



Zdravotně
sociální fakulta
Faculty of Health
and Social Sciences

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

**Možnosti využití sociálních sítí pro práci s klienty
v nízkoprahovém zařízení pro děti a mládež**

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Studijní program:

SOCIÁLNÍ PRÁCE

Autor: Kristýna Veverková

Vedoucí práce: Mgr. Ing. Renata Švestková, Ph.D.

České Budějovice 2022

Prohlášení

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci s názvem Možnosti využití sociálních sítí pro práci s klienty v nízkoprahovém zařízení pro děti a mládež jsem vypracoval/a samostatně pouze s použitím pramenů v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby bakalářské práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé bakalářské práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne 2. 5. 2022

.....

Kristýna Veverková

Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala vedoucí mé bakalářské práce Mgr. Ing. Renatě Švestkové, Ph.D. za její profesionální přístup včetně cenných rad, a za její vstřícnost a ochotu v průběhu vedení mé bakalářské práce. V neposlední řadě bych chtěla poděkovat své rodině a přátelům za jejich podporu a trpělivost po celou dobu mého studia.

Možnosti využití sociálních sítí pro práci s klienty v nízkoprahovém zařízení pro děti a mládež

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá možnostmi využití sociálních sítí pro práci s klienty v nízkoprahovém zařízení pro děti a mládež (NZDM).

Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. Teoretická část bakalářské práce je rozdělena do tří kapitol. První kapitola je zaměřena na sociální sítě, ve druhé kapitole je nastíněno poslání a obsah služby NZDM a třetí kapitola se věnuje sociálním sítím v kontextu NZDM v období epidemie Covid-19.

V praktické části bakalářské práce byla využita kvalitativní výzkumná strategie za pomoci metody dotazování, techniky polostrukturovaného rozhovoru. Výběrový soubor zahrnoval 9 informantů, který byl tvořen vedoucími sociálními pracovníky a ostatními sociálními pracovníky NZDM v Jihočeském kraji, kteří sociální sítě využívají pro provoz NZDM a byli ochotní se na výzkumné části podílet. Vyhodnocená data byla seskupena metodou vytváření trsů na základě podobných jevů či znaků. Z výsledků bylo zjištěno, že pracovníci pro práci s klienty nejvíce využívají Facebook a Instagram převážně pro propagační, komunikační, informační a preventivní účely. Dále bylo zjištěno, že sociální sítě sehrály zvláště důležitou roli v období epidemie Covid-19. Pro pracovníky je však nejdůležitější přímá práce s klienty a sociální sítě vnímají jako doplněk své práce.

Výsledky této bakalářské práce mohou být inspirací pro ostatní nízkoprahová zařízení pro děti a mládež a také mohou být přínosným a edukativním materiálem pro děti, jejich rodiče a v neposlední řadě i pro širokou veřejnost.

Klíčová slova

sociální sítě; nízkoprahová zařízení pro děti a mládež; epidemie Covid-19; rizika sociálních sítí; výhody sociálních sítí

Possibilities of Using Social Networks for Work with Clients in Low-threshold Facilities for Children and Youth

Abstract

This bachelor's thesis deals with the use of social networks by low-threshold facilities working with children and youth.

The thesis consists of a theoretical and a practical part. The theoretical part of the bachelor thesis is divided into three chapters: the first chapter describes social networks, the second chapter outlines the mission and content of the low-threshold facility for children and youth, and the third chapter deals with social networks in the context of low-threshold facilities for children and youth during the Covid-19 epidemic.

In the practical part of the bachelor's thesis we carried out and analysed data from semi-structured interviews. The research sample included 9 informants, consisting of leading social workers and social workers of low-threshold facilities in the South Bohemian Region, who use social networks in their work with clients. The evaluated data were grouped by the method of creating clumps on the basis of similar phenomena, themes and patterns. The results showed that employees working with clients mostly use Facebook and Instagram and mainly for promotional, communication, information and prevention purposes. It was also found that social networks played a particularly important role during the Covid-19 epidemic. However, the most important thing for social workers is direct and personal work with clients and they perceive social networks as a complement to their work.

The results of this bachelor thesis can help guide other low-threshold facilities for children and youth and it can also have a useful and educational application for parents of children and for the general public.

Key words

social networks; low-threshold facilities for children and young people; the epidemic Covid-19; social network risks; benefits of social networks

Obsah

Úvod	8
1 Sociální sítě.....	9
1.1 Historie sociálních sítí.....	9
1.2 Nejvýznamnější sociální sítě.....	10
1.2.1 Facebook.....	11
1.2.2 Instagram	12
1.2.3 WhatsApp	13
1.2.4 Twitter.....	13
1.2.5 YouTube	14
1.2.6 TikTok	15
1.3 Výhody a nevýhody sociálních sítí	15
1.4 Rizika sociálních sítí	16
1.4.1 Kyberšikana	17
1.5 Prevence užívání internetu a sociálních sítí	19
2 Nízkoprahová zařízení pro děti a mládež.....	20
2.1 Principy nízkoprahových zařízení pro děti a mládež	21
2.2 Cíle nízkoprahových zařízení pro děti a mládež	22
2.3 Cílová skupina nízkoprahových zařízení pro děti a mládež.....	23
2.4 Služby v nízkoprahových zařízeních pro děti a mládež.....	24
2.4.1 Metody a formy práce s klientem	25
2.5 Role sociálního pracovníka nízkoprahového zařízení pro děti a mládež.....	26
3 Sociální sítě v kontextu nízkoprahových zařízení pro děti a mládež v době Covid-19.....	28
4 Výzkumná část.....	30
4.1 Cíl práce	30
4.2 Výzkumné otázky.....	30

4.3	Metodika výzkumu.....	30
4.3.1	Etika výzkumu	31
4.3.2	Popis výzkumného souboru	32
4.3.3	Způsob analýzy výsledků.....	32
5	Výsledky	33
6	Diskuze.....	50
	Závěr	54
	Seznam použitých zdrojů a literatury	56
	Seznam příloh.....	67

Úvod

V této bakalářské práci se budu věnovat možnostem využití sociálních sítí pro práci s klienty v nízkoprahových zařízeních pro děti a mládež (NZDM).

Tuto problematiku jsem si vybrala zejména z důvodu stále rostoucí popularity sociálních sítí, které v dnešní době využívá téměř každý, a proto jsou velmi diskutovaným a řešeným tématem. Díky sociálním sítím se můžeme spojit s dalšími osobami, z čehož plynou další sociální možnosti, mezi které může patřit například navazování nových kontaktů, projevování pocitů, mezilidské komunikace, podpora kariéry nebo sdílení zajímavostí z osobního života. V průběhu několika posledních let byly vytvořeny různé sociální sítě, jejichž využití se dá uplatnit i například pro edukační či profesní účely. V této souvislosti by proto mohly najít své uplatnění v NZDM, které poskytují pomoc při řešení osobních problémů nebo naplnění volného času dětem a mladistvým, i v kontextu aktuální situace spojené s Covidem-19, kdy sociální sítě se staly primárním klíčem pro socializaci dětí a mladistvých. Domnívám se, že spousta lidí v mém okolí nemá ponětí, že taková zařízení vůbec existují, jak fungují nebo komu slouží, což je o důvod navíc, který mě vedl ke zvolení daného tématu. Dle mého názoru jsou právě tato zařízení pro děti velice prospěšná a jejich poslání by se mělo dostat k většímu počtu lidí.

Cílem mé bakalářské práce je tedy podat základní informace jednak o sociálních sítích a také o fungování a popisu NZDM. Dále pomocí kvalitativní výzkumné strategie zjistím, jak se NZDM působící v Jihočeském kraji staví k využívání sociálních sítí, které to jsou, jak jim v práci s klienty pomáhají a jestliže se uplatnění sociálních sítí v době Covid-19 zvýšilo či nikoliv. Výsledky této bakalářské práce pak mohou sloužit pracovníkům zmíněných NZDM, ostatním NZDM či jako informační materiál pro laickou nebo odbornou veřejnost.

1 Sociální sítě

Sociální sítě, jsou v dnešní době celosvětovým fenoménem, přičemž počty uživatelů neustále rostou a nabízené služby se nepřetržitě vyvíjejí a zkvalitňují (Ševčíková, 2014). Již Pavlíček (2010) sociální sítě charakterizoval jako službu, která nabízí jedincům vybudovat si profil, mít seznam dalších uživatelů/přátel, se kterými je uživatel profilu propojen z nejrůznějších důvodů. Ševčíková (2014), Kožíšek a Písecký (2016) dále shodně konstatují, že sociální sítě nabízejí převážně prostor pro komunikaci, sdílení fotografií, videí či informací mezi uživateli a jejich sebe prezentaci, viz Příloha č. 1. Velice populární jsou tematické skupiny, diskusní fóra, kde si lidé vyměňují zkušenosti a názory na určitá témata jako například zájmy, sex, politika (Kožíšek a Písecký, 2016).

Kromě vytváření tematických či zájmových skupin lze sledovat a komentovat fotky nejen přátel, ale i např. veřejných osobností (Ševčíková, 2014). To vše je zarámováno možností posílat si zprávy (chatovat), což ve velké míře nahrazuje komunikaci e-mailem, telefonem či SMS. Další podstatným fenoménem je, že sociální sítě jsou ve většině případů zdarma, neboť díky registraci uživatelů vzniká prostor pro reklamu a propagaci komerčního sektoru (Lipizzi et al., 2016). Autor dále vysvětluje, že sociální sítě tak slouží k monitorování reakcí veřejnosti na reklamy a upozornění za účelem vylepšení nebo úpravy produktů a sledují, jak produkty či události lidé vnímají, což pomáhá identifikovat preferenci klientů.

1.1 Historie sociálních sítí

Sociální sítě jsou neodlučitelnou součástí internetu¹. Dle Horské et al. (2010) se internet začal rozvíjet již v šedesátých letech, kdy se americká armáda snažila propojit počítače rozmístěné po celém území USA, aby mohli spolu komunikovat během jaderné války. Toto úsilí se týkalo hlavně podpory vzniku nových zbraní a technologií v naději zvítězit nad svým nepřítelem (Horská et al., 2010). První internetová sociální síť byla vybudována v roce 1995 Randym Condradem, který se chtěl spojit se svými spolužáky a vznikla úspěšná sociální síť s názvem classmates.com, díky které se mohli uživatelé spojit a

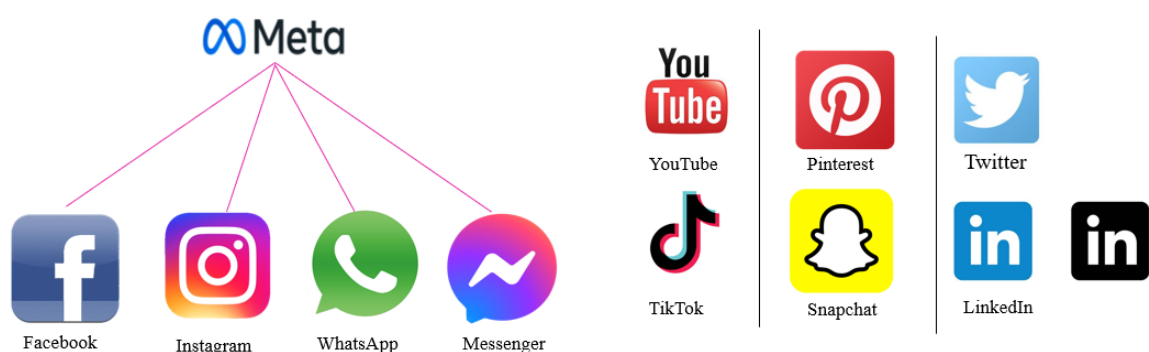
¹ Slovo internet – INTERconnected computer Network, je globální počítačová síť, která propojuje lokální sítě a poskytuje různé služby, zejména přístup k informacím a umožňuje písemné, audio i video komunikaci včetně přenosu dat (Horská et al., 2010).

společně komunikovat i mimo školu (Pavlíček, 2010). Naproti tomu Stuchlík a Dvořáček (2000) zaznamenávají rozmach internetu v České republice až kolem roku 1990, kdy se první pokusy o vytvoření počítačové sítě vytvářely pomocí linek veřejné telefonní sítě. Před nástupem mezinárodních sítí byly v České republice několik velkých sociálních sítí. Mezi ty nejoblíbenější patřila sociální síť Lidé.cz, která se zaměřovala na uživatelské profily, diskusní fóra a soukromé chaty, dále Libimseti.cz, což byl komunitní portál nabízející profily, seznamku, chat a diskusní fóra nebo Spolužáci.cz, kterou využívali spolužáci ke konverzaci v uzavřených skupinách (Kožíšek a Písecký, 2016).

1.2 Nejvýznamnější sociální síť

Sociální síť vyžadují platformu². Uživatelé se připojí k platformě konkrétní sociální sítě (viz Obrázek č. 1), začnou vytvářet své sítě s ostatními uživateli takovým způsobem, aby si mohli sami vybrat, s kým se chtějí spojit a udržovat kontakt (Froehlich, 2020). K tomu slouží aplikace, které jsou jednoduše řečeno speciálním druhem programu, který nám umožňuje provádět konkrétní úkoly (Clark, 2021). Aplikace pro stolní nebo přenosné počítače se někdy nazývají desktopové aplikace, zatímco aplikace pro mobilní zařízení se nazývají mobilní aplikace (Röstlund, 2013). Autor říká, že v praxi tyto aplikace představují zkrácenou verzi nebo nástroj usnadňující obsah, který se šíří prostřednictvím sociálních sítí (tj. pomocí velkých komunit, které již tyto aplikace intenzivně využívají).

Obrázek č. 1 – Nejpoužívanější platformy sociálních sítí



Zdroj: Vlastní výzkum, 2021

² Platforma – základ s vlastním souborem pravidel, standardů a omezení, které určují, jaký hardware/software lze postavit a jak by měl každý fungovat, usnadňují interakce mezi účastníky často ve formě obchodů na trhu nebo sociálních sítí (Rice, 2021).

Sociální sítě se neustále rozvíjejí a vznikají stále propracovanější upravené potřebám svým uživatelům. Mezi dominující druhy sociálních sítí patří v roce 2021:

- sociální zvukové platformy a formáty (Spotify, Clubhouse);
- video platformy a formáty sociálních sítí (YouTube, TikTok);
- veřejné diskuzní platformy (Reddit, Quora);
- živé streamy sociálních sítí (Twitch, YouTube, TikTok);
- obchodní platformy sociálních sítí (LinkedIn, Twitter);
- uzavřené/soukromé komunitní platformy sociálních médií (Facebook Groups);
- inspirativní sociální sítě (Pinterest, YouTube, Instagram, blogs) (Wong, 2021).

Gormandy White (2021) k tomuto rozdělení sociálních sítí v roce 2021 řadí ještě:

- edukační sociální sítě (Skype, Edublogs, Google Hangouts, Microsoft Teams, Zoom Cloud meetings)
- sociální sítě pro zasílání zpráv (WhatsApp, Messenger, Wechat).

1.2.1 Facebook

Facebook patří mezi nejznámější sociální sítě s nejširší uživatelskou základnou, který mimo jiné vlastní také Instagram a WhatsApp. Facebook změnil svůj firemní název na Meta³, protože rozšiřuje svůj dosah do oblastí, jako je např. virtuální realita (Thomas, 2021). Tato změna se však nebude týkat jednotlivých platform, již zmíněného Facebooku, Instagramu či WhatsAppu. Tento krok následuje po sérii negativních příběhů a dokumentech, které měly ničit reputaci Facebooku (Thomas, 2021). Podle statistik z internetu a sociálních sítí 2021 má Facebook více než 2 miliardy aktivních uživatelů a již 10 milionů komunitních skupin se společnými zájmy (Bennet, 2021). Svůj původ má už v internetové síti thefacebook.com od Marka Zuckerberga, která vznikla v roce 2003 na University of Harvard a měla za cíl zprostředkovat komunikaci mezi studenty, sdílet své poznatky, fotografie, osobní příspěvky a jiné informace (Pospíšilová, 2016).

³ Meta – výkonný ředitel obchodní společnosti Facebook Mark Zuckerberg oznámil 28. října 2021 změnu jména společnosti na Meta Platforms, ve zkratce jednoduše Meta (Vrchota, 2021). Nové jméno odkazuje na takzvané metaversum, tedy internetový svět, který společnost buduje, protože rozšiřuje svoji působnost nad rámec sociálních sítí do oblastí jako je virtuální realita (Ryšánek, 2021).

V dnešní době tato síť nabízí svým uživatelům především způsob, jak se snadno spojit s lidmi po celém světě a sdílet s nimi zážitky (Handl, 2021). V době pandemie Covid-19 Handl (2021) vnímá Facebook jako jednu z mála možností, jak probrat s přáteli, co je nového.

Jak uvádí Clifford (2021), Facebook je nejvíce charakteristický pro svůj Facebookový profil s informacemi o nás, Newsfeed, kde se zobrazí příspěvky (nejčastěji fotky a videa) našich přátel, které můžeme ohodnotit, algoritmus a možnost přidání příspěvku nebo stavu. Dále je Facebook význačný pro uvedení nadcházejících událostí, chatovací aplikace Messenger, přes kterou uživatelé mohou i volat, stránky prezentující různé firmy a organizace, hraní her a sdílení krátkých částí obsahu, kterém se jinak říká tzv. příběhy (Clifford, 2021). Facebook také poměrně nedávno zavedl funkci Facebook Pay umožňující platbu jedním kliknutím a představil Shops (obchody), které umožňují sestavení katalogu produktů, čímž si Facebook získá další tok zákazníků (Pokorná, 2020). Chatovací aplikace patřící Facebooku jako je Messenger, Instagram Direct a WhatsApp budou ve velmi blízké době propojené, a to povede ještě k větším možnostem pro spojení se svými zákazníky a více umístění pro reklamu (Pokorná, 2020). Autorka taktéž zmiňuje rostoucí trend on-line událostí a živých přenosů.

1.2.2 Instagram

Instagram s více než 1 miliardou uživatelů je sociální síť, která prostřednictvím aplikace umožňuje uživatelům sdílet obsah založený na obrázcích (fotografiích a videích) doprovázené textovým popiskem (Faelens et al., 2021). Ostatní uživatelé mohou na tyto příspěvky reagovat lajkem, sdílením nebo komentářem (Faelens et al., 2021). Nyní je Instagram na vrcholu popularity, překonává jak Facebook, tak i sociální síť Twitter (Handl, 2021). (Forsey, 2021a) konstatuje, že Instagram je zcela vizuální platformou, a právě na rozdíl od Facebooku nebo Twitteru je jediným účelem Instagramu umožnit uživatelům sdílet obrázky nebo videa se svým publikem. V posledních letech stále více roste počet značek a firem, které Instagram často využívají pro propagační účely (Handl, 2021).

Specifickou funkcí Instagramu jsou tzv. příběhy „Stories“, který Instagram spustil v roce 2016 (Forsey, 2021a). Jedná se o formu fotografií a krátkých videí, které umožňují sdílet neformální a upřímnější okamžiky z každodenního života, které se ukazují jen na 24 hodin (Tvrda, 2018). Instagram nově umožňuje zahájení živého vysílání, nahrávání

krátkých videí s různými funkcemi tzv. Reels a pro delší formáty videí byla nově na Instagramu vyhrazena platforma IGTV, která uživatelům umožňuje nahrávat videa o délce až 15 minut (Krčková, 2021). Instagram mimo jiné používá i hashtagy ke kategorizaci příspěvků, a proto když zadáme určité slovo, vyjedou nám fotky uživatelů s daným obsahem např. západem slunce (Tvrdá, 2018).

1.2.3 WhatsApp

WhatsApp byl uveden na trh v roce 2009 a jedná se o bezplatnou, multiplatformní aplikaci pro zasílání zpráv, která uživatelům umožňuje především uskutečňovat videohovory a hlasové hovory, posílat textové zprávy, sdílet svůj stav, obrázky, dokumenty, a to s pouhým připojením Wi-Fi (Dove, 2021). Část toho, co dělá tuto aplikaci přitažlivou, je to, že funguje na různých operačních systémech telefonů a počítačů, takže můžeme konverzovat kdykoliv a kdekoliv (Dove, 2021). Podle statistik se WhatsApp stává populárnější pro lidi ve věku 30-49 let a to o 5 % (Bennet, 2021). S více než 2 miliardami aktivních uživatelů je WhatsApp obzvláště oblíbený mezi přáteli a rodinou, kteří chtějí zůstat v kontaktu (Goodwin, 2020). Jak už bylo zmíněno, WhatsApp patří Facebooku a stejně jako Facebook dlouhodobě tato populární síť bojuje proti šíření nepravdivých zpráv prostřednictvím své platformy (Handl, 2021).

1.2.4 Twitter

Twitter je on-line zpravodajská sociální síť spuštěná v roce 2006, kde lidé komunikují pomocí krátkých zpráv nazývaných tweety (Forsey, 2021b). Twitter využívá 200 milionů aktivních uživatelů a denně je odesláno přes 500 milionů tweetů (Forsey, 2021b). Tweeting je pro každého, kdo nás sleduje na Twitteru s nadějí, že naše slova budou užitečná a zajímavá pro někoho z našeho publika (Gil, 2021). Lidé posílají tweety z nejrůznějších důvodů kromě sdílení svých myšlenek: marnivost, pozornost nebo čistá nuda. Někteří lidé používají Twitter k objevování zajímavých lidí a společností on-line a rozhodují se sledovat jejich tweety (Gil, 2021). Jak tvrdí Forsey (2021b), Twitter může být velice užitečným nástrojem pro reportéry k šíření nejnovějších zpráv, dále pro PR týmy ke zveřejňování oznámení a získání informací o konkurentech nebo může sloužit jedincům čistě pro zábavní účely a udržení kontaktu s přáteli a rodinou. Tato sociální síť také nabízí uživatelům prostor pro komunikaci s komunitou a její zapojení do procesu rozhodování a tvorbě myšlenek (Kauffman et al., 2021).

Twitter nabízí funkci „retweet“, která uživatelům umožňuje sdílet již zveřejněné tweety jiným uživatelem a přidávat komentáře, které lze použít k poskytnutí doplňujících informací (Kauffman et al., 2021). Twitter za posledních 10 let exponenciálně rostl a jeho účelem je v konečném důsledku rychle šířit informace, i když tyto informace nejsou vždy vážné (Forsey, 2021b). Jak uvádí Kauffman et al. (2021), Twitter je v současné době nejoblíbenější sociální sítí mezi zdravotníky.

1.2.5 YouTube

YouTube je bezplatný web pro sdílení videí a největší vyhledávač po Google Search, k jehož použití je potřeba účet Google, aby si uživatelé mohli volně sledovat videa a vytvářet svůj vlastní kontent (Moreau, 2020). Tento web zřídili v roce 2005 Steve Chen, Chad Hurley a Jawed Karim s představou, že lidé budou moci zveřejňovat jakýkoli obsah, který si přejí (Hosch, 2021). V posledních dvou dekadách se YouTube stal bohatou a relevantní platformou pro uživatele sociálních sítí, protože nabízí právě různé pohledy a aktivity (Saed et al., 2021). YouTube je obzvláště populární mezi mladšími lidmi, kteří dávají přednost rozmanitému obsahu a okamžitému uspokojení videoobsahu YouTube před tradiční televizí (Moreau, 2020). Mnozí jej používají pro zábavní účely a pro sledování nejnovějších hudebních videí svých oblíbených interpretů (Moreau, 2020). Saed et al. (2021) navíc upozorňuje využití YouTube pro studijní účely, zejména výuku cizích jazyků, která vychází vstříc potřebám studentů a orientaci učitelů. Většina těchto videí jsou efektivním učebním prostředkem, které studenty baví a mohou tak celkově zlepšit proces výuky (Saed et al., 2021).

Princip YouTube je velmi podobný ostatním sociálním sítím, avšak místo uživatelských profilů jsou zde k dispozici tzv. kanály, na kterých lze videa publikovat, hodnotit, komentovat nebo přidávat do oblíbených (McFadden, 2021). Zhlédnutí obsahu videí je volně přístupné i anonymním uživatelům s tím rozdílem, že oproti těm registrovaným nemohou zhlédnutá videa jakkoli hodnotit ani komentovat (McFadden, 2021). Stinnou stránkou YouTube je, že pokud je jednou video zveřejněno, není prakticky možné ho stáhnout z oběhu (Letochová, 2013).

Dnes si mnoho tvůrců obsahu vydělává prodejem reklamního propagace přes videa, která na web nahrávají nebo vytvářejí (McFadden, 2021). Pokud jsou videa příliš dlouhá a plná reklam, je tu k dispozici TikTok.

1.2.6 TikTok

TikTok je čínská aplikace vlastníci společnost ByteDance, jejíž základní funkcí je vytvářet videoklipy (do 60 s) či krátká videa (3-15 s) prostřednictvím své aplikace (Žáková, 2020). Nedávno TikTok pro většinu uživatelů rozšířil časový limit na 3 minuty (Tillman, 2021). TikTok má také nástroje pro úpravu a přizpůsobení videí, přičemž uživatelé mají přístup ke knihovně skladeb, efektů, filtrů a zvuků, které mohou přidat do svých videí (Unni a Weinstein, 2021). Uživatelé také mohou s někým „duetovat“ tím, že odpoví na video, vytvoří rozdělenou obrazovku a nekonečné reakce (Tillman, 2021). Aplikace je často známá svými scénickými videi, tancem, synchronizací rtů, vtipnými videi, triky nebo výzvami, ačkoli se také používá pro mnoho dalších typů obsahů, včetně informačních videí (Unni a Weinstein, 2021). TikTok užívá čtyři způsoby interakce a to prohlížení, lajkování, sdílení a komentování (Unni a Weinstein, 2021).

Od svého spuštění v Číně v roce 2016 se sociální síť TikTok stala celosvětovým úspěchem, jež oslovila zejména uživatele ve věku od 10 do 29 let (Tillman, 2021). Kopecký (2019) upozorňuje, že zde nalzáme také velké množství nevhodného obsahu jako např. řadu sexuálně explicitních videí zachycujících velmi malé děti (pod 12 let věku), videa zachycující různé způsoby, jak spáchat sebevraždu, videa zaměřená na anorexii nebo obezitu.

1.3 Výhody a nevýhody sociálních sítí

Připojení k internetu a využívání sociálních sítí je součástí každodenního života zejména mladých lidí. To však může mít své pozitivní i negativní dopady. Jednou z největších výhod je bez pochyby bezprostřední spojení s ostatními lidmi po celém světě včetně snadné a okamžité komunikace (Moreau, 2021). Shodně Witek (2018) shledává, nejen že se můžeme spojit s kýmkoliv a téměř odkudkoliv, ale sociální sítě nám nabízí prostor pro sdílení našich myšlenek, inspiraci nebo učení se novým věcem. Jak autor dále uvádí, k tomu mohou sloužit také nejrůznější komunity vytvořené např. na Facebooku, kde je možné sdílet s uživateli společná témata, problémy, koníčky atd. (Witek, 2018). Jednou z dalších výhod sociálních sítí je informovanost. Autor konstatuje, že informují širokou veřejnost o všech detailech a postupech a přinášejí informace v reálném čase. Jak dodává Moreau (2021), přínosem je, že můžeme přizpůsobit zpravodajství a sběr informací výběrem přesně podle toho, co chceme, což vede k úspoře času. V poslední době se také zrodilo nové pole pro internetovou reklamu a neustále se objevují stále novější způsoby

k propagaci (Witek, 2018). Majitelé firem a další typy organizací se tak mohou jednoduše spojit se svými zákazníky, oslovit nové, prodávat své produkty a rozšířit své působení právě díky sociálním sítím. Sociální sítě mohou mít pro některé čistě zábavní charakter. Obsahují široké spektrum zajímavého obsahu, kde si každý najde to své (Witek, 2018). Používání sociálních sítí pomáhá zlepšovat technologické dovednosti a vystavuje uživatele mnoha různým pohledům na věci. Tyto sítě zcela změnily způsob, jakým lidé komunikují. Stávají se mobilními a lze k nim přistupovat pomocí mobilního telefonu.

Se všemi svými výhodami představuje povaha sociálních sítí i řadu potenciálních problémů. Více času stráveného na sociálních sítích může vést ke kyberšikaně, sociální úzkosti, depresi, narušení spánkového cyklu a dalším zdravotním problémům (Dalomba, 2020). Witek (2018) tvrdí, že velkou hrozbou je právě závislost na sociálních sítích, která často může narušit osobní život uživatelů a ti tak ztrácí svůj čas, který by jinak mohli věnovat více produktivním věcem a aktivitám. Uživatelé se často obávají, že jim něco unikne, pokud zrovna nebudou on-line, což je vede k neustálému sledování sociálních sítí, a to do jisté míry může ovlivnit i duševní zdraví jedinců (Dalomba, 2020). Dalomba (2020) také zmiňuje, že sociální sítě v nás mohou vzbuzovat obavy o vzhled našeho těla a celkové vize neustálým srovnáváním s ostatními uživateli sociálních sítí. Jak se shodují Vejtruba (2021) a Witek (2018), stále větším problémem se stávají falešné a poplašné zprávy z neznámých zdrojů, které jsou mnohdy zavádějící a slepé davy jim věří a sdílejí je dále na ostatní sociální sítě. V neposlední řadě sdílením veškerých informací o nás a nedostatečným zabezpečením přístupu, se stávají naše data snadnou kořistí pro nejrůznější hackery (Vejtruba, 2021). Velice nebezpečným může být i nevhodný obsah na sociálních sítích pro děti a mládež, znázorňující např. brutalitu, agresi, zesměšňování, vydírání či sexuálně laděný obsah (Kopecký, 2019).

1.4 Rizika sociálních sítí

Sociální sítě nám bez pochyby dávají rozmanité možnosti, ve kterých si každý najde to své. Mezi nejohroženější skupiny patří hlavně děti a mládež (Kopecký, 2019). Čím více děti tráví času na sociálních sítích, tím více se i zvyšuje šance, že se setkají s jedním z rizik⁴, které sociální sítě přinášejí. Děti mají obecně nižší smysl pro zodpovědnost, a ne vždy si uvědomují důsledky svého počínání, tudíž i méně řeší odpovídající zabezpečení

⁴ Riziko – možnost, že s určitou mírou pravděpodobnosti může vzniknout událost, kterou považujeme z hlediska bezpečnosti za nežádoucí, rizika jsou vždy odvoditelná a odvozená z konkrétní hrozby (MVČR, 2016).

a nastavení svého uživatelského profilu (Máca, 2021). Autor se také domnívá, že mladí lidé tolik neuvažují nad následkem zveřejněných informací o nich samých například při hledání budoucího zaměstnání. Mezi nejpopulárnější sociální sítě (viz Příloha č. 1), které děti a dospívají ve věku 9 až 13 let využívají nejvíce, patří YouTube, Instagram, Facebook a TikTok, přičemž povolená věková hranice pro založení účtu je 13 let (Rybářová, 2021). Z výzkumu „České děti v kybersvětě“ vyplývá, že víc než polovina českých dětí mladších 13 let používá služby, které jsou pro ně nevhodné nebo rizikové (Kopecký, 2019). Problémem může být samotná obranyschopnost dítěte, kdy právě děti často vstupují do on-line světa nadšené a možné setkání s něčím negativním je může vysoce poznamenat po psychické stránce (Máca, 2021). Autoři Kohout a Kachrňák (2016), Kopecký a Krejčí (2010) a Máca (2021) chápou kyberšikanu jako jedním z rizik sociálních sítí, naopak Šmahaj (2014) a Chang (2020) vnímají kyberšikanu jako primární riziko sociálních sítí a další rizika chápou jako její součást. Pro účely své práce jsem se proto rozhodla zaměřit hlavně na kyberšikanu a další rizika jako kyberstalking, sexting a happy slapping definovat jako nejčastější a nejaktuálnější projevy kyberšikan.

1.4.1 Kyberšikana

Kyberšikana je zvláštním druhem šikany, kdy se útočník snaží ublížit své oběti pomocí informačních a komunikačních technologií, jako jsou mobilní telefony, tablety, notebooky, pagery, e-maily, blogy a podobně. (Čech a Zvoníčková, 2017). Máca (2021) podotýká, že kyberšikana je dlouhodobého charakteru. Kybernetická šikana má stejný cíl jako klasická šikana, a to především ublížení a ponížení oběti. Dopady kyberšikany jsou ve srovnání s tradiční šikanou výraznější v tom smyslu, že se zraňující zprávy dostanou k neomezenému publiku a slova a obrázky jsou často uchovávány on-line (Gordon, 2021). I když dojde ke smazání příspěvku, bude pravděpodobně k dispozici v jiné formě, jako je snímek obrazovky nebo sdílená textová zpráva (Gordon, 2021). Agresori kyberšikany jednají pod přezdívkami, anonymními telefonními čísly a neznámými e-mailovými adresami a nemají proto zábrany agresí stupňovat a dovolit si, co by si osobně nikdy nedovolili (Čech a Zvoníčková, 2017). Agresorem většinou nebývá fyzicky silný člověk, jak to bývá u běžné šikany, ale je to osoba, která je silná v informačních technologiích a může to být prakticky kdokoliv (Šmahaj, 2014). Typickými příklady kyberšikany je např. zasílání výhrůžných zpráv, krádež hesel, zneužívání cizích účtů či zveřejňování intimních fotografií (Máca, 2021).

Kyberstalking se od klasického stalkingu⁵ vyznačuje jako opakované používání internetu, e-mailu nebo jiného elektronického komunikačního zařízení, která sledují, obtěžují nebo ohrožují konkrétního jednotlivce nebo skupinu jednotlivců (Chang, 2020). Ve většině případů se oběťmi kyberstalkingu stávají současní nebo bývalí partneři a výzkumy ukazují, že muži jsou on-line pronásledováni ženami mnohem častěji (March et al., 2020). Často dochází k zahlcování různými vzkazy, často ke zneužití například citlivých fotografií a videí, které si pár vyměňoval v průběhu vztahu (Máca, 2021). Oběti kyberstalkingu zažívají významné negativní, psychologické, sociální a fyzické následky včetně deprese, úzkosti nebo poruch spánku (March et al., 2020).

Sexting je spojení slov sex a textování a jak už tato dvě slova napovídají, jde o zasílání textových zpráv, fotografií nebo videí se sexuálním obsahem prostřednictvím mobilního telefonu, počítače nebo jakéhokoli digitálního zařízení (Kohout a Karchňák, 2016). Sexting zahrnuje fotografie a videa obsahující nahotu, simulované sexuální akty a také textové zprávy se sexuálním podnětem (Matte, 2021). Sextovat mohou lidé jakékoliv věkové skupiny, ale s největší pravděpodobností tuto metodu sexuálního spojení používají dospívající a mladí dospělí (Brennan, 2021). Děti si často dostatečně nechrání své soukromí, a tak sexting může být velice nebezpečný, protože sdílený obsah může být zneužit, ať už v rámci nepodařeného vztahu nebo i osobou, která má za cíl vylákat z oběti takový materiál (Máca, 2021). Autor poukazuje na rostoucí nabídky sexu za úplatu na sociálních sítích a virtuální sex před webkameru. S dětmi až do věku osmnácti let je v České republice zakázáno pořizovat intimní materiál (fotografie, videa, fantazie, apod.), jinak obsah může být definován jako dětská pornografie a jeho distribuce a nakládání s ním je bráno jako trestný čin, který je tvrdě postihován (Kopecký a Szotkowski, 2019).

Happy slapping z anglického překladu „spokojené fackování“ je naplánované fyzické napadení nic netušící oběti, které je natáčeno na mobilní telefon nebo kameru a tyto záběry se pak následně šíří pro pobavení ostatních (Kohout a Karchňák, 2016). Jeden útočník nebo celá skupina napadne oběť a další z agresorů napadení natáčí (Eckertová a Dočekal, 2013). Čím více je video brutálnější, tím roste i sledovanost. Tento druh kyberšikany se poprvé rozšířil ve Velké Británii, kdy se začali napadat bezdomovci, fyzicky slabí nebo opilí lidé (Eckertová a Dočekal, 2013).

⁵ Stalking – opakované, dlouhodobé, systematicky stupňované obtěžování a pronásledování, které postupně nabírá na intenzitě (Kopecký a Krejčí, 2010).

1.5 Prevence užívání internetu a sociálních sítí

Ozturk a Ayaz-Alkaya (2021) chápou závislost na internetu je sociální problém s příznaky, jako je nadměrné užívání internetu, pocit nutkání používat internet, opakované snahy přestat internet používat, ztráta důležitosti času stráveného mimo internet nebo extrémní neklid při netravení času na internetu. Pro tuto internetovou závislost vznikl odborný termín netolismus, což lze chápat jako závislostní chování na tzv. virtuálních drogách, mezi které patří zejména počítačové hry, sociální sítě, internetové služby, videa a televize (Blinka et al., 2015).

Ochrana osobních a citlivých údajů je na prvním místě (Máca, 2021). Např. na Facebooku si v nabídce soukromí můžeme nastavit, kdo všechno uvidí naše příspěvky (Kubala, 2020). V praxi to znamená, že pokud náš profil navštíví někdo cizí, kromě uživatelů z našeho seznamu přátel neuvidí na naší zdi žádný příspěvek (Kubala, 2020). Je velice důležité si číst podmínky užívání sociálních služeb a předejít tak zbytečné neuváženosti samotných uživatelů (Kohout, 2019). Obecně také platí, že bychom měli do každé sociální sítě či aplikace užívat samostatné přihlašovací údaje, což výrazně zvyšuje ochranu soukromí (Kubala, 2020). Nikdy bychom neměli používat stejná hesla, která používáme v práci na sociálních sítích a nepřihlašovat se na stránky sociálních sítí z veřejných počítačů, kde by později mohl kdokoliv získat přístup k našim přihlašovacím údajům (Carabott, 2018). Autor dále uvádí, že by se měl dát pozor zvláště na to, co kdo zveřejňuje, neposílat důvěrné informace prostřednictvím sociálních sítí a dávat si pozor, jaké odkazy a soubory otevíráme. Vždy bychom měli být skeptičtí a opatrní na falešné profily uživatelů a ujistit se, že naše zařízení má aktuální a dobrou antivirovou ochranu (Carabott, 2018). Máca (2021) také klade důraz na neuvádění své adresy bydliště.

V České republice vzniká celá řada projektů, které se zabývají různými tématy a vzděláváním všech skupin uživatelů, počínaje dětmi až po seniory. Mnohé projekty vznikají přímo na školách a vedou děti ke správnému chování nejen v reálném životě, ale i v tom virtuálním (Kožíšek a Písecký, 2016). Mezi nejznámější preventivní projekty v České republice patří projekt Seznam se bezpečně, E-Bezpečí a Bezpečný internet, (Kožíšek a Písecký, 2016). Cílem preventivních projektů je naučit se tyto služby využívat a předcházet tak rizikům (Kopecký, 2015).

2 Nízkoprahová zařízení pro děti a mládež

Nízkoprahová zařízení pro děti a mládež (dále jen NZDM), jak už sám název napovídá, jsou zařízení pracující s dětmi a mládeží v jejich volném čase, jimž jsou nabízeny služby sociální prevence (Klíma et al., 2009). Kappl (2013) tvrdí, že smyslem NZDM je poskytnout dětem a mládeži co nejvíce informací o NZDM a jiných alternativách trávení volného času, které může pozitivně působit na psychickou, fyzickou i sociální stránku osobnosti a rozvíjet rozumové schopnosti, emoce i vlastnosti.

V kontextu české sociální práce se pojem „nízkoprah“ začal poprvé objevovat v polovině 90. let 20. století (Kappl, 2013). Samotný pojem nízkoprahový symbolizuje volný vstup jedincům do zařízení bez ohledu na jejich pohlaví, barvu pleti, náboženské nebo politické vyznání či jejich sociální původ (Herzog, 2008). Podle Jedličky et al. 2004 jde v konceptu nízkoprahovosti o vyjádření respektu ke specifickým potřebám určitých jedinců, jakkoliv handicapovaných, kteří se ocitli na okraji a jimž má být usnadněn život. Česká asociace streetwork⁶ (dále jen ČAS) ve svém materiálu Pojmosloví NZDM (2008, s. 5) uvádí tuto definici nízkoprahovosti: *Nízkoprahová zařízení pro děti a mládež realizují službu tak, aby byla umožněna maximální dostupnost, tedy ve snaze odstranit časové, prostorové, psychologické a finanční bariéry, které by bránily cílové skupině vyhledat prostory zařízení či využít nabídky poskytovaných služeb.*

V zahraničí během několika posledních desetiletí rostly nízkoprahové služby zejména pro lidi s drogovými problémy a poruchami duševního zdraví (Edland-Gryt a Skatvedt, 2012). Nízkoprahové instituce se objevily, aby čelily čtyřem hlavním prahům, a to registraci, kompetenci, efektivitě a důvěře, které závislým brání v přístupu k drogám (Neusteurer et al., 2017). Nutno podotknout, že myšlenka nízkoprahových služeb je spojena s harm reduction, což je širší pojem než nízkoprahový a lze jej definovat jako intervence, programy a politiky, které se snaží snížit zdravotní, sociální a ekonomické škody způsobené užíváním drog jednotlivcům, komunitám a společností (Edland-Gryt a Skatvedt, 2012). Podle Kwan et al. (2015) nízkoprahový program odstraňuje bariéry léčby a umožňuje vysokou flexibilitu pro dosažení harm reduction.

⁶ Česká asociace streetwork je střešní organizace nízkoprahových sociálních služeb, která sdružuje a zajišťuje programy formou kontaktní práce, kdy pracovníci vyhledávají klienty a klientky v terénu, kontaktují je a poskytují jim poradenství řešit nepříznivé sociální situace (ČAS, 2014).

Jak uvádí Růžičková a Zikmundová (2019), v České republice se pro NZDM stal milníkem rok 2006, kdy NZDM začala fungovat dle zákona č. 108/2006 Sb., o sociálních službách jako jednou ze služeb sociální prevence. Zákon vymezuje NZDM jako zařízení: „*poskytující ambulantní, popřípadě terénní služby dětem ve věku od 6 do 26 let ohroženým společensky nežádoucími jevy.*“

Konkrétní činnost NZDM v kontextu zákona upravuje vyhláška č. 505/2006. V §27 této vyhlášky jsou stanoveny následující činnosti, které NZDM vykonává. Jedná se o:

a) Výchovné, vzdělávací a aktivizační činnosti, což v praxi znamená například:

- zajištění podmínek pro společensky přijatelné volnočasové aktivity,
- zajištění podmínek pro přiměřené vzdělávání apod.,

b) Zprostředkování kontaktu se společenským prostředím, tj. zajištění:

- aktivit umožňujících lepší orientaci ve vztazích odehrávajících se ve společenském prostředí,

c) Sociálně terapeutické činnosti, mezi které patří:

- socioterapeutické činnosti, jejichž poskytování vede k rozvoji nebo udržení osobních a sociálních schopností a dovedností podporujících sociální začleňování osob,

d) Pomoc při uplatňování práv, oprávněných zájmů a při obstarávání osobních záležitostí, čímž se rozumí převážně:

- pomoc při vyřizování běžných záležitostí.

V roce 2021 bylo v Registru poskytovatelů sociálních služeb (<http://iregistr.mpsv.cz>) Ministerstva práce a sociálních věcí (MPSV) zaregistrováno 247 nízkoprahových zařízení pro děti a mládež.

2.1 Principy nízkoprahových zařízení pro děti a mládež

NZDM aktivně usiluje o překonání tíživých životních situací, které by mohly mít negativní dopady a nabízí poměrně širokou škálu možností a příležitostí pro danou cílovou skupinu založených na jednotlivých dílčích principech.

Prvním principem je, že služby sociálního charakteru v NZDM jsou poskytovány bezplatně, takže za ně nejsou účtovány finanční poplatky a může je využít kdokoliv

z cílové skupiny bez jakéhokoliv omezení, pokud svým chováním neohrožuje sám sebe, ostatní klienty, pracovníky zařízení či účinnost samotné služby (Kappl, 2013). Dalším rysem nízkoprahovosti je dobrovolná účast. Užívání služby není podmíněno členstvím ani žádnou registrací, uživatelé se tedy mohou volně rozhodnout podle svého uvážení, do jakých připravených činností se budou chtít zapojit (Kappl, 2013).

Velkou výhodou je i anonymita, pod kterou může klient vystupovat, pokud by se tak rozhodl, což se častokrát stává (Herzog, 2008). Veškeré dokumentace obsahující osobní údaje klienta musí být vedena pouze za souhlasu uživatele, pracovníkům NZDM obvykle stačí jen datum narození pro ověření věku a přezdívku, pod kterou budou vystupovat (Kappl, 2013). Klíma et al. (2009) se naopak domnívá, že v praxi nízkoprahových programů je klíčové získat od klienta právě tolik informací o jejich životě či problému, aby pracovníci mohli efektivně pomoci. S tímto tvrzením se ztotožňuje i Růžičková a Zikmundová (2019), které tvrdí, že klienti NZDM až na výjimky nevyžadují zachování anonymity, pokud chtějí řešit svou nepříznivou situaci. Každý nízkoprahový program ve své lokalitě nebo komunitě by měl vědět, co určuje skutečnou dostupnost této služby, aby ji klienti například vyhledali a přizpůsobili potřebám potenciálním uživatelům, proto se zejména časová a prostorová dostupnost řadí mezi základní principy (Klíma et al., 2009). Překážkou pro vstup do zařízení není ani pasivita nebo názorová odlišnost (ČAS, 2008). V neposlední řadě se NZDM vyznačuje svou dostupností se záměrem zpřístupnit své služby potenciálním uživatelům, aby nároky a omezení byly co nejmenší (ČAS, 2008).

2.2 Cíle nízkoprahových zařízení pro děti a mládež

Obecně lze říci, že hlavním cílem NZDM je zvýšení kvality života dětí a mládeže v životních situacích a zároveň předcházení a eliminování sociálních rizik. Zařízení pomáhá a podporuje děti a mládež k úspěšnému zvládnání různých nesnází a vytváří takové podmínky přispívající k sociálnímu začlenění a navození pozitivní změny jejich životního stylu (Klíma et al., 2009). NZDM také nabízí individuální pomoc jednotlivcům (dětem a dospívajícím) při řešení jejich osobních problémů, zejména těm, kteří se bojí svěřit se svým problémem blízkým nebo se z nějakých důvodů obávají a nechtějí obracet na formální instituce (Kappl, 2013).

Cíle NZDM jsou blíže charakterizovány v knize *Pojmosloví nízkoprahových zařízení pro děti a mládež* (2008), kde Česká asociace streetwork stanovila celkem devět cílů. Mezi ty nejdůležitější patří hlavně podpora, zvýšení sociálních schopností a dovedností, podpora

sociálního začlenění do skupiny vrstevníků i do společnosti, dále rozeznat, pojmenovat a řešit situace, kdy nejsou dostatečně naplňovány jejich základní potřeby, s tím se váže i cíl zlepšování jejich kvality života a v neposlední řadě poskytovat pro děti a mládež bezpečný prostor pro setkávání a organizované trávení volného času (ČAS, 2008). Jak předpovídá Růžičková a Zikmundová (2019), budoucí vize a cíle NZDM v roce 2030 spočívají primárně v přizpůsobení se dospívajícím a mladým dospělým včetně jejich přirozeného prostředí a taktéž ve schopnosti reagovat na rychlé změny životního stylu a kultury, do kterých patří mimo jiné i sociální sítě. Autorky vysvětlují, že NZDM bude aktivně vyhledávat tyto klienty a pracovat s nimi na všech místech, kde se pohybují. Cílem bude zvyšovat kompetence mladých lidí natolik, aby byli schopni a ochotni řešit své nepříznivé sociální situace a převzali zodpovědnost za svůj život (Růžičková a Zikmundová, 2019). Všechny složky systému jako je rodina, škola, OSPOD, střediska volného času, zájmové vzdělání, policie a psychologové by se měli propojit a využít svých sil při řešení sociální situace dítěte (Růžičková a Zikmundová, 2019).

2.3 Cílová skupina nízkoprahových zařízení pro děti a mládež

Za skupinu považujeme tři a více osob, které spojují konkrétní skupinová pravidla, společná aktivita, cíle, komunikace mezi členy a vědomí příslušnosti ke skupině (Bednářová a Pelech, 2003). Obvykle se jedná o skupiny dočasné, jejichž doba trvání závisí na věku členů. Častou příčinou úniku do vrstevnických skupin dětí a mládeže, je nespokojenost v rodině, kde si pak jedinci hledají náhradu právě za tuto nefunkční nebo chybějící rodinu (Kappl, 2013).

Dle zákona č. 108/2006 Sb., o sociálních službách tvoří cílovou skupinu NZDM děti a mládež ve věku od 6 do 26 let ohroženými společensky nežádoucími jevy. Tím se rozumí obtížné životní události (rozpad rodiny, časté stěhování, problémy ve škole), omezující životní podmínky (život ve špatných sociálních podmínkách, nedostatečný přístup k získání základních hygienických, společenských a kulturních návyků) či konfliktní společenské situace (kriminalita, prostituce, násilí, užívání návykových látek (Klíma et al., 2009).

Další druhé členění cílové skupiny je podle věku 6–12 let, 13–18 let a 19–26 let (ČAS, 2008). V období adolescence a rané adolescence se potřeby a zájmy jednotlivců neustále mění a s tím i související problémy, proto je vhodnější klienty rozdělit na základě věku,

aby byla stanovena základní nabídka služeb a byly zvoleny správné intervenční strategie a metody práce (Klíma et al., 2009).

Třetí skupina je tvořena dětmi a mládeží žijící nebo se pohybující v konkrétní lokalitě, kterou lze vymezit geograficky, nebo sociálně (ČAS, 2008). Poslední čtvrtá skupina se vztahuje k dětem a mládeži, které pojí další doplňující charakteristiky (ČAS, 2008). Například upřednostňují neproduktivní trávení volného času mimo rodinu či jinou sociální skupinu, vedou životní styl, díky kterému se snadno dostávají do konfliktů, které jsou navíc ohrožující pro ně samotné či jejich okolí nebo se zkrátka nechťejí zapojit do běžných volnočasových aktivit (ČAS, 2008). Dle Kasalové a Dolejše (2015) lze zařadit do cílové skupiny i děti a mladistvé, které byly ovlivněny negativní zkušeností např. zneužíváním v dětství, těhotenstvím, šikanou.

Klient v kontextu NZDM

Jak už bylo zmíněno, klientem NZDM se mohou stát jednotlivci či zájmové komunity, spjaté s určitou městskou lokalitou (Kappl, 2013). Rozsah i frekvenci kontaktu setkání určuje klient výrazněji než u programů, které nejsou nízkoprahové. Klient si sám zvolí, jaké nabídky ze služeb bude chtít využívat a životní obtíže a svízele klienta jsou akceptovány tak, jak je klient cítí a sděluje (Kasalová a Dolejš, 2015). Je důležité se soustředit na daný okamžik a na to, co můžeme společnými silami s klientem udělat tady a teď a podle potřeby domlouváme další setkání (Herzog, 2008). Potřeba je také klást důraz na důvěrnost informací, přijmout klienta a respektovat jeho životní styl (Růžičková a Zikmundová, 2019). Ke klientům by se měl zaujímat spíše partnerský přístup a pracovníci by se měli snažit s nimi vybudovat symetrický vztah založený na vzájemné důvěře a respektu, přičemž je důležité přistupovat ke každému klientovi individuálně dle individuálních potřeb a zájmů každého a zároveň zachovávat lidskou důstojnost (Kappl, 2013). Klíma et al. (2009) konstatuje, že potencionální klienti NZDM vzhledem ke své životní situaci často neví, proč a jak by měli usilovat o změnu, ztratili naději a rezignovali či všechny své možnosti a dovednosti vyčerpali. Proto je důležitý kontakt se skutečnými možnostmi a příležitostmi, které klienti v dané lokalitě mají (Klíma et al., 2009).

2.4 Služby v nízkoprahových zařízeních pro děti a mládež

Služby NZDM jsou přesně vymezeny v zákoně č. 108/2006 Sb., o sociálních službách v platném znění a měly by být poskytovány dle lidských práv, která jsou popsána

v Listině základních práv a svobod. Podle zákona je třeba dodržovat základní zásady při poskytování sociálních služeb. O tom, zda je dodržena kvalita a úroveň poskytovaných sociálních služeb rozhoduje inspekce poskytování sociální služeb prostřednictvím krajských úřadu nebo Ministerstva práce a sociálních věcí (MPSV, 2002). Tato inspekce může kontrolovat plnění podmínek pro registraci, plnění povinností poskytovatelů nebo již zmíněnou kvalitu poskytovaných sociálních služeb (MPSV, 2002).

Nízkoprahově organizované služby obsahují rozsáhlé spektrum metod, přístupů a strategií, které obvykle poskytují ambulantní a terénní formou (Kappl, 2013). Klasickou podobou ambulantního poskytování služeb je práce v klubech. Jedná se o místo, které je volně přístupné, kde se děti a dospívající mohou setkávat, navozovat nové vztahy, učit se novým věcem a posilovat své kompetence např. formou sportovních či kulturních aktivit (Klíma et al., 2009). Klienti se mohou podílet i na výzdobě takových klubů, aby trávení jejich volného času bylo co nejpříjemnější. (Kappl, 2013). Terénní forma služeb má podobu streetworku, jež představuje práci zaměřenou na cílové skupiny v jejich přirozeném sociálním prostředí (Herzog, 2008). Součástí streetworku je mapování terénu, vyhledávání rizikových, nápadných skupin dětí a mládeže, navazování prvního kontaktu zaměřeného na získání důvěry, doprovázení krizovým obdobím života a snižování zdravotních a sociálních rizik (Bednářová a Pelech, 2003).

2.4.1 Metody a formy práce s klientem

Mezi nejčastěji užívané metody v NZDM patří sociální práce s jednotlivcem, práce s komunitou a sociálně-pedagogicky pojatá skupinová práce (Klíma et al., 2009). K užívání těchto metod vedou konkrétní formy práce s klientem, nejčastější z nich jsou:

Kontaktní práce: Osobní kontakt je nezbytnou podmínkou, ale také nízkoprahově organizovaným působením pro navázání kontaktu s jednotlivci, kteří se vyhýbají kontaktu či nevyhledávají pomoc a u nichž je předpoklad potřeby a účelnosti (Jedlička et al., 2004). Pracovníci se pohybují tam, kde cílová skupina a snaží se s nimi navázat vztah, získat pozornost, důvěru a respekt (Růžičková a Zikmundová, 2019).

Informační služba uživateli: Pracovník poskytuje klientovi konkrétní informace (např. škola, rodina, bezpečný sex) obvykle ústní formou, která může být doplněna např. letáky (Herzog, 2008).

Poradenství: Probíhá formou rozhovoru, kdy jsou klientovi sděleny relevantní informace a rady o možnostech řešení obtížné životní situace a o subjektech, které by mu mohly dále nabídnout odbornou pomoc (Bednářová a Pelech, 2003). Pracovník tak klientovi pomáhá v dojednání a zprostředkování dalších služeb (tj. návazná péče, fyzický doprovod do těchto zařízení apod.) (ČAS, 2008).

Krizová intervence: Krizová intervence spočívá v pomoci za účelem ovlivnění či dosažení změny, kdy se jedinec ocitá v krizi, která se pro něj jeví jako bezvýchodná (Bednářová a Pelech, 2003). Má krátkodobý charakter a zpravidla nepřesáhne pět setkání (Herzog, 2008). Podle závažnosti problému se na řešení může podílet i lékař, psycholog, pedagog apod.).

Případová práce: Klíma et al. (2009) vysvětluje případovou práci jako dlouhodobou individuální práci s jednotlivcem, která se děje plánovaně a má jasně vymezený začátek a konec. Při případové práci se vede podrobná dokumentace, vytváří se podmínky individuálního plánu a společně se vydefinuje kontrakt, u kterého se kontroluje, zda je naplňován.

Pobyt v zařízení: Klient může v zařízení pobývat bez užívání dalších služeb. Má k dispozici základní zázemí s teplem a světlem, kde rovněž může realizovat své volnočasové aktivity, které nabízejí náplň volného času klientů (ČAS, 2008).

Své místo v NZDM mají i jednorázové či příležitostné preventivní programy jako jsou různé besedy, diskuse a je možné využívat i krátkodobého nebo dlouhodobého doučování orientované většinou na jedince (Kappl, 2013).

2.5 Role sociálního pracovníka nízkoprahového zařízení pro děti a mládež

Podle zákona č. 108/2006 Sb., o sociálních službách, se můžeme v NZDM setkat se zaměstnanci pomáhajících profesí, kteří jsou charakterizováni konkrétně v § 115 a to jako:

- a) *sociální pracovníci za podmínek stanovených v § 109 a 110,*
- b) *pracovníci v sociálních službách,*
- c) *zdravotničtí pracovníci*
- d) *pedagogičtí pracovníci*
- e) *manželští a rodinní poradci a další odborní pracovníci, kteří přímo poskytují sociální služby (Zákon č. 108/2006 Sb., o sociálních službách).*

Dle Růžičkové a Zikmundové (2019) tvoří tým v NZDM zejména sociální pracovníci s životní a kariérní zkušeností, kteří mají chuť držet trendy cílové skupiny a k tomu volí adekvátní aktivity. Tento tým by měl být doplněn pracovníky s delší poradenskou zkušeností, ideálně ve věku rodičů cílové skupiny (Růžičková a Zikmundová, 2019).

Zákon č. 108/2006 Sb., o sociálních službách také udává předpoklady pro výkon povolání sociálního pracovníka a dle § 109 „*sociální pracovník vykonává sociální šetření, zabezpečuje sociální agendy včetně řešení sociálně právních problémů v zařízeních poskytujících služby sociální péče, sociálně právní poradenství, analytickou, metodickou a koncepční činnost v sociální oblasti, odborné činnosti v zařízeních poskytujících služby sociální prevence, depistážní činnost, poskytování krizové pomoci, sociální poradenství a sociální rehabilitace, zjišťuje potřeby obyvatel obce a kraje a koordinuje poskytování sociálních služeb.*“ (Zákon č. 108/2006 Sb., o sociálních službách).

Tento zákon také vymezuje další předpoklady pro povolání sociálního pracovníka, které jsou uvedené v § 110 a mezi ně patří mimo jiné i svéprávnost, bezúhonnost a zdravotní a odborná způsobilost. Odbornou způsobilostí se rozumí dosažení vyššího odborného nebo vysokoškolského vzdělání bakalářského, magisterského nebo doktorského studijního programu zaměřeného na sociální práci, sociální politiku, sociální pedagogiku, sociální péči, sociální patologii, právo nebo speciální pedagogiku, akreditované podle zvláštního právního předpisu (Zákon č. 108/2006 Sb., o sociálních službách).

Vztah pracovníků a klientů upravují etické kodexy, které slouží jako regulace v oblasti profesního chování, chrání klienty před zneužitím moci a zanedbání péče, zdůrazňují důležitost profese v komunitě a v neposlední řadě slouží jako průvodce etické praxe (Nečasová, 2013). Matoušek et al. (2013) navíc konstatuje, že se etické kodexy věnují důstojnosti každého jedince, respektování jeho jedinečných hodnot a profesní nedotknutelnosti.

3 Sociální sítě v kontextu nízkoprahových zařízení pro děti a mládež v době Covid-19

Pandemie Covid-19 hluboce ovlivnila fyziologicky, psychologicky a sociálně všechny věkové skupiny. Průměrný denní čas strávený na internetu během pandemie se ve srovnání s obdobím před pandemií značně zvýšil, čímž vzrostlo také užívání sociálních sítí (Ozturk a Ayaz-Alkaya, 2021). Kromě obecného nárůstu užívání sociálních sítí, bylo také zaznamenáno sledování videí a hraní on-line her. (Haynes, 2021). Haynes (2021) tvrdí, že lidé v karanténách a domácnostech měli během tohoto období spoustu času, který se rozhodli trávit právě na sociálních sítích. Facebook oznámil, že v tomto důsledku vzrostlo zasílání zpráv na jeho platformách (Instagram, Messenger, WhatsApp) více než o 50 %, přičemž lidé trávili na všech těchto sociálních sítích o 70 % více času než kdy předtím (Haynes, 2021). Příčinou mohlo být právě to, že sociální sítě se staly jedním z mála způsobů, jak být s přáteli a rodinou v kontaktu, takže se lidé přesunuli na nové (TikTok) nebo již starší platformy (Facebook) (Molla, 2021). Autorka dodává, že tyto sociální sítě byly sociálním záchranným lanem a také způsobem, jak získávat nové informace o nemoci šířící se po celém světě, kdy zejména Twitter zazářil jako zdroj zpráv v reálném čase. Naopak toto obrovské množství informací také vedlo k šíření potenciálně škodlivých informací, např. Facebook a Twitter začal označovat a v některých případech odstraňovat obsah, který se nezakládal na faktech (Fullerton, 2021). Kromě socializace a zábavy přispěly sociální sítě k nárůstu vzdělávání a práce na dálku (Haynes, 2021). Pandemie normalizovala negativní stránku života a někteří lidé zároveň našli útěchu v posunu sociálních sítí k větší upřímnosti, přičemž lidé vyjadřovali zklamání a negativitu na sociálních sítích, kde převážně před pandemií Covid-19 převažoval perfekcionismus a bezproblémový život (Molla, 2021).

Na pandemii Covid-19 musely reagovat také organizace poskytující sociální služby. Jak uvádí Rezková (2021), sociální pracovnice NZDM Bedna v Příbrami, měnily se podmínky provozu, ale i náplň zaměstnanců, kteří s klienty řešili nově vzniklé problémy. Z NZDM se tak často stávalo podpůrné centrum, které dětem dávalo prostor pro zapojení se do distanční výuky (Rezková, 2021). Pšenicová (2021) sděluje, že pracovníci nejprve zmapovali dostupné sociální sítě a aplikace, které děti a mladiství užívaly nejčastěji, aby s nimi mohli zůstat v kontaktu. Důležitou sociální sítí pro děti a mládež byl Instagram, přes něhož probíhala většina propagace služeb a komunikace s klienty (Pšenicová, 2021).

Jak již bylo zmíněno, další velice oblíbenou platformou se stal TikTok, na které se pohybují převážně děti mladší 15 let, proto některé organizace spustily účty i zde. Příspěvky zařízení se obvykle týkaly preventivních článků, informací o aktuální situaci v organizaci, sdílení vtipných a zajímavých věcí a různých anket, které sloužily jako forma dotazování cílové skupiny (Pšenicová, 2021). Největšími trendy byly stories, ať už na Facebooku či na Instagramu formou hádanek, anket, vyjadřování postojů, dále živé vysílání, výzvy ať něco klienti udělají či vytvoří nebo skupinové chaty uzavřených skupin dětí a mladistvých (Pšenicová, 2021). Děti a mládež převážně zajímalo, co je to koronavirus, odkud se vzal nebo kdy skončí, proto jedno z hlavních témat pracovníků a klientů během pandemie bylo zaměřené zrovna na to, co se smí, či nikoliv (Rezková, 2021). Klienty trápily roušky a různá omezení, mezi které patřil zákaz vycházení a plošné uzávěry služeb (Rezková, 2021). Také z důvodu zvýšeného času trávení na sociálních sítích, se stala primárně kyberšikana jako jedno z probíraných témat u dětí a mladistvých (Pšenicová, 2021).

NZDM Modrý pomeranč v Hradci Králové zavedl tzv. „on-line terén“. Na sociální síti Facebook fungují pravidelně každé úterý od 17:00 do 19:00 hodin, kdy pracovníci s klienty sdílejí trápení a obavy, se kterými se raději svěřují v on-line prostoru, než tváří v tvář (NZDM Modrý pomeranč, 2020). V důsledku situace Covid-19 toto úterní on-line setkání přerostlo v pravidelný každodenní chat, který klienti mohou využívat. Tento on-line terén se stal jedním z nejlepších nástrojů pro komunikaci s klienty všech programů tohoto NZDM a pro informování samotné veřejnosti (NZDM Modrý pomeranč, 2020).

4 Výzkumná část

4.1 Cíl práce

Cílem této práce je zjistit, jakým způsobem využívají nízkoprahová zařízení pro děti a mládež sociální sítě při poskytování služeb svým klientům a zjistit, jakým způsobem využívala nízkoprahová zařízení pro děti a mládež sociální sítě v období pandemie Covid-19 při poskytování svých služeb.

4.2 Výzkumné otázky

1. Jaké sociální sítě využívají NZDM při práci s klienty nejčastěji?
2. Jaká jsou pozitiva a negativa využívání sociálních sítí při práci s klienty?
3. Jak reflektují NZDM využívání sociálních sítí pro poskytování svých služeb v období epidemie Covid-19?

4.3 Metodika výzkumu

Pro mou bakalářskou práci jsem se rozhodla využít kvalitativní výzkumnou strategii, metodu dotazování a techniku polostrukturovaného rozhovoru. K vyhodnocení rozhovorů byla využita metoda trsů.

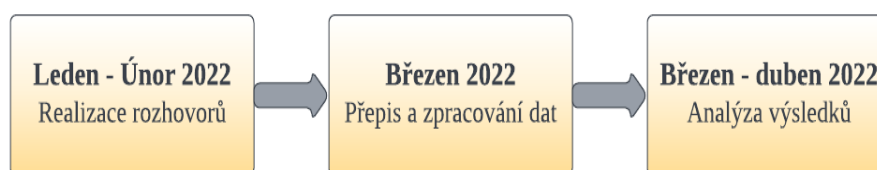
Kvalitativní výzkum se vyznačuje analýzou obvykle nestrukturovaných dat získaných rozhovory, pozorováním, dotazníky či analýzou dokumentů (Disman, 1998). Kvalitativní výzkum může postupem času téma zpřesňovat, může nabídnout nový směr, nový pohled či nový cíl výzkumu (Gulová et al., Šíp, 2013). V kvalitativním přístupu má zásadní význam průběžné posuzování a hodnocení efektivnosti různých činností a dynamika, jelikož zkoumaný fenomén určitým způsobem vznikl, rozvíjí se a zaniká (Miovský, 2006). Tento výzkum se významně dotýká informantů a je důležité získat hutná data, která je třeba zpracovat co nejpochtivěji. (Gulová et al., Šíp, 2013). Dle Vymětala (2004) se výzkumný projekt skládá z formulace výzkumných otázek, stanovení cílů výzkumu, zvolení zkoumaných osob a místa výzkumu, sběru a analýzy dat, interpretace dat a v neposlední řadě publikace výsledků. Při kvalitativní analýze zachycujeme význam skutečnosti pomocí slov – kategorií (Vymětal et al., 2004). Práce kvalitativního výzkumníka je přirovnávána k činnosti detektiva, jelikož výzkumník vyhledává a

analyzuje jakékoliv informace, které přispívají k osvětlení výzkumných otázek (Hendl, 2016).

Podstatou dotazování v rámci kvalitativního výzkumu je kladení otázek, ať už formou mluvenou (rozhovory) nebo písemnou (dotazníky) (Reichel, 2009). Při rozhovoru tazatel dává otázky informantovi, získává jeho odpovědi a tím shromažďuje data o určité problematice. Polostrukturovaný rozhovor se vyznačuje užitím volněji strukturovaných způsobů dotazování (Hendl a Remr, 2017). Obvykle se dopředu specifikují okruhy otázek, přičemž je možné zaměňovat pořadí dle potřeby a možností, aby se maximalizovala výtěžnost rozhovoru (Miovský, 2006). Autor dodává, že u tohoto typu rozhovoru máme tzv. jádro rozhovoru, což znamená minimum témat a otázek, které má tazatel povinnost probrat, a tím je zajištěn určitý stupeň jistoty, že všechna tato témata probrána skutečně budou.

Samotný výzkum se realizoval v měsíci únor až duben 2022, viz Obrázek č. 2.

Obrázek č. 2 – Harmonogram sběru dat



Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

4.3.1 Etika výzkumu

Mezi etické principy, které mají vliv na plán výzkumu, patří zejména dobrovolnost účasti, poněvadž účastníci si musí být vědomi této dobrovolné účasti a svobody v tom, že z něj mohou kdykoliv vystoupit (Hendl a Remr, 2017). Autoři dále poukazují na prohlášení formou informovaného souhlasu, který se stvrzuje podpisem. Je důležité chránit zájmy participantů anonymitou, kdy nebude rozpoznána identita zúčastněného (Miovský, 2006). Autor shledává také neetické upravovat data, provádět špatnou analýzu a informovat, pouze o příznivých výsledcích, neboť výzkumníci by měli odhalit všechny pozitivní i negativní aspekty průběhu výzkumu.

Výzkum bakalářské práce proběhl v souladu se zákonem č. 101/2002. Sb., o ochraně osobních údajů ve znění pozdějších předpisů. Již před samotným zahájením rozhovoru jsem všechny informanty důkladně seznámila se smyslem výzkumu a účelu otázek. Svůj souhlas mi informanti prokázali podpisem informovaného souhlasu (jsou uloženy u autorky práce) a za souhlasu informantů jsem také pořídila audiozáznamy z jednotlivých rozhovorů. Informanty jsem ubezpečila, že rozhovor bude anonymní a nikde nebudou zveřejněna jejich jména nebo konkrétní názvy nízkoprahových zařízení.

