

UNIVERZITA KARLOVA
HUSITSKÁ TEOLOGICKÁ FAKULTA

Sociálne siete a žiaci 2. stupňa základnej školy
Social networks and students of Key Stage II.

Bakalárska práca

Vedúci práce:

doc. PhDr. Petr Sak, CSc.

Autor:

Simona Kostelanská, Dis.

Praha 2019

Pod'akovanie

V prvom rade by som chcela poďakovať svojmu vedúcemu bakalárskej práce doc. PhDr. Petrovi Sakovi, CSc. za konzultácie, pripomienky a odborné rady pri písaní tejto práce a taktiež moje poďakovanie patrí Mgr. Stanislave Kostelanskej, ktorá mi venovala svoj čas a umožnila zber dát na vyučovacích hodinách.

Prehlásenie

Prehlasujem, že som predkladanú bakalársku prácu „Sociálne siete a žiaci 2. stupňa základnej školy“ vypracovala samostatne. Ďalej prehlasujem, že všetky použité pramene a literatúra boli riadne citované a že táto práca nebola využitá k získaniu iného alebo rovnakého titulu.

V Prahe dňa

Simona Kostelanská

Anotácia

Práca poukazuje na sociálne siete, ktoré žiaci druhého stupňa najviac v dnešnej dobe využívajú. Veľkú pozornosť venuje i youtuberingu, ktorý je medzi mladou generáciou obľúbeným fenoménom, vďaka ktorému môžu sledovať svoje vzory a tematicky zamerané videá.

Kľúčové slová

Sociálne siete, online, scroll, Youtube, follow, aplikácia

Annotation

Bachelor thesis points to the social networks that pupils of Key Stage II. use the most nowadays. Youtubering, which is very popular among the young generation, allows them to follow their idols and watch themed videos.

Keywords

Social networks, online, scroll, Youtube, follow, apps

Obsah

Obsah	5
Teoretická časť	9
1 Základná terminológia	9
1.1 Internet a sociálna sieť	9
1.2 Výhody sociálnych sietí	12
1.3 Nevýhody sociálnych sietí	13
1.4 Strach z vynechania – Fear of missing out	15
1.5 Mediálna výchova	17
1.6 Najpoužívanejšie sociálne siete	18
1.6.1 Facebook	19
1.6.2 WhatsApp	20
1.6.4 Pinterest	21
1.6.5 Snapchat a Instagram	22
1.6.6 YouTube	22
YouTuber	23
Praktická časť	26
2 Ciele práce	26
2.1 Cieľová skupina	26
2.3 Metodológia výskumu	27
2.4 Realizácia	27
2.4.1 Prezentácia	28
2.5 Vyhodnotenie dotazníku	30
Diskusia	42
Záver	44
Zoznam použitej literatúry	45
Prílohy	

Úvod

Tému bakalárskej práce som si vybrala preto, aby som ukázala aktuálny vplyv sociálnych sietí na žiakov druhého stupňa. Za pomoci moderných technológií môžu deti ľahko sledovať každodenné dianie na internete a zakladať si účty, cez ktoré sa môžu spojiť s inými užívateľmi, komunikovať s nimi a dovoliť im tak nahliadnuť do svojho súkromia. Možno teda tvrdiť, že žiaci druhého stupňa si tak utvárajú svoj vlastný virtuálny svet, na ktorom sú často závislí. Rada by som v mojej bakalárskej práci ukázala, prečo sú deti tak intenzívnymi užívateľmi sociálnych sietí, možné hypotézy, čo na týchto sociálnych sieťach robia, a či preferujú čas radšej strávený v pohodlí domova alebo vonku.

Cieľom bakalárskej práce je taktiež prehľadne poskytnúť základnú terminológiu o tejto téme a zamyslieť sa nad ňou. Základná terminológia bola použitá zväčša z elektronických časopisov a článkov, pretože táto téma je veľmi nová a literatúra, ktorá bola v práci použitá, bola z roku 2016, kedy ale niektoré javy neboli ešte známe, resp. nepreskúmané.

Celá práca je členená do dvoch hlavných blokov Praktickej a Teoretickej časti. Ďalej je členená do kapitol a podkapitol, ktoré čitateľovi umožňujú lepšie sa orientovať v texte a byť tak zorientovaný vo výskume.

Teoretická časť ponúka vysvetlenie základnej terminológie týkajúcej sa sociálnych sietí, ich výhod a nevýhod, ďalej vysvetleniu nového syndrómu FOMO – strachu z vynechania, ktorý sa začína objavovať medzi deťmi a dospievajúcimi čoraz viac a nevyhýba sa ani menším mestám, kde bol výskum uskutočnený. Práca sa venuje aj mediálnej výchove, ktorá začína byť neoddeliteľnou súčasťou vyučovania v dnešných školách. Záver teoretickej časti tvorí vysvetlenie najpoužívanejších sociálnych sietí a ich funkcie, ktoré sa vo výskume objavili.

Cieľom praktickej časti je kvantitatívneho výskumu, je zistiť, koľko času deti venujú sociálnym sieťam a ktorým konkrétne. Ďalej budeme zisťovať, kde deti radšej trávajú čas a či sa u nich prejaví FOMO – strach z vynechania. Záver dotazníku uzatvárajú otázky týkajúce sa YouTube, aby sme aspoň na malej vzorke zistili, kto žiakov 6. a 7. ovplyvňuje najviac.

Cieľovou skupinou sú žiaci šiestej a siedmej triedy ZŠ. Zber dát bude prebiehať pri jednorazovej návšteve základnej školy prostredníctvom dotazníku, počas dvoch hodín informatiky. Žiakom bude taktiež prezentovaná prezentácia, prostredníctvom ktorej sa budem

snažiť priblížiť žiakom sociálne siete z bezpečnostného hľadiska ich využívania. Pri tejto prezentácii budem využívať metódu skupinovej diskusie.

Základnú školu v Považskej Bystrici som si vybrala preto, lebo to bola základná škola mnou navštevovaná a mám s pedagógmi tejto školy veľmi pozitívne skúsenosti z minulosti. Zároveň viem, že mediálna výchova ako taká nie je samostatný predmet na tejto škole, je len s pár hodinami zaradená do vyučovacieho plánu hodín informatiky.

Motto

„...cítim potrebu podieľať sa na tomto svete: podporovať pospolitosť, budúcnosť, slobodu, záujem človeka o seba samého a o jeho skutočné problémy, nezávislé jednanie osvietených, kriticky uvažujúcich ľudí a zastávať sa tých, kto to ešte nedokážu – detí - alebo tých, ktorí to už nedokážu – chorých a starých. To sú hodnoty, ktoré som prevzal od svojich rodičov a bol nimi vybavený do života.“

*Ulm, cez Svätodušné sviatky 2012,
Manfred Spitzer*

Teoretická časť

1 Základná terminológia

Cieľom tejto kapitoly je oboznámiť čitateľa so základnými pojmami práce. Pozornosť je treba upriamiť aj na cudzie slová, ktoré sa v téme sociálnych sietí vyskytujú veľmi často a môžeme povedať, že sa do jazyku vžili ako slová, pre ktoré síce existujú ekvivalenty v slovenčine alebo češtine, avšak takmer vôbec sa nepoužívajú. Medzi najdôležitejšiu terminológiu tejto práce považujeme za vhodné vysvetliť pojmy sociálna sieť, fenomén YouTube a strach z vynechania, tzv. FOMO -fear of missing out.

Veľkú pozornosť budeme venovať aj výhodám a nevýhodám sociálnych sietí, rizikám spojených s virtuálnym svetom a predstavení najpoužívanejších a najobľúbenejších sietí.

1.1 Internet a sociálna sieť

Moderné technológie, ktoré menia a ovplyvňujú náš život majú dnes rôznu podobu. Určite k nim ale patrí internet. Dynamika šírenia internetu naberá obrovský rozmer, a to hlavne medzi mladšími generáciami. Ak má byť toto šírenie a osvojovanie úspešné, je k tomu potrebné adekvátne vybavenie kvalitným počítačom, rozvoj infraštruktúry, rozvoj softwaru a v neposlednom rade osvojenie tohto softwaru užívateľom. (Sak, Saková, 2004)

Sociálnu sieť ako pojem použil prvýkrát sociológom a antropológom J.A. Barnesom v roku 1954, kedy charakterizoval sociálnu sieť ako „map of the area near and distant surroundings where relationships of involved people are defined.“ (Barnes, 1954)

Túto definíciu môžeme chápať ako body/mapu, ktorá definuje vzťahy zainteresovaných osôb. Tieto body navzájom tvoria sieť, ktorej definícia sa v dnešnom virtuálnom svete podobá definícii Barnesovej, avšak v dobe, kedy sa zaoberal skúmaním tohto javu mala jasnejšiu a konkrétnejšiu podobu. Môžeme sa teda domnievať, že dnešné pojmá sociálnej siete je viac abstraktné, kvôli využívaniu neosobnej komunikácie. Príkladom môže byť počet priateľov na sociálnej sieti Facebook. Človek má k svojmu virtuálnemu profilu pripojený zoznam „priateľov.“ Ľudí v tomto zozname avšak nemusí poznať osobne, dokonca s nimi nikdy nemusel udržiavať žiadnu formu komunikácie a predsa dotýčaný patrí k sociálnej sieti daného človeka. Táto virtuálna sociálna sieť je tvorená pomyselnými vzťahmi alebo spojeniami cez rýchlu voľbu – pridať priateľa. Je samozrejmé, že takto neformálne

uzatvorené priateľstvo nemusí znamenať sociálne spojenie s človekom pridaným do priateľov.

„Sociálne siete sa vyvinuli v prvom desaťročí z predchodcov ako sú rôzne diskusné servery, online fotogalérie, webloky a pod. Tí, ktorí tieto služby vytvárali, si všimli, že užívatelia okrem publikovania obsahu chcú taktiež komunikovať – zdieľať s ostatnými používateľmi.“ (Bednář, 2011 in Kolesárová 2016) V minulosti boli taktiež používané SMS, ICQ, Skype. Tieto sociálne siete dnes však úplne vymizli, alebo sa objavujú len zriedka.

Za teoretického predchodcu posielania správ cez sociálne siete, môžeme určiť poslanie prvého emailu v roku 1971 Rayom Tomlinsonom. Univerzálne začal byť email používaný ako skratka k „electronic mail.“ „V rokoch 2000 – 2002 mládež masovo začlenila elektronickú poštu do životného štýlu. V tomto období viac než polovica mládeže prelomila hranicu používania elektronickej pošty.“ (Sak. Saková, 2004, s.141)

V spojení s frekvenciou posielaných emailov a Internetu ako takého, bol vytvorený termín hlavne v oblasti marketingu a reklamy tzv. *digital natives* – digitálni domorodci. Týmto termínom sú označovaní ľudia, ktorí sa v digitálnom svete cítia ako doma, pretože fakticky je to svet, do ktorého sa už narodili. Druhá skupina ľudí, sú digitálni prisťahovalci – *digital immigrants*. Sú to ľudia, ktorí sa digitálnemu svetu museli alebo sa musia učiť. (Eckertová, Dočekal, 2013)

S rozlíšením týchto dvoch skupín môžeme začať hovoriť aj o pojme *generation gap*. Tento pojem je definovaný Cambrige slovníkom ako: „*a lack of communication between one generation and another, especially between young people and their parents, brought about by differences of tastes, values, outlook, etc.*“ V preklade môžeme povedať, že je to generačná priepasť často spôsobená nedostatkom komunikácie medzi mladými ľuďmi a ich rodičmi. Taktiež priepasť môže byť spôsobená rozdielmi v hodnotách, postojoch, názoroch atď.

S pojmom *generation gap* sa určite spája život online – neustále pripojenie k sieti. Staršiu generáciu môžeme považovať za konzervatívnejšiu, tú, ktorá sa drží dlho zaužívaných procesov. Ako príklad uvidíme platbu cez funkciu internet banking – elektronické bankovníctvo. Generácia päťdesiatnikov, by si pre platbu inkasa určite častejšie vybrala platbu na pošte. Internet banking má funkciu priamej a rýchlej platby cez smartphone alebo počítač, ktorá je hotová do pár sekúnd. Tým pádom odpadáva proces chodenia na poštu, státia v rade, vypisovania a platby, ktorá sama o sebe môže trvať. Dnešná spoločnosť funguje vo

vysokých percentách bezhotovostne, ako ukazujú štatistiky zo Sdružení pro bankovní karty. (za rok 2018 až 7 z 10 ľudí radšej použije pri platbe kartu ako hotovosť)

Ďalšie „priepasti“ medzi generáciami môžeme vidieť vo vzdelávaní.

Deti, ktoré vyrastajú v digitálnej spoločnosti, sú zvyknuté, že sú obklopené množstvom podnetov a tým pádom môžu pôsobiť „roztekane.“ Deti sú už od útleho veku navyknuté na rýchly a interaktívny prístup, ktorý zahŕňa robenie viacerých vecí naraz.

Je úplne bežné, že trojročné dieťa má popri rozprávke na tablete zapnutý v pozadí televíziu a rodič sa mu snaží vnútiť do úst jedlo. Pokiaľ by sme chceli rozobrať túto konkrétnu situáciu, mali by sme začať faktom, že toto je prípad najmladšej generácie, t. z. narodenej po roku 2012, kedy smartphony začali byť neodmysliteľnou súčasťou každej činnosti „novodobého“ človeka. Tým, že dieťa vníma video, resp. jeho obsah, úplne zabúda na konzumovaný obsah, na jeho chuť, vôňu, konzistenciu... Nemusíme hľadať výskumy na túto tému, stačí veľmi jednoduchý domáci experiment. Pri jedení obeda pustíme známemu jeho obľúbený seriál. Po obede sa ho spýtajme, na konkrétne vlastnosti jedla. Môžeme skonštatovať, že ich bude vedieť len ťažko opísať. Pokiaľ by sme pokračovali v tejto hypotéze, je možné predpokladať, že dieťa vychovávané v tomto štýle zabudne vnímať jedlo a bude ho prijímať len z nutnosti, pretože je hladné.

Rozdelenie sociálnych sietí

Medzi internetové sociálne siete môžeme zaradiť Facebook, Facebook Messenger, Whatsapp, Instagram, Snapchat, Twitter, Pinterest, YouTube. Každú sociálnu sieť sa budeme venovať v kapitole č. 2

Ako najzákladnejšie typologické delenie by sme mohli použiť rozdelenie podľa Mariána Velšica (2012) zo Správy výskumu sociálnych sietí na Slovensku:

a) Profilovo zamerané – teda také, ktoré sú organizované okolo užívateľského profilu, ako napríklad Facebook či MySpace.

b) Obsahovo zamerané – kde užívateľský profil má iba v sekundárnu úlohu a v centre pozornosti je obsah. Príkladom je Flickr pre zdieľanie fotografií, YouTube pre zdieľanie videa či Last.fm pre zdieľanie hudby.

c) **Virtuálne** – také, ktoré sú založené na online virtuálnom prostredí (virtuálnom svete) kde jednotlivcov komunikácii reprezentuje jeho „avatar“. Napríklad Second Life či World of Warcraft

d) **Mikroblogovacie** - také, ktoré dovoľujú užívateľovi publikovať krátke správy, ako napríklad Twitter

1.2 Výhody sociálnych sietí

Výhody sociálnych sietí majú dva spoločné menovatele: rýchlosť a dostupnosť. Ďalšie výhody budú rozdelené podľa čiastkových cieľov na:

- a) **Interakcia s okolím** – riešenie školských záležitostí – chat so spolužiakmi, udalosti, ktoré sa vyriešia doslova za pár minút ako napr. stretnutie žiakov v deň uskutočnenia výletu; zdieľanie obsahu vyučovania (s povolením učiteľa), práca na spoločných projektoch online
 - písanie/ videochat s priateľmi, cena je zahrnutá v platbe internetu ako takého, poprípade dát na SIM karte
 - poslanie správy – môžeme vyjadriť myšlienku aj v neprítomnosti človeka, ktorému správu posielame
- b) **Informácie** – udalosti, ktoré sa konajú, majú vytvorenú internetovú udalosť so základnými informáciami o mieste, čase konania (propagácia mnohokrát účinnejšia než v tlačenej forme, lacnejšia a ekologickejšia)
 - informácie sa šíria takpovediac samé - marketing, reklama pozitívnych (ekologické výrobky) aj negatívnych (hoaxy) produktov
- c) **Začlenenie** – ľudia s handicapom (hlavne fyzickým), rečovými vadami, sluchovými postihnutiami, vytváranie skupín na základe určitého znaku

Kolesárová v knihe Životní styl v informační společnosti uvádza ďalšie výhody, plynúce z jej výskumu. Sú nimi napr.

- elektronické bankovníctvo
- e- shopy
- zlepšenie pozícií na trhu práce a tým spojené získanie a udržanie zamestnatel'nosti

1.3 Nevýhody sociálnych sietí

Najväčší problém sociálnych sietí je **závislosť**. V priereze vekovými kategóriami by sme našli rovnako závislých vo veku predškôlaka tak isto ako človeka, ktorý ma štyridsať. Zdravotné dopady na človeka však môžeme lepšie vidieť práve u štyridsiatnikov, ako píše U. Buermann v knihe *Ako (pre) žiť s médiami*:

„Väčšina postihnutých hovorí o príznakoch, ktoré zaznamená až potom, keď príslušnú činnosť preruší. Inými slovami: behom chatovania, surfovania je vnímanie vlastných pocitov vyradené, takže človek má aj také poruchy ako napr. natiahnutie svalov, bolesť hlavy až po skončení tejto činnosti.“ (Buermann, 2009, s.156)

Britská nezisková organizácia Royal Society for Public Health skúmala vplyv sociálnych sietí a ich pôsobenie na psychické zdravie mladých ľudí s označením #StatusofMind. Skúmaná vzorka bola 1500 ľudí vo veku 14 – 24 rokov. Uvádza zistenia ako napr:

„Jeden z piatich mladých ľudí priznáva, že sa v noci zobudí, aby skontrolovali správy na sociálnych sieťach, čo spôsobuje, že sa v škole cítia konštantne unavení trikrát častejšie ako ich spolužiaci, ktorí sociálne médiá v noci nepoužívajú,“

„Sociálne médiá boli opísané ako viac návykové než cigarety a alkohol.“

Z výskumu je uverejnená 30 stranová publikácia, ktorá je spracovaná veľmi aktuálne a poukazuje na problémy sociálnych sietí, ktoré sú staré dva roky. Taktiež obsahuje zoznam odporúčaní, čo by sa malo podľa respondentov zmeniť, aby boli sociálne siete bezpečnejšie. Až 84% respondentov uviedlo, že by uvítalo, aby sa bezpečnosť používania sociálnych sietí vyučovala aj na školách. V rámci tohto predmetu odporúčali, aby bola určite súčasťou kyberšikana a ochrana pred ňou, závislosť na sociálnych médiách atď. Výskumníci taktiež kladú dôraz na to, aby v digitálnom svete, v ktorom žijú respondenti alebo aj české a slovenské deti, je potreba vyučovať progresívne predmety, ktoré budú mať pozitívny vplyv ako na mentálne tak aj fyzické zdravie.

Ako píše Buermann, po strate vnútorného orientačného bodu (v kontexte závislosti na soc sieťach) sa môže duševné aj fyzické zdravie vychýliť z rovnováhy a môžu nastať problémy ako napr: kolísanie nálad, nekontrolovateľné výbuchy zlosti, výkyvy medzi hyperaktivitou a apatiou, poruchy spánku a príjmu potravy. (Buermann, 2009)

Najčastejšie sa jedná o chatovanie, hranie hier alebo prezeranie stránok s erotickým obsahom. Závislosť taktiež ovplyvňuje vzťahy ľudí, tzn. rozpady vzťahov, manželstiev, strata zamestnania. (Kolesárová, 2016)

Ďalším problémom spojeným so sociálnymi sieťami je **komunikácia**.

„Vstup médií a technológií rodinu pretvára do podoby, ktorej sa hovorí tzv. sieťová rodina. Členovia rodiny sú na príjme neustále a môžu spolu komunikovať kedykoľvek a to či už z vecných dôvodov alebo len pre oživenie pocitu súnalezitosti. (Junová 2015 in Kolesárová 2016)“

Táto komunikácia neuspokojuje tak celkom citové alebo sociogénne potreby a vedie k novému typu osamoteniu.

„Sieťová rodina prostredníctvom technológií určité problémy rieši, avšak nové vytvára“ (Kolesárová, 2016 s.106)

Veľa ľudí v dnešnej dobe pociťuje nedostatok pozornosti. Majú často pocit, že ich nikto z ich okolia nevníma, alebo je dotýčaný vnímaný iba čiastočne a to hlavne v situáciách, kedy nepotrebuje pomoc - hlavne psychickú podporu.

V medziľudskom vnímaní nie je túžba po pozornosti v žiadnom prípade len výrazom potreby vlastného záujmu. To, že nás druhí vnímajú, je len faktor zdravého vývoja osobnosti človeka. Pokiaľ neprichádza k spätnej očakávanej väzbe z okolia, môžu nastať poruchy vo vývoji osobnosti. Táto situácia sa týka hlavne osobnosti, ktorej osobnosť je založená slabo alebo je neukorenená dostatočne hlboko, aby tento nedostatok zvládla. (Buermann, 2009)

Deficit, ktorý môžeme vidieť medzi dnešnou mládežou je pomerne novým javom. Zvyšujú sa komunikácia cez sociálne siete umožnili vytváranie nových kontaktov a novej identity Ja. Týmto spôsobom sa človek vyčlenil s doterajšej komunity, ktorá ho poznala ako človeka XY, do novej komunity Z, ktorá ho môže poznať ako iného, zábavného, kreatívneho šoumena, ktorý sa dokáže takto prezentovať výhradne cez sociálne siete, cez svoju novú identitu a môžeme povedať že aj nový život.

V neposlednom rade k sociálnym sieťam patria hoaxy. **Hoax** je šírenie nepravdivej, poplašnej nebezpečnej informácie, najčastejšie skrz sociálne siete alebo Internet.

Hoaxy sú na stránke Polície SR zhromažďované, pravidelne dokumentované a potvrdzované alebo vyvrátené na ich facebookovej stránke Hoaxy a podvody – Polícia SR.

„Hlavným cieľom tejto stránky je zhromažďovanie hoaxov a rôznych podvodov, ktoré sa šíria predovšetkým prostredníctvom internetu. Jej obsah stránky je aktualizovaný podľa potreby a aktuálneho vývoja. Policajný zbor považuje hoaxy za nebezpečný nástroj šírenia dezinformácií a manipulácie značnej časti spoločnosti.“ (Hoaxy a podvody - Polícia SR)

1.4 Strach z vynechania – Fear of missing out

Neustály pocit byť online, strach, že nám niečo ujde, keď nebudeme k dispozícii pripojení na sieť, že nám ujdú dôležité informácie zdieľané našimi priateľmi a mnoho ďalších ekvivalentov by pomenovalo názov tejto kapitoly.

Ak by sme mali tento strach opísať, špecifikovať, jednalo by sa o jednoduché opísanie situácie.

Tento proces sa deje denno denne aj pri ľuďoch, ktorí si to nemusia úplne uvedomovať. Pijete svoju rannú kávu, v ruke máte telefón a scrollujete. Jednoducho prezeráte fotky, statusy, videá.. Prezriete taktiež Insta stories, aby ste zistili, čo robili vaši priatelia zrovna, keď ste mali večernú hodinu angličtiny. Zaprajete k narodeninám všetkým, koho vám aplikácia ukáže, len tak zo zdvorilosti. A zrazu to vidíte: váš najlepší kamarát včera oslavoval s iným kamarátom narodenie dieťaťa! Ako sa práve táto situácia mohla stať bez vás? „Kde som bola?!“ Zase vám niečo ušlo, niečo, čo je prezentované virtuálnou realitou ako úžasný a neopakovateľný zážitok. Cítite pocit sklamaní, ľútosť, zlosť? Áno, presne takto sa prejavuje strach z vynechania.

V roku 2013 bol FOMO – Fear of missing out pridaný medzi slová do Oxfordského slovníku a je charakterizovaný ako:

- slovo zo začiatku 21. storočia, skratka zo strachu z vynechania
- „informal; anxiety that an exciting or interesting event may currently be happening elsewhere, often aroused by posts seen on social media“ (dostupné z: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/fomo>)

Vo voľnom preklade to znamená neformálne slovo, ktoré znamená úzkosť, že v súčasnosti alebo práve teraz sa deje udalosť, ktorá je zvyčajne zároveň zverejnená na sociálnych sieťach.

Čím viac rastú a rozpínajú sa sociálne siete, tým viac rastie strach z vynechania. Podľa Royal Society for Public Health až 40% opýtaných rodičov nevedelo vysvetliť, čo by tento termín mohol znamenať.

Dôležité je podotknúť, že v spojení s touto témou vzniká otázka: koľko detí/teenagerov má strach z vynechania tak silný, že musia svoj mobilný telefón, tablet, počítač kontrolovať i v noci, kedy sa samovoľne zobudia a skontrolujú sociálnu sieť, status alebo doručené správy.

S týmto strachom sa dá bojovať veľmi jednoducho.

V prvom rade si treba uvedomiť, (ako pri každej závislosti) že sa takýto problém v našom živote vyskytol a bude ho treba riešiť. Skončiť s nekonečným ospravedlňovaním samej pred sebou, prečo som si mobilný telefón vzala napr. do lesa. Priznať si, že aj v lese scrollujem sociálne siete a jednoducho nechcem, aby mi ušla skupinová konverzácia alebo najnovšie novinky na Instagrame. Dôležité je povedať si, že predsa nemusím byť všade!

Pokiaľ by takéto jednoduché predsavzatie nefungovalo, treba pristúpiť k lepšiemu riešeniu. Odstrihnúť sa od internetu. Dá sa to urobiť rôznymi cestami.

Prvou možnosťou je zadovážiť si telefón, ktorý nemá internet, alebo mu jednoducho nefunguje. Táto možnosť môže byť ale nevýhodná v situácii, kedy by sme si chceli niečo odfoťiť (staršie telefóny nemajú kvalitný fotoaparát, ak ho vôbec majú).

Druhou možnosťou je vypnúť si svoj dátový balíček a wifi sieť. Pokrytie wifi je už takmer všade, preto pri tejto možnosti vystupuje do popredia riziko, že človek, ktorý chce byť offline, jednoducho neodolá. Tu musí zapracovať aj prvý krok, kedy si treba opakovať, že veci nie je nutné vyriešiť hneď a prácu/správy si môžeme nechať aj do práce, na doma...

Tretí bod funguje niečo ako skúška správnosti, či bod 1 a 2 funguje v praxi. Je potrebné si položiť otázku napr.: „som schopná/ý ísť autobusom hodinu, kedy vôbec nepoužijem sociálnu sieť?“ „Som schopná/ý si namiesto sociálnej siete zalistovať v knižke?“ „Zaspávam s pocitom, že v noci nepotrebujem nič na sociálnych sieťach prezerat?“ Prezeraniu alebo scrollovaníu sociálnych sietí v noci môžeme zamedziť aj jednoduchým trikom. Napíšeme našim priateľom ukončovaciu správu – dobrú noc.

Ak by človek dokázal splniť všetky tri body, môže si následne povedať, že sa ho FOMO už netýka.

1.5 Mediálna výchova

S mediálnou výchovou generácia súčasných rodičov väčšinou nemá žiadne osobné skúsenosti. Pri tom staršie deti bývajú v rodine väčšími odborníkmi na nové technológie ako sami rodičia. Od mediálnej výchovy sa teda očakáva, že bude vyučovaná v školách prostredníctvom školených pedagógov. (Stašová, Slaninová, Junová, 2015)

Cieľom mediálnej výchovy je vytvorenie mediálnej kompetencie, resp. mediálnej gramotnosti. Zatiaľ čo generácia súčasných pedagógov a rodičov bola do sveta médií posúvaná pomaly a postupne, dnešné deti túto možnosť nemajú. Sú narodené do mediálneho sveta, s ktorým sa prakticky už od narodenia stretávajú.

Prvú zmienku o mediálnej výchove nájdeme v českom prostredí už v polovici 90. rokov, 20. storočia. V pedagogickom slovníku (Průcha et al., 1995, 114 a 258) vysvetľuje mediálnu výchovu resp. *„výchovu k používaniu médií, ako relatívne novú rozvíjajúcu sa oblasť vzdelávania, vyvolanú rozvojom technických prostriedkov sprostredkujúcich informácie.“*

Dnes nájdeme mediálnu výchovu v praxi realizovanú v školách v podobe:

- a) ako samostatný predmet
- b) ako súčasť výuky iných vyučovacích predmetov
- c) súčasť projektov
- d) ako kombináciu všetkých uvedených možností

Mediálna výchova v Rámcovom vzdelávacom programe je určená na to, aby žiaci:

- lepšie porozumeli pravidlám fungovania mediálneho sveta a primerane veku sa v ňom orientovali,
- dokázali posudzovať mediálne šírené posolstvá, objavovať v nich to hodnotné, pozitívne formujúce ich osobnostný a profesionálny rast,
 - dokázali si uvedomiť negatívne mediálne vplyvy na svoju osobnosť a snažiť sa ich zodpovedným prístupom eliminovať,
- vedeli tvoriť mediálne produkty.

Pedagóg však môže k mediálnej výchove pristupovať k problematike aj „odzadu.“
„Mediálna výchova nemusí zakladať svoj teoretický rámec iba na štúdium mediálnych

účinkov, ale aj na skúmanie foriem a podôb interakcie jednotlivcov s médiami. Namiesto toho, aby sme sa pýtali čo média robia s ľuďmi, sa môžeme pýtať aj čo ľudia robia s médiami.“ (Valenta, 2016;s. 52)

V spojitosti s otázkou, *čo ľudia robia s médiami* si môžeme položiť ďalšiu otázku: Sú školy pripravené mediálnu výchovu poskytovať? Obvykle sú na týchto hodinách preberané témy zamerané viac na kognitívny prístup ako napr. čo sú masové médiá a ako fungujú, reklama. Pokiaľ je mediálna výchova určená aj k nadobudnutiu praktických skúseností, najčastejšie ide o vytvorenie vlastného reklamného produktu (inzerát, upraviť fotografiu). Výsledkom je, že deti majú síce vedomosti o danej problematike, avšak v praxi sú to poznatky, ktoré veľmi nevyužívajú. (Stašová, Slaninová, Junová, 2015)

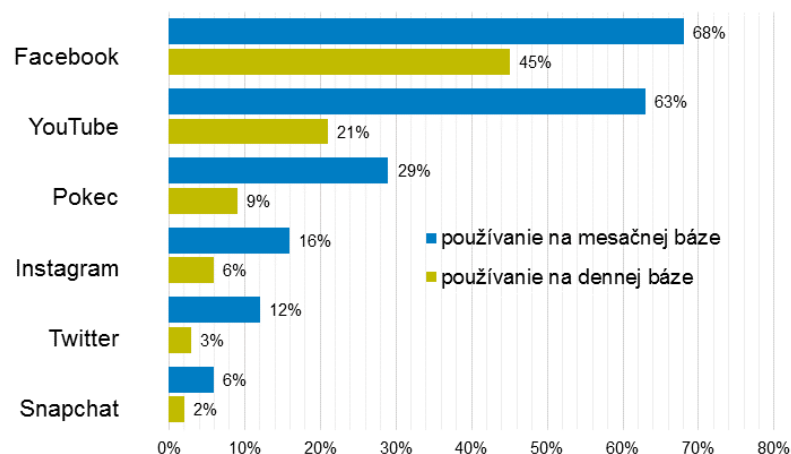
V prvých rokoch vyučovania mediálnej výchovy, bolo zabúdané na jednu veľmi dôležitú tému – bezpečné užívanie médií.

Preto kritické vnímanie mediálnych textov sa musí opierať o určitý súbor faktického vedenia, ktorá vnesie vlastnú skúsenosť a subjektívne vnímanie médií do určeného kontextu. Prostredníctvom vedenia o médiách, ich štruktúrach (externých a interných) môže skrz pedagóga žiak situovať vlastné mediálne skúsenosti a lepšie im porozumieť. (Valenta, 2016)

1.6 Najpoužívanejšie sociálne siete

V tejto kapitole sa budeme venovať najpoužívanejším sociálnym sieťam. Povedomie ľudí je najčastejšie so sociálnou sieťou spojený Facebook. Niektoré aplikácie majú možnosť zdieľania videí či fotografií, iné majú vstavané blogy a časovo obmedzené správy. Sociálnu sieť môžeme považovať teda za verejný priestor, pokiaľ teda nie je účet zabezpečený inak.

Dôvod popísať konkrétne aplikácie je potrebné kvôli prehľadnosti a kvôli ďalšiemu prepojeniu s praktickou časťou bakalárskej práce. Konkrétne budeme rozoberať Facebook, Facebook Messenger, Instagram, Snapchat, YouTube, Whatsapp, Twitter. Tieto sociálne siete, boli výskumnou agentúrou GfK určené ako najviac používané za rok 2016. Avšak Popec už takmer úplne vymizol z vyhľadávačov mladých ľudí, a preto túto sociálnu sieť rozoberať nebudeme. Vid' graf č.1.



Zdroj: GfK Slovakia, 2016

graf č.1

1.6.1 Facebook

Táto sociálna sieť vznikla v roku 2004, zakladateľom Markom Zuckerbergom, ktorý túto aplikáciu vymyslel spolu s tromi kolegami, ako školský projekt, vtedy ešte pod názvom TheFacebook. Je najznámejšou a najpoužívanejšou k dnešnému dňu po celom svete. Jej funkcie vznikali postupne. Pomyselnou otváracou bránou bola registrácia ľudí aj mimo univerzitu, kde Zuckerberg študoval. O rok na to si používatelia mohli zahrať hru *Farmville*, alebo *Texas Hold'em poker*. V roku 2009 pribudla funkcia *like* (like = páči sa mi to, palec hore). V roku 2012 splnil atribúty verejnej spoločnosti. (Joshua Boyd, 2019, dostupné z: <https://www.brandwatch.com/blog/history-of-facebook/>)

Funkcie Facebooku

Na Facebooku sa tvorí virtuálna identita, ktorá pozostáva z osobných a demografických údajov o užívateľovi, pozostáva z veľmi podrobných informácií o užívateľovi. Týmito údajmi sú v profile (profil = súhrn informácií o používateľovi, ktoré ho charakterizujú) : vek, dátum narodenia, meno a priezvisko, pohlavie. Nasledujú informácie o tom, o koho má užívateľ záujem (muži/ženy). Ďalšia položka profilu pozostáva zo štúdia a zamestnania – obidve informácie majú aj možnosť udať rok začiatku a ukončenia. Je možné vyplniť pole miesta narodenia a momentálneho miesta bydliska, rodinný stav (zadaný /nezadaný). V podkategórii je možné uviesť obľúbené citáty, hudbu, knihy a iné..

Snímky a statusy (status = vyjadrenie momentálnej myšlienky, deja, pocitu) na Facebooku nám o užívateľovi profilu napovedia veľa. Je totiž možné pridať fotku sám alebo s ľuďmi, označiť tieto osoby, ako aj miesto, kde bola fotografia poriadaná. S fotografiou je spojená aktivita, pocit alebo životná udalosť.

Neoddeliteľnou časťou Facebooku sú informácie o udalostiach, ktoré sa konajú buď v okolí užívateľa, alebo kdekoľvek, kde si užívateľ nastaví, aby sa mu takéto vyžiadané udalosti zobrazovali.

Skupina priateľov, ako napr. školská skupina, pracovná, so spoločným cieľom a zámerom, môže využívať funkciu spoločného chatu a písania, zdieľania fotografií na „stenu.“ Táto funkcia je ale striktne daná iba členom skupiny.

K Facebooku patrí aj samostatná aplikácia **Messenger**, ktorá slúži čisto k prijímaniu a odosielaniu správ (v rôznych formách). Prijat' alebo odoslať správu môže aj človek, ktorého užívateľ nemá v zozname priateľov. Stačí poznať meno profilu, ktorému je správa určená. Názov vznikol z ang. *message* – správa. K pojmu Messenger by sme mali pripojiť ešte slovo *chat* – informálne rozprávanie, ale s aplikáciou Messenger je tento pojem používaný ako komunikácia v reálnom čase.

1.6.2 WhatsApp

Názov aplikácie WhatsApp je odvodený z ang. frázy „*what's up?*“ – čo sa deje.

Aplikácia začala ako alternatíva k SMS správam. Medzi posielané súbory môžu patriť: text, fotografie, dokumenty, videá, ale i hlasové správy, emotikony a GIFy. Táto aplikácia je zdarma, teda až na detail, kedy musí byť mobilný telefón pripojený k internetu. WhatsApp založili Jan Koum a Brian Acton, ktorý pôvodne pracovali pre Yahoo asi 20 rokov. V roku 2014 sa spoločnosť WhatsApp pripojila k doméne Facebooku, ale i tak naďalej pokračuje ako samostatná aplikácia s cieľom posielania správ. (dostupné z: <https://www.whatsapp.com/features/>)

Funkcie WhatsAppu

Posielanie správ je hlavným cieľom tejto aplikácie. Umožňuje taktiež komunikovať v skupinovom chate až s 256 ľuďmi naraz, kedy sa môže meniť pozadie chatu, názov alebo upozornenia na čas vypnúť. V chate je možné posielat' dokumenty a to až do

veľkosti 100 MB. Táto aplikácia je taktiež dostupná k inštalácii cez počítač, stačí si iba stiahnuť desktopovú aplikáciu.

1.6.3 Twitter

Vznikol v marci roku 2006 ako projekt spoločnosti Odeo. Stal sa po uvedení na trh prudko populárnym. Tweet je v ang. citoslovce a sloveso pre pípanie/ čvrikanie a prípona *-er* označuje vykonávateľa tohto deja. Do slovenčiny môže byť toto slovo preložené ako *pípal*. (dostupné z: <https://www.zdrojak.cz/redakce/jak-zacit-pouzivat-twitter/>)

Twitter sa prezentuje ako mikrobloginovacia služba alebo aplikácia, ktorá umožňuje zverejňovať tzv. „tweety“ - o veľkosti najviac 140 znakov dlhé príspevky. Táto sociálna sieť, ako aj iné tu prezentované, nemusí mať prihlasovací účet na to, aby si prezerajúci človek mohol „tweety“ prezrieť. Avšak až ako registrovaný užívateľ je možné vytvoriť si okruh ľudí, ktorých by dotýčaný človek chcel sledovať alebo naopak tých, ktorí chcú jeho činnosť sledovať. Profil funguje podobne tomu facebookovému. Na profile sa môže zvoliť fotografia, meno, zoznam „tweetov,“ ktoré už boli zverejnené, zoznam koho užívateľ sleduje, podrobnosti o ňom.

Funkcie Twittra

Medzi funkcie patrí taktiež posielanie správ, ktoré sa dajú odosielať aj z mobilného telefónu ako SMS alebo cez e-mail službou twittermail.com, komentovanie príspevkov, aplikácia sa dá nainštalovať aj do počítača. Twitter sa dá prepojiť s aplikáciou Facebook, takže status uverejnený na Facebooku sa zverejní automaticky na Twitteri, ako je tomu aj pri Instagrame.

1.6.4 Pinterest

Podľa oficiálnej internetovej stránky Pinterestu je to „vizuálny vyhľadávač, ktorý slúži k hľadaniu nápadov ako sú recepty, inšpirácie pre domácnosť a štýl a mnoho ďalších.“ (dostupné z: <https://help.pinterest.com/cs/guide/all-about-pinterest>)

Akýsi pomyselný stred celého profilu tvorí domovská stránka. Tu je možné nájsť doporučenia, na základe už prezeraných „pinov“ alebo vyvinutej aktivity v rámci tejto aplikácie. Piny sú vlastne nápady, ktoré užívatelia uverejnili a uložili na internet. Každý pin odkazuje na stránku, kde bol uložený. Na domovskej stránke je možné vytvoriť a pomenovať

si svoju nástenku, toho, o čo ma daný človek záujem a čo chce, aby sa mu ďalej ponúkalo. Pri kliknutí na konkrétny obrázok sa ponúknu podobné obrázky, súvisiace s tým, ktorý bol rozkliknutý.

1.6.5 Snapchat a Instagram

Aplikácie Snapchat a Instagram sú založené na posielaní fotografií a obrázkov.

Snapchat vznikol ako školský projekt Picaboo, ktorú predstavili študenti Stanfordskej univerzity.

Táto aplikácia je určená pre užívateľov, ktorí majú viac ako 13 rokov. Pre deti je však dostupná aj detská verzia tzv. Snapkidz.

Snapchatové správy sa automaticky zmažú po 10 sekundách. Fotografia, ktorá chce byť zverejnená aj pre ostatných, môže byť uverejnená na Snap storie, kde zostane 24h a automaticky sa zmaže. Okrem zaujímavých príspevkov od kamarátov, Snapchat každý deň vyberie pár zaujímavých príspevkov zo sveta. Jednotlivé príspevky nemajú hodnotenie (like), jediné čo sa dá vidieť, je počet zobrazení pri príspevku.

Instagram spadá pod sociálnu sieť Facebook od roku 2012. Táto aplikácia je popredne určená pre mobilné telefóny, kde je možné na „stenu“ pridávať fotografie či videá s hastagom, určením polohy pridanej fotografie, rôznymi estetickými úpravami alebo vtipnými maskami, ktoré sa dajú odfoťiť ale len priamo (nedá sa pridať dodatočne). Užívateľ má svojich sledovateľov a zároveň aj on sám môže byť sledujúci ostatné profily. Rovnako ako aplikácia Snapchat, je možné na Instagrame uverejniť videá a fotografie z daného dňa, ktoré sa na Insta story objavujú ešte 24h, pokiaľ majiteľ účtu nechce video uložiť do svojej „galérie.“

1.6.6 YouTube

Fenomén YouTube

YouTube fenomén je dnes najviac rozšírený medzi vekovou kategóriou 8 – 25 rokov. YouTube patrí do portfólia Googlu, je však špecifickou sociálnou sieťou. Dá sa totiž využívať aj bez vytvorenia si vlastného účtu a bez využitia „sociálneho“ rozmeru. *„YouTube mesačnej využíva 63% Slovákov, aspoň raz denne 21% obyvateľstva. YouTube majú radi „všetci“ a „všetci“ ho aj využívajú ako všetko spojené s internetom, mladší ľudia YouTube využívajú intenzívnejšie – ale YouTube je penetrovaný veľmi hlboko do každej demografickej cieľovej*

skupiny.“ (dostupné z: <https://www.gfk.com/sk/insights/news/facebook-youtube-instagram-kolko-slovakov-je-na-socialnych-sietach/>)

Socializácia tejto vekovej kategórie prebieha taktiež prostredníctvom identifikácie so vzormi, internalizáciou postojov, hodnôt a správania sa druhých. Táto sociálna identita sa utvára prostredníctvom identifikácie sa so skupinami a osobami, ktoré vníma daný človek ako vzorové. Pokiaľ sa chceme dozvedieť, akým spôsobom prebieha socializácia súčasnej mladej generácie, musíme pouvažovať nad tým, kto sú tieto vzory. (Stašová, Slaninová, Junová 2015)

Fenomén je charakterizovaný v slovníku cudzích slov aj ako „úkaz, jav, skutočnosť; vynikajúci, mimoriadny človek.“ Túto definíciu môžeme brať teda z dvoch hľadísk.

Ako úkaz/jav, ktorý v minulosti nebol až tak bežný, kvôli (ne)dostupnosti, aby bol takmer každý youtuber. Začínajúci youtuber potrebuje mať určitý kapitál, aby si nakúpil pomôcky, ktoré bude pre natáčanie videí potrebovať. V minulosti to bol naozaj jav až úkaz, pretože ľudia, ktorí si mohli takéto pomôcky dovoliť, bolo naozaj málo.

Druhý uhol pohľadu je teda vynikajúci, mimoriadny človek. Dá sa súhlasiť aj s touto definíciou, ktorá sa spája s youtuberingom. Ľudia, ktorí natáčajú videá naozaj potrebujú byť aspoň v niečom mimoriadni, neobyčajní. Či už sa to týka rečníckych vlastností, alebo predvádzaných zručností, dotyčný potrebuje ovládať aspoň malé percento niečoho, čo ostatní nevedia.

Youtubering spĺňa sociologicky dané náležitosti subkultúry. Ako píše Martin Heřmanský a Hedvika Novotná v knihe *Folklór atómového veku*:

„Subkultúrna ideológia nachádza svoj výraz v tzv. subkultúrnom štýle. Štýl sa podľa britského sociológa Dicka Hebdige skladá z troch vzájomne prepojených zložiek: vizáže, vystupovania a slangu. Štýl nielenže vyjadruje subkultúrnu ideológiu svojho nositeľa, ale zároveň demonštruje jeho identitu ako člena subkultúry, takže je rozpoznateľný.“ (Martin Heřmanský a Hedvika Novotná, s. 95)

YouTuber

Youtuberi sú teda väčšinou mladí ľudia, ktorí pridávajú na server YouTube svoje videá, v ktorých prezentujú predovšetkým sami seba, svoj život, svoje názory na aktuálne témy i svoje životné postoje. Konkrétne sa jedná napríklad o videá, kde youtuberi natáčajú až hodinové záznamy o tom, ako hrajú počítačové hry a pri tom komentujú, čo presne robia. Tým môžeme nadviazať na to, že ak deti tieto videá sledujú, tak po čase pochytiť rovnaká gesta a slovník, ktorý YouTuber používajú. Jedná sa napríklad o slová WTF ("What the

fuck!" - "A sakra"), "hetka" (šiltovka), "pauzni to" (urob si prestávku), "dofinišuj to!" (Dokonči to), "nastav si väčšiu brightness" (presvetlí obraz) a podobne.

Konkrétne by stál za zmienku slang youtuberov. Na portáli stream.cz nájdeme krátke epizódy od Johnyho Machette, ktorý sa v týchto epizódach venuje špeciálne slangu, štýlu života a hodnotám, ktoré vyznávajú dnešný teenageri obecné. Avšak určite sa slang dá minimálne použiť na subkultúru youtuberov, pretože tento slang je používaný napriek sociálnymi sieťami a je plne súčasťou jazykového prejavu života mladej generácie. Nemôžeme ale aplikovať tento slang celoplošne, pretože určite sú regióny, ktoré používajú iný alebo podobný slang. Tieto slová sú síce z anglického jazyka, ale preklad alebo využitie môže skrz mestá alebo regióny nabráť úplne iný zmysel, ako uvedieme v daných konkrétnych príkladoch z videí Johnyho Matchetty:

Flexit – nič nerobiť, stáť v najdrahšom oblečení, fotiť sa na instagram

Fufu- napodobenina

Hypebeast – človek milujúci streetfashion, najviac tenisky

Legit – označenie originalnej veci

Meme – vtipný obrázok, ktorý vychádza z vtipnej situácie

Hype – niečo čo je trendy a práve to „frčí“

Selfie – fotografia vyhotovená telefónom alebo tabletom s prednou kamerou

Vlog – video blogy

Scrollovať – prezeranie si facebookovej steny príspevkov

Insta príbeh – fotografia alebo video, ktoré do 24h zmizne, alebo sa uloží, záleží od nastavenia profilu užívateľa

GIF – video zväčša s vtipným kontextom, vychádza z filmov, seriálov alebo vtipných situácií

Keď deti sledujú svojich obľúbených youtuberov, nie je vylúčené, že nezačnú natáčať svoje videá. V dnešnej dobe nie je nič nezvyčajné, že nájdeme videá, v ktorých pôsobia deti mladšieho školského veku. Zverejňujú napríklad videá z dovolenky, z Vianoc, aj keď sú väčšinou tieto záznamy často iba amatérske.

Medzi najznámejších youtuberov na Slovensku patria:

Gogo : Vlastným menom Daniel Štrauch, ktorý začal s youtuberingom v roku 2010. Pôsobí pod prezývkou GoGo a medzi jeho tvorbu patrí živé komentovanie hier a vlogy, kde rozpráva o vybratých témach. Pôsobí taktiež na Instagrame, Twitteri, Facebooku, Tumbleri a cez jeho oficiálnu stránku je možné si zakúpiť reklamné predmety s jeho logom alebo podobizňou. Na Youtube kanáli má viac ako 1 800 000 odoberateľov. (dostupné z: <https://www.youtube.com/user/GoGoManTV/about>)

Exploited : Peter Altof sa zaregistroval na Yotube v roku 2013, kedy začal natáčať svoje videá, ktoré sa týkali postavy z hry Metin2. Medzi prvými youtuberami, ktorých sledoval, patril GoGo, ale netrvalo mu dlho, aby si vytvoril vlastný štýl natáčania videí (nie len o hrách). V súčasnosti má takmer 1 000 000 odoberateľov na Yotube kanáli, má taktiež vlastný e-shop s oblečením a doplnkami. Jeho dlhoročná priateľka bola slovenská youtuberka Moma. Prezývka Expl0ited vznikla z kapely The Exploited, ktorú rád počúval. (dostupné z: <https://www.youtube.com/user/CaukyMnaukyRecordSK/about>)

Lucipug : Prezývka tejto youtuberky vznikla z jej mena Lucia a *pug*, plemena psa, ktorú má rada. Venuje sa móde, nakupovaniu a grafickému dizajnu. V súčasnosti má okolo 530 000 odoberateľov. Má taktiež svoj internetový obchod s módou a doplnkami LucyPug. (dostupné z: <https://www.lucypug.sk/sk/info/onas/>)

Moma : Moma Horňáková sa medzi inými zaujíma o módu, lifestyle, cestovanie. Na Youtube kanáli má okolo 450 000 odoberateľov. Registovaná je od roku 2012, kedy si začala písať aj svoj blog momahornakova.com. (dostupné z: <http://www.momahornakova.com/about-me/>)

Asimister : Max, ktorý si založil svoj Youtube kanál v roku 2008. Jeho tvorba pozostáva hlavne z komentovania hier, ale aj vlogov. Počet odoberateľov je okolo 530 000. (dostupné z: <https://www.youtube.com/user/AsimisterMT/about>)

Selosie : Alebo Menameselassie sa zaregistroval na Yotube v roku 2012, odkedy natáča svoje videá. Na tomto kanáli má viac ako 600 000 odoberateľov. Má taktiež svoj e-shop s oblečením a doplnkami. Venuje sa tvorbe lifehackov a vtipných videí. (dostupné z: <https://www.youtube.com/user/menameselassie>)

Praktická časť

2 Ciele práce

Cieľom teoretickej časti je vysvetliť pojem sociálne siete a popísať, čím mládež trávi svoj voľný čas, ktorý sa netýka času stráveným fyzickou aktivitou.

Hlavným cieľom praktickej časti, prostredníctvom kvantitatívneho výskumu, je zistiť, koľko času deti venujú sociálnym sieťam a ktorým konkrétne. Ďalej budeme zisťovať, kde deti radšej trávia čas a či sa u nich prejaví FOMO – strach z vynechania.

Záver dotazníku uzatvárajú otázky týkajúce sa YouTube, aby sme aspoň na malej vzorke zistili, kto žiakov 6. a 7. ovplyvňuje najviac.

2.1 Cieľová skupina

Cieľovou skupinou sú žiaci šiestej a siedmej triedy Základnej školy Slovanskej v Považskej Bystrici vo veku približne 12 rokov. Počet detí, ktoré sa výskumu zúčastnili bol 34, z toho 14 žiakov zo 6. triedy (41,2%) a 20 žiakov zo 7. triedy (58,8%).

Zber dát prebiehal pri jednorazovej návšteve základnej školy, počas 2 hodín informatiky. Súčasťou tejto dvojhodinovky bola prezentácia, prostredníctvom ktorej som sa snažila priblížiť žiakom sociálne siete z bezpečnostného hľadiska ich využívania.

Túto konkrétnu výskumnú vzorku som vybrala náhodne, iba s ohľadom na časový vyučovací plán žiakov druhého stupňa a učiteľov, ktorí tento výskum v ich hodinách umožnili.

2.2 Stanovenie hypotéz

H1: Počet detí, ktoré budú tráviť svoj voľný čas vonku bude približne rovnaký ako tých, ktorí svoj voľný čas strávia pri sociálnych sieťach/herných konzolách.

H2: Počet navštevovaných soc. sietí negatívne koreluje s povedomím rodičov o týchto deťoch.

H3: S rastúcim vekom rastie počet zverejnených informácií o sebe na sociálnych sieťach.

2.3 Metodológia výskumu

Pre svoju bakalársku prácu som si zvolila kvantitatívny výskum, pretože som so žiakmi strávila krátky čas na to, aby bol aplikovaný kvalitatívny výskum.

Konkrétnejšie som použila dotazník so zatvorenými, otvorenými a polozatvorenými odpoveďami. Zo zatvorených odpovedí boli využité otázky s dichotomickou ponukou, viacnásobným výberom ale aj poradovými hierarchiami.

Otázky, kde by sme mohli nájsť otvorené odpovede v dotazníku, boli štyri a polozatvorené odpovede som zaradila do dotazníku najviac. Predstavujú totiž kombináciu zatvorených a otvorených odpovedí a téma si vyžadovala polia *iné*, pretože pri téme sociálnych sietí je nutné mať aj iný pohľad na vec. Tento pohľad na vec však môžu priniesť len respondenti, ktorých počet bol ale prijateľný, a tento zvolený postup tak nenarušil štruktúru výskumu.

2.4 Realizácia

Výskum sa uskutočnil na Základnej škole Slovanskej v Považskej Bystrici, na odporúčenie učiteľov, s ktorými som sa pred písaním bakalárskej práce stretla. Výsledkom tohto stretnutia bol prísľub spolupráce z oboch strán.

Dáta som zbierala osobne, prostredníctvom papierovej formy dotazníka. Informovaný súhlas s kladnou odpoveďou zo skupiny č.1 donieslo 14 zúčastnených detí (82,4%), 3 deti (17,6%) tento súhlas priniesli so zápornou odpoveďou, takže boli prítomné len na prezentácii. Skupina č.2 – siedmci – priniesla v 100% -tnej návratnosti informované súhlasy s kladnými odpoveďami.

Pred vyplňaním dotazníkov, som jasne zopakovala, že dotazník je dobrovoľný a kto nechce, nemusí sa vyplňovania zúčastniť. Dobrovoľnosť som mala zahrnutú aj v úvode každého dotazníka. Pedagógovia mali taktiež možnosť si dotazník „skúšobne“ vyplniť, aby boli oboznámení s tým, čo deti vyplňajú.

Žiakov som po rozdání dotazníkov poprosila, aby vyplňali samostatne, bez rád spolusediacich a ak by nejakej otázke nerozumeli, gestom ruky ma mali privolať. Tento pokyn naozaj dodržali.

Ako menší bonus pre žiakov som si pripravila PowerPoint prezentáciu, s 26timi slidami, ktorých obsahom bolo všeobecné oboznámenie so sociálnymi sieťami, ktoré

z väčšiny poznali, ale i s takými, o ktorých nepočuli. (zastaralé, používané v iných častiach sveta...)

2.4.1 Prezentácia

Prezentácia bola prezentovaná žiakom až po dotazníku, ktorý vypracovávali približne 20min.

Obsahom tejto prezentácie boli ďalej časti, o tom, aké osobné údaje môžu a ktoré by naopak nemali zverejňovať. Na tomto slide som si slovné (hlásenie sa) overila, či aspoň sčasti pravdivo odpovedali na otázku č. 5 – *Aké základné informácie o sebe poskytujete na soc. sieťach?* Odpovede hlásiacich sa som si zapísala na vedľajší papier a neskôr skontrolovala s výsledkom dotazníka. Odpovede sa z 85% zhodovali s počtom hlásiacich sa detí.

Po časti s osobnými údajmi nasledoval blok s názvom *Chráň sa pred zneužívaním*. V tejto časti som sa venovala škodlivým softvérom (vírusom – Trójsky kôň, červy atď.) ale i škodlivému správaniu iných ľudí.

Konkrétnejšie som sa zamerala na najčastejšie útoky cez internet z môjho pohľadu a tými boli: Nigérijský list, (páchateľ sa snaží dostať z obete jej osobné údaje pod zámienkou vyplatenia výhry, dedičstva atď.) kybergrooming (psychická manipulácia prostredníctvom internetu, zväčša so sexuálnym podtónom), kyberšikana – ktorú deti nepoznali, počet dokopy hlásiacich sa detí, ktoré vedeli, čo toto slovo znamená bol 10 z 34 detí, čo som očakávala a preto som tejto časti prezentácie venovala špeciálnu pozornosť. Na webovej stránke kybersikanovanie.sk, je možné vyhľadať si všetku legislatívu, ktorá sa k tejto téme viaže. Stránka poskytuje aj kontakt v prípade, že by niekto potreboval pomoc, ale sú tu i náučné videá, ktoré deti privítali s nadšenosťou. (tá spočíva v urážaní, zosmiešňovaní alebo obťažovaní druhých)

Slide č.21 bol venovaný veku uvádzanom sa sociálnej sieti Facebook. V skupine bolo 17 detí (50%), ktoré mali vek vyšší než 13 rokov. Pri registrácii na tejto sociálnej sieti súhlasíte s mimo iné s tým, že vek, ktorý uvádzate je pravdivý, pretože poskytovateľ si chce byť istý, že obsah, ktorý poskytne, bude prístupný len osobám, ktoré majú viac ako trinásť rokov. Pri položke s dátumom narodenia sa nachádza vysvetľujúca poznámka ohľadom povinnosti uvádzať tento údaj: *„Facebook požaduje, aby všetci používatelia uviedli svoj skutočný dátum narodenia, aby mohol zabezpečiť hodnovernosť a poskytovať prístup len k obsahu, ktorý zodpovedá veku. Ak si neželáte, aby sa vyššie uvedené informácie zobrazovali*

vo vašom profile, je možné ich skryť, pričom ich využitie sa riadi.“ (dostupné z: https://www.facebook.com/your_information/)

V slide 23 -26 som sa snažila žiakom predstaviť cez screenshots (odfotenie obrazovky) telefónu, ako si jednoducho a rýchlo nastaviť informácie, ktoré chcú aby boli viditeľné pre iné osoby. Tieto obrázky obsahovali napr. menovky na fotografiách (pri zverejnení určitej fotografie, je možné označiť dotyčného človeka a toto označenie sa zobrazí jeho priateľom alebo aj širšiemu okoliu – záleží od nastavenia siete). Dôležitým nastavením bolo zverejnenie polohy daného človeka, ktorú aplikácia Facebook zverejňuje, pokiaľ nie je učené inak. Toto nastavenie sa nachádza priamo v nastavení súkromia a žiaci o ňom nikdy nepočuli a ani neboli schopní vlastnými slovami popísať, čo by sa v tomto nastavení mohlo nachádzať, resp nastavovať.

Ako veľké pozitívum v nastaveniach účtu Facebook považujem funkciu *Nastaviť denné pripomenutie*. V tejto funkcii sa nachádza presne zaznamenaný graf, koľko času daný človek strávil denne na Facebooku a ak chce, aby tento čas bol zredukovaný, môže si nastaviť upozornenie, kedy mu telefón jednoducho pripomenie, že prekročil denný limit, ktorý si nastavil. Táto pripomienka funguje ako napríklad budík v telefóne, kedy sa dá jedným potiahnutím zrušiť upozornenie alebo ho presunúť na neskôr. Toto upozornenie funguje taktiež na sociálnej sieti Instagram, za podobných podmienok.

Prezentáciu uzatvárajú obrázky, kde vidno, ako sa dá nastaviť kto môže danému človeku posilať správy, žiadosti o priateľstvo alebo či chce, aby sa dal jeho email nájsť cez vyhľadávač Google.

Prezentácia bola ohodnotená kladne ako zo strany žiakov, tak i zo strany učiteľov, ktorí boli pri prezentácii v triede prítomní. Deti zaujala téma ako taká, aj keď podľa ich slov, Facebook, na ktorý bola prezentácia zameraná, už nepoužívajú tak často. Avšak sociálne siete všeobecne používajú denne a je to komunikačný kanál, ktorým komunikujú ako so svojimi rovesníkmi, tak i s rodičmi alebo inými blízkymi osobami. Jednoduché zaobchádzanie, ako napr. aplikácia Messenger, totiž umožňuje používanie aj staršej generácii, ktorú aktívne starí

rodičia žiakov využívajú. Tento fakt som zistila náhodne, pri komunikácii so žiakmi počas prezentácie.

Ďalším zaujímavým faktom, ktorý som sa počas prezentácie dozvedela bol, že iba 8 z 34 detí majú mobilné dáta, ktoré môžu využívať aj mimo pripojenia WiFi. Dátové balíčky

platia rodičia, o cene balíčkov deti však nemali tušenie. Väčšina detí sa pripája na internet doma, kde majú WiFi sieť - pripojenie cez telefón, ako bolo dokázané v otázke č. 7.

V prezentácii bolo aj niekoľko cudzích slov, resp. slovných spojení, ktoré sa spájajú so sociálnymi sieťami, ale deti ich nepoznali. Tento fakt som predpokladala, a preto som sa pred výkladom konkrétneho slideu zamerala najskôr na výklad daných slov. Medzi tieto slovné spojenia patrili napr. rasistické a xenofóbne prejavy, holokaust, anorexia a bulímia atď.

2.5 Vyhodnotenie dotazníku

Dotazník som sa rozhodla po predchádzajúcom skúmaní rozdeliť na dve časti, a to podľa tried. Toto rozdelenie som učinila, pretože ako som po skúmaní jednotlivých dotazníkov zistila, (po vyplnení dotazníkov, som si ich oddelila podľa triedy, pretože síce vekový rozdiel nebol až tak veľký, ale po prečítaní niekoľkých článkov bolo jasné, že rôznorodosť používania sociálnych sietí súvisí aj od skupiny, v ktorej sa deti nachádzajú. V tomto prípade to bola triedna skupina). Tz., trieda šiestakov (14 žiakov) a trieda siedmakov (20 žiakov). Triedu šiestakov som označila ako *skupinu 1*, triedu siedmakov ako *skupinu 2*.

Prvé otázky dotazníka tvoria faktografické položky zisťujúce vek, pohlavie, mesto/obec, kde žijú. Tieto otázky majú vyššiu validitu, pretože odpovede sú jasne dané. Nižšiu validitu majú otázky, u ktorých si odpoveď vyžaduje odhad ako napr. pri otázke č.4 *Kolko ste mali rokov, keď ste si založili prvý profil na sociálnej sieti?* U detí môže byť tento odhad mierne skreslený, aj keď odpovede na túto otázku boli podľa môjho odhadu, celkom pravdivé. Nižšia validita môže byť taktiež pri ostatných otázkach, kde sa otázka zameriava na preferencie, odhad času stráveného písaním si cez sociálne siete a i.

V tabuľke č.1 môžeme vidieť, aký bol priemerný vek žiakov. Za skupinu 1 to bolo 11,92 a za skupinu 2 – 13,1. V skupine 1 bolo iba jedno dieťa, ktoré malo 11 rokov, kdežto v skupine 2 bola škála od 12-15 rokov.

	Skupina 1	Skupina 2
Spolu vek	14	20
Priemerný vek	11, 92	13,1

Tab. č.1 – Vek

Otázka č. 2 a 3 bola demografického charakteru. Otázka č. 2 sa pýtala na pohlavie. Chlapcov bolo menej v oboch skupinách. (viď tab. č. 2). Otázka č.3 - *Zakrúžkujte, kde žijete*, nebola podľa výsledkov až tak smerodatná, pretože počty v oboch skupinách boli rovnaké, a po detailnejšom skúmaní konkrétnych dotazníkov nebola v odpovediach

	Skupina 1	Skupina 2
chlapci	8	9
dievčatá	6	11

Tabuľka č.2 - Pohlavie

návaznosť na ďalšie otázky a ani žiadne súvislosti. Táto otázka by mohla byť významnejšia pri vyššom počte respondentov.

Otázka č.4 bola už menej validitná, pretože respondenti si mali spomenúť, kedy približne si založili profil na sociálnej sieti (nebolo uvedené aké, ľubovoľná). Žiaci mali počas vyplňovania otázky, ako napr. čo ak si nespomeniem? Čo ak neviem?, avšak všetky dotazníky boli v tejto otázke vyplnené.

Piata otázka bola zameraná na informácie, ktoré žiaci o sebe poskytujú na sociálnej sieti. Zároveň sa žiaci v prezentácii dozvedeli, ako si tieto informácie skryť pred ľuďmi, ktorých nepoznajú. Mnoho z nich nevedelo, kde sa toto nastavenie nachádza, preto ich táto informácia veľmi zaujala. Na otázku mohli odpovedať zakrúžkovaním viacerých bodov, nie len jedného. Najviac detí má vo svojom profile zverejnenú profilovú fotku, ktorá zodpovedá reálnej podobe. Zo skupiny 1 to bolo až 10 detí (71,4%), zo skupiny 2 ju majú zverejnenú 11-ti žiaci (55%). Na druhom mieste sa s rovnakým počtom umiestnila informácia o tom, odkiaľ žiaci pochádzajú. V oboch skupinách to bolo 5 detí. Dátum narodenia má zverejnených 8 žiakov zo skupiny 2, čo prisudzujem faktu, že už väčšina mala trinásť rokov, čo je požadovaný vek na oficiálnu registráciu pri sociálnej sieti Facebook. V skupine č.1 majú zverejnený vek iba štyria žiaci. Spýtala som sa ich na túto otázku ešte aj verbálne, kde priznali, že vek tam nemajú zverejnený skutočný, ale iba taký, aby mohli byť registrovaní na sociálnej sieti. Reálny vek nemal v skupine č.1 zverejnený nikto. V skupine č.2 sa ešte vyskytli po jednej odpovedi zverejnené informácie o škole, ktorú navštevujú a stave vzťahu, ktorý momentálne majú. (zadaný, nezadaný, je to komplikované a i.) Odpovede ako telefónne číslo, členovia

rodiny a náboženský názor nezískali ani v jednej zo skupín žiadnu odpoveď. Z výsledkov tejto otázky môžeme usúdiť, že hypotéza č.3 sa nepotvrdila.

Šiesta otázka sa dotazovala na sociálne siete, ktoré respondenti najčastejšie používajú. Mohli označiť aj viacero odpovedí, pričom sa ale neurčovalo poradie/stupňovitost podľa používania, ale iba používanie vo všeobecnosti. Respondenti využili aj možnosť dopísania odpovedí, ako môžeme vidieť v tabuľke č. 3- *najpoužívanejšie sociálne siete*. Najpoužívanejšia sociálna sieť, tzn. odpoveď, ktorá mala najviac odpovedí, bola Instagram. Tá získala v skupine 1 päť označení, a v skupine 2 to bolo až dvanásť označení, čo mi žiaci aj potvrdili, pri slide v prezentácii, kde som sa pýtala na najčastejšie používanú sociálnu sieť. Ako dôvod udali, že táto sociálna sieť je jednoduchá na používanie, má možnosť posielania správ a zároveň nie je nutné, aby bol uverejnený písomný status ako vyjadrenie pocitu/aktivity, ale stačí fotka alebo Insta stories, ktoré zaznamenajú žiadanú aktivitu vo forme obrázku/video. Ako druhá najpoužívanejšia sociálna sieť bola označený Messenger, ktorý spadá pod správu Facebooku a funguje na základe správ, videí, GIFov a príbehov, ktoré môžu byť vo forme videí alebo fotografií. Na treťom mieste bola aplikácia Facebook. V ďalšom poradí sa výsledky trochu líšia ako môžeme vidieť v tabuľke č.3. Medzi dôležité postrehy by som zaradila, že iba skupina č.2 uviedla do možnosti – *iné* - až v počte 5 odpovedí aplikáciu Snapchat. Túto aplikáciu používali zväčša dievčatá (uviedli 4 dievčatá). Ďalšie odpovede v menšom počte (2 odpovede, 1 odpoveď) boli Viber, Pinterest a Youtube.

	Skupina 1	Skupina 2
Facebook	4	5
Twitter	1	0
Instagram	5	12
Whatsapp	3	2
iné:		
Messenger	5	7
Youtube	2	1
Snapchat	0	5
Viber	0	2
Pinterest	0	2

Tabuľka č.3 – najpoužívanejšie sociálne siete

V otázke č.7 mali žiaci zoradiť podľa používanosti počítač, tablet, mobilný telefón a hernú konzolu a ku každej odpovedi napísať čas, koľko času približne denne strávia pri konkrétnom zariadení. Touto otázkou bolo zistiť, ako dlho sú žiaci pripojení k sociálnej sieti, pokiaľ by sme vychádzali z faktu, že počas vyučovania sú akékoľvek mobilné telefóny a tablety zakázané, čiže by tieto zariadenia používali mimo školy – vo svojom voľno čase. V skupine č.1 aj 2. bolo zistené, že najviac detí používa mobilný telefón. Nie je v otázke však ďalej určené čo konkrétne na tomto zariadení robia, nemusí sa teda výhradne jednáť o používanie sociálnej siete, ale môže ísť aj o hranie hier. Skupina č.1 používa najviac mobilné telefóny v počte 11 žiakov (78,5%) s priemerným časom 2,6h/denne, skupina č.2 v počte 16 žiakov – čo je 80%, s priemerným časom 3,75h/denne. Toto vyššie číslo v čase používania prisudzujem aj veku žiakov. Odpovede sa pohybovali okolo čísla 2-3h/denne, avšak dvaja žiaci uviedli čas 14 hodín/denne, z čoho usudzujem, že títo žiaci musia využívať mobilné dáta, pretože v škole nie je otvorená WiFi sieť, a tento čas zahŕňa aj čas strávený v škole. Menej často žiaci používajú počítač – 6 a 11 žiakov takmer s rovnakým časom – 1,9 a 1,8h/denne. Tretia odpoveď – málo používam – nebola vo všetkých dotazníkoch vyplnená, v skupine č.1 to bolo 5 odpovedí s priemerným časom 45' a v skupine č.2 to bolo 6 odpovedí s priemerným časom 1,1h/denne. Posledné raz za čas až vôbec využívané boli herná konzola v skupine č.1 herná konzola s časom 15', a v skupine č.2 to bol tablet (uviedli traja žiaci) s priemerným časom 30'.

Otázka č.8 sa už viac zamerala na činnosť, ktorou sa žiaci zaoberajú, keď využívajú sociálnu sieť. Mohli si vybrať z ponúknutých možností alebo mali k dispozícii možnosť *iné*, kde mohli činnosť, ktorá nebola v ponúknutom výbere, dopísať. (viď tabuľku č.4 – činnosť na sociálