zpravodajství je podle mého názoru velmi vhodným způsobem, jak naučit mladé sledovat okolní dění a zároveň si informace ověřovat, na což Rota také klade důraz. Tato videa jsou podle mého názoru vhodná do předmětů, kde se žáci zabývají aktuálním děním, což bývají předměty jako zeměpis, společenské vědy, ekonomika a další. Na video se dají navázat různé aktivity a diskuze. Pokud si pedagog dá práci a bude sledovat konkrétní případy, které jsou ve videích rozebírány, lze je vybrat i do jiných předmětů. Zpravidla to bývají informační technologie a průmyslové produkty. Video jsou tím pádem opět spíše vhodná pro střední školu.

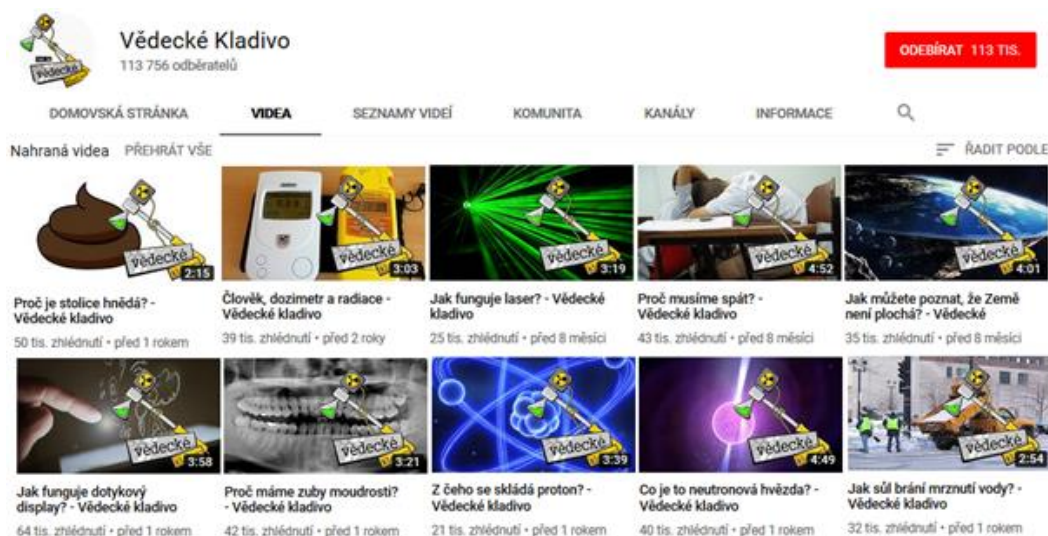




Obrázek č. 4: YouTube kanál Naprostoretardovaný (Naprostoretardovany, 2012)

## Vědecké kladivo

Rotovy vzdělávací snahy ovšem nezapomněly ani na menší diváky, kterým věnoval svůj druhý kanál Vědecké kladivo. Tento kanál ovšem není pouze pro menší žáky, ale může posloužit pro vzdělávací účely i ve vyšších ročnících a na středních školách. Zde se Rota zabývá především vysvětlením nejrůznějších mechanismů a jevů. Videá jsou nejčastěji zaměřena na přírodní vědy, přírodopis, chemii, fyziku, matematiku a informatiku. Zabývá se různými tématy, opět zde uvedu pár příkladů k daným předmětům. Pro biologii to může být Jak fungují steroidy, Jak funguje astma, Proč kručí v žaludku, pro fyziku to mohou být videa jako Jak funguje solární článek, Jak funguje magnet, Jak funguje větrná elektrárna a další. Videí je velké množství i na další témata z přírodních věd, každé video má kolem 4 minut, takže se na něm dá vystavět úvod hodiny a motivační fáze, ke které opět napomáhá spojení vědy s YouTuberem. Rota v každém videu shrnuje celkovou problematiku, na kterou se dá navázat výkladem.

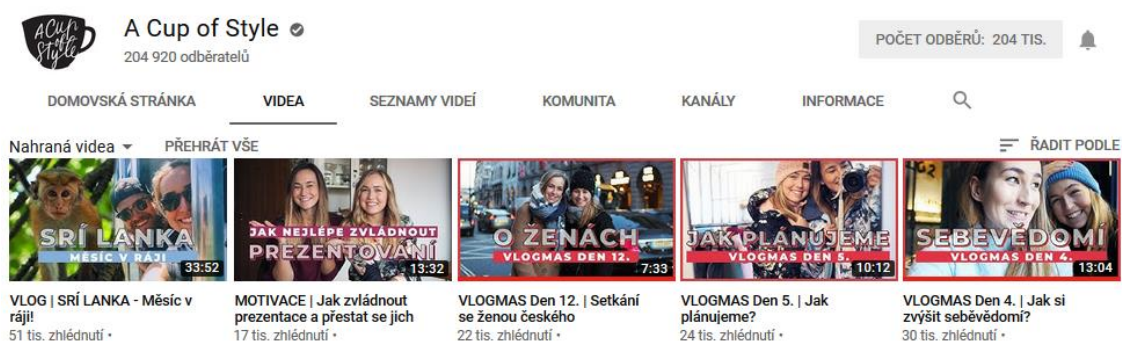


Obrázek č. 5: YouTube kanál Vědecké kladivo (VědeckéKladivo, 2014)

To byly kanály velkých českých YouTuberů, které děti znají a mají rády. Zároveň to byla ukázka kanálů, ze kterých se dá použít téměř každé video. Následně jsou zde YouTuberi, kteří stále tvoří spíše zábavný obsah, ale některá jejich videa se dají využít pro výukové účely.

## A Cup of Style

Takovým kanálem je třeba sesterské duo A Cup of Style, tyto dvě sestry se zabývají především módou a cestováním, čili cestování je jednou z věcí, na kterou se u nich lze zaměřit, ale velmi často tvoří i motivační videa o zlepšení svých osobních kvalit, například nedávno vydané video o tom, jak se učit, nebo video o prezentačních schopnostech využitelných při prezentování své práce. Většinou jsou tato videa zaměřena do oblasti psychologie a rozvoje osobnosti, další spadají do již zmiňovaného zeměpisu a informačních technologií. Dále vytvářejí i tzv. DIY videa (udělej si sám), která se zabývají vyráběním kreativních věcí doma. Taková videa by se dala použít do výtvarné výchovy, skvělé by například bylo, kdyby žáci měli k výuce možnost používat tablety, jejichž využití se většinou učitelé zdráhají. Takto by si každý žák mohl pustit video návod na to, jak vyrobit daný výrobek a pracovat sám podle svého tempa. Na DIY videa a další vyráběcí tutoriály by nemusel být využíván pouze tento kanál, ale na YouTube existují spousty dalších video návodů zaměřených na konkrétní témata.



Obrázek č. 6: YouTube kanál sester Lucie a Nicole (A Cup of Style, 2010)

Další YouTuberi se také občas zabývají edukačními tématy, ale už jen v nepatrné míře a je třeba mezi nimi vhodný obsah do výuky hledat. Další YouTuberi tvoří edukační videa pro jiné portály, než kterými je YouTube. Takovým YouTuberem je například Jirka Král, který je nejznámějším českým YouTuberem, který již svoji kariéru ukončil. Spolupracuje se společností Avast a vytváří edukační videa v rámci informačních technologií a internetové bezpečnosti. Tato videa by se tedy dala využít v informatice.

## **Mr. Tomcat**

Tomáš, který je parťákem českého YouTubera s nejvíce odběrateli MenTa, se začal na svém kanále věnovat fotografování a dávat k němu užitečné rady. Radí, jak používat staré fotoaparáty, na co si dát pozor při fotografování, rozebírá fotografování na film nebo principy fungování fotoaparátů. Zabývá se ohledně focení velmi zajímavými tématy, které se dají využít jak v informatice, tak ve výtvarné výchově. Dovedu si představit spojit video o analogu s tvorbou fotografií na kinofilm a jeho následné vyvolávání, které není vůbec složité, přestože se tak může jevit. Po přečtení stručného návodu kdekoli na internetu, jak se film vyvolává, to za pomoci dvou roztoků zvládne naprosto každý. S žáky by se tak dal vymyslet projekt na téma fotografie, který by mohl být zahájen právě takovýmto videem.

## **Michal Šopor**

Posuneme-li se od velmi známých YouTuberů ke kanálům, které lze také pojmout jako vzdělávací, je nutné zmínit kanál Michala Šopora, který žije ve Spojených státech Amerických a natáčí především videa o životním stylu, ale zaměřuje se skrze svoji komunikaci i na videa, která fanoušky zajímají. Většinou jde o témata spojená se životem v zahraničí, v těchto videích popisuje například jak funguje americká pošta, jak vypadají různé pracovní pozice v Americe, mapuje tamější situaci a zpravodajství, prozkoumává různá místa a další zajímavé typy videí. Bonusem některých jeho videí je velmi lehká angličtina. Tato videa se dají tedy tematicky zařadit do anglického jazyka, případně zeměpisu nebo společenských věd, kde se může vyučující zabývat životem v jiných zemích.

### **6.7.2 Vzdělávací kanály**

#### **Na ubrousek**

Tento kanál řadím již mezi vzdělávací kanály, protože se nejedná o kanál známého YouTubera. Ovšem tento kanál je velice specifickým vzdělávacím kanálem. Má velmi dobře propracovanou grafiku a střih videí, které dle mého názoru mohou zaujmout žáky základní i střední školy. Kanál je velmi podobný kanálu Vědecké kladivo, protože objasňuje nejrůznější témata, pojmy a informace, které jsou uchopitelné pro předměty přírodních věd, historii a spoustu dalších. Záleží pouze na učiteli, jaké video by se mu do výuky hodilo.

## **Tomáš Chabada**

Pomalu jsme se přesunuli k cíleně vzdělávacím YouTube kanálům a sedmnáctiletý kluk jménem Tomáš Chabada zajímavější se o matematiku, to zní jako něco, čeho se dá využít v hodinách matematiky jako motivace. Kdyby byla hodina matematiky ozvláštněna videem s YouTuberem, který je stejně starý jako učitel, nebylo by to pro žáky ničím zajímavým, ale v případě tohoto YouTubera lze mluvit o opaku. Dovedu si představit, jak žáky motivuje právě to, že kluk v jejich věku s chutí počítá příklady, a ještě to nahrává na internet. Tento kanál bohužel postrádá trochu grafické úpravy, která by byla žákům v jeho věku zajisté bližší, každopádně jako motivace poslouží skvěle. Své využití nalezne v matematice, kde je možné jím doplnit výklad nebo opakovací fázi hodiny.

## **Marek Valášek**

Kanál Marka Valáška je klasickou ukázkou vzdělávacího kanálu. Jeho videa jsou velice podrobná a naučná, vzhledem k délce některých videí bych je doporučila spíše jako domácí přípravu, nebo vhodnou variantu pro žáky, kteří na vyučovací hodině nebyly. Pak by jim vyučující mohl doporučit některé z jeho videí, které se týká daného tématu. V tomto směru mi to přijde jako skvělé řešení, pro účely použití ve škole jeho videa ale jako pozitivní neshledávám, protože videa kopírují činnost učitele ve škole. Nevhodné didaktické uchopení takového videa by například mohlo být, kdyby vyučující místo svého výkladu pustil takové video. Působilo by to, jako by látku přednášel jiný učitel. Jiný efekt by to dle mého názoru mělo v případě Tomáše Chabady.

## **Bronislav Sobotka**

Tento vzdělávací kanál již cílí na své potenciální diváky i grafickou úpravou, která je k získání sledujících dle mého názoru velmi důležitá. Tento kanál se hodí pro domácí přípravu anglického jazyka, ale i jako součást vyučovacích hodin, které budou založeny na opakování. Využit by se videa dala i k samostatné práci. Existuje spousta dalších kanálů zabývajících se výukou cizího jazyka, jejich pozitivum lze spatřit především v tom, že si zde žáci mohou osvojit výslovnost a trénovat ji s YouTuberem stejně, jako tomu bývá například u poslechů v cizím jazyce. Stejně dobře se dají ale využít i vlogy zahraničních YouTuberů. Zde je výhoda v tom, že je kanál zaměřen na problematiku případy v angličtině, čili lze videa lépe uchopit pro výuku. Nepřijde mi ale ani špatná myšlenka, kde by žáci sledovali video YouTubera v angličtině, které by bylo zaměřeno na nějaké vhodné téma a snažili by se je překládat.

Shrnu-li použití těchto videí od známých YouTuberů či vzdělávacích kanálů ve výuce, je vhodné je většinou použít jako motivaci k nějaké aktivitě. Jak již bylo zmíněno, na každé video by bylo vhodné navázat aktivitu, která by s ním souvisela, aby nebylo video využito pouze jako zaplnění času ve vyučovací hodině, ale mělo skutečný smysl. Pokud bude na video navazovat aktivita, žáci si zvyknou video sledovat. S udržení pozornosti při videu by neměl nastat problém, protože se nejedná o dlouhá a nudná videa. Snažila jsem se navrhnout pár YouTube kanálů, které stojí za povšimnutí, dále je na každém učiteli, co upřednostní. Video ve výuce nemusí být pouze z takto vzdělávacích kanálů, kde šlo pouze o to ukázat, jak se dá pracovat s YouTube ve výuce, a zároveň poukázat na vzdělávací kanály. Byla zde doporučena i videa YouTuberů, která nejsou přímo na YouTube, ale pro výuku jsou vhodná. Pokud by bylo video ve výuce použito i v minimální míře, stále to bude pro žáky velmi pozitivní zážitek.

## Závěr

Ve své diplomové práci jsem se zabývala tématem, které je v současnosti velmi aktuální, ale jeho důsledky a možnosti využití nejsou ve velké míře řešeny, a právě proto se staly středem mé pozornosti. V teoreticky založené části práce jsem se zabývala tím, kdo jsou YouTuberi, kteří působí především na své domovské platformě YouTube, jejich vývojem v čase a změnami, které v tomto trendu nastaly. Dále jsem se zabývala jejich vlivem na žáky 2. stupně základní školy a střední školy, kteří jsou jejich cílovou skupinou, a tím, jak YouTuberi vnímají svůj vliv právě na tyto děti. Jelikož se zabývám vlivem YouTuberů na tuto skupinu dětí, zabývala jsem se i charakteristikou vývoje dětí v tomto období, aby bylo možné objasnit některé procesy, a dále také trendy v trávení volného času dětí. Tyto trendy prošly v posledních letech markantní změnou a nynějším trendem je ve velké míře konzumace mediálních sdělení a sledování YouTuberů. Jelikož se z těchto zálib stal fenomén, bylo potřeba zabývat se opatřeními, jak s takovým fenoménem naložit. Podívala jsem se na to, jak je tomu s bezpečností na internetu ve školách a jak s tímto fenoménem školy nakládají.

Druhá část této práce kopíruje první část a zabývala se tématem vlivu YouTuberů na žáky, který byl zjišťován kvantitativním dotazníkovým šetřením. Na základě dotazníkového šetření byly vyvráceny předpoklady, že děti sledují velké množství YouTuberů a tráví tím mnoho svého času. Díky výsledkům výzkumu ale vznikla otázka, co lze považovat za velké množství YouTuberů. Vyvrácen byl i předpoklad, že by si děti připadaly YouTubery ovlivňovány. U starších žáků je možné z odpovědí vycházet, ale čistě tuto problematiku by bylo nutné sledovat pozorováním, protože jedinci jsou většinou ovlivňováni skrytě a tento fakt si neuvědomují. Dále se ukázalo, že YouTuberi nejsou hlavní náplní volného času dětí, především starší děti preferují jiné záliby, ale velmi často tráví čas podobnými způsoby jako YouTuberi, které sledují. Ukázalo se také to, že děti si ve velké míře uvědomují, že vše na internetu nemusí být založeno na skutečnosti, ale stále je k pozastavení, že jsou i děti, které si to neuvědomují. Potvrzen byl předpoklad, že starší děti vnímají YouTubery jinak než mladší děti a nenechají se jimi ovlivňovat.

Kromě rozboru dotazníkového šetření se tato část zabývala i pohledem učitelů na YouTubery a možnostmi implementace videí YouTuberů do vyučování. Bylo vypracováno několik návrhů, díky kterým lze vzít inspiraci pro modernější vyučování a videa do výuky zařadit. Zároveň byla vypracována řada návrhů pro méně úspěšné vzdělávací kanály, o které není mezi dětmi velký zájem, jak být populárnější především u nich.

Pro další zkoumání by bylo přínosné zaměřit se na to, proč děti upřednostňují sledování YouTuberů a jak starší děti vnímají zpětně čas strávený jejich sledováním. Dále rozebrat otázky z výzkumné části, u jejichž diskuze došlo k potřebě doptat se dále a objasnit tyto odpovědi. Další odpovědi žáků by mohly pomoci lépe rozluštit otázku, proč je o sledování těchto videí takový zájem. Pozitivní by byla také možnost nabídnout žákům reflexi toho, proč je začali sledovat, co jim sledování videí dává, a hlavně proč netráví čas jinak.

Limity práce mají také značný vliv na její výsledky, jak již bylo zmíněno, při procházení odpovědí žáků jsem došla k tomu, že některé otázky by bylo potřeba položit jinak, nebo rozvést do více otázek, aby byly odpovědi co možná nejpřesnější. Zároveň se ukázalo, že myšlenka návrhu vhodného populárně vzdělávacího kanálu je téměř zbytečná, protože lze bohatě využít to, co české YouTube nabízí. Zajímavé by pro tuto část práce bylo i to, kdyby byla nalezena škola, ve které se běžně taková výuka provádí, nebo by byl veden rozhovor přímo s YouTuberem. Velice přínosné by bylo i dotazníkové šetření provedené přímo mezi YouTubery, které by ukázalo jejich pohled na ovlivňování dětí, případně dotázání se tvůrců vzdělávacích kanálů, jak vnímají svůj dosah a kde jsou jeho limity. Tím by byla alespoň část problematiky, kterou jsem se zabývala, pokryta a objasněna.

## Seznam použité literatury

A CUP OF STYLE. In: *YouTube* [online]. 5. 9. 2010 [cit. 5. 2. 2019]. Screenshot. Dostupné z: <https://www.youtube.com/user/ACupOfStyle/videos>

ALTOF, P. SAVE SELASSIE. In: *YouTube* [online]. 4. 6. 2017a [vid. 24. 5. 2018] Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=LNT6msWtSk&t=2s>. Kanál uživatele Exploited.

ALTOF, P. PRAVDA O SELASSIEM. In: *YouTube* [online]. 6. 6. 2017b [vid. 24. 5. 2018] Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=LvmeImhdr5s&t=196s>. Kanál uživatele Exploited.

ANTIVIROVÉ CENTRUM. Co dělají české děti na Internetu? In: *Antivirové centrum* [online]. 28. 11. 2018 [cit. 31. 11. 2018]. Dostupné z: <https://www.antivirovecentrum.cz/aktuality/co-delaji-ceske-deti-na-internetu.aspx>

AUST, O. Youtuberi si uvědomují svůj vliv a odpovědnost. In: *Mediář* [online]. 17. 09. 2015 [cit. 17. 11. 2018]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/youtuberi-si-uvedomuji-svuj-vliv-a-odpovednost/>

BUCHTIK, M. a ČERNÁ, M. Starší generace youtubery nepochopí. Nemá k tomu ochotu, říká sociolog. In: *iDNES.cz* [online]. Praha: MAFRA, 17. 5. 2017 [cit. 3. 9. 2018]. Rozhovor. Dostupné z: [https://www.idnes.cz/zpravy/prilohy/youtuberi-generace-youtube-martin-buchtik-sociolog.A170309\\_134853\\_domaci\\_mcn](https://www.idnes.cz/zpravy/prilohy/youtuberi-generace-youtube-martin-buchtik-sociolog.A170309_134853_domaci_mcn)

ČECH, T. Efektivní využívání volného času jako součást životního stylu dětí v postmoderní společnosti. *Pedagogická orientace*. 2002, č. 2, 108–113. ISSN 1211-4669.

ČERNÁ, M. Jak se přiživit na fenoménu. Reportáž z místa, kde dětem sebevědomí nechybí. In: *iDNES.cz* [online]. 29. 5. 2017 [cit. 30. 5. 2018]. Dostupné z: [https://www.idnes.cz/zpravy/prilohy/skola-pro-youtubery-kurz-generace-youtube-skola-pro-u2bery.A170323\\_123613\\_domaci\\_mcn](https://www.idnes.cz/zpravy/prilohy/skola-pro-youtubery-kurz-generace-youtube-skola-pro-u2bery.A170323_123613_domaci_mcn)

ČERNÝ, M. Video a jeho použití ve výuce. In: *Metodický portál RVP.cz* [online]. 6. 6. 2012 [cit. 23. 1. 2019] Dostupné z: <https://clanky.rvp.cz/clanek/c/OU/15703/VIDEO-A-JEHO-POUZITI-VE-VYUCE.html/>

ČTK. Zájem Čechů o videa na YouTube vzrostl od loňska o třetinu. Poptávka se přesouvá na mobily. In: *Aktuálně.cz* [online]. 20. 8. 2017 [cit. 8. 2. 2018]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/zajem-cechu-o-videa-na-youtube-vzrostl-od-lonska-o-tretinu-p/r~d4a0600e85a311e7a42a002590604f2e/?redirected=1542977424>

ČTK. Od dokonalých falešných zpráv nás dělí jen roky. Pravda bude podle vědců nerozeznatelná od fikce. In: *Hospodářské noviny* [online]. 2. 7. 2018 [cit. 31. 1. 2019]. Dostupné z: <https://zahranicni.ihned.cz/c1-66184650-od-dokonalych-falesnych-zprav-nas-deli-jen-roky-pravda-bude-podle-vedcu-nerozeznatelna-od-fikce>



DOČEKAL, D. a ECKERTOVÁ, L. *Bezpečnost dětí na internetu: rádce zodpovědného rodiče*. Brno: Computer Press, 2013. ISBN 978-80-251-3804-5.

EDUin. Hospodářské noviny: Excelové tabulky nebo psaní e-mailů by mohly vystřídat robotické hračky. Novinku ve výuce informatiky v Česku zkouší 70 škol. In: *EDUin - informační centrum o vzdělávání* [online]. 12. 10. 2018 [cit. 14. 1. 2019]. Dostupné z: <https://www.eduin.cz/clanky/hospodarske-noviny-excelove-tabulky-nebo-psani-e-mailu-by-mohly-vystridat-roboticke-hracky-novinku-ve-vyuce-informatiky-v-cesku-zkousi-70-skol/>

FOLVARČNÝ, L. Vliv životních vzorů. *Sborové noviny* [online]. Karviná, 2014, č. 6, 1. [cit. 4. 1. 2019]. Dostupné z: <http://www.ackarvina.cz/publication/view/sborove-noviny-62014/>

Forbes.77 nejvlivnějších Čechů na sociálních sítích 2017. In: *Forbes* [online] 2017 [cit. 6. 5. 2018]. Dostupné z: <http://77.forbes.cz/>

FRIDRICHOVÁ, N. *Youtubeři. 168 hodin*. Režie Marek Straka. In: *Česká televize* [online]. 1. 5. 2016. [vid. 7. 9. 2018]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10117034229-168-hodin/216452801100501/>

GAVLAS, T. a MAJEROVÁ, M. Youtubeři: rock-and-roll 21. století. In: *Perpetuum* [online]. 9. 6. 2016 [cit. 3. 11. 2018]. Rozhovor. Dostupné z: <https://perpetuum.cz/2016/06/youtuberi-rock-and-roll-21-stoleti/>

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

GOGOMANTV. In: *YouTube* [online]. 11. 7. 2010 [cit. 5. 2. 2019]. Screenshot. Dostupné z: <https://www.youtube.com/user/GoGoManTV>

HELUS, Z. *Dítě v osobnostním pojetí: obrat k dítěti jako výzva a úkol pro učitele i rodiče*. 2., přeprac. a rozš. vyd. Praha: Portál, 2009. Pedagogická praxe (Portál). ISBN 9788073676285.

HOFBAUER, B. *Děti, mládež a volný čas*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-927-5.

HORKÝ, P. Po slávě přichází tlak. Youtuberské hvězdy čím dál častěji hlásí vyhoření. In: *RESPEKT* [online]. 14. 9. 2018 [cit. 31. 10. 2018]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/denni-menu/po-slave-prichazi-tlak-youtuberske-hvezdy-cim-dal-casteji-hlasi-vyhoreni>

HUTKOVÁ, A. Jaké jsou vzory dnešních dětí? In: *Rodina.cz Každodenník o dětech a rodičích*. [online]. 6. 9. 2011 [cit. 4. 12. 2018]. Dostupné z: <http://www.rodina.cz/clanek/8449.htm>

CHVÁLA, T. *Já, JůTuber*. V Praze: CooBoo, 2015. ISBN 978-80-7544-224-6.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Studie mediální gramotnosti populace ČR. Mediální gramotnost osob mladších 15 let. In: *Rada pro rozhlasové a televizní vysílání* [online]. Fakulta sociálních věd UK, 2016 [cit. 14. 1. 2019]. Dostupné z: [https://www.rrtv.cz/cz/files/monitoring/studie\\_medialni\\_gramotnosti\\_populace\\_CR.pdf](https://www.rrtv.cz/cz/files/monitoring/studie_medialni_gramotnosti_populace_CR.pdf)

JIRÁK, J. Proč potřebujeme mediální výchovu. *Metodický portál RVP.cz* [online]. 30. 04. 2006 [cit. 14. 1. 2019]. Dostupné z: <https://clanky.rvp.cz/clanek/s/z/540/proc-potrebuje-me-medialni-vychovu.html/>

KABÁTOVÁ, Š. Česká mládež má nové idoly: Dobře vydělávající YouTubery sledují statisíce mladých. *Lidovky.cz* [online]. 2015 [cit. 17. 11. 2018]. Dostupné z: [http://byznys.lidovky.cz/ceska-mladez-nasla-nove-idoly-youtubery-f0w-/media.aspx?c=A150808\\_170128\\_ln-media\\_ELE](http://byznys.lidovky.cz/ceska-mladez-nasla-nove-idoly-youtubery-f0w-/media.aspx?c=A150808_170128_ln-media_ELE)

KADERKA, M. Analýza stavu mediálního vzdělávání na základních a středních školách v ČR. In: *Evropské hodnoty* [online]. 2018 [cit. 14. 1. 2019]. Dostupné z: [https://www.evropskehodnoty.cz/wp-content/uploads/2018/03/Analiza\\_Stav\\_medialniho\\_vzdelavani\\_CR.pdf](https://www.evropskehodnoty.cz/wp-content/uploads/2018/03/Analiza_Stav_medialniho_vzdelavani_CR.pdf)

KONÍČKOVÁ, J. Vzory našich dětí. In: *Eduworld.sk - portál o vzdělávání a sebezvoji* [online]. 2018 [cit. 17. 11. 2018]. Dostupné z: <https://eduworld.sk/cd/jaroslava-konickova/446/vzory-nasich-deti>

KOPECKÝ, K. U dětí 1. stupně ZŠ dominuje YouTube. Facebook jej předežene až ve 14 letech věku dítěte. In: *E-bezpečí.cz* [online]. 2. 9. 2017a [cit. 2. 1. 2019]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/pohledem-vedy/1256-facebook-vs-youtube>

KOPECKÝ, K. Úvod do problematiky fake news. In: *E-bezpečí* [online]. 24. 10. 2017b [cit. 2. 1. 2019]. Dostupné z: <http://www.e-bezpeci.cz/index.php/trocha-teorie/uvod-do-problematiky-fake-news>

KOPECKÝ, K. Jak si ověřit informace na internetu? In: *E-bezpečí* [online]. 13. 9. 2018 [cit. 2. 1. 2019]. Dostupné z: <http://www.e-bezpeci.cz/index.php/trocha-teorie/jak-si-overit-informace-na-internetu>

KOPECKÝ, K. a SZOTKOWSKI, R. Jak komunikují současné děti aneb Fenomén Youtubering v teorii a praxi. In: *Pedagogická fakulta UP* [online]. 2017 [cit. 8. 2. 2018] Dostupné z: [https://www.pdf.upol.cz/userdata/PdF/VaV/2017/odborne\\_seminare/jak\\_komunikuji\\_soucasne\\_deti.pdf](https://www.pdf.upol.cz/userdata/PdF/VaV/2017/odborne_seminare/jak_komunikuji_soucasne_deti.pdf)

KOVÁŘ, K. Prezident. In: YouTube [online]. 8. 1. 2018a [vid. 23. 1. 2019]. Dostupné z: [https://www.youtube.com/watch?v=j\\_faiex3EXY](https://www.youtube.com/watch?v=j_faiex3EXY). Kanál uživatele KOVY.

KOVÁŘ, K. Kouření. In: YouTube [online]. 9. 7. 2018b [vid. 23. 1. 2019]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=Csmmc4-RtiE>. Kanál uživatele Kovy.

KOVÁŘ, K. Kovyho mediální ring. In: *Jeden svět na školách* [online]. 2019 [cit. 2. 2. 2019]. Dostupné z: <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani/materialy/5-klicovych-otazek-metodicka-koncepc>

KOVÁŘ, K. a DANĚK, M. Školy zaspávají. Snažím se trochu suplovat hodnoty, které chybí, říká youtuber Kovy. In: *Olomoucká drbna* [online]. 27. 5. 2018 [cit. 30. 9. 2018]. Rozhovor. Dostupné z: <https://www.olomouckadrabna.cz/rozhovory/8443-skoly-zaspavaji-snazim-se-trosku-suplovat-hodnoty-ktere-chybi-rika-youtuber-kovy.html>

KOVÁŘ, K. a MACA, T. Kovy: Youtuberi, kteří natáčejí videa kvůli slávě, VIP večírkům a produktům zdarma, brzy vyhoří. In: *Aktuálně.cz* [online]. 2. 8. 2018 [cit. 3. 11. 2018]. Rozhovor. Dostupné z: <https://magazin.aktualne.cz/kovy-youtuberi-keri-nataceji-videa-kvuli-slave-vip-vecirkum/r~89d4f63290e911e88b6b0cc47ab5f122/>

KOVÁŘ, K. a MORAVEC, M. Celý záznam Rozstřelu s youtuberem Kovym. In: *iDnes.tv* [online]. 29. 11. 2016 [vid. 21. 9. 2018]. Rozhovor. Dostupné z: [https://tv.idnes.cz/cely-zaznam-rozstrelu-s-youtuberem-kovym-fil-lifestyle.aspx?idvideo=V161129\\_133222\\_cas\\_krr](https://tv.idnes.cz/cely-zaznam-rozstrelu-s-youtuberem-kovym-fil-lifestyle.aspx?idvideo=V161129_133222_cas_krr)

KOVÁŘ, K. a PROCHÁZKOVÁ, A. Kovy: Pro mnoho youtuberů je výhodnější nepouštět se do kontroverzních témat. In: *E15.cz* [online]. 23. 2. 2017 [cit. 17. 11. 2018]. Rozhovor. Dostupné z: <https://www.e15.cz/the-student-times/kovy-pro-mnoho-youtuberu-je-vyhodnejši-nepoustet-se-do-kontroverznich-temat-1329140>

KOVÁŘ, K. A PROCHÁZKOVÁ, A. Youtuber Kovy: Politika přece není jen pro dospělé. In: *RESPEKT* [online]. 10. 1. 2018 [cit. 30. 9. 2018]. Rozhovor. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/tydenik/2017/38/politika-prece-neni-jen-pro-dospele>

KOVY. In: *YouTube* [online]. 5. 1. 2014 [cit. 5. 2. 2019]. Screenshot. Dostupné z: <https://www.youtube.com/user/TadyKovy/videos>

KRÁL, J. a VESELOVSKÝ, M. Jirka Král: Musel jsem skončit, zbláznil bych se. Cítil jsem obrovský tlak fanoušků. In: *Aktuálně.cz* [online]. 5. 9. 2018 [vid. 20. 11. 2018]. Rozhovor. Dostupné z: <https://video.aktualne.cz/dvtv/jirka-kral-musel-jsem-skoncit-zblaznil-bych-se-citil-jsem-ob/r~d0fd98c4b04d11e889f40cc47ab5f122/?redirected=1546941701>

KRAUS, B. *Středoškolská mládež a její svět na přelomu století*. Brno: Paido, 2006. ISBN 80-7315-125-1.

KRAUS, B. *Společnost, rodina a sociální deviace*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2014. ISBN 978-80-7435-411-3.

KRAUS, J. *Nový akademický slovník cizích slov A-Ž*. Praha: Academia, 2005. ISBN 80-200-1351-2.

KRČMÁŘOVÁ, B. *Děti a online rizika. Sborník studií*. 1. vyd. Praha: Sdružení linka bezpečí, 2012. ISBN: 978-80-904920-3-5.

KROUŽELOVÁ, D. Zájem o mediální výchovu projevují i čeští senioři. *Metodická a informační podpora mediální výchovy* [online]. Praha, 2019 [cit. 14. 1. 2019]. Dostupné z: [http://www.mediasetbox.cz/data/\\_text/000003/seniori-a-media.pdf](http://www.mediasetbox.cz/data/_text/000003/seniori-a-media.pdf)

KULHÁNEK, J. Svět hustejch týpků. In: *Psychologie.cz* [online]. 26. 11. 2015 [cit. 3. 9. 2018]. Dostupné z: <https://psychologie.cz/svet-hustejch-typku/>

KYSELA, J. a ŠTORKOVÁ, P. Youtuberi – nové hvězdy reklamního businessu. In: *Internet pro všechny* [online]. 15. 5. 2018a [cit. 4. 11. 2018]. Dostupné z: <http://www.internetprovsechny.cz/youtuberi-nove-hvezdy-reklamniho-businessu/>

KYSELA, J. a ŠTORKOVÁ, P. Kyberbezpečnost nejen v prostředí YouTube. In: *Internet pro všechny* [online]. 28. 8. 2018b [cit. 6. 12. 2018]. Dostupné z: <http://www.internetprovsechny.cz/kyberbezpecnost-nejen-v-prostredi-youtube/>

LEXA, P. a POKORNÝ, J. Petr Lexa alias Hoggy: Youtuberi můžou všechno. Ale často si neuvědomují svůj vliv. In: *Český rozhlas Radiožurnál* [online]. 10. 2. 2016 [cit. 8. 11. 2018]. Rozhovor. Dostupné z: <https://radiozurnal.rozhlas.cz/petr-lexa-alias-hoggy-youtuberi-muzou-vsechno-ale-casto-si-neuvedomuji-svuj-vliv-6209931>

LUDWIG, P. PŘEDNÁŠKA: Co je to RQ - racionální kvocient? In: *YouTube* [online] 20. 11. 2017 [vid. 31. 1. 2019] Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=74GEOYNaiZ0> Kanál uživatele Petr Ludwig.

Masarykova univerzita. Výzkum: Téměř polovina českých dětí neví, jak ověřit informace na internetu. In: *Masarykova Univerzita* [online]. 17. 1. 2019 [cit. 31. 1. 2019]. Dostupné z: <https://www.muni.cz/pro-media/tiskove-zpravy/vyzkum-temer-polovina-ceskych-deti-nevi-jak-overit-informace-na-internetu>

MATSA, K. E. a SHEARER, E. News Use Across Social Media Platforms 2018. In: *Pew Research Center* [online]. 10. 9. 2018 [cit. 6. 12. 2018]. Dostupné z: <http://www.journalism.org/2018/09/10/news-use-across-social-media-platforms-2018/>

MORAVEC, V. Václav Moravec na návštěvě u youtubera GoGoMana. Fokus. In: *Česká televize* [online]. 31. 3. 2015. [vid. 6. 5. 2018]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/archiv/1516654-vaclav-moravec-na-navsteve-u-youtubera-gogomana>

NAPROSTORETARDOVANY. In: *YouTube* [online]. 23. 3. 2012 [cit. 5. 2. 2019]. Screenshot. Dostupné z: <https://www.youtube.com/user/NaprostoRetardovany/videos>

Národní centrum bezpečnějšího internetu. *Výchova k bezpečnému a etickému užívání internetu: Metodický materiál pro pedagogické pracovníky* [online]. Národní centrum bezpečnějšího internetu, 2012 [cit. 3. 9. 2018]. Dostupné z: <https://databaze.op-vk.cz/Product/Detail/52789>

NOSKOVÁ, A. Vaše děti a fenomén YouTube: Na co si dát pozor, aby byly v bezpečí. In: *Žena.cz* [online]. 23. 4. 2018 [cit. 20. 10. 2018]. Dostupné z: <https://zena.aktualne.cz/rodina/youtube-a-deti-na-co-si-dat-pozor/r~484ac224461511e880d30cc47ab5f122/?redirected=1540553996>

NOVÁKOVÁ, D. Co se to děje s českým a slovenským YouTube? Zkazila ho druhá vlna? In: *Seznam Zprávy* [online]. 30. 10. 2018 [cit. 31. 10. 2018]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/co-se-to-deje-s-ceskym-a-slovenskym-youtube-zkazila-ho-druha-vlna-59376>

NÚV. Revize RVP v oblasti Informatiky a informačních a komunikačních technologií. *Národní ústav pro vzdělávání* [online]. Praha, 2018 [cit. 14. 1. 2019]. Dostupné z: <http://www.nuv.cz/t/revize-rvp-ict>

OFCOM. *Children and Parents: Media Use and Attitudes Report* [online]. 2017 [cit. 14. 1. 2019]. Dostupné z: [https://www.ofcom.org.uk/\\_data/assets/pdf\\_file/0020/108182/children-parents-media-use-attitudes-2017.pdf](https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0020/108182/children-parents-media-use-attitudes-2017.pdf)

PAULENKOVÁ, K. Výuka informatiky na školách se mění, zaměří se na programování. In: *Hospodářské noviny* [online]. 11. 12. 2017 [cit. 14. 1. 2019]. Dostupné z: <https://archiv.ihned.cz/c1-65984410-vyuka-informatiky-na-skolach-se-meni-zameri-se-na-programovani>

PÁVKOVÁ, J. *Pedagogika volného času*. V Praze: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2014. ISBN 978-80-7290-666-6.

PETERKA, J. Internet jako informační zdroj. In: *Archiv článků a přednášek Jiřího Peterky* [online]. 2015 [cit. 31. 1. 2019]. Dostupné z: <http://www.earchiv.cz/arevue/a803r200.php3>

PETRUSEK, M, MAŘÍKOVÁ, H. a VODÁKOVÁ, A. *Velký sociologický slovník*. Praha: Karolinum, 1996. ISBN 80-7184-310-5.

PFLAZER, T. a VANĚK, V. TZ Youtuberi: V Česku se jimi zatím baví hlavně mladí, ve věku 15-20 let sleduje youtubery až 8 lidí z 10. In: *Nielsen Admosphere* [online]. 1. 11. 2016.[cit. 3. 11. 2018]. Rozhovor. Dostupné z: <http://www.nielsen-admosphere.cz/press/tz-youtuberi-v-cesku-se-jimi-zatim-bavi-hlavne-mladi-ve-veku-15-20-let-sleduje-youtubery-az-8-lidi-z-10/>

POŘÍZKOVÁ, T a RŮŽIČKOVÁ, L. Youtubering může být zábava, ale i manipulace dětí, říká psychologka. In: *Generace 20* [online]. 3. 9. 2016 [cit. 17. 11. 2018]. Rozhovor. Dostupné z: <https://www.generace20.cz/lifestyle/youtubering-muze-byt-zabava-ale-i-manipulace-deti-rika-psycholozka>

PRAVDOVÁ, M. Infotainment, politainment, edutainment aneb K jazyku masových médií. *Naše řeč* [online]. 2003, 86(4), s. 206-217 [cit. 8. 2. 2019]. ISSN 0027-8203. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7741>

PREKOP, J. *Jak být dobrým rodičem: krůpěje výchovných moudrostí*. Praha: Grada, 2001. Pro rodiče. ISBN 80-247-9063-7.

PRŮCHA, J., WALTEROVÁ, E. a MAREŠ, J. *Pedagogický slovník*. 3., rozš. a aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2001. ISBN 80-7178-579-2.

ROTA, M. Jak číst jiné číselné soustavy? Vědecké kladivo. In: YouTube [online]. 9. 5. 2017 [vid. 29. 1. 2019] Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=vSUyO01jbn0>. Kanál uživatele Vědecké kladivo.

ROTA, M. a PROS, M. Martin Rota: Youtuber je pro mě sprosté slovo, ti čeští vůbec neargumentují a strašně se škatulkují. In: *Aktuálně.cz* [online]. 10. 7. 2017 [cit. 3. 11. 2018]. Rozhovor. Dostupné z: <https://magazin.aktualne.cz/martin-rota-youtuber-je-pro-me-sproste-slovo-ceske-scene-chy/r~d001e8c2654d11e7954a002590604f2e/>

RVP ZV [online]. Praha: MŠMT, 2016 [cit. 14. 1. 2019]. Dostupné z: [http://www.nuv.cz/uploads/RVP\\_ZV\\_2016.pdf](http://www.nuv.cz/uploads/RVP_ZV_2016.pdf)

Saferinternet.cz. Nabídka pro děti a mládež. In: *Saferinternet.cz* [online]. 2017 [cit. 6. 12. 2018]. Dostupné z: <https://www.saferinternet.cz/vzd%C4%9B%C3%A1n%C3%AD/vzd%C4%9B%C3%A1v%C3%A1n%C3%AD/%C5%A1kolen%C3%AD-pro-d%C4%9Bti-a-ml%C3%A1de%C5%BE.html>

SAK, P. a SAKOVÁ, K. *Mládež na křižovatce: sociologická analýza postavení mládeže ve společnosti a její úlohy v procesech evropeizace a informatizace*. Praha: Svoboda Servis, 2004. ISBN 80-86320-33-2.

SEDLÁČEK, J. a PROCHÁZKOVÁ, A. Youtuber je nám mnohem podobnější než jakákoliv jiná celebrita In: *E15.cz* [online]. 14. 3. 2017 [cit. 4. 9. 2018]. Rozhovor. Dostupné z: <https://www.e15.cz/the-student-times/jakub-sedlacek-youtuber-je-nam-mnohem-podobnejsi-nez-jakakoliv-jina-celebrita-1329858>

SEDLÁČEK, T. Komentář Tomáše Sedláčka: Masaryk předvídal bezdrátový internet aneb Konec pokrytectví. In: *Hospodářské noviny* [online]. 2. 11. 2018 [cit. 2. 1. 2019]. Dostupné z: <https://archiv.ihned.cz/c1-66322560-masaryk-predvidal-bezdratovy-internet-aneb-konec-pokrytectvi>

SLAŽANSKÝ, M. R.I.P. EXPLOITED. In: *YouTube* [online]. 3. 6. 2017a [vid. 24. 5. 2018] Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=vxZ12lfQtCE>. Kanál uživatele Selassie.

SLAŽANSKÝ, M. PRAVDA O EXPLOITEDOVI. In: *YouTube* [online]. 6. 6. 2017b [vid. 24. 5. 2018] Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=R7MwGzYLVtg>. Kanál uživatele Selassie.

SMETANA, E. a DOČEKAL, D. Sociální sítě o nás mají děsivé množství informací, je dobré být paranoidní, říká Dočekal. In: *Aktuálně.cz* [online]. 2. 11. 2017 [vid. 31. 1. 2019]. Rozhovor. Dostupné z: <https://video.aktualne.cz/dvtv/socialni-site-o-nas-maji-desive-mnozstvi-informaci-je-dobre/r~08820b14b89611e7a9d00025900fea04/?redirected=1529130086>

SMRŽ, J. Youtube v ČR – nejpopulárnější video platforma v číslech. In: *Dotekomanie.cz* [online]. 2017 [cit. 30. 1. 2019]. Dostupné z: <https://dotekomanie.cz/2017/06/youtube-cr-nejpopularnejsi-video-platforma-cislech/>

SOCIAL MEDIA. YouTube videa místo přednášek. In: *SOCIAL MEDIA NETWORK NEWS* [online]. 3. 10. 2018 [cit. 23. 1. 2019]. Dostupné z: <https://www.sm-nn.com/youtube-vidae-misto-prednasek/>

SRNKA, V. a ČERNÁ, M. Youtubery si najímají i státní firmy. Výsledky jsou skvělé, pochvalují si. In: *IDNES.cz* [online]. 18. 5. 2017 [cit. 30. 5. 2018]. Dostupné z: [https://www.idnes.cz/zpravy/prilohy/youtuberi-stat-czech-tourism-ceske-drahy-akademie-ved-generace-youtube.A170515\\_170947\\_domaci\\_mcn](https://www.idnes.cz/zpravy/prilohy/youtuberi-stat-czech-tourism-ceske-drahy-akademie-ved-generace-youtube.A170515_170947_domaci_mcn)

STAŠOVÁ, L., SLANINOVÁ, G. a JUNOVÁ, I. *Nová generace: vybrané aspekty socializace a výchovy současných dětí a mládeže v kontextu medializované společnosti*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. ISBN 978-80-7435-567-7.

ŠÍDLO, J. a MACÁK, J. Výzva: Nebezpečný je celý internet, říká nejsledovanější český youtuber MenT. In: *Seznam Zprávy* [online]. 8. 11. 2018 [vid. 17. 11. 2018]. Rozhovor. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/nebezpecny-je-cely-internet-co-poradil-nejsledovanejsi-cesky-youtuber-ment-rodicum-59982>

ŠIMÍČKOVÁ-ČÍŽKOVÁ, J. *Přehled vývojové psychologie*. 2. nezm. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2003. ISBN 80-244-0629-2.

ŠKOPKOVÁ, J. *Ich bin Youtuber. Pološero*. In: *Česká televize* [online]. 19. 10. 2016. [vid. 17. 5. 2018]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10318730018-polosero/216562222000005-polosero-ich-bin-youtuber/>

ŠMAHEL, D., BLINKA, L. A LUSKOVÁ, E. Blog jako cesta k porozumění dospívajícím. In: *E-psychologie* [online]. 2008, 2(3) [cit. 3. 11. 2018]. ISSN 1802-8853. Dostupné z: <http://www.vyzkum-mladez.cz/zprava/1355739291.pdf>

ŠMAHEL, D., HLAVOVÁ, R., MACHÁČKOVÁ, H., DĚDKOVÁ, L. a BEDROŠOVÁ, M. *EU KIDS ONLINE IV v České republice: České děti a dospívající na internetu* [online]. Brno: Masarykova univerzita, 2018 [cit. cit. 8. 1. 2019]. Dostupné z: [https://irtis.muni.cz/media/3120797/eu\\_kids\\_online\\_report.pdf](https://irtis.muni.cz/media/3120797/eu_kids_online_report.pdf)

ŠMÍD, D. a ZÝKOVÁ, I. „Chcete-li chápat své děti, musíte znát jejich idoly.“ Quido MC zvedá palec pro novou generaci. In: *Reflex.cz* [online]. 16. 3. 2016 [cit. 4. 11. 2018]. Dostupné z: <https://www.reflex.cz/clanek/komentare/70015/chcete-li-chapat-sve-deti-musite-znat-jejich-idoly-quido-mc-zveda-palec-pro-novou-generaci.html>

THOROVÁ, K. *Vývojová psychologie: proměny lidské psychiky od početí po smrt*. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0714-6.

VÁGNEROVÁ, M. *Vývojová psychologie: dětství, dospělost, stáří*. Praha: Portál, 2000. ISBN 80-7178-308-0.

VALÁŠEK, M. In: *YouTube* [online]. 3. 4. 2012 [cit. 5. 2. 2019]. Screenshot. Dostupné z: <https://www.youtube.com/channel/UCLfEwNGlcQBpDiWbWnVa0Pg>

VANÍČKOVÁ, V. YouTube, spojenec při rozvoji gramotností. In: *Pedagogicke.info* [online]. 22. 1. 2019 [cit. 23. 1. 2019]. Dostupné z: <https://www.pedagogicke.info/2019/01/vanda-vanickova-youtube-spojenec-pri.html?fbclid=IwAR2phD8yzTlnrAVFUh4r994JuktnAjG6Fj2IZUZZAZf3ySZIQdDOl8OXBmo>

VĚDECKÉKLADIVO. In: *YouTube* [online]. 9. 3. 2014 [cit. 5. 2. 2019]. Screenshot. Dostupné z <https://www.youtube.com/user/VedeckeKladivo/videos>

VLČEK, O. KRÁL, J. Jirka Král: Děti jsou naivní, musí se vyhnout kyberšikaně, bezpečnost na internetu školy neřeší. In: *Aktuálně.cz* [online]. 1. 3. 2018 [vid. 4. 1. 2019]. Dostupné z: <https://video.aktualne.cz/dvtv/zive-jiri-kral-predstavuje-projekt-bud-safe-online-zamereny/r~d67b89841d2a11e8a72bac1f6b220ee8/>

YOUTUBE. O YouTube. In: *YouTube.com* [online]. 2019 [cit. 30. 1. 2019]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/intl/cs/yt/about/>

ZAJÍC, M. a KABÁTOVÁ, Š. Česká mládež má nové idoly: Dobře vydělávající Youtubery sledují statisíce mladých. In: *Lidovky.cz* [online]. 9. 8. 2015 [cit. 8. 11. 2018]. Rozhovor. Dostupné z: [https://www.lidovky.cz/byznys/media/ceska-mladez-nasla-nove-idoly-youtubery.A150808\\_170128\\_In-media\\_ELE](https://www.lidovky.cz/byznys/media/ceska-mladez-nasla-nove-idoly-youtubery.A150808_170128_In-media_ELE)



## Seznam tabulek

Tabulka č. 1: 77 nejvlivnějších Čechů na sociálních sítích 2017 .....	17
Tabulka č. 2: Respondenti .....	54
Tabulka č. 3: Čas strávený dětmi na YouTube .....	55
Tabulka č. 4: Počet YouTuberů, které děti sledují .....	55
Tabulka č. 5: Sledovanost kanálů .....	56
Tabulka č. 6: Proč žáci nesledují YouTube .....	58
Tabulka č. 7: Nechávací se děti ovlivnit oblíbeným YouTuberem? .....	61
Tabulka č. 8: Kteří YouTuberi ovlivňují děti .....	61
Tabulka č. 9: Skrze jaké technologie děti sledují videa.....	63
Tabulka č. 10: Odpovědi na otázku, kde děti dále sledují YouTube .....	64
Tabulka č. 11: Vnímají žáci, že vše na YouTube nemusí být pravdivé? .....	64
Tabulka č. 12: Vnímají žáci školní poučení o bezpečnosti internetu jako dostatečné? ..	66
Tabulka č. 13: Využívání YouTube tutoriálů jako pomůcky v nesnázích .....	66
Tabulka č. 14: Nechávací-li žáci látku ve škole, hledají její vysvětlení na YouTube. ...	66
Tabulka č. 15: Využívání YouTube prostředků pedagogie ve školách .....	67
Tabulka č. 16: Kolik učitelů se inspiruje výukovými kanály na YouTube .....	75
Tabulka č. 17: Kolik učitelů doporučuje výukové kanály svým žákům .....	75
Tabulka č. 18: Vnímají učitelé, že YouTuberi ovlivňují žáky? .....	76
Tabulka č. 19: Apelují učitelé na nepřesnost informací na internetu?.....	76

## Seznam obrázků

Obrázek č. 1: Ukázka grafiky populárního kanálu GoGoManTV (GoGoTV, 2010).....	92
Obrázek č. 2: Ukázka grafiky vzdělávacího kanálu Marka Valáška (Valášek, 2012)....	93
Obrázek č. 3: Kanál populárního YouTubera Kovyho (Kovy, 2014) .....	96
Obrázek č. 4: YouTube kanál Naprosto Retardovaný (NaprostoRetrdovany, 2012) .....	97
Obrázek č. 5: YouTube kanál Vědecké kladivo (VědeckéKladivo, 2014).....	97
Obrázek č. 6: YouTube kanál sester Lucie a Nicole (A Cup of Style, 2010).....	98

## Přílohy





### Příloha A: Dotazník pro žáky

Dotazník k DP: Vliv fenoménu YouTuberů na žáky 2. stupně ZŠ a SŠ									
Pohlaví: muž - žena		Věk:		Ročník:		Škola:			
U možnosti „jiné:“ uveďte svoji odpověď. Na otázky č. 13 a 19 odpovídejte pouze v případě, že jste v předchozí otázce neuvedli odpověď ne. Symbol * znamená možnost více odpovědí.									
1.	Často navštěvuji stránku YouTube				ano	spíše ano	spíše ne	ne	
2.	Denně strávím na YouTube hodin			méně než 1	1-2	3-4	5 a více		
3.	Sleduji videa známých YouTuberů				ano	spíše ano	spíše ne	ne	
4.	Sleduji videa méně známých YouTuberů				ano	spíše ano	spíše ne	ne	
5.	Kolik sleduji YouTuberů			0	1-2	2-10	10-20	více	
6.	Jaký typ kanálů sleduji:*		herní kanály	kanály o vaření	žádné				
			beauty/fashion kanály	fitness kanály					
			vzdělávací kanály	jiné:					
7.	Nesleduješ-li YouTubery, uveď proč:								
8.	Nechápu-li látku ve škole, hledám ji na vzdělávacích kanálech				ano	spíše ano	spíše ne	ne	
9.	Když si s něčím nevím rady, pustím si YouTube tutoriál				ano	spíše ano	spíše ne	ne	
10.	Sleduji YouTubery dle svých koníčků				ano	spíše ano	spíše ne	ne	
11.	Využívají učitele při výuce u nás ve škole YouTube				ano	spíše ano	spíše ne	ne	
12.	Ovlivňuje mě nějaký YouTuber svými názory				ano	spíše ano	spíše ne	ne	
13.	Pokud tě ovlivňuje, uveď jaký:								
14.	Můj oblíbený YouTuber mě baví, protože: *		je stejně starý jako já	názorově s ním souhlasím					
			máme stejný koníček	komunikuje s fanoušky					
			je chytrý	nemám žádného oblíbeného					
			je inspirativní	jiné:					
15.	YouTubery беру jako své kamarády				ano	spíše ano	spíše ne	ne	
16.	S kamarády se často bavíme o YouTuberech				ano	spíše ano	spíše ne	ne	
17.	Dělám to, co dělá nějaký YouTuber				ano	spíše ano	spíše ne	ne	
18.	Také natáčím videa a vkládám je na YouTube						ano	ne	
19.	Začal jsem točit díky svým oblíbeným YouTuberům				ano	spíše ano	spíše ne	ne	
20.	Sleduji YouTubery i na *			facebooku	twitteru	instagramu	nikde		
21.	Na jakém zařízení sleduji videa *					mobil	tablet	PC	
22.	Kde sleduji videa *		doma	v dopravním prostředku	ve škole	u kamarádů			
23.	Vnímám, že vše na YouTube nemusí být pravda				ano	spíše ano	spíše ne	ne	
24.	Rozuzlení sporu (váلكy) Selassieho a Exploiteda mě překvapilo			nic o tom nevím	ano	spíše ano	spíše ne	ne	
25.	Domnívám se, že jsme byli ve škole dostatečně poučeni o bezpečnosti na internetu				ano	spíše ano	spíše ne	ne	





## Příloha B: Celkové výsledky výzkumu v dotazníku pro žáky

Celkem respondentů	325	Muž	162
Průměrný věk	15,2 let	Žena	163





### 1. Často navštěvují stránku YouTube

		Celkem	ZŠ	SŠ
Ano	 62,5 %	203	100	103
Spíše ano	 26,8 %	87	48	39
Spíše ne	 9,2 %	30	13	17
Ne	 1,5 %	5	4	1





### 2. Denně strávím na YouTube \_ hodin

		Celkem	ZŠ	SŠ
Méně než 1	 44,6 %	145	73	72
1–2	 38,5 %	125	59	66
3–4	 11,1 %	36	21	15
5 a více	 5,8 %	19	12	7

### 3. Sleduji videa známých YouTuberů

		Celkem	ZŠ	SŠ
Ano	 26,2 %	85	49	36
Spíše ano	 36,9 %	120	72	48
Spíše ne	 23,4 %	76	27	49
Ne	 13,5 %	44	17	27

### 4. Sleduji videa méně známých YouTuberů

		Celkem	ZŠ	SŠ
Ano	 14,8 %	48	26	22
Spíše ano	 24,9 %	81	39	42
Spíše ne	 37,8 %	123	72	51
Ne	 22,5 %	73	28	45

## 5. Kolik sleduji YouTuberů

			Celkem	ZŠ	SŠ
0		12,6 %	41	17	24
1–2		18,8 %	61	28	33
2–10		40,6 %	132	61	71
10–20		15,7 %	51	32	19
více		12,3 %	40	27	13





## 6. Jaký typ kanálů sleduji (více možných odpovědí)

			Celkem	ZŠ	SŠ
herní		25,4 %	151	81	70
beauty/fashion		15,8 %	94	49	45
vzdělávací		16,7 %	99	46	53
o vaření		6,6 %	39	22	17
fitness		12,3 %	73	28	45
žádné		3,7 %	22	11	11
jiné:		19,5 %	116	59	57
Jiná odpověď:					
	zábavné		28	13	15
	hudba		28	8	20
	informační, naučné		7	3	4
	sport		5	3	2
	vlogy		23	17	6
	lifestyle		4	1	3
	koníčky		14	6	8
	tutorialy		7	4	3





## 7. Nesleduješ-li YouTubery, uveď proč (otevřená otázka)

Střední škola	Celkem 40	2. stupeň základní školy	Celkem 20
Je to ztráta času	19 x	Je to ztráta času	15x
Nebaví mě to	8x	Raději dělám užitečnější věci	4x
Dříve jsem je sledoval/a, dnes již ne	4x	Jsou komerční	1x
Názor na věc si udělám sám/sama	4x		
Lepší jsou ti zahraniční	4x		
YouTuberi akorát ovlivňují	1x		





## 8. Nechápu-li látku ve škole, hledám ji na vzdělávacích kanálech

		Celkem	ZŠ	SŠ
Ano	 9,2 %	30	9	21
Spíše ano	 16,3 %	53	23	30
Spíše ne	 32 %	104	58	46
Ne	 42,5 %	138	75	63





## 9. Když si s něčím nevím rady, pustím si YouTube tutoriál

		Celkem	ZŠ	SŠ
Ano	 17,2 %	56	29	27
Spíše ano	 31,4 %	102	49	53
Spíše ne	 31,1 %	101	50	51
Ne	 20,3 %	66	37	29





## 10. Sleduji YouTubery dle svých koníčků

		Celkem	ZŠ	SŠ
Ano	 22,5 %	73	39	34
Spíše ano	 36 %	117	58	59
Spíše ne	 19,1 %	62	29	33
Ne	 22,5 %	73	39	34

## 11. Využívají učitele při výuce u nás ve škole YouTube

		Celkem	ZŠ	SŠ
Ano	 15,1 %	49	29	20
Spíše ano	 21,8 %	71	49	22
Spíše ne	 46,5 %	151	70	81
Ne	 16,6 %	54	17	37









## 12. Ovlivňuje mě nějaký YouTuber svými názory

		Celkem	ZŠ	SŠ
Ano	 4,9 %	16	10	6
Spíše ano	 11,1 %	36	19	17
Spíše ne	 32 %	104	61	43
Ne	 52 %	169	75	94





### 13. Pokud tě ovlivňuje, uveď jaký (otevřená otázka)

	celkem	Kovy	Další – zmínění pouze 1x
2. stupeň ZŠ	28	11x	Herdyn, Wedry, Baxtrix, Moon Strifer, Nade King, Stejk, Zvědátoři, Tartaruscast, Smusa, Baxtrix, Thomas Hraje, Ladislav Sinai, Patrik Kořenář, VldaVideos, Potry, Life of Boris
Střední škola	24	8x	Logan Paul, Liza Koshy, David Dobrik, Roman Atwood, Roth Wellden, PetanGames, beauty youtubeři, Haggy, Agraelus, Martin Rota, Zvědátoři





### 14. Můj oblíbený YouTuber mě baví, protože (více možných odpovědí)

		Celkem	ZŠ	SŠ
je stejně starý jako já	 1,4 %	9	6	3
máme stejný koníček	 10,5 %	68	32	36
je chytrý	 13,8 %	89	49	40
je inspirativní	 20 %	129	73	56
názorově s ním souhlasím	 19 %	123	65	58
komunikuje s fanoušky	 14,4 %	93	60	33
nemám žádného oblíbeného	 11,6 %	75	28	47
jiné:	 9,3 %	60	35	25
Jiná odpověď:		Celkem		
	Je vtipný a zábavný	37		
	Kreativní s originálními nápady	4		
	Má zajímavá videa	6		
	Stojí si za svým	2		
	Jeho vyjadřování a názory mají smysl	2		





### 15. YouTubery беру jako své kamarády

		Celkem	ZŠ	SŠ
Ano	 1,8 %	6	5	1
Spíše ano	 6,2 %	20	12	8
Spíše ne	 21,5 %	70	50	20
Ne	 70,5 %	229	98	131



## 16. S kamarády se často bavíme o YouTuberech

		Celkem	ZŠ	SŠ
Ano	 3,7 %	12	9	3
Spíše ano	 10,8 %	35	25	10
Spíše ne	 41,5 %	135	72	63
Ne	 44 %	143	59	84





## 17. Dělán to, co dělá nějaký YouTuber

		Celkem	ZŠ	SŠ
Ano	 10,2 %	33	18	15
Spíše ano	 9,5 %	31	15	16
Spíše ne	 29,8 %	97	58	39
Ne	 50,5 %	164	74	90





## 18. Také natáčím videa a vkládám je na YouTube

		Celkem	ZŠ	SŠ
Ano	 8,6 %	28	18	10
Ne	 91,4 %	297	147	150




## 19. Začal jsem točit díky svým oblíbeným YouTuberům (odpověz v případě, že jsi u předešlé otázky neuvedl odpověď ne) (nepovinná otázka)

		Celkem	ZŠ	SŠ
Ano	 28,5 %	8	6	2
Spíše ano	 25 %	7	5	2
Spíše ne	 32,1 %	9	5	4
Ne	 14,3 %	4	1	3





## 20. Sleduji YouTubery i na (více možných odpovědí)

		Celkem	ZŠ	SŠ
instagramu	 40,9 %	174	86	88
facebooku	 25,9 %	110	58	52
twitteru	 5,9 %	25	13	12
nikde	 27,3 %	116	60	56





## 21. Na jakém zařízení sleduji videa (více možných odpovědí)

		Celkem	ZŠ	SŠ
mobil	 53,4 %	280	140	140
tablet	 7,8 %	41	28	13
počítač	 38,7 %	203	96	107






## 22. Kde sleduji videa (více možných odpovědí)

		Celkem	ZŠ	SŠ
doma	 71,9 %	322	164	158
v dopravním prostředku	 5,6 %	25	13	12
ve škole	 9,4 %	42	18	24
u kamarádů	 13,2 %	59	33	26

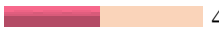



## 23. Vnímám, že vše na YouTube nemusí být pravda

		Celkem	ZŠ	SŠ
Ano	 80,3 %	261	125	136
Spíše ano	 13,5 %	44	28	16
Spíše ne	 1,5 %	5	4	1
Ne	 4,6 %	15	8	7

## 24. Rozuzlení sporu (války) Selassieho a Exploiteda mě překvapilo

		Celkem	ZŠ	SŠ
Ano	 2,2 %	7	6	1
Spíše ano	 3,7 %	12	8	4
Spíše ne	 4,9 %	16	12	4
Ne	 7,1 %	23	10	13
Neslyšel jsem o tom sporu	 82,2 %	267	129	138

## 25. Domnívám se, že jsme byli ve škole dostatečně poučeni o bezpečnosti na internetu

		Celkem	ZŠ	SŠ
Ano	 48,9 %	159	90	69
Spíše ano	 31,4 %	102	44	58
Spíše ne	 12,9 %	42	22	20
Ne	 6,8 %	22	9	13




## Příloha C: Dotazník pro pedagogy

<b>Dotazník: Vliv fenoménu YouTuberů na žáky 2. stupně ZŠ a SŠ</b>					
<b>Část dotazníku pro učitele</b>					
Pohlaví: muž - žena		Věk:	Typ školy:		
Vyučované předměty:			Jsem učitelem informatiky: ano – ne		
<i>Vhodnou variantu prosím zřetelně vyznačte.</i>					
1.	O fenoménu YouTuberů jsem slyšel			<b>ano</b>	<b>ne</b>
2.	Sám sleduji YouTubery			<b>ano</b>	<b>ne</b>
3.	V případě, že nesledujete YouTubery, uveďte proč:				
4.	Jaký typ kanálů sleduji: <small>*možno vybrat více odpovědí</small>		<i>herní kanály</i>	<i>kanály o vaření</i>	
			<i>beauty/fashion kanály</i>	<i>fitness kanály</i>	
			<i>vzdělávací kanály</i>	<i>žádné / jiné:</i>	
5.	Sleduji vzdělávací kanály na YouTube			<b>ano</b>	<b>ne</b>
6.	U vzdělávacích kanálů беру inspiraci pro svou výuku	<b>ano</b>	<b>spíše ano</b>	<b>spíše ne</b>	<b>ne</b>
7.	Inspiraci беру také od populárních YouTuberů	<b>ano</b>	<b>spíše ano</b>	<b>spíše ne</b>	<b>ne</b>
8.	Doporučuji žákům výukové kanály na YouTube	<b>ano</b>	<b>spíše ano</b>	<b>spíše ne</b>	<b>ne</b>
9.	Přemýšlel jsem, že bych výuková videa točil	<b>ano</b>	<b>spíše ano</b>	<b>spíše ne</b>	<b>ne</b>
10.	Sám točím výuková videa na YouTube			<b>ano</b>	<b>ne</b>
11.	Vytvářím jiné internetové stránky pro výuku			<b>ano</b>	<b>ne</b>
12.	Vnímám, že trend YouTuberů ovlivňuje žáky	<b>ano</b>	<b>spíše ano</b>	<b>spíše ne</b>	<b>ne</b>
13.	Poučuji žáky, že vše na internetu nemusí být pravda	<b>ano</b>	<b>spíše ano</b>	<b>spíše ne</b>	<b>ne</b>

## Příloha D: Celkové výsledky výzkumu v dotazníku pro pedagogy

Celkem respondentů 20  
Průměrný věk 33,5 let

### 1. O fenoménu YouTuberů jsem slyšel

		Celkem
ano	 100 %	20
ne	 0 %	0








### 2. Sám sleduji YouTubery

		Celkem
ano	 45 %	8
ne	 55 %	12



### 3. V případě, že nesledujete YouTubery, uveďte proč

nezajímá mě to (6x)  
nemám na to čas (3x)  
nic mi nedávají (2x)  
nemá to smysl (1x)

### 4. Jaký typ kanálů sleduji (více možných odpovědí)

		Celkem
vzdělávací kanály	 35,1 %	14
herní kanály	 5,4 %	2
beauty/fashion kanály	 13,5 %	5
kanály o vaření	 10,8 %	4
fitness kanály	 13,5 %	5
žádné	 13,5 %	5
jiné:	 8,1 %	3
jiná odpověď: hudební kanály (3x) o filmech (2x)		

### 5. Sleduji vzdělávací kanály na YouTube

		Celkem
ano	 70 %	14
ne	 30 %	6

## 6. U vzdělávacích kanálů беру inspiraci pro výuku

		Celkem
ano	15 %	3
spíše ano	40 %	8
spíše ne	10 %	2
ne	35 %	7

## 7. Inspiraci беру také od populárních YouTuberů

		Celkem
ano	10 %	2
spíše ano	5 %	1
spíše ne	10 %	2
ne	75 %	15

## 8. Doporučuji žákům výukové kanály na YouTube

		Celkem
ano	25 %	5
spíše ano	35 %	7
spíše ne	20 %	4
ne	20 %	4

## 9. Přemýšlel jsem, že bych výuková videa točil

		Celkem
ano	30 %	6
spíše ano	10 %	2
spíše ne	20 %	4
ne	40 %	8





## 10. Sám točím výuková videa na YouTube

		Celkem
ano	10 %	2
ne	90 %	18





## 11. Vytvářím jiné internetové stránky pro výuku

		Celkem
ano	20 %	4
ne	80 %	16

## 12. Vnímám, že trend YouTuberů ovlivňuje žáky

		Celkem
ano	 70 %	14
spíše ano	 20 %	4
spíše ne	 10 %	2
ne	 0 %	0

## 13. Poučuji žáky, že vše na internetu nemusí být pravda

		Celkem
ano	 90 %	18
spíše ano	 5 %	1
spíše ne	 0 %	0
ne	 5 %	1