4.3.2 Popis výzkumného souboru

Výzkumný soubor tvořili sociální pracovníci NZDM působící v Jihočeském kraji, jež byli ochotní spolupracovat a podílet se na výzkumné části této bakalářské práce. Osloveno bylo tedy telefonicky a prostřednictvím e-mailové adresy všech 19 NZDM v Jihočeském kraji. Podmínkou pro výběr výzkumného souboru bylo využívání sociálních sítí daným zařízením. Tuto podmínku splnilo celkem 9 NZDM, která souhlasila s účastí podílet se na tomto výzkumu. Výzkum probíhal s vedoucími sociálními pracovníky nebo s ostatními sociálními pracovníky konkrétního zařízení, kteří byli o výzkumu dopředu informováni.

4.3.3 Způsob analýzy výsledků

Rozhovory proběhly formou osobního setkání přímo v prostoru daného NZDM za pomoci předem připraveného okruhu otázek, viz Příloha č. 2, přičemž jsem ze všech rozhovorů pořídila audiozáznam pro přesné zpracování a analýzu dat. Každý rozhovor jsem poté přepsala do dokumentu ve Wordu a poté využila metody vytváření trsů. Při metodě vytváření trsů shromažďujeme určité výroky do skupin, např. dle rozlišení určitých jevů, znaků, místa, či případů. Tyto skupiny nebo-li trsy, by měly vznikat na základě společné podobnosti mezi označenými jednotkami (Miovský, 2006). Jak autor dále uvádí, tímto způsobem vznikají obecnější zformované kategorie, které se přiřazují do dané skupiny s určitými opakujícími se znaky, ať už se jedná např. o tematický, časový nebo prostorový přeryv. Základní princip této metody je postaven na hierarchii, neboť v ní prostřednictvím kategorizace zvolených základních jednotek vytváříme jednotky obecnější (Miovský, 2006).

5 Výsledky

Tato kapitola se zabývá zhodnocením a prezentováním výsledků na základě zjištěných dat z polostrukturovaných rozhovorů. Pro zachování anonymity jsem komunikačním partnerům přidělila zkratky IN1-IN9. Dohromady bylo vytvořeno šest trsů.

Trs č. 1: Využívané sociální sítě, jejich účel a potřebnost v období Covid-19

Všichni informanti na otázku, jaké sociální sítě využívají pro práci s klienty, odpověděli Facebook (IN1-IN9). Facebook je tedy sociální síť, kterou pracovníci ovládají a užívají pro práci se svými klienty v každém osloveném NZDM. IN5 uvedl, že používají primárně Facebook hlavně k informačnímu rázu, kde se uvádějí informace o programu. Facebook se také osvědčil jako dobrý komunikační prostředek pro klienty (IN2, IN9). IN1 uvedl, že Facebook sice používají, ale už ne tolik, jelikož pro cílovou skupinu není Facebook tolik zajímavý a je to spíše pro starší generaci. S tímto se ztotožňuje i IN6, který sdělil následující: *Facebook už je prostě mezi mladýma trošku mimo, ale my ho umíme obsluhovat a používáme ho ke komunikaci s dětma, kdy jsou jaký akce, co se tu bude dít, kdy jsou omezení nebo kde nás najdou v terénu, takže je takovej jako kontaktní, i oni se tam dost často s náma domlouvaj.* IN8 zmínil, že jim Facebook slouží kromě výstupů z programů také na realizaci různých soutěží, kde se pak losuje výherce a dítě může vyhrát nějakou cenu. IN3 uvedl, že mimo jiné přes Facebook také dělají s dětmi všelijaké výzvy, kdy klienti jim splněné výzvy následně vyfotí a pošlou zpět. Ve všech NZDM byl Facebook využíván dávno před obdobím Covid-19 a sloužil před tímto období převážně jen k propagačním účelům služeb (IN1-IN9).

Kromě Facebooku většina NZDM využívá pro práci s klienty další sociální sítě, z nichž nejčastější je Instagram (IN1, IN2, IN3, IN4, IN7, IN8, IN9). Instagram se využívá nejvíc, protože ho děti používají nejčastěji (IN4). Slouží primárně pro sdílení preventivních témat, a aby děti měly přehled o aktuálním dění v NZDM. Stejně tak jako Facebook slouží Instagram ke komunikaci s klienty a propagaci služeb. *My to děláme tak, že na tom Instagramu jedeme hodně příspěvky, buď to jsou nějaký jako videa nebo jsou to interaktivní kvízy a ty jsou vždycky doplněný nějakou informací, že tam musí být ta interaktivita, protože když se tam dá jenom text, tak to nikdo nečte. Takže vlastně i těma anketama a otázkama zjišťujeme, jestli to oni čtou a jestli ví, co po nich chceme* (IN7). IN3 uvedl, že využívá Instagram převážně ke zveřejňování fotografií z akcí nebo aktuálních činností v klubu.

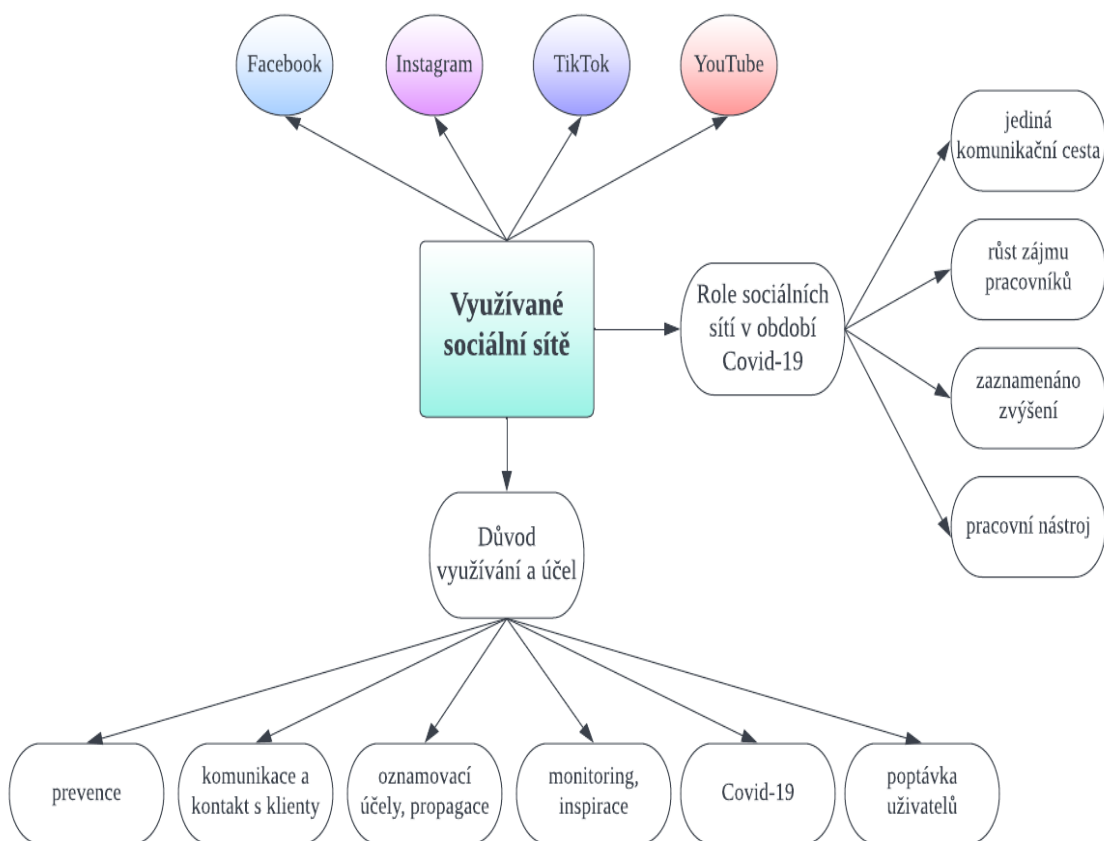
Další využívanou sociální sítí je dle informantů TikTok, který ale využívají o dost méně, než předešlý Instagram či Facebook. TikTok přišel v NZDM až společně s obdobím Covid-19 a byl zakládán převážně kvůli preferenci dětí a aktuálním trendům, protože pracovníci chtěli jít s dobou. Pro pracovníky je však poměrně těžké TikTok využít pro práci s klienty, aby je zde zaujmuly a byl obsah formou krátkého videa smysluplný. Převážně z toho důvodu na této sociální sítí spíše občas představují službu, pracovníky NZDM, sdílí motivační videa či nadcházející akce v klubu (IN1, IN2, IN5, IN7). *My s tím TikTokem trochu bojujeme, jak ho vlastně uchopit, aby to bylo vhodné pro tu naši službu. Nechceme, aby to bylo jen chytání trendů, ale aby to mělo nějakou přidanou hodnotu pro ty klienty* (IN7). TikTok může být přínosný pro pracovníky jako sběr inspirací pro vytváření aktivit a programů v NZDM (IN2). Někteří informanti také uvedli, že vlastní i YouTube nicméně ve většině případů je tento účet neaktivní a není nijak prospěšný pro práci s klienty (IN2, IN3, IN7, IN8). *Máme i YouTube kanál, ale tam nic jakoby nepřidáváme, tam jsou asi dvě videa reprezentační, a to je asi tak všechno* (IN7). Pouze IN2 uvedl, že využívají YouTube v rámci kurzů animovaného filmu, který uskutečňují 2x do roka a použitý a sestříhaný materiál dětí se pak sdílí právě na YouTube.

Na otázku, co informanty vedlo k využívání sociálních sítí, většina shodně odpověděla hlavně komunikace s klienty. *Vedlo nás k tomu, že je to jakoby pro ně forma komunikace, protože pracujeme s mladými lidmi, který jsou tom denně, tak u nás je to prostě forma komunikace s nimi, jako na úřadu mají třeba telefon, tak u nás je to třeba ten Facebook* (IN6). IN3 také uvedl *Ta naše cílovka komunikuje tímhle způsobem skoro nejvíc přes ty sítě, takže nám to pomáhá řešit nějaký situace domlouvání nějakých akcí nebo k nějaký komunikaci mezi školou, rodičema a pak se samotnými dětma no.* K využívání sociálních sítí vedlo pracovníky i to, že musí jít s dobou a musí se hlavně přizpůsobovat dětem, jelikož právě děti si prostřednictvím sociálních sítí vyhledávají NZDM (IN2). IN2 ještě doplnil, že je k tomu vedlo i oslovování sponzorů a budování různých spoluprací a že se snaží přes sociální sítě zajímavou a zábavnou formou předávat dětem klasické české tradice, protože si domnívají, že se to již v této „on-linové“ době vytrácí.

Ačkoliv v NZDM stále převládá především osobní kontakt a přímá práce s klienty, velký zvrat nastal v období Covid-19, který otevřel oči většině sociálních služeb v tom, že je užitečné sociální sítě využívat (IN5). Sociální sítě nyní slouží spíše k oznamovacím nebo zvacím účelům na programy či akce, ale zároveň k upozorňování, když třeba člověk narazí na téma, co by si zasloužilo pozornost (IN5). IN1 uvedl, že sociální sítě využívali

především v době, kdy byla distanční výuka, aby byli nápomocní dětem, nicméně teď sociálním sítím moc neholdují a je to dle informanta na postupném útlumu. V jednu dobu, to byla jediná cesta, jak s dětmi komunikovat a zůstat v kontaktu (IN6, IN3). Zvlášť během pandemie Covid-19 se zvýšil zájem pracovníků o další formy, co se všechno dá dělat a jak zůstat dětem nablízku (IN4, IN7). Covid-19 užívání sociálních sítí zesílil, umocnil a ukázal, že sociální sítě jsou v podstatě pracovním nástrojem (IN7, IN9), viz Obrázek č. 3. IN9 dále uvedl, že v období Covid-19 *Děti věděly, že na Facebooku nebo Instagramu mají od nás pozdrav a potom hlavně reagovaly na ty naše videa a tím i rostly počty sledujících, a to nás namotivovalo, že to je ta cesta vlastně i teď*. IN7 konstatoval: *Není to už o tom, že to dítě sem musí fyzicky docházet a využívat tu službu, ale už to je i tom, že se dozví nějaký věci jako i obecně, co se děje ve městě nebo co prostě aktuálně frčí. Sociální sítě se staly součástí naší pracovní náplně*.

Obrázek č. 3 – Využívané sociální sítě



Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Trs č. 2: Výhody a nevýhody sociálních sítí

Celkem 9 informantů se na otázku: *V čem spatřujete hlavní přínosy on-line komunikace s klienty a veřejností?* shodlo, že největší výhodou sociálních sítí vidí v její rychlosti a dostupnosti. IN6 uvedl: *No jako je to rychlý, hodně rychle se na to reaguje a dostane se to k velkému počtu lidí, to si myslím, že by člověk jen tak neobešel, neobvolal, takže v tom to je.* IN1 kromě rychlosti spatřuje výhody i ve větší otevřenosti: *Tak asi je to hlavně rychlý, člověk se více otevře a řekne přes ty sociální sítě věci, které by normálně neřekl, takže se ty děti více odvážou.* IN9 dále doplňuje: *S téma klientama jsou to instantní informace tady a teď a je to poměrně dobře sledovací pro nás pracovníky, víme, co a jak.*

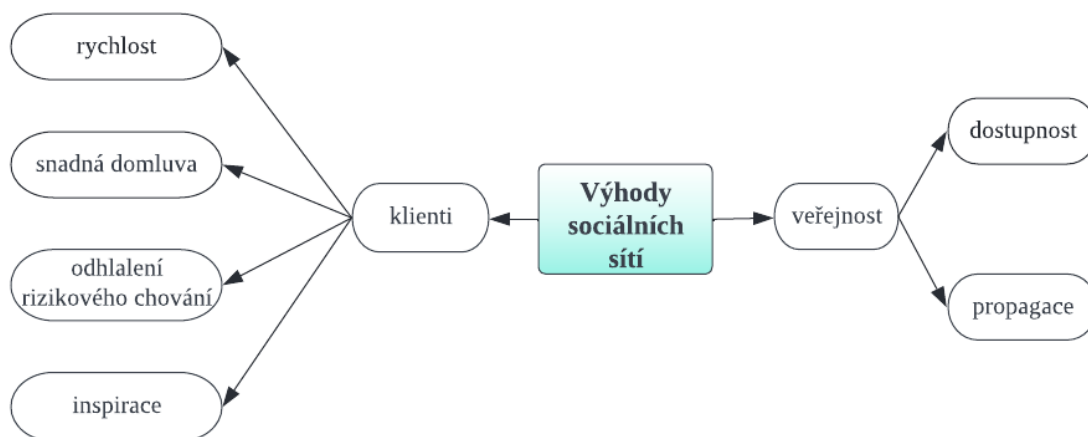
Další velký přínos 6 informantů shledalo v propagaci nabízených služeb a programů, které mohou prezentovat na svých sociálních sítích (IN2, IN4, IN5, IN6, IN8, IN9). *Je to určitě velká výhoda k prezentaci služby, i lajkujeme třeba od jiných organizací, co třeba víme, že by pro děti mohlo být zajímavý, nabídky práce a takovýchle věci, takže se pak celkově zvedá i ten dosah služby a povědomí o nás* (IN6). IN8 se s tímto tvrzením ztotožňuje a říká: *Je to hodně o tom říct o té službě, dáváme tam dny otevřených dveří, představujeme tam pracovníky, lákáme na programy v klubu, co tu budeme dělat.*

IN4 uvedl, že díky sociálním sítím se dokážou k dětem dostat blíž, mohou se dozvědět něco o nich nebo např. sdílením příspěvku vidí porušení pravidel NZDM např. natáčením ostatních klientů bez jejich souhlasu, čímž je porušena anonymita. Také IN7 říká, že prostřednictvím sociálních sítí mohou odhalit rizikové chování dětí a mládeže a předcházet mu pak společnou diskuzí. *Rizikový chování bysme jinak vlastně nezjistili a podchytili jsme to až tím, když jsme viděli, jak se oni chovají, co tam oni sdílí, že se tam holky natáčejí polonahý, takže to oni nepřijdou a neřeknou to jen tak* (IN7).

Čtyři informanti dále uvedli, že přínosem je snadná domluva přes sociální sítě, což velice zjednodušuje práci (IN2-IN6). *Člověk se s nima může domlouvat, upřesňovat schůzky, cokoliv. Je to prostě takový jednodušší na tu komunikaci a můžeme s nimi být prostě furt v kontaktu,* uvedl IN5. Domluva přes sociální sítě je užitečná, zvláště, když je služba omezená nebo zavřená (IN6). IN2 doplňuje, že sociální sítě jim pomáhají k identifikování zájmů klientů *...nebo jsme přemýšleli nad programem na tenhle rok, co bychom mohli dělat a nemohli, co se hodí a nehodí, takže jsme tam zkoušeli, jestli by chtěli zkusit vaření nebo ptát se jako na to, co by je tady bavilo dělat. Oni nám to pak vlastně odanketovali a z toho jsme si udělali takovou analýzu, čemu se tedy věnovat no.*

Dva informanti se shodují, že sociální sítě jsou místem, kde můžou čerpat inspiraci právě pro pracovní život, díky čemuž se můžou zlepšovat a mají přehled o tom, jak jsou na tom ostatní nízkoprahová zařízení pro děti a mládež. IN2 uvádí: *My se hodně sledujeme na sociálních sítích s ostatníma nízkoprahama z republiky, takže si bereme díky tomu inspiraci my od nich, třeba jaký informace sdílí a předávají a pak zas třeba vidíme zpětně, že si berou inspiraci i oni od nás.* Téměř totožné uvádí IN7: *V rámci corony vznikla velká komunita nízkoprahů právě na sociálních sítích a vzájemně si koukáme na ty příspěvky a inspirujem se, viz Obrázek č. 4.*

Obrázek č. 4 – Výhody sociálních sítí



Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Když byla komunikačním partnerům položena otázka: *V čem naopak spatřujete nevýhody sociálních sítí?* nejčastější odpovědi na tuto otázku byla anonymita a zneužitelnost sociálních sítí (IN1, IN3, IN4, IN6, IN7, IN8). IN6 tuto nevýhodu popsal: *Že toho člověka nevidím, jak se tváří, může si vymýšlet, může nám psát pod téma skrytejma přezdívka, může teda psát kdokoliv a dá se to snadno zneužít.* Zneužitelnost sociálních sítí vidí také IN8, který odpověděl, že děti si často sdělují hesla navzájem mezi sebou a zapomínají se odhlašovat z místních počítačů, které mají děti k dispozici při trávení volného času, to je pro ně velké riziko. Na druhou informanti uvedli, že je to zneužitelné i ze strany klientů, jelikož občas chtějí řešit hlouposti a nerespektují volný čas pracovníků, když skončí pracovní doba (IN2, IN4, IN7). *Musím říct, že jsme se třeba setkali s uživatelkou, která zkoušela naší důvěryhodnost skrz sociální sítě, že se třeba vydávala za někoho jiného a*

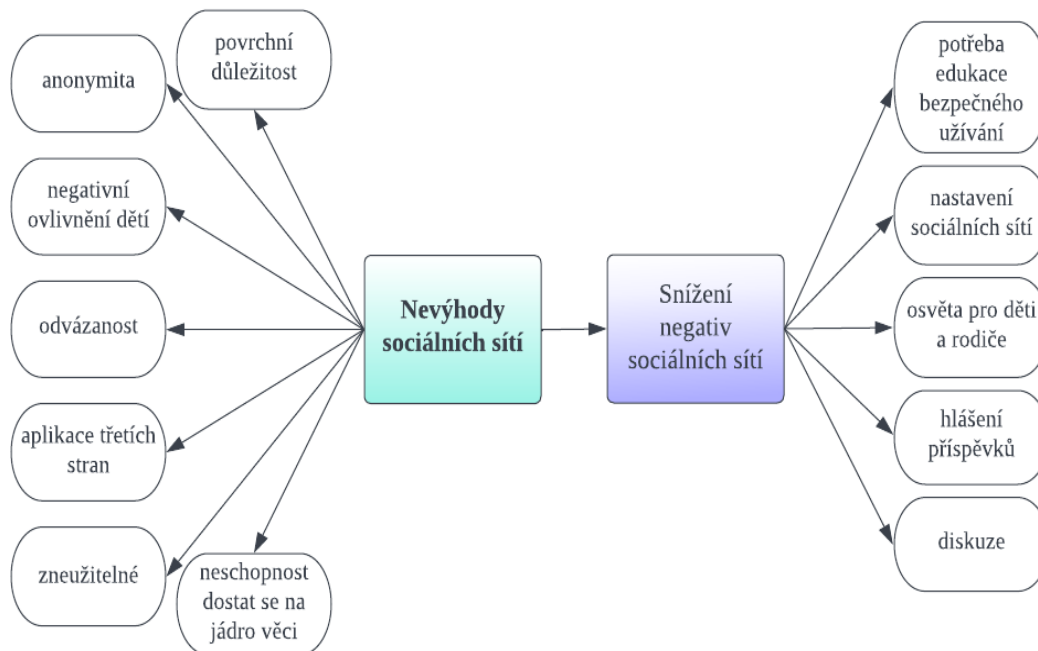
zkoušela, vynášela informace, vymýšlela si příběhy smyšleny, jak se zachováme v daný situaci a psala nám i o víkendu pořád. To byl docela bizár. (IN2).

Nevýhodou sociálních sítí je dle informantů negativní působení sociálních sítí na děti obecně. Děti tráví na sociálních sítích tolik svého času, že pracovníci musí více přemýšlet nad programem s nimi, aby je dokázali zaujmout. Tím že děti mohou často vystupovat na sociálních sítích pod přezdívkami nebo falešnými účty, mohou se tak víc odvázat a často tak na sociálních sítích řeknou věci, co by ve skutečnosti druhému nikdy osobně neřekly (IN1, IN2). *To jako řešíme často, že si třeba píšou přes Facebook nebo přes něco a nadávají si, ale pak tady vedle sebe projdou a nic. Přijdou sem pohádaný a pak dělají jakože nic, oni si to spolu prostě nevyříkají, budou to řešit jen přes tu síť,* sdělil IN1. Informanti se shodují, že děti jsou opravdu hodně závislé na sociálních sítích, každý den řeší svoje příspěvky a počty sledujících, neustále se předhánějí, kdo jich bude mít víc. *Děti žijí ve svém virtuálním světě, což jim bere hodně času a nejsou schopný pak fungovat v reálném životě (IN3).* IN3 také uvedl, že sice velkou výhodou sociálních sítí je rychlost, ale na úkor toho, že se člověk často nedostane na jádro věci, pokud se jedná o řešení nějaké vážnější situace. IN7 ještě uvedl zajímavý postřeh: *Tím, že my na těch sociálních sítích jsme a vlastně je přes ně nutíme komunikovat, tak jestli je vlastně nepodporujeme k tomu nadměrnému trávení na sítích, že třeba některý ty děti si i kvůli tomu zřídily ten účet, aby s náma mohly komunikovat přes ty sociální sítě, i když do té doby ten svůj profily třeba neměly.* IN7 a IN8 také zmínil nevýhodu v tom, že se jedná o aplikace třetích stran, a tudíž si nikdy nemohou být jistí, co se s nahraným obsahem bude dál dít a jestli tímto způsobem můžou zaručit bezpečnost a anonymitu klientů, když jim třeba uživatel pošle soukromou fotografii do zpráv.

V souvislosti s nevýhodami sociálních sítí byla informantům položena otázka: *Jak by se dle Vašeho názoru mohla negativa on-line komunikace minimalizovat?* Zde se odpovědi informantů scházely. Nejdůležitější je s dětmi mluvit o sociálních sítích, jejich rizicích a možných následcích a naučit je správně a bezpečně používat. Osvěta užívání sociálních sítí by měla již být od raného dětství, a to jak pro děti, tak i rodiče (IN5). IN8 dodává, že tato osvěta by měla být i ve školách v rámci mediální gramotnosti, aby se děti naučily pracovat s informacemi. Řešením by možná mohla být také vlastní aplikace vytvořená na míru, která se dá samostatně zabezpečit a kde se dají uhlídat sdílená data (IN7). Snížit negativa a dopady sociálních se dají také prevencí a naučit se trávit svůj volný čas bezpečně a aktivně, což by měla být běžná klubová činnost (IN9). Naopak IN7 a IN2 se

s tímto tvrzením neztotožňují. *Dnešní děti nemají svět on-line a svět off-line, ale mají jeden svět, kterej je prostě propojenej v jeden. To znamená, že nemá cenu jim říkat, aby zahodily mobil, nepoužívaly ho a půjdeme radši ven, to dělat nebudou, takže spíš se s nimi spojit a říct jim, jak to dělat bezpečně* (IN7). Další z nástrojů, který by mohl pomoci snížit negativa je nastavení věkového omezení a hlášení nevhodných příspěvků či nevhodné chování (IN5). IN6 zmiňoval, že upravili nastavení počítačů tak, aby se děti nedostaly na všechny stránky a nezobrazovaly se jim nežádoucí obsah či reklamy, viz Obrázek č. 5.

Obrázek č. 5 – Nevýhody sociálních sítí



Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

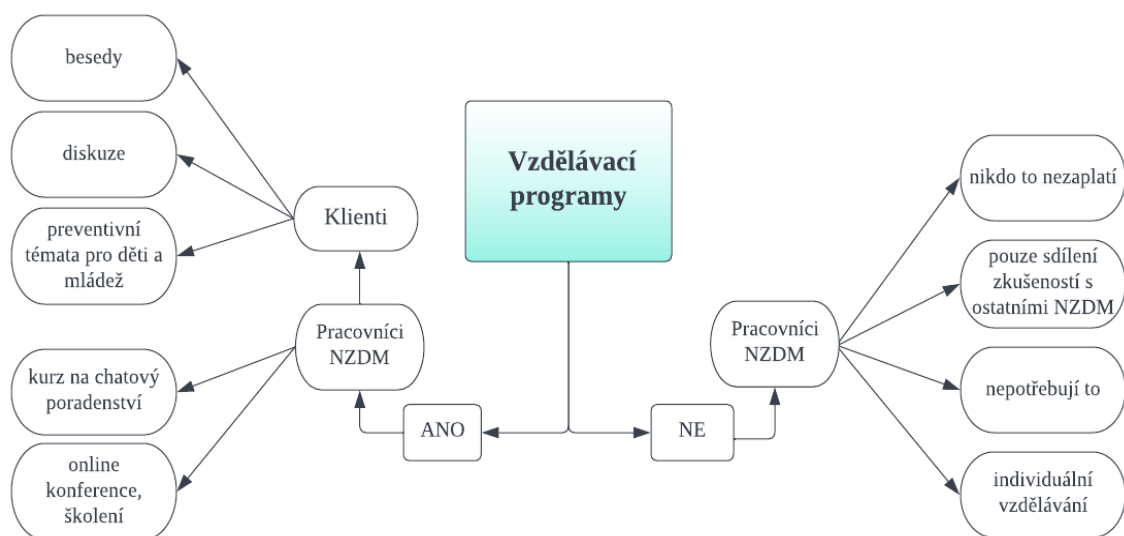
Trs č. 3: Vzdělávací programy pro klienty a pracovníky o používání sociálních sítí

Na otázku, zda se pracovníci NZDM radili s odborníky na informační technologie, když začali sociální sítě využívat či jestli měli nějaký vzdělávací program pro klienty a zaměstnance o používání sociálních sítích, zazněly dvě hlavní odpovědi, ano a ne. Všichni informanti odpověděli, že realizují vzdělávací programy pro klienty formou preventivních témat nebo besed jako součást programu NZDM nebo se s nimi na tyto témata snaží diskutovat a upozorňovat děti a mládež na možná nebezpečí či je edukovat

správnému chování na sociálních sítích (IN1-IN9). *S dětma se snažíme mluvit na tohle téma, takže se snažíme, aby ty děti věděly, co sdílet, aby to dělaly bezpečně, protože všichni mají tu digitální stopu, ani si to neuvědomují* (IN8). Někteří informanti uvedli, že se také účastnili on-line konferencí či školení, kde se sami pracovníci učili nastavovat sociální sítě tak, aby to bylo bezpečné a kde zároveň sdíleli zkušenosti s ostatními NZDM (IN5, IN6, IN9). IN5 uvedl, že si navíc dal kurzy chatového poradenství.

Informanti, kteří odpověděli, že nerealizují žádné vzdělávací programy pro pracovníky, odůvodnili to tím, že je užívají stejně jako při osobním užití a že žádné školení nepotřebují nebo se v tom vzdělávají sami a sledují aktuální trendy, čímž se učí současně s dětmi. *Popravdě jsme se s nikým neradili nebo ničeho se neúčastnili, sami jsme si četli nějaký brožurky a sami jsme se naučili, jinak ne* (IN8), viz Obrázek č. 6.

Obrázek č. 6 – Vzdělávací programy pro klienty a pracovníky



Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Trs č. 4: Komunikace s klienty přes sociální sítě

Informanti shodně uvedli, že komunikace s klienty přes sociální sítě hlavně v období Covid-19 byla převážně na bázi kamarádského chatu, kdy se nudili a potřebovali se zabavit. *To nám posílali i fotky, co dělají, co dělá jejich kočka (smích), prostě takový hlouposti, ale snažili jsme se s nima rozvést konverzaci, když už se ozvali* (IN2). IN3 uvedl, že byli vůbec rádi, že s dětmi mohli nějak komunikovat, i přesto že ta komunikace

byla obtížnější jak s těmi mladšími, tak i staršími dětmi. Děti potřebovaly celou situaci vysvětlit, co se děje ve světě a proč je služba NZDM omezená (IN7). Děti komunikace přes sociální sítě hodně využívaly a pracovníci se je snažili alespoň psychicky podpořit a povzbudit (IN6). Klienti také často psali, když potřebovali pomoc s úkoly do školy, takže pracovníci byli k dispozici jim poradit (IN4). Uživatelé služby si na komunikaci prostřednictvím sociálních sítí během Covid-19 zvykli, takže stále píšou a ptají se, zda můžou přijít, kteří pracovníci jsou na klubu nebo co je za program v NZDM (IN7). IN7 také uvedl, že teď už je to pro děti víceméně standard domlouvat se on-line, a naopak je spíš musí učit, že je nějaká stanovená doba, kdy děti pracovníkům můžou psát.

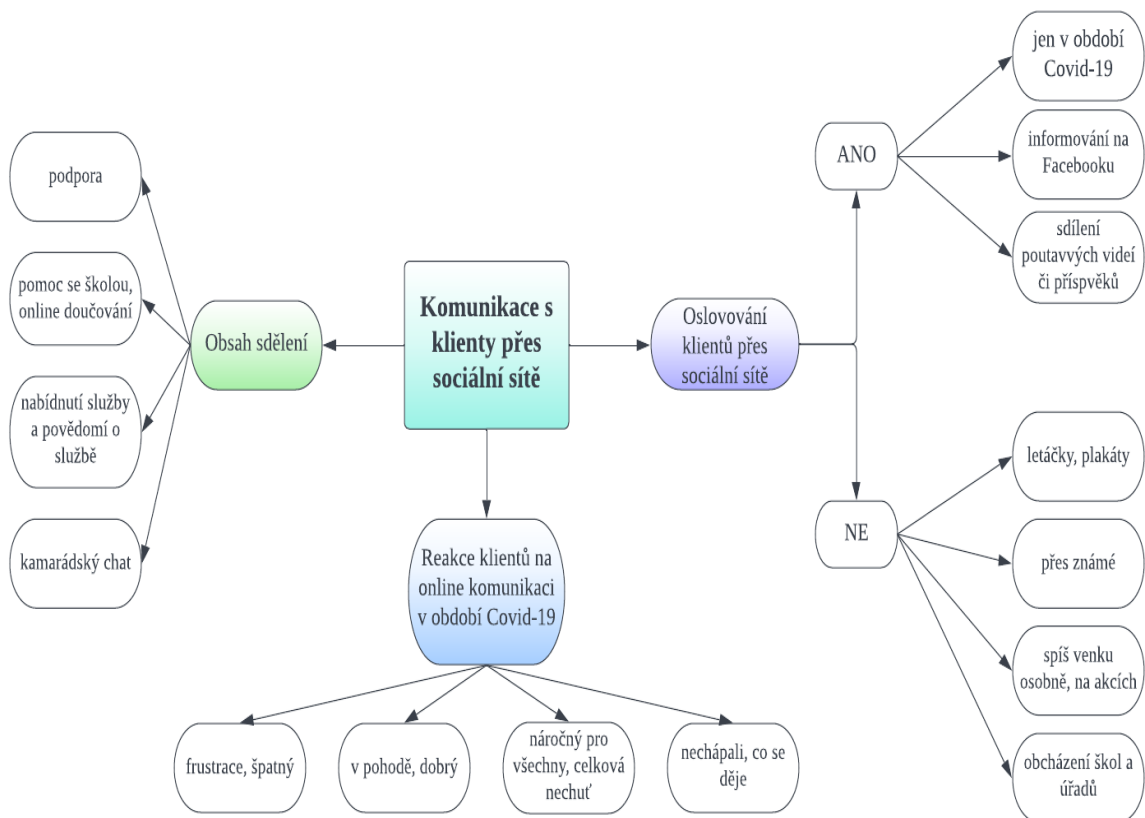
Ve všech NZDM převládá primárně osobní kontakt a domluva, tudíž když začala pandemie Covid-19, odrazilo se to i na reakci dětí. Dětem bylo líto, že nemohly do klubu osobně docházet a pro některé to bylo zvlášť těžké, cítily se být izolovaný od okolního světa (IN3, IN6). IN8 zaznamenal reakci klientů na on-line komunikaci takto: *Reagovali pozitivně, co vím, to byli lidi, co byli v čudu a v nouzi, takže měli zakázku, když to tak řeknu a potřebovali pomoc, takže reagovali pozitivně a my jsme se jim snažili pomoci.* Všichni se hodně báli toho, co bude, takže byla cítit velká frustrace i ze strany rodičů, kteří pracovníkům do NZDM volali a při rozvolňování si nepřáli, aby jejich děti docházeli do NZDM (IN6, IN8). IN5 uvedl, že na komunikaci reagovali klienti v pořádku, byl to pro ně přirozený způsob domluvy, spíš se jim nechťelo dělat nic do školy a účastnit se distanční výuky.

Na otázku, jestli informanti oslovují při běžném provozu potenciální klienty přes sociální sítě, odpověděli někteří ano, a to zejména v těchto následujících situacích. Informanti oslovují nové klienty pouze na doporučení svých klientů přes sociální sítě (IN9). IN8 oslovuje klienty přes sociální sítě poutavými videa či pozvánkami, jelikož se to takto dostane k větším počtu lidí. *Někdy když nám klientka sdílí na svém účtu nějakou akci, co se tady děje, tak to ty další děti hodně naláká a rostou ty počty sledujících, a i sem přicházejí noví uživatelé* (IN4). IN5 a IN9 uvedli, že klientům aktivně psali v období Covid-19, kdy to byl jediný způsob domluvy a informovali děti přes Facebook, že je zde možnost on-line doučování přes sociální sítě.

Informanti, kteří odpověděli ne, oslovují své klienty převážně mimo sociální sítě osobní formou. Zmapují si místa a čas, kde a v kolik hodin se děti nacházejí a poté jim pracovníci NZDM rozdávají informační letáčky (IN9). *Zaměřujeme se spíš na klasiku, že jsme si*

vytvořili letáčky a tady co máme potenciální klienty v ubytovnách pro sociálně slabé, tak tam třeba jako nemají počítače úplně nebo internet, takže tam nosíme osobně do schránek letáčky s tím, co jsme za službu, co nabízíme, kontakty, otevírací dobu a takhle vlastně získáváme nové klienty (IN2). Budoucí možní klienti se také oslovují v prostorách škol, nebo na úřadech, kde se zanechávají letáčky s pozváním do NZDM (IN8). Často se klienti také oslovují na venkovních akcích, kde pracovníci přímo někoho kontaktují, představí se, jejich službu a nabídnou jim možnost návštěvy v NZDM (IN4), viz Obrázek č. 7. IN5 uvedl, že aktivně nevyhledávají nové klienty, spíš aktivně nabízí službu zájemcům. *Když přijde sem dítě do ambulance, tak se ho ptám, jestli ty sítě mají, aby si nás na nich přidaly, ale jinak je neoslovujeme. My nabízíme, ale nepíšeme nikomu, protože si myslím, že by ten první kontakt měl dát klient, aby tím vlastně projevil ten zájem o tu službu (IN7).*

Obrázek č. 7 – Komunikace s klienty přes sociální sítě



Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Trs č. 5: Práce s klienty v období Covid-19

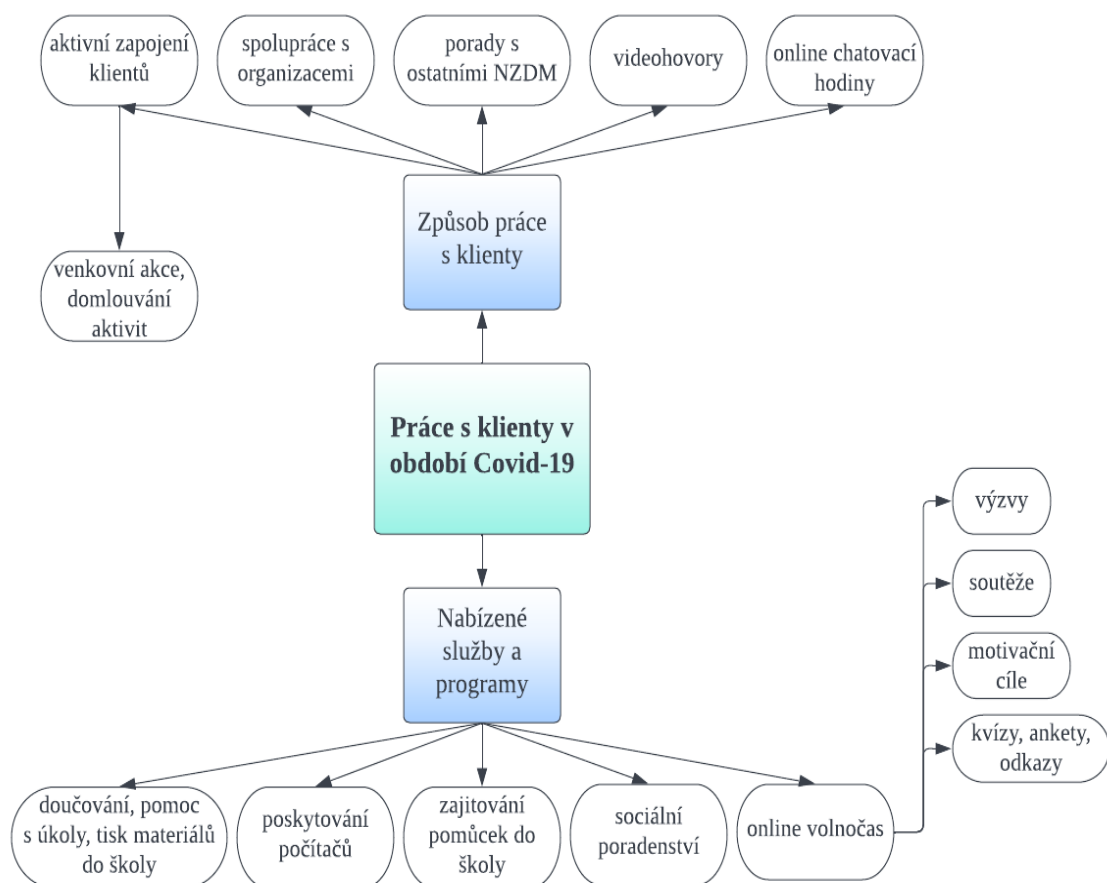
Další otázka, která byla informantům položena, se týkala způsobu práce s klienty v období epidemie Covid-19 a jaké služby a programy klientům nabízeli.

Dle výpovědi informantů bylo pro ně hlavní cílem aktivně zapojit klienty alespoň přes sociální sítě, udržovat s nimi kontakt a věnovat se preventivním tématům a potřebám klientů. V tomto období se pracovníci NZDM učili pracovat se sociálními sítěmi a co na ně přidávat, aby to uživatele služby oslovilo. IN9 uvedl, že na sociální sítě počátkem pandemie zveřejňovali nejdříve jen odkazy, ale to děti nebavilo, takže se zaměřili na točení videí s dalšími pracovníky NZDM, což se osvědčilo nejvíce. Pracovníci začali realizovat i videohovory s klienty, kde si společně jen tak povídaly, o čem klienti chtěli nebo potřebovali (IN9). Pracovníci byli také připraveni na otevřené on-line chatovací hodiny, kdy jeden z pracovníků byl přítomen na sociálních sítích a byl k dispozici k chatu s klienty (IN9). Informanti také upozorňovali hlavně na on-line doučování, které zavedli v období Covid-19. *To vím třeba, že každé den jsme tam měli třeba kolem 10-15 dětí jako vždycky, se se doučovalo fakt více přes ty sítě* (IN5). NZDM nabízela jejich prostor pro distanční výuku přímo u nich, kde mohly využít místní počítače. *Dopoledne jsme tu měli třeba 8 dětí na distanče a potom odpoledne chodily především na ty úkoly, takže hodně velká spolupráce s těmi učiteli, všichni se snažili, aby ty děti aspoň něco dělaly, nebyly úplně mimo* (IN5). Pracovníci také pomáhali dětem vyplnit materiály, které měly za úkol a ty jim pak zasílali zpět (IN2, IN4, IN5). Někdy pracovníci také zařizovali přes různé organizace techniku a vybavení pro určité rodiny (IN3, IN4, IN5, IN3). IN9 uvedl, že velice nápomocní byli operátoři, kteří přišli s výhodnými balíčky a snažili se, aby neomezená data měl skoro každý, takže pracovníci pomáhali dětem převážně s aktivizací dat. IN6 uvedl, že naopak oni sami kontaktovali školy, že mají k dispozici počítače navíc, které by mohli dětem zapůjčit domů. Dále se vymýšlely různé způsoby, jak zabavit děti, takže probíhaly všelijaké výzvy, motivační cíle a kvízy na znalosti (IN2, IN3, IN4, IN5, IN7). *Přes ty sítě jsme to hodně hnali, když byly ty soutěže, tak jsme je motivovali, že jsme měli pro ně ceny a aby nám sdíleli, co vytvořili a vyfotili to* (IN8).

Poté co se situace Covid-19 rozvolnila, klienti se pomalu začali vracet do NZDM. IN9 uvedl, že po rozvolnění zavedli přes sociální sítě rezervační systém na danou hodinu, na kterou se mohli přihlásit vždy pouze dva klienti a ti mohli přijít do klubu. Ačkoliv se tam nemohlo jít a musely se dodržovat jisté rozestupy, IN9 sdělil, že to bylo hlavně o

rozhovorech a děti se za tu dobu naučili povídat a znovu se otevřít. Pracovníci se také domlouvali, aby po rozvolnění byl vždy alespoň jeden pracovník na budově a rozdávali třeba čtvrtky pro děti, protože některé děti měly svoje věci v zavřených školách, tudíž si nemohly plnit uložené povinnosti (IN5). IN6 uvedl, že byli omezeni na skupinové aktivity a fungovali s dětmi spíše individuálně, takže fungovalo osobní doučování a sociální poradenství, viz Obrázek č. 8. *On nám jakoby nikdo nedával přesný instrukce, jak s těmi dětmi po tom rozvolnění fungovat, takže jsme se hodně scházeli s vedoucíma nízkoprahů a nastavovali jsme si to tak nějak společně, jak jsme to jako cítili a podle zkušeností ostatních*, sdělil IN6. IN3 uvedl, že také hodně kopírovali školu, čili co bylo zakázaný dělat ve škole, takové aktivity nedělali ani v NZDM (IN3).

Obrázek č. 8 – Způsob práce s klienty v období Covid-19



Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Trs č. 6: Hodnocení využití sociálních sítí

Informantů jsem se tázala, jak celkově hodnotí využití sociálních sítí v jejich NZDM. Většina informantů odpověděla kladně. *Co se týká tady nás, tak si myslím, že to máme docela dobře propracovaný, i ten koncept, jakým to vedeme* (IN2). IN2 se domnívá, že kvalita vedení sociálních sítí hodně záleží na konkrétních pracovnících v NZDM, do jaké míry jsou ochotní se učit novým věcem a přizpůsobovat se dětem. IN8 také uvedl, že využití sociálních sítí hodnotí velmi pozitivně a doba si to zkrátka žádá, pokud chtějí být na blízku dětem. Dobře to hodnotí i IN5, který si myslí, že dokázali společně s ostatními pracovníky rozeznat potřebu fungovat na sociálních sítích s ohledem na situaci Covid-19 a chtějí nadále udržovat pravidelnost příspěvků na sociálních sítích. Pro IN7 je zásadní mít osobní kontakt s klientem, takže sociální sítě a on-line svět vnímají společně s ostatními pracovníky jako takový doplněk jejich práce. IN4 také přistupuje příznivě k využití sociálních sítí v jejich NZDM, jelikož bez toho by nevěděli, jak službu propagovat a hodně jim to spoří čas tímto způsobem. *Jediný kam pak dáváme ty informace, jsou vstupní dveře, kde je program a nějaký další informace ještě. Jinak bychom to museli házet asi do škol, jako ušetří nám to takhle šíleně moc času a práce, to jako určitě jo a snažíme to mít vymakanější prostě a využívat to, co to jde* (IN4). Dle IN7 pracovníci v jejich NZDM se snaží jít s dobou a dávat těm dětem to, čím oni žijí, takže je aktivně využívají jak v pracovním, tak i v osobním životě. *My využíváme velice aktivně sociální sítě a naše děti to ví, tím pádem se nebojí přijít s něčím, když se něco děje a nebojí se nás oslovit, protože tam nemají takový to: „No ty to neznáš, ty tomu nerozumíš, nevíš co to je, a proto za tebou nepůjdu“* (IN7). Ne příliš pozitivní postoj zaujímal IN9, který nahlížel na strukturu sociálních sítí v zařízení hodně s rezervou, jelikož mu nevyhovuje, že k účtům na sociálních sítích mají všichni pracovníci přístup, tudíž tam každý může sdílet, co zrovna chce, a to se dle jeho názoru jeví jako neefektivní. Informanti se shodli, že by ocenili samostatného pracovníka v NZDM, který by se přímo zabíral sociálními sítěmi, jelikož informanti uvedli, že jsou časově vytíženi a nemají tolik časové kapacity se věnovat sociálním sítím, aby to bylo na takové úrovni, jak by si představovali (IN1-IN9).

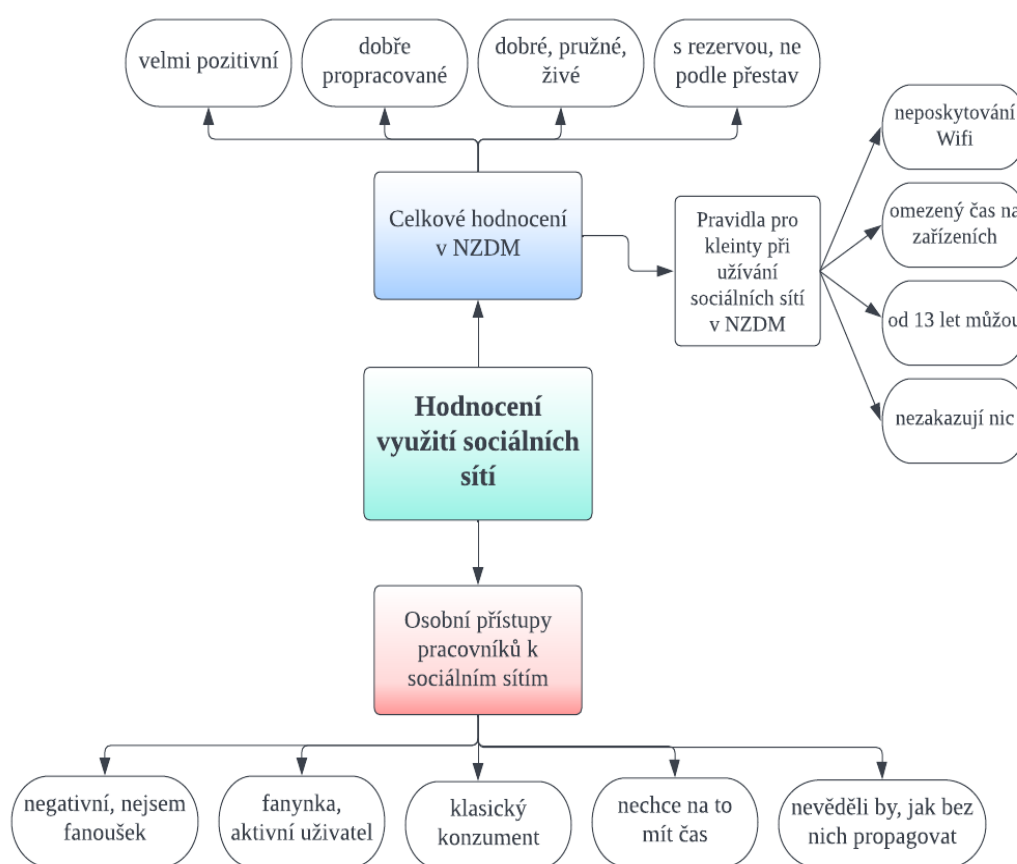
V souvislosti s hodnocením využití sociálních sítí v jednotlivých zařízeních byla informantům položena následující otázka: *Jak vy osobně přistupujete k využívání sociálních sítí?* Zde se již jednotlivé odpovědi lišily. Sociální sítě jsou neodlučitelnou součástí každodenního života, kde si člověk může čerpat inspiraci v nejrozmanitějších

oblastech (IN2, IN7). Dle výpovědí všichni informanti používají sociální sítě alespoň ke komunikaci s rodinou a přáteli. IN5 sdělil, že bez sociálních sítí dokáže žít a domnívá se, že pokud ho někdo potřebuje kontaktovat, tak si vždy každý najde cestu, jak to udělat. IN9 se dříve hodně líbil Facebook, jenže postupem času se dle něj stal Facebook přehlčeným místem a ztratil svůj význam, o čem původně měl být, a to konkrétně o sledování primárně svých přátel a rodiny, co dělají, s kým a kde. *A to samý s tím Instagramem, je to něco jako s drogama, nepotřebuju to vyzkoušet prostě v osobním životě. Je to jako dobrej pracovní nástroj pro nás, ale nemám na to čas, ani nechci* (IN9). IN3 sociálním sítím také úplně neholduje a preferuje, když se lidi spolu domlouvají osobně než on-line. IN4 sociální sítě také moc neuznává a sdělil: *Já to teda moc ráda nemám, každý si tam může dávat, co chce a ani neví, kdo to píše, nemám to zkrátka jako moc v lásce no* (IN4). IN6 o sobě řekl, že je klasický konzument a soukromě to hodně používá, nicméně si myslí, že se to musí rozumně používat a bere to jako další komunikační cestu.

Další otázka se týkala toho, jaká pravidla si pracovníci stanovili pro klienty při užívání sociálních sítí v jejich NZDM. Ve většině NZDM není Wi-Fi připojení přístupné, pracovníci si bedlivě hlídají, aby děti neznaly hesla od Wi-Fi, jelikož nechtějí, aby děti trávily čas na sociálních sítích, ale spíš se zapojily do komunikace a týmové spolupráce (IN1, IN2, IN3, IN4, IN6, IN5, IN7). K dispozici mají ve všech NZDM počítače či notebooky, které mohou děti využívat, ať už k zábavě nebo k povinnostem. *My nedáváme Wi-fi, takže pokud jsou na mobilech, tak musí být na datech svých nebo cizích. Je možný samozřejmě si půjčit notebook, kterej se tady používá ale to třeba na 30 minut, pokud se ale jedná o školu, když si potřebují něco dělat, tak to je jako víceméně bez omezení* (IN5). IN2 uvedl, že dříve to dětem zakazovali používat svoje telefony v NZDM, ale po nějaké době to znovu povolily, nicméně pokud klienti tráví na telefonech příliš svého času, tak se pracovníci alespoň podívají, co na nich dělají a snaží se s nimi o tom mluvit (IN2, IN4, IN5, IN7, IN8, IN9). IN8 poskytuje připojení k Wi-Fi všem klientům, pokud jim je 13 let, ale jestliže tráví na nich hodně času v prostoru NZDM, tak obvykle po půl hodině je zastaví a snaží se je zapojit do programu. S mladistvými bylo probráno i slovní poučení, že si pracovníci např. nepřejí, aby se přes sociální sítě domlouvali na předávání návykových látek či aby v prostorách NZDM sledovaly stránky pro dospělé s erotickým obsahem (IN5). IN9 a IN7 jsou naopak stejného názoru, že dětem by se trávení na sociálních sítích zakazovat nemělo a je čistě jejich volba, jak budou trávit čas v NZDM,

viz Obrázek č. 9. IN9 však doplňuje, že občas mají nějaké akce např. čtyřhodinová výzva bez telefonu a snaží se to zakomponovat do nějakého programu, aby děti pochopily, co se po nich chce, měly chuť spolupracovat a celkově to mělo tak větší smysl. IN7 také uvedl, že zavedli v NZDM vždy jeden týden v měsíci, kdy mají tzv. týden off-line a v tomto týdnu nepoužívají sociální sítě, nesmí být na telefonech ani počítačích a dělají se zde věci pouze off-line. Pro zachování anonymity platí v NZDM pro děti a mládež obecná pravidla, jako zákaz focení, nahrávat a videohovorů či pořizování a sdílení videí.

Obrázek č. 9 – Hodnocení využití sociálních sítí



Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Další otázka, na kterou jsem se informantů ptala, byla následující: *Kdybyste mohli zvolit ideální stav využívání sociálních sítí, jak by vypadal? Byla by to jedna sociální síť nebo komunikační prostor vytvořený přímo pro Vaše zařízení na míru?* Pro některé informanty tuto otázku bylo poměrně obtížné zodpovědět, protože nad tím nikdy moc nepřemýšleli (IN1, IN3, IN8). IN5 zmínil, že mají takovou zkušenost s dětmi, že každá ta věková

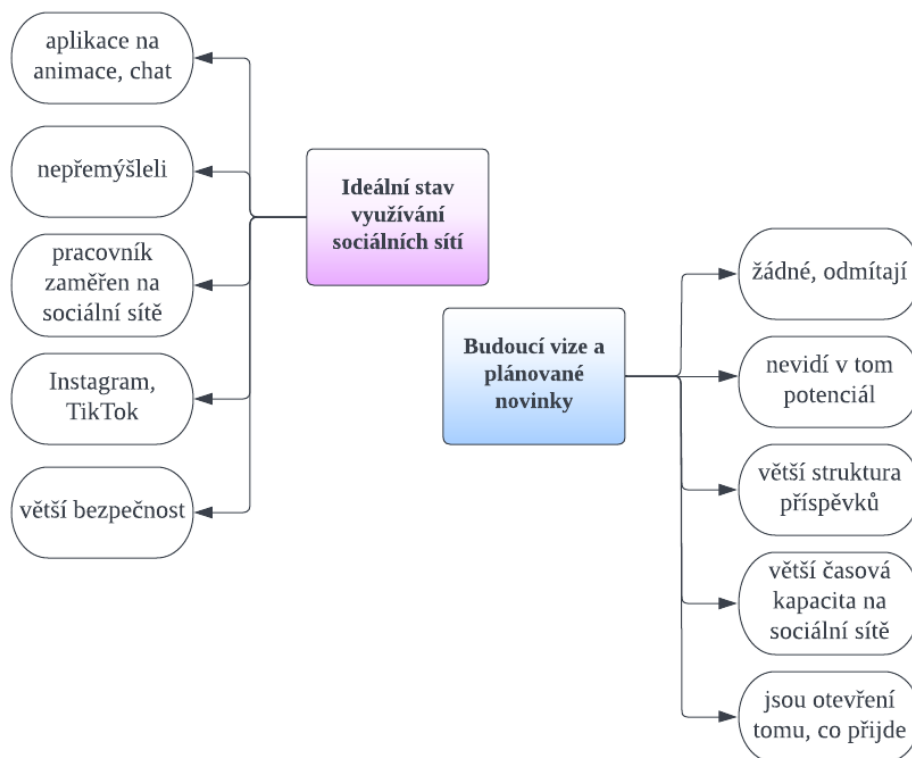
skupina má zálibu v něčem jiném, někdo raději chatuje, někdo pro změnu raději natáčí videa, proto nedokáže uvést ideálně jednu sociální síť, protože každá má něco do sebe. Na úskalí s věkovou skupinou narazil také IN2, který by ocenil, kdyby byla nějaká aplikace, co by dokázala roztrdit děti a mládež dle věkových kategorií a každé té cílové skupině prezentovali vhodný obsah přiměřený věku. *Nemůžeme třeba odprezentovat sexuální prevenci osmiletým dětem, tak kdyby to šlo třeba nějak profiltrovat, tak by to bylo fajn, že by nám to dokázalo ty uživatele roztrdit* (IN2). IN4 uvedl, že by si představovali nějakou aplikaci, kde by mohli tvořit animace nebo by to byla přímo vytvořená chatovací aplikace na míru pro jejich NZDM. IN6 uvedl, že plánují zavést ideálně Instagram nebo TikTok, protože v období Covid-19 zjistily, že Facebook, který doposud využívali, už mezi dětmi není tolik oblíbený. IN9 se chce taky přizpůsobovat aktuálním trendům a chtějí využívat k práci takové sociální sítě, které používají především jejich děti: *My se jako v tomhle přizpůsobíme těm uživatelům, takže když by tu byli uživatelé, kteří by chtěli jednu takovou síť, na který by chtěli být, tak ano, ale nám jde o to, abychom byli na těch sítích, kde jsou oni, ne obráceně*. Na tuto otázku odpověděl obdobně i IN8, který se chce přizpůsobit nejen klientům ale i veřejnosti a používat tedy sociální síť, po které je největší poptávka. Speciální aplikaci by ocenil také IN7, aby se dala lépe zabezpečit sdílená data a obsah, čímž by pracovníci mohli sami nakládat a s informacemi, které jim byly klienty zaslány.

Na poslední otázku, zda pracovníci chystají do budoucna nějakou novinku v oblasti online komunikace s klienty, převažovaly názory, že by bylo hlavně potřeba již zmíněného pracovníka, který by se výhradně chtěl, věnoval sociálním sítím a spravoval je (IN1, IN3, IN4, IN8). *No možná by to bylo super něco víc rozvinout, ale musel by tu být asi někdo jiný, nám to je docela proti srsti, nemáme na to čas, ale jako ten koncept by se nám líbil* (IN4). IN3 uvedl: *Nic neplánujeme, nevidíme v tom nějaký jako potenciál, fakt jako ne. My máme problém, aby se tomu vůbec někdo věnoval tomu PR na sociálních sítích* (IN3). Podobný názor zaujímal i IN1, za kterého by sociální sítě vůbec nemusely být, protože na to nemají čas a ani pracovníky v tom nebaví tvořit. Informanti také konstatovali, že zvažují TikTok, ale na to by museli být více připravení, aby to udělalo dobrou propagaci NZDM a zároveň to nikoho neprovokovalo nebo nebylo posměchem (IN3, IN4, IN6, IN8 IN9).

Pracovníci také plánují po období Covid-19 se znovu více věnovat sociálním sítím, více je propojit, sjednotit a nastolit nějaký řád a pravidelný režim ve sdílení příspěvků (IN4,

IN5, IN9). Informanti uvedli, že jsou otevření tomu, co přijde a zařídí se dle aktuální situace a možností (IN8). *Kdyby bylo něco nového a děti by to chtěly, tak bychom na to asi zareagovali* (IN8), viz Obrázek č. 10.

Obrázek č. 10 – Ideální stav užívání sociálních sítí a budoucí vize



Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

6 Diskuze

Tato diskuze se zabývá poznatky, které byly získány v teoretické a praktické části bakalářské práce. Cílem bakalářské práce bylo zjistit, jakým způsobem využívají NZDM sociální sítě při poskytování služeb svým klientům. Za tímto zjištěním byla informantům položena první výzkumná otázka, jaké sociální sítě využívají NZDM při práci s klienty nejčastěji. Z uvedených výpovědí vyšel Facebook jako nejvyužívanější sociální síť. Hořánková (2021) uvádí, že Facebook je stále nejpoužívanější sociální sítí pro věkovou kategorii nejčastěji 13-45 let, přičemž nejpočetnější skupinou je věková kategorie 25-35 let. Facebook je pro pracovníky NZDM dobře ovladatelný pracovní nástroj, kde mohou pohodlně přidávat příspěvky na nadcházející akce či programy a využívají ho také k informačnímu rázu. Obliba Facebooku u pracovníků NZDM může být způsobená tím, že většina informantů používá Facebook již několik let v osobním životě, tudíž jim může být tato sociální síť nejbližší i pro pracovní účely a komunikaci s klienty. Nicméně informanti uvedli, že již pozorují postupný úpád Facebooku u mladistvých a sami dochází k názoru, že Facebook je spíše pro starší generaci. Již Kavanová (2014) zaznamenala pokles oblíbenosti Facebooku u mladších uživatelů, který odůvodňuje touhou dětí vydobýt si svůj vlastní veřejný prostor bez dohledu rodičů, kteří účet na Facebooku často mají a prostřednictvím něj sledují i své děti, jejich kamarády či ostatní zájmy, které děti sdílí na Facebooku. Ačkoliv je tedy Facebook nepoužívanější sociální sítí ze strany pracovníků, nejoblíbenější a druhou nejvyužívanější sociální sítí u dětí a mládeže je dle zjištěných výsledků Instagram a TikTok. TikTok však pracovníci k práci s klienty využívají především k propagačním účelům a zatím se s ním učí zacházet.

Proč jsou zrovna tyto sociální sítě mezi dětmi a mládeží nejvíce populární? Děti zejména baví novější a rychlejší formáty sociálních sítí dle aktuálních trendů, které nabízejí alternativnější způsoby komunikace než pouhý text. Toto tvrzení potvrzuje i Rodriguez (2021), který přesun mladistvých z Facebooku zdůvodňuje vizualizací, jež ostatní sociální sítě jako třeba zmíněný Instagram či TikTok nabízí. Obecně lidé reagují lépe na vizuální interpretaci informací pomocí fotografií, emotikon, obrázků či videí (Kavanová, 2014). Instagram je také uživatelsky velmi přívětivý, díky jeho jednoduchému rozhraní, které je snadno uchopitelné pro všechny uživatele bez ohledu na věk. Z výsledků vyplynulo, že pracovníci NZDM využívají Instagram pro propagaci a také především pro komunikaci a interakci s klienty. Dle Cole (2018) Instagram neustále zavádí a aktualizuje vylepšené funkce (včetně filtrů, prezentací, příběhů, kvízů či anket), čímž tedy Instagram poskytuje

velkou škálu rozmanitých prostředků, jak se s klienty dorozumívát a zprostředkovávat jim řadu zajímavých námětů od trávení volného času, vzdělávacích účelů až po prevenci. Informanti uvedli, že si pro práci s klienty hodně oblíbili kvízy a ankety, kde mají největší ohlasy od klientů. Sociální sítě tedy pro pracovníky NZDM slouží jako pracovní nástroj, především pro propagaci služby, komunikaci s klienty, informačním účelům a v neposlední řadě osvětě preventivních témat.

Další výzkumná otázka, která se vztahovala k tomuto cíli, se týkala pozitiv a negativ využívání sociálních sítí při práci s klienty. Sociální sítě mají mnoho výhod, pokud se používají správně. Informanti uvedli, že největší přínos sociálních sítí ve vztahu ke klientům, zejména v rychlosti a bezprostřednosti řešit věci tady a teď. Přínosy využívání sociálních sítí s veřejností pak spatřují hlavně v propagaci služeb, dostupnosti, v možnosti čerpání inspirace a navázání spolupráce. Toto shodně dosvědčuje i Molla (2021), která uvádí, že na sociálních sítích je možné vytvářet skupiny a sdílet dokumenty, nápady nebo informace pro konkrétní účel s ostatním lidmi. Dle informantů se tak pracovníci NZDM často inspirují mezi sebou a také občas uskutečňují on-line schůzky s dalšími pracovníky NZDM prostřednictvím sociálních sítí, což bylo zvláště užitečné v období epidemie Covid-19. Stejně jako jakýkoli jiný nástroj dostupný pro lidi mají sociální sítě také mnoho nevýhod, pokud se nepoužívají vědomě. Z výsledků vyplynulo, že největší úskalí on-line komunikace s klientem pracovníci spatřují v anonymitě. Nikdy si pracovníci nemohou být jistí, s kým doopravdy komunikují, nebo kdo se ve skutečnosti skrývá za účtem na sociálních sítích. Naopak nevýhoda anonymity se zde dá pochopit i v souvislosti s narušením soukromí, a to hlavně v kontextu klientů NZDM, kteří tvoří primární skupinu sledujících, pro které jsou profily NZDM na sociálních sítích převážně zřizovány. Toto mi potvrdil i informant č. 2, který mi při rozhovoru sdělil následující: *„Je pravda, že my i máme hodně v přátelích na Facebooku ty rodiče těch dětí, takže oni se dozvídají o té službě, hlavně když pak sdílíme nějaký ty fotky nebo co se tu děje. A oni ty rodiče jako ví, že ty děti sem dochází, takže tím se docela ztrácí ta anonymita služby.“* I s dalšími informanty jsme narazili na toto úskalí sociálních sítí, kdy se kdokoliv může podívat do seznamu sledujících či přátel na daném účtu NZDM a vyvodit z toho, jaký klient službu navštěvuje či nikoliv, přičemž zachování anonymity vychází při poskytování služby přímo ze zákona č. 108/2006 Sb., o sociálních službách. Na toto poukazuje i Molla (2021), která tvrdí, že chováním na sociálních sítích dáváme druhým příležitost zjistit, s kým se bavíme, jaké jídlo máme rádi, co máme za koníčky nebo kde

zrovna jsme, což může být snadno zneužitelné i z toho důvodu, že nikdy nevíme, kam sdílený obsah putuje. Sdílení příliš mnoho s veřejností tedy může otevřít všechny druhy problémů, které nemusí jít nikdy vrátit zpět.

Z výsledků dále vyplynulo, že nevýhodou sociálních sítí je také negativní působení na cílovou skupinu z důvodu, že děti jsou často na nich závislé a tráví na nich hodně svého času. Informanti uvedli, že ačkoliv sociální sítě mohou být dobrým pomocníkem v jejich práci, padla zde myšlenka, zda pracovníci své klienty sami nepodporují k nadměrnému užívání a závislosti na sociálních sítích tím, že s nimi přes ně komunikují. Cherney (2020) uvádí závislost na internetu jako jedno z největších rizik, které se projevuje nutkavým a nadměrným chováním sociální sítě využívat. Tím se že tato činnost stává dostupnější pro stále více lidí, je snadné si zvyknout na procházení příspěvků, obrázků a videí, což zasahuje i do jiných oblastí našeho života. Informanti se shodli, že v důsledku toho, že děti tráví tolik času on-line, nejsou často schopné fungovat v běžném životě. Toto potvrdil informant č. 3 „*Myslím si, že to dětem bere hrozně moc času a oni prostě žijou v nějakém virtuálním světě, nejsou pak schopní jako v tom normálním světě fungovat, není pro ně už tak důležitéj*“. Podle informantů nejsou sociální sítě špatnou věcí, ale bylo by dobré nastavit pro děti a mládež nějaká pravidla, korigovat užívání sociálních sítí, a především edukovat děti, jak sociální sítě užívat bezpečně a tak, aby měly správný poměr mezi virtuálním a reálným světem. Dle informantů by bylo potřeba, aby se v tomto směru edukovali více i rodiče dětí. Potřebu edukace zdůrazňuje i Stouffer (2022), která tvrdí, že je podstatné děti vzdělávat a komunikovat s nimi o bezpečnosti na sociálních sítích, poučit je o některých bezpečnostních tipech, aby dokázaly rozeznat varovné signály a aby se nebály přijít pro radu, pokud by se objevil sporný obsah nebo situace.

Druhým cílem této bakalářské práce bylo zjistit, jakým způsobem využívala NZDM sociální sítě v období epidemie Covid-19 při poskytování svých služeb, načež navazovala výzkumná otázka, jak reflektují NZDM využívání sociálních sítí pro poskytování svých služeb v období epidemie Covid-19. Z výzkumu bylo patrné, že sociální sítě hrály velice důležitou roli v tomto období pro kontakt s klienty a poskytování služeb. Pracovníci sociální sítě využívali především pro doučování klientů prostřednictvím chatu a videohovorů dle potřeb klientů. Informanti uvedli, že o doučování byl velký zájem a děti jakoukoliv pomoc do školy aktivně využívaly, ačkoliv na nich byla znát frustrace z celé covidové situace, absence osobního kontaktu a jistá podrážděnost cokoliv dělat do školy. Jak uvádí Li a Lalani (2020), zejména mladiství se snadno rozptylují, a proto, aby bylo

učení efektivní, je k tomu třeba využít strukturované prostředí prostřednictvím video možností, které dětem více umožňují zapojení a podporují je k začlenění a personalizaci. Pracovníci také přes sociální sítě poskytovali emoční podporu, poradenství a snažili se jim vysvětlit situaci Covid-19, co to pro děti znamená a co se děje ve světě. Pracovníci také dávali přes sociální sítě dětem různé motivační cíle, kdy děti měly za úkol obvykle něco namalovat či vyluštit, a to pak následně zdokumentovat a zaslat pracovníkům zpět. Dle Giacometti (2020) je malování účinný způsob pro zklidnění mysli, které pomáhá zůstat v přítomnosti, stejně jak tak jako hádanky, které udržují mysl aktivní s rozvíjí trpělivost. Pracovníci se také věnovali preventivním tématům převážně na duševní zdraví a kyberšikanu. Kyberšikana se obvykle týká hlavně mladistvých, kteří využívají internet a technologie nejvíce (Gordon, 2021). Proto vnímám tuto edukaci pracovníků jako velice užitečnou, zvláště v období Covid-19, kdy sociální sítě byly primárním komunikačním prostředkem.

V období Covid-19 se staly sociální sítě pro pracovníky NZDM pracovním nástrojem, který by chtěli nadále využívat i teď v běžném provozu situace, nicméně informanti reflektují, že na to není již tolik času, jako když fungovali převážně on-line a ocenili by pracovníka zaměřeného na sociální sítě. Nabízí se zde také úvaha nad oficiálním uzákoněním on-line formy NZDM, což je otázka na MPSV, protože doposud dle zákona č. 108/2006 Sb., o sociálních službách existují pouze dvě hlavní formy, a to ambulantní a terénní. Pracovníkům NZDM spravování sociálních sítí zabere mnoho času a tato on-line služba není zatím metodicky podchycená. Často pak nastává zmatek v jednotlivých NZDM, zda on-line službu vykazovat jako běžnou činnost či nikoliv. Toto potvrzuje i informant č. 7, který konstatuje *„Nizkoprahy by mohly být oficiálně uznávané jako on-line, protože do teďka to bylo na těch krajích, takže pokud tady hlásí, že musím zavřít, tak zavřeme a vrátím kraji peníze, takže otázka na ministerstvo na změnu zákona a metodik, aby on-line forma byla uzákoněna, abychom to vlastně nedělali z dobrý vůle, když už nám to zabere tolik času“*. Z výsledků lze vyčíst, sociální sítě při práci s klienty mají jednoznačně své místo, avšak nejvíce splnily svou funkci v období Covid-19, kdy pracovníci uznali, že sociální sítě nejsou jen dočasným pomocníkem, ale mohou být i běžným pracovním nástrojem, když se umí správně užívat.

Závěr

Bakalářská práce se zabývala možnostmi využití sociálních sítí pro práci s klienty v NZDM. Sociální sítě jsou úkazem dnešní doby především u mladé generace, přičemž popularita sociálních sítí stále roste.

V teoretické části bakalářské práce jsem nastínila nejvýznamnější sociální sítě ve společnosti a jejich výhody a nevýhody, které jsou pro ně příznačné při jejich užívání. Poukázala jsem také na kyberšikanu jako jedno z největších rizik sociálních sítí, včetně prevence užívání internetu. V další kapitole jsem se zaměřila na představení NZDM, zejména principy, cíle, cílovou skupinu a poskytované služby NZDM. V poslední kapitole jsem v jednoduchosti naznačila spojitost NZDM a sociálních sítí v době Covid-19.

Praktická část byla uskutečňována kvalitativní výzkumnou strategií pomocí polostrukturovaných rozhovorů, které proběhly dohromady s 9 informanty. Tato bakalářská práce si kladla dva cíle. Prvním cílem bylo zjistit, jakým způsobem využívají NZDM sociální sítě při poskytování služeb svým klientům. Od tohoto cíle se odvíjely dvě výzkumné otázky. První výzkumná otázka zněla: Jaké sociální sítě využívají NZDM při práci s klientem nejčastěji? Druhá výzkumná otázka zněla: Jaká jsou pozitiva a negativa využívání sociálních sítí při práci s klientem? Druhý cíl se zaměřoval na to, jakým způsobem využívala NZDM sociální sítě v období epidemie Covid-19. Od tohoto cíle se odvíjela výzkumná otázka, která zněla následovně: Jak reflektují NZDM využívání sociálních sítí pro poskytování svých služeb v období epidemie Covid-19?

Na základě výsledků bylo zjištěno, že mezi nejvyužívanější sociální sítě, které pracovníci využívají pro práci s klienty, patří Facebook a Instagram, TikTok zatím zůstává v pozadí. Tyto sítě jsou využívány převážně pro propagaci služby, k informačnímu rázu, osvětě preventivních témat a ke komunikaci s klienty. Pracovníci využívají především takové sociální sítě, na kterých se nachází jejich cílová skupina, tudíž se řídí zejména dle preferencí dětí. Z výzkumu vyplynulo, že pracovníci spatřují hlavní přínosy sociálních sítí v rychlosti a dostupnosti čili je to pro ně hodně flexibilní. Pracovníci také čerpají inspiraci na sociálních sítích, kterou potom využívají při volnočasových aktivitách NZDM. Jako nevýhodu sociálních sítí naopak pracovníci shledávají anonymitu, zneužitelnost a celkově negativní působení na děti. Z výsledků také vyplývá, že sociální sítě byly hlavním prostředníkem komunikace mezi pracovníky a klienty v období Covid-

19. Ze strany klientů byl zvláště zájem o on-line doučování a pomoc s povinnostmi do školy, načež pracovníci NZDM pružně reagovali a aktivně sociální sítě využívali, což způsobilo i větší návštěvnost profilů NZDM na sociálních sítích a povědomí o poskytovaných službách NZDM. Pracovníci chtějí nadále využívat sociální sítě ke své práci, nicméně z důvodu časových kapacit, jsou již sociální sítě po období Covid-19 lehce na útlumu a pracovníci se věnují primárně kontaktní práci s klienty.

Díky získaným výsledkům docházíme k závěru, že ačkoliv je pro pracovníky klíčová především kontaktní práce s klienty, svůj potenciál v NZDM sociální sítě mají. Staly se pracovním nástrojem převážně v době epidemie Covid-19, jejich přesah ale trvá do teď. V této oblasti se také musí klást důraz na edukaci dětí, jak správně a bezpečně sociální sítě využívat. Získané výsledky tedy mohou být přínosné pro ostatní NZDM jako inspirace různých možností, jak sociální sítě využívat, pro děti a jejich rodiče, ale i širokou veřejnost, čímž se zároveň zvýší povědomí o poslání NZDM.

Seznam použitých zdrojů a literatury

1. BEDNÁŘOVÁ, Z., PELECH, L., 2003. *Slabikář sociální práce na ulici: supervize, streetwork, financování*. Brno: Doplněk, 97 s. Co, jak, proč?. ISBN 80-7239-148-8.
2. BENNET, J., 2021. *23 úžasných statistik z internetu a sociálních médií 2021* [online]. 1. října 2021 [cit. 2021-10-30]. Dostupné z: <https://cs.wizcase.com/blog/23-uzasnych-statistik-z-internetu-a-socialnich-mediu/>
3. BLINKA, L., ŠKAŘUPOVÁ, K., ŠEVČÍKOVÁ, A., LICEHAMMEROVÁ, Š., VONDRÁČKOVÁ, P., 2015. *Online závislosti: jednání jako droga? : online hry, sex a sociální sítě : diagnostika závislosti na internetu : prevence a léčba*. Praha: Grada, 198 s. Psyché (Grada). ISBN 978-80-210-7975-5.
4. BRENNAN, D., 2021. *What Is Sexting?* [online]. 29 June 2021 [cit. 2021-10-31]. Dostupné z: <https://www.webmd.com/sex/what-is-sexting>
5. CARABOTT, E., 2018. *Top 10 Security Precautions when Using Social Networking Sites* [online]. 23 January 2018 [cit. 2022-02-06]. Dostupné z: <https://techtalk.gfi.com/top-10-security-precautions-social-networking-sites/>
6. ČESKÁ ASOCIACE STREETWORK, 2008. *Pojmosloví Nízkoprahových zařízení pro děti a mládež (NZDM)* [online]. Praha: Streetwork.cz, oborový portál o nízkoprahových sociálních službách a zařízeních. [cit. 2021-09-10]. Dostupné z: http://www.streetwork.cz/images/download/Pojmoslovi_text.pdf
7. ČESKÁ ASOCIACE STREETWORK, 2014. *Stanovy ČAS* [online]. Praha: Streetwork.cz, oborový portál nízkoprahových sociálních službách a zařízeních. [cit. 2022-02-13]. Dostupné z: <https://www.streetwork.cz/stranka/2392/co-je-cas>
8. ČECH, O., ZVONÍČKOVÁ, N., 2017. *Nebezpečí kyberšikany: internet jako zbraň?*. České Budějovice: Theia - krizové centrum o.p.s., 130 s. ISBN 978-80-904854-4-0.
9. CLARK, A., 2021. *What Is an Application?* [online]. 14 April 2021 [cit. 2022-02-06]. Dostupné z: <https://york.ie/blog/application/>
10. CLIFFORD, C., 2021. *How to Use Facebook: A Beginner's Guide* [online]. 14 April 2021 [cit. 2021-10-30]. Dostupné z: <https://blog.hubspot.com/marketing/how-to-use-facebook>

11. COLE, J., 2018. *Why Is Instagram So Popular? We Asked Active Users To Explain* [online]. 11 September 2018 [cit. 2022-04-12]. Dostupné z: <https://thoughtcatalog.com/james-cole/2018/09/why-is-instagram-so-popular/>
12. DALOMBA, F., 2020. *Pros and Cons of Social Media* [online]. 3 February 2020 [cit. 2021-10-29]. Dostupné z: <https://www.lifespan.org/lifespan-living/social-media-good-bad-and-ugly>
13. DISMAN, M., 1998. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. Praha: Karolinum, 372 s. ISBN 80-7184-141-2.
14. DOVE, J., 2021. *What Is WhatsApp?* [online]. 17 September 2021 [cit. 2021-10-30]. Dostupné z: <https://www.digitaltrends.com/mobile/what-is-whatsapp/>
15. ECKERTOVÁ, L., DOČEKAL, D., 2013. *Bezpečnost dětí na internetu: rádce zodpovědného rodiče*. Brno: Computer Press, 224 s. ISBN 978-80-251-3804-5.
16. EDLAND-GRYT, M., SKATVEDT, A., 2012. *Thresholds in a Low-threshold Setting: An Empirical Study of Barriers in a Centre for People with Drug Problems and Mental Health Disorders* [online]. 1 October 2012, 1-8 [cit. 2021-11-01]. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2012.08.002>.
17. FAELENS, L. et al., 2021. *The Relationship between Instagram Use and Indicators of Mental Health: A Systematic Review* [online]. 28 July 2021, 1-18 [cit. 2021-09-15]. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100121>. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2451958821000695>
18. FORSEY, C., 2021a. *How to Use Instagram: A Beginner's Guide* [online]. 7 October 2021 [cit. 2021-10-30]. Dostupné z: <https://blog.hubspot.com/marketing/how-to-use-instagram>
19. FORSEY, C., 2021b. *What Is Twitter and How Does It Work?* [online]. 26 July 2021 [cit. 2021-10-30]. Dostupné z: <https://blog.hubspot.com/marketing/what-is-twitter>
20. FROEHLICH, A., 2020. *What's the Difference between Social Media and Social Networking?: Social Media and Social Networking Appear to be Interchangeable Terms, but They Serve Different Use Cases. Learn the Difference between Social Media and Social Networking*. [online]. 24 September 2020 [cit. 2021-10-29].

Dostupné z: <https://searchunifiedcommunications.techtarget.com/answer/Whats-the-difference-between-social-media-and-social-networking>

21. FULLERTON, N., 2021. *Instagram vs. Reality: The Pandemic's Impact on Social Media and Mental Health* [online]. 29 April 2021 [cit. 2022-02-15]. Dostupné z: <https://www.pennmedicine.org/news/news-blog/2021/april/instagram-vs-reality-the-pandemics-impact-on-social-media-and-mental-health>
22. GIACOMETTI, L., 2020. *#stayhomestayhopeful - At Home Leisure Activities* [online]. 14 April 2020 [cit. 2022-04-13]. Dostupné z: <https://hopeway.org/blog/leisure-activities>
23. GIL, P., 2021. *What Is Twitter & How Does It Work?: Twitter is a blend of social media, blogging, and texting* [online]. 30 August 2021 [cit. 2021-10-30]. Dostupné z: <https://www.lifewire.com/what-exactly-is-twitter-2483331>
24. GOODWIN, G., 2020. *What Is WhatsApp? A Guide to Navigating the Free Internet-based Communication Platform* [online]. 3 November 2020 [cit. 2021-10-30]. Dostupné z: <https://www.businessinsider.com/what-is-whatsapp-guide>
25. GORDON, S., 2021. *What Is Cyberbullying?* [online]. 5 February 2021 [cit. 2021-10-31]. Dostupné z: <https://www.verywellfamily.com/types-of-cyberbullying-460549>
26. GORMANDY WHITE, M., 2021. *What Types of Social Networks Exist?* [online]. 6 September 2021 [cit. 2021-10-29]. Dostupné z: https://socialnetworking.lovetoknow.com/What_Types_of_Social_Networks_Exist
27. GULOVÁ, L. et al., ŠÍP, R., ed., 2013. *Výzkumné metody v pedagogické praxi*. Praha: Grada, 248 s. Pedagogika (Grada). ISBN 978-80-247-4368-4.
28. HANDL, J., 2021. *Facebook zůstal daleko za TikTokem: Top 10 nejpoužívanějších aplikací roku 2020* [online]. 29. ledna 2021 [cit. 2021-10-30]. Dostupné z: <https://www.flowee.cz/civilizace/8386-facebook-zustal-daleko-za-tiktokem-top-10-nejpopularnejsich-aplikaci-roku-2020>
29. HAYNES, I., 2021. *Significant Increase in Social Media Usage Under Covid-19: Here's What That Means For Businesses* [online]. 2 November 2021 [cit. 2022-02-15]. Dostupné z: <https://www.insil.com.au/post/significant-increase-in-social-media-usage-under-covid-19-heres-what-that-means-for-businesses/>

30. HENDL, J., 2016. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 437 s. ISBN 978-80-262-0982-9.
31. HENDL, J., REMR, J., 2017. *Metody výzkumu a evaluace*. Praha: Portál, 372 s. ISBN 978-80-262-1192-1.
32. HERZOG, A., 2008. Děti a mládež ohrožené společensky nežádoucími jevy. In: NEDĚLNÍKOVÁ, D., POLÁČKOVÁ, L., DOSOUDILOVÁ, K. et al. *Metodická příručka pro výkon terénní sociální práce*. Ostrava: s.n., s. 121-136, 201 s.
33. HORSKÁ, B., LÁSKOVÁ, A., PTÁČEK, L., 2010. *Internet jako cesta pomoci: internetové poradenství pro pomáhající profese*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 197 s. Studijní texty (Sociologické nakladatelství). ISBN 978-80-7419-034-6.
34. HOŘÁNKOVÁ, R., 2021. *Jaká sociální síť je pro vás ta pravá?* [online]. 3. března 2021 [cit. 2022-4-13]. Dostupné z: <https://www.sherpas.cz/blog/jaka-socialni-sit-je-pro-vas-ta-prava>
35. HOSCH, W., 2021. *YouTube: Web Site* [online]. 15 November 2021 [cit. 2021-10-31]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/YouTube>
36. CHANG, W. J., 2020. *Cyberstalking and Law Enforcement* [online]. 2 October 2020, 1188–1194 [cit. 2021-9-11]. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.procs.2020.09.115>. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050920320159>
37. CHERNEY, K., 2020. *What Is Social Media Addiction?* [online]. 6 August 2020 [cit. 2022-04-13]. Dostupné z: <https://www.healthline.com/health/social-media-addiction>
38. JEDLIČKA, R., KLÍMA, P., KOŤA, J., NĚMEC, J., PILAŘ, J., 2004. *Děti a mládež v obtížných životních situacích: nové pohledy na problematiku životních krizí, deviací a úlohu pomáhajících profesí*. Praha: Themis, 453 s. ISBN 80-7312-038-0.
39. KAPPL, M., 2013. Nízkoprahová zařízení pro děti a mládež. In: MATOUŠEK, O. *Encyklopedie sociální práce*. Praha: Portál, s. 411-412, 570 s. ISBN 978-80-262-0366-7.

40. KASAL, J., 2013. Riziková mládež. In: MATOUŠEK, O., KŘIŠŤAN, A., MUSIL, L., SMUTEK, M. *Encyklopedie sociální práce*. Praha: Portál, s. 347-350. ISBN 978-80-262-0366-7.
41. KASALOVÁ, V., DOLEJŠ, M., 2015. *Životní spokojenost, sebehodnocení a výskyt rizikového chování u klientů nízkoprahových zařízení pro děti a mládež*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 135 s. ISBN 978-80-244-4492-5.
42. KAUFFMAN, L., WEISBERG, E., FISHMAN ZEMBER, W., FISHMAN, E., 2021. *Twitter and Radiology: Everything You Wanted to Know About #RadTwitter But Were Afraid to Ask* [online]. 30 June 2021, 1-5 [cit. 2021-09-16]. DOI: <https://doi.org/10.1067/j.cpradiol.2021.05.006>. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0363018821000979>
43. KAVANOVÁ, L., 2014. *Mládež prchá z Facebooku: Teenageři nechtějí mít v "přátelích" rodiče a jdou na mlčenlivější síť* [online]. 5. ledna 2014 [cit. 2022-04-12]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/tydenik/2014/2/mladez-prcha-z-facebooku>
44. KLÍMA, P., HERZOG, A., KUNC, S., RACEK, J., ZAHRADNÍK, M., 2009. *Kontaktní práce: antologie textů České asociace streetwork*. 2. vyd. Praha: Česká asociace streetwork, 359 s. ISBN 978-80-254-4001-8.
45. KOHOUT, R., 2019. *Fenomén "Sociální síť"* [online]. 14. listopadu 2019 [cit. 2022-02-06]. Dostupné z: <https://www.internetembezpecne.cz/fenomen-socialni-site/>
46. KOHOUT, R., KARCHŇÁK, R., 2016. *Bezpečnost v online prostředí*. Karlovy Vary: Biblio Karlovy Vary, z.s., 68 s. ISBN 978-80-260-9543-9.
47. KOPECKÝ, K., 2015. *Pomáháme dětem 1. stupně orientovat se ve světě sociálních sítí a chovat se bezpečně* [online]. 14. listopadu 2015 [cit. 2021-10-31]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/2-uncategorised/1082-1stupen>
48. KOPECKÝ, K., 2019. *Problém zvaný Tik Tok* [online]. 4. ledna 2019 [cit. 2021-10-31]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/rizikove-jevy-spojene-s-online-komunikaci/socialni-site/1403-problem-zvany-tik-tok>
49. KOPECKÝ, K., 2019. *Více než polovina českých dětí mladších 13 let používá služby, které jsou pro ně nevhodné* [online]. 11. června 2019 [cit. 2021-10-31]. Dostupné z:

- <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/pohledem-vedy/1568-vice-nez-polovina-ceskych-deti-mladsich-13-let-pouziva-sluzby-ktere-jsou-pro-ne-nevhodne>
50. KOPECKÝ, K., KREJČÍ, V., 2010. *Rizika virutální komunikace (příručka pro učitele a rodiče)*. Olomouc: Net University, 35 s. ISBN 978-80-254-7866-0.
51. KOPECKÝ, K., SZOTKOWSKI, R., 2019. *Sexting a právo* [online]. 29. října 2019 [cit. 2021-10-31]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/rizikove-jevvy-spojene-s-online-komunikaci/sexting/1681-sexting-a-pravo>
52. KOŽÍŠEK, M., PÍSECKÝ, V., 2016. *Bezpečně n@ internetu: průvodce chováním ve světě online*. Praha: Grada Publishing, 176 s. ISBN 978-80-247-5595-3.
53. KRČKOVÁ, M., 2021. *Instagram Stories od A do Z: Prozkoumejte všechny funkce a vytvořte perfektní příběh* [online]. 10. června 2021 [cit. 2021-10-30]. Dostupné z: <https://www.besteto.cz/ig-stories-od-a-do-z/>
54. KUBALA, L., 2020. *Facebook - Základní zabezpečení a ochrana soukromí* [online]. 18. března 2020 [cit. 2021-10-31]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/rodicum-ucitelum-zakum/1822-facebook-zakladni-zabezpeceni-a-ochrana-soukromi>
55. KWAN, T.H., WONG, N.S., LEE, S.S., 2015. *Participation Dynamics of a Cohort of Drug Users in a Low-threshold Methadone Treatment Programme* [online]. 16 October 2015 [cit. 2021-11-1]. Dostupné z: <https://harmreductionjournal.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12954-015-0072-z>
56. LETOCHOVÁ, K., 2013. *Mládeži nepřístupno* [online]. 25. září 2013 [cit. 2021-10-31]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/rizikove-jevvy-spojene-s-online-komunikaci/kybersikana/750-mladezi-nepristupno>
57. LI, C., LALANI, F., 2020. *The COVID-19 Pandemic Has Changed Education Forever. This Is How* [online]. 29 April 2020 [cit. 2022-04-13]. Dostupné z: <https://www.weforum.org/agenda/2020/04/coronavirus-education-global-covid19-online-digital-learning/>
58. LIPIZZI, C., LANDOLI, L., RAMIREZ-MARQUEZ, J., 2016. *Combining Structure, Content and Meaning in Online Social Networks: The Analysis of Public's Early Reaction in Social Media to Newlylaunched Movies* [online]. 27 May 2016, 35-49 [cit.

- 2021-09-08]. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.05.013>. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0040162516300725>
59. MÁČA, R., 2021. *Děti a rizika sociálních sítí* [online]. 4. června 2021 [cit. 2021-10-31]. Dostupné z: <https://sancedetem.cz/deti-rizika-socialnich-siti#rizika-socialnich-siti>
60. MARCH, E., LITTEN, V., SULLIVAN, D., WARD, L., 2020. *Somebody that I (Used to) Know: Gender and Dimensions of Dark Personality Traits as Predictors of Intimate Partner Cyberstalking* [online]. 1 May 2020, 1-6 [cit. 2021-10-31]. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110084>.
61. MATOUŠEK, O., KŘIŠŤAN, A., MUSIL, L., SMUTEK, M., 2013. *Encyklopedie sociální práce*. Praha: Portál, 570 s. ISBN 978-80-262-0366-7.
62. MATTE, C., 2021. *Why Is Sexting a Problem for Teens?* [online]. 7 August 2021 [cit. 2021-10-31]. Dostupné z: <https://www.verywellfamily.com/what-is-sexting-problem-1258921>
63. MCFADDEN, C., 2021. *YouTube's History and Its Impact on the Internet: YouTube Is the de Facto Video-sharing Platform on the Internet; but Who Founded It, and Why?* [online]. 20 May 2021 [cit. 2021-10-31]. Dostupné z: <https://interestingengineering.com/youtubes-history-and-its-impact-on-the-internet>
64. MIOVSKÝ, M., 2006. *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. Praha: Grada, 332 s. Psyché (Grada). ISBN 80-247-1362-4.
65. MOLLA, R., 2021. *Posting Less, Posting More, and Tired of It All: How the Pandemic Has Changed Social Media: One Year in, Covid-19 Has Altered Everything, Including How We Use Social Media*. [online]. 1 March 2021 [cit. 2022-02-15]. Dostupné z: <https://www.vox.com/recode/22295131/social-media-use-pandemic-covid-19-instagram-tiktok>
66. MOREAU, E., 2020. *What Is YouTube: A Beginner's Guide: Find out why this video platform is so popular and fun to use* [online]. 2 December 2020 [cit. 2021-10-31]. Dostupné z: <https://www.lifewire.com/youtube-101-3481847>
67. MOREAU, E., 2021. *The Pros and Cons of Social Networking: A look at the ups and downs of being so digitally connected to people* [online]. 2 March 2021 [cit. 2021-10-

- 29]. DOI: <https://www.lifewire.com/advantages-and-disadvantages-of-social-networking-3486020>.
68. MPSV, 2002: *Standardy kvality sociálních služeb*. [online]. Praha: MPSV. [cit. 2021-03-09]. Dostupné z: <https://www.mpsv.cz/standardy-kvality-socialnich-sluzeb>
69. MVČR, 2016. *Odbor bezpečnostní politiky a prevence kriminality*. [online]. Praha: MVČR [cit. 2022-02-10]. Dostupné z: file:///D:/Users/Administrator/Downloads/Terminologicky_slovník_MV-2016.pdf
70. NEČASOVÁ, M., 2013. Profesionální etika. In: MATOUŠEK, O. *Metody a řízení sociální práce*. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Portál, s. 21-47, 387 s. ISBN 978-80-262-0213-4.
71. NEUSTEURER, D., NĚMCOVÁ, M., BEDIR, S., 2017. *Low-threshold Drug Help Services in Vienna - A Gendersensitive Analysis* [online]. 22 November 2017, 1-25 [cit. 2021-11-01]. Dostupné z: http://www.ra-un.org/uploads/4/7/5/4/47544571/6_unodc_final_paper.pdf
72. NZDM MODRÝ POMERANČ, 2020. *Zpráva o činnosti* [online]. Salinger: Hradec Králové. [cit. 2022-02-15]. Dostupné z: https://www.salinger.cz/images/Dokumenty/NZDM/zpravy/ZOC%202020_NZDM%20Modry%20pomeranc_nahled.pdf
73. OZTURK, F., AYAZ-ALKAYA, S., 2021. *Internet Addiction and Psychosocial Problems among Adolescents during the COVID-19 Pandemic: A Cross-sectional Study* [online]. 2 September 2021, 595-601 [cit. 2021-09-12]. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.apnu.2021.08.007>. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883941721001278>
74. PAVLÍČEK, A., 2010. *Nová média a sociální sítě*. Praha: Oeconomica, 181 s. ISBN 978-80-245-1742-1.
75. POKORNÁ, T., 2020. *Trendy na sociálních sítích v roce 2021* [online]. 10. prosince 2020 [cit. 2021-10-30]. Dostupné z: <https://digichef.cz/trendy-na-socialnich-sitich-v-roce-2021>

76. POSPÍŠILOVÁ, M., 2016. *Facebooková (ne)závislost: identita, interakce a uživatelská kariéra na Facebooku*. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 136 s. ISBN 978-80-246-3306-0.
77. PŠENICOVÁ, B., 2020. *Děti a mladí lidé online v době koronaviru* [online]. 14. října 2020 [cit. 2022-02-15]. Dostupné z: <https://www.proximasociale.cz/proximasociale/clanky-a-publikace/clanky-proximy-sociale/deti-a-mladi-lide-online-v-dobe-koronaviru/>
78. REICHEL, J., 2009. *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. Praha: Grada, 184 s. Sociologie (Grada). ISBN 978-80-247-3006-6.
79. REZKOVÁ, M., 2021. *Bedna: Klienty zajímalo, zda koronavirus skutečně existuje* [online]. 27. listopadu 2021 [cit. 2022-02-15]. Dostupné z: <https://www.pribram.cz/clanek/bedna-klienty-zajimalo-zda-koronavirus-skutecne-existuje/21415/>
80. RICE, M., 2021. *What Is a Platform, Anyway?: It's Facebook. It's Airbnb. It's B2B Software. It's ... Everything?* [online]. 15 December 2021 [cit. 2022-02-06]. Dostupné z: <https://builtin.com/founders-entrepreneurship/what-is-a-platform>
81. RODRIGUEZ, S., 2021. *TikTok Usage Surpassed Instagram This Year Among Kids Aged 12 to 17, Forrester Survey Says* [online]. 18 November 2021 [cit. 2022-04-12]. Dostupné z: <https://www.cnbc.com/2021/11/18/tiktok-usage-topped-instagram-in-2021-among-kids-12-to-17-forrester-.html>
82. RÖSTLUND, S., 2013. *What is the Difference between an "app", a Platform and a Social Network?* [online]. 10 July 2013 [cit. 2021-10-29]. Dostupné z: <https://harbour32.co.uk/what-is-the-difference-between-an-app-a-platform-and-a-social-network/>
83. RŮŽIČKOVÁ, V., ZIKMUNDOVÁ, M., 2019. *Vývoj služby NZDM v České republice a Vize NZDM 2030* [online]. 4. listopadu 2019 [cit. 2021-11-01]. Dostupné z: <https://www.streetwork.cz/archiv/clanky/detail/3101/vyvoj-sluzby-nzdm-v-ceske-republice-a-vize-nzdm-2030>
84. RYBÁŘOVÁ, A., 2021. *Děti v síti! Jak získat kontrolu nad sociálními sítěmi svých potomků?* [online]. 16. června 2021 [cit. 2021-10-31]. Dostupné z:

<https://www.marianne.cz/zivotni-styl/deti-v-siti-jak-ziskat-kontrolu-nad-socialnimi-sitemi-svych-potomku>

85. RYŠÁNEK, A., *Facebooku budeme dál říkat pravým jménem. Hrozba, zní od kritiků* [online]. 29. října 2021 [cit. 2022-3-19]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/meta-misto-facebooku-budeme-mu-rikat-pravym-jmenem-hrozba-zni-od-kritiku-179077>
86. SAED, H., HAIDER, A., AL-SALMAN, S., HUSSEIN, R., 2021. *The Use of YouTube in Developing the Speaking Skills of Jordanian EFL University Students* [online]. 12 July 2021, 1-6 [cit. 2021-10-31]. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07543>.
87. ŠEVČÍKOVÁ, A., 2014. *Děti a dospívající online: vybraná rizika používání internetu*. Praha: Grada, 184 s. Psyché (Grada). ISBN 978-80-210-7527-6.
88. ŠMAHAJ, J., 2014. *Kyberšikana jako společenský problém: Cyberbullying as a social problem*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 223 s. ISBN 978-80-244-4227-3.
89. STOUFFER, C., 2022. *Kids and Social Media: Online Safety Tips Every Parent Should Know* [online]. 7 March 2022 [cit. 2022-04-13]. Dostupné z: <https://us.norton.com/internetsecurity-kids-safety-parents-best-practices-to-social-media-security.html#>
90. THOMAS, D., 2021. *Facebook Changes Its Name to Meta in Major Rebrand* [online]. 29 October 2021 [cit. 2021-10-30]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/technology-59083601>
91. TILLMAN, M., 2021. *What is TikTok and how Does It Work? Everything you need to know* [online]. 9 August 2021 [cit. 2021-10-31]. Dostupné z: <https://www.pocket-lint.com/apps/news/146960-what-is-tiktok-the-musical-ly-successor-explained>
92. TVRDÁ, Z., 2018. *Instagram – Co to je a proč na něm být?* [online]. 23. února 2018 [cit. 2021-09-21]. Dostupné z: <https://www.zuzanatvrda.cz/2018/02/23/instagram-co-to-je/>
93. UNNI, Z., WEINSTEIN, E., 2021. *Shelter in Place, Connect Online: Trending TikTok Content During the Early Days of the U.S. COVID-19 Pandemic* [online]. 3 April 2021, 1-6 [cit. 2021-10-31]. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2021.02.012>.

94. VEJTRUBA, J., 2021. *Sociální sítě - nevýhody* [online]. 10. září 2021 [cit. 2021-10-29]. Dostupné z: <https://www.jait.cz/post/socialni-site-nevyhody>
95. VRCHOTA, M., 2021. *Co je to metaverse? A proč v něm Facebook alias Meta vidí svou budoucnost?* [online]. 2. listopadu 2021 [cit. 2022-02-06]. Dostupné z: <https://inteligentnisvet.cz/clanky/co-je-to-metaverse-proc-je-to-budoucnost-firmy-facebook-meta>
96. Vyhláška č. 505/2006 Sb., vyhláška, kterou se provádějí některá ustanovení zákona o sociálních službách, 2006. [online]. [cit. 2022-01-22]. In: *Sbírka zákonů České republiky*, částka 164, s. 7021-7048. ISSN 1211-1244. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/start.aspx>
97. VYMĚTAL, J. et al., 2004. *Obecná psychoterapie*. 2., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Grada, 339 s. Psyché (Grada). ISBN 80-247-0723-3.
98. WITEK, J., 2018. *Výhody a nevýhody dnešních sociálních sítí. V čem nám Facebook, Instagram či YouTube pomáhají a v čem naopak škodí?: Sociální sítě dnes hýbou světem, během pár let se staly opravdovým fenoménem. V mnohém nám pomáhají, ale je také dokázáno, že v mnohém zase škodí. Jaké jsou...* [online]. 2. března 2018 [cit. 2021-09-21]. Dostupné z: <https://www.lui.cz/co-se-deje/item/12812-vyhody-a-nevyhody-dnesnich-socialnich-siti-v-cem-nam-facebook-instagram-ci-youtube-pomahaji-a-v-cem-naopak-skodi>
99. WONG, L., 2021. *9 Types of Social Media and How Each Can Benefit Your Business: Find out how you can use different types of social media platforms and formats to reach your digital marketing goals.* [online]. 2 September 2021 [cit. 2021-10-29]. Dostupné z: <https://blog.hootsuite.com/types-of-social-media/>
100. Zákon č. 108/2006 Sb., o sociálních službách, 2006. [online]. [cit. 2021-11-08]. In: *Sbírka zákonů České republiky*, částka 37, s. 1257-1289. ISSN 1211-1244. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/start.aspx>
101. ŽÁKOVÁ, D., 2020. *Vše o fenoménu TikTok. Nejrozsáhlejší článek o TikToku na jednom místě.* [online]. 11. srpna 2020 [cit. 2021-09-21]. Dostupné z: <https://www.beneficio.cz/clanky/vse-o-fenomenu-tiktok-nejrozsahlejsi-clanek-o-tiktoku-na-jednom-miste>

Seznam příloh

Příloha č. 1 Přehled nejznámějších sociálních sítí

Příloha č. 2 Tazatelské schéma

Příloha č. 1 Přehled nejznámějších sociálních sítí (vlastní výzkum, 2021)

	Facebook	Instagram	WhatsApp	Twitter	YouTube	TikTok
Demografie	2 + mld. uživatelů 25-34 let	1 + mld. uživatelů 18-34 let	2 + mld. uživatelů 26-35 let	200 + mil. uživatelů 25-34 let	2 + bil. uživatelů všechny věkové kategorie	1 + bil. uživatelů 10-29 let
Účel	budování vztahů konverzace marketing	budování vztahů konverzace sdílení fotek a videí marketing	konverzace, zasílání zpráv, videí, dokumentů hovory, videohovory	konverzace novinky a články	sdílení a sledování videí zábavní účely marketing	budování vztahů krátká videa pro zábavu marketing
Nejlépe pro	Značky a firmy, známé osobnosti, zábavní stránky, kontakt s rodinou a přáteli	potencionální zákazníci, malobchod, jídlo, krása, móda	kontakt s přáteli a rodinou	vztahy s veřejností	zábava, služby	zábava, služby, trendy, móda
Hlavní formy obsahu	text, obrázky a videa, odkazy	obrázky	text, obrázky a videa	text, odkazy	videa	videa

(Zdroj: vlastní výzkum, 2021)

Příloha č. 2 Tazatelské schéma (vlastní výzkum, 2022)

Cíle	Výzkumné otázky	Tazatelské schéma																
A.	Zjistit, jakým způsobem využívají NZDM sociální sítě při poskytování služeb svým klientům.																	
	1.	<p>Jaké sociální sítě využívají NZDM při práci s klientem nejčastěji?</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="533 555 612 645">1.1</td> <td data-bbox="612 555 1361 645">Využíváte při běžném provozu NZDM pro práci s klienty sociální sítě a co Vás k tomu vedlo?</td> </tr> <tr> <td data-bbox="533 645 612 741">1.2</td> <td data-bbox="612 645 1361 741">Vyjmenujte všechny sociální sítě / aplikace, které využíváte a uveďte jakým způsobem a pro jaké účely?</td> </tr> <tr> <td data-bbox="533 741 612 837">1.3</td> <td data-bbox="612 741 1361 837">Z jakého důvodu jste vybrali právě tyto sociální sítě?</td> </tr> <tr> <td data-bbox="533 837 612 934">1.4</td> <td data-bbox="612 837 1361 934">Využíváte bezplatné verze nebo máte zaplacenou nějakou licenci?</td> </tr> <tr> <td data-bbox="533 934 612 1077">1.5</td> <td data-bbox="612 934 1361 1077">Kdybyste mohli zvolit ideální stav využívání sociálních sítí, jak by vypadal? Byla by to jedna sociální síť nebo komunikační prostor vytvořený pro Vaše zařízení na míru?</td> </tr> <tr> <td data-bbox="533 1077 612 1173">1.6</td> <td data-bbox="612 1077 1361 1173">Využíváte tyto sítě zároveň i pro PR Vašeho zařízení?</td> </tr> <tr> <td data-bbox="533 1173 612 1270">1.7</td> <td data-bbox="612 1173 1361 1270">Radili jste se s odborníky na IT nebo kyberbezpečnost, když jste začali sociální sítě využívat?</td> </tr> <tr> <td data-bbox="533 1270 612 1379">1.8</td> <td data-bbox="612 1270 1361 1379">Měli jste nějaký vzdělávací program pro klienty / zaměstnance o kyberbezpečnosti / používání aplikací / sociálních sítí?</td> </tr> </table>	1.1	Využíváte při běžném provozu NZDM pro práci s klienty sociální sítě a co Vás k tomu vedlo?	1.2	Vyjmenujte všechny sociální sítě / aplikace, které využíváte a uveďte jakým způsobem a pro jaké účely?	1.3	Z jakého důvodu jste vybrali právě tyto sociální sítě?	1.4	Využíváte bezplatné verze nebo máte zaplacenou nějakou licenci?	1.5	Kdybyste mohli zvolit ideální stav využívání sociálních sítí, jak by vypadal? Byla by to jedna sociální síť nebo komunikační prostor vytvořený pro Vaše zařízení na míru?	1.6	Využíváte tyto sítě zároveň i pro PR Vašeho zařízení?	1.7	Radili jste se s odborníky na IT nebo kyberbezpečnost, když jste začali sociální sítě využívat?	1.8	Měli jste nějaký vzdělávací program pro klienty / zaměstnance o kyberbezpečnosti / používání aplikací / sociálních sítí?
1.1	Využíváte při běžném provozu NZDM pro práci s klienty sociální sítě a co Vás k tomu vedlo?																	
1.2	Vyjmenujte všechny sociální sítě / aplikace, které využíváte a uveďte jakým způsobem a pro jaké účely?																	
1.3	Z jakého důvodu jste vybrali právě tyto sociální sítě?																	
1.4	Využíváte bezplatné verze nebo máte zaplacenou nějakou licenci?																	
1.5	Kdybyste mohli zvolit ideální stav využívání sociálních sítí, jak by vypadal? Byla by to jedna sociální síť nebo komunikační prostor vytvořený pro Vaše zařízení na míru?																	
1.6	Využíváte tyto sítě zároveň i pro PR Vašeho zařízení?																	
1.7	Radili jste se s odborníky na IT nebo kyberbezpečnost, když jste začali sociální sítě využívat?																	
1.8	Měli jste nějaký vzdělávací program pro klienty / zaměstnance o kyberbezpečnosti / používání aplikací / sociálních sítí?																	
	2.	<p>Jaká jsou pozitiva a negativa využívání sociálních sítí při práci s klientem?</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="533 1478 612 1574">2.1</td> <td data-bbox="612 1478 1361 1574">V čem spatřujete hlavní přínosy on-line komunikace s klienty a veřejností?</td> </tr> <tr> <td data-bbox="533 1574 612 1671">2.2</td> <td data-bbox="612 1574 1361 1671">V čem naopak spatřujete nevýhody on-line komunikace s klientem?</td> </tr> <tr> <td data-bbox="533 1671 612 1767">2.3</td> <td data-bbox="612 1671 1361 1767">Jak by se dle Vašeho názoru mohla negativa on-line komunikace minimalizovat?</td> </tr> <tr> <td data-bbox="533 1767 612 1863">2.4</td> <td data-bbox="612 1767 1361 1863">Jak celkově hodnotíte využití sociálních sítí ve Vašem zařízení?</td> </tr> <tr> <td data-bbox="533 1863 612 1946">2.5</td> <td data-bbox="612 1863 1361 1946">Jak Vy osobně přistupujete k využívání sociálních sítí?</td> </tr> </table>	2.1	V čem spatřujete hlavní přínosy on-line komunikace s klienty a veřejností?	2.2	V čem naopak spatřujete nevýhody on-line komunikace s klientem?	2.3	Jak by se dle Vašeho názoru mohla negativa on-line komunikace minimalizovat?	2.4	Jak celkově hodnotíte využití sociálních sítí ve Vašem zařízení?	2.5	Jak Vy osobně přistupujete k využívání sociálních sítí?						
2.1	V čem spatřujete hlavní přínosy on-line komunikace s klienty a veřejností?																	
2.2	V čem naopak spatřujete nevýhody on-line komunikace s klientem?																	
2.3	Jak by se dle Vašeho názoru mohla negativa on-line komunikace minimalizovat?																	
2.4	Jak celkově hodnotíte využití sociálních sítí ve Vašem zařízení?																	
2.5	Jak Vy osobně přistupujete k využívání sociálních sítí?																	

Cíle	Výzkumné otázky	Tazatelské schéma																						
B.	Jakým způsobem využívala NZDM sociální sítě v období epidemie COVID-19 při poskytování svých služeb?																							
	3. Jak reflektují NZDM využívání sociálních sítí pro poskytování svých služeb v období epidemie Covid-19?																							
		<table border="1"> <tr> <td data-bbox="501 600 592 689">3.1</td> <td data-bbox="592 600 1361 689">Jak jste pracovali s klienty v nouzovém stavu na jaře a na podzim roku 2020?</td> </tr> <tr> <td data-bbox="501 689 592 779">3.2</td> <td data-bbox="592 689 1361 779">Jak jste pracovali s klienty v nouzovém stavu na jaře roku 2021?</td> </tr> <tr> <td data-bbox="501 779 592 869">3.3</td> <td data-bbox="592 779 1361 869">Oslovujete při běžném provozu potenciální klienty přes sociální sítě? Jak?</td> </tr> <tr> <td data-bbox="501 869 592 958">3.4</td> <td data-bbox="592 869 1361 958">Jaká jsou pravidla pro klienty pro používání sociálních sítí při běžném provozu NZDM?</td> </tr> <tr> <td data-bbox="501 958 592 1048">3.5</td> <td data-bbox="592 958 1361 1048">Jaké služby či programy jste během pandemie Covid-19 nabízeli a jakou formou?</td> </tr> <tr> <td data-bbox="501 1048 592 1137">3.6</td> <td data-bbox="592 1048 1361 1137">Jakým způsobem s Vámi klienti nejčastěji komunikují v běžném provozu situace?</td> </tr> <tr> <td data-bbox="501 1137 592 1227">3.7</td> <td data-bbox="592 1137 1361 1227">Vybírali jste v době nouzového stavu sociální sítě podle preferencí dětí či po praktičnosti nebo aktuálních trendech?</td> </tr> <tr> <td data-bbox="501 1227 592 1317">3.8</td> <td data-bbox="592 1227 1361 1317">Jakým způsobem jste řešili v době nouzového stavu limity, operátory a finanční prostředky k užívání sociálních sítí?</td> </tr> <tr> <td data-bbox="501 1317 592 1406">3.9</td> <td data-bbox="592 1317 1361 1406">Jak se zvýšilo v NZDM využití sociálních sítí během Covidu-19?</td> </tr> <tr> <td data-bbox="501 1406 592 1496">3.10</td> <td data-bbox="592 1406 1361 1496">Jak klienti reagovali v době nouzového stavu na poskytování sociálních služeb přes sociální sítě?</td> </tr> <tr> <td data-bbox="501 1496 592 1637">3.11</td> <td data-bbox="592 1496 1361 1637">Chystáte do budoucna nějakou novinku v oblasti on-line komunikace s klienty?</td> </tr> </table>	3.1	Jak jste pracovali s klienty v nouzovém stavu na jaře a na podzim roku 2020?	3.2	Jak jste pracovali s klienty v nouzovém stavu na jaře roku 2021?	3.3	Oslovujete při běžném provozu potenciální klienty přes sociální sítě? Jak?	3.4	Jaká jsou pravidla pro klienty pro používání sociálních sítí při běžném provozu NZDM?	3.5	Jaké služby či programy jste během pandemie Covid-19 nabízeli a jakou formou?	3.6	Jakým způsobem s Vámi klienti nejčastěji komunikují v běžném provozu situace?	3.7	Vybírali jste v době nouzového stavu sociální sítě podle preferencí dětí či po praktičnosti nebo aktuálních trendech?	3.8	Jakým způsobem jste řešili v době nouzového stavu limity, operátory a finanční prostředky k užívání sociálních sítí?	3.9	Jak se zvýšilo v NZDM využití sociálních sítí během Covidu-19?	3.10	Jak klienti reagovali v době nouzového stavu na poskytování sociálních služeb přes sociální sítě?	3.11	Chystáte do budoucna nějakou novinku v oblasti on-line komunikace s klienty?
3.1	Jak jste pracovali s klienty v nouzovém stavu na jaře a na podzim roku 2020?																							
3.2	Jak jste pracovali s klienty v nouzovém stavu na jaře roku 2021?																							
3.3	Oslovujete při běžném provozu potenciální klienty přes sociální sítě? Jak?																							
3.4	Jaká jsou pravidla pro klienty pro používání sociálních sítí při běžném provozu NZDM?																							
3.5	Jaké služby či programy jste během pandemie Covid-19 nabízeli a jakou formou?																							
3.6	Jakým způsobem s Vámi klienti nejčastěji komunikují v běžném provozu situace?																							
3.7	Vybírali jste v době nouzového stavu sociální sítě podle preferencí dětí či po praktičnosti nebo aktuálních trendech?																							
3.8	Jakým způsobem jste řešili v době nouzového stavu limity, operátory a finanční prostředky k užívání sociálních sítí?																							
3.9	Jak se zvýšilo v NZDM využití sociálních sítí během Covidu-19?																							
3.10	Jak klienti reagovali v době nouzového stavu na poskytování sociálních služeb přes sociální sítě?																							
3.11	Chystáte do budoucna nějakou novinku v oblasti on-line komunikace s klienty?																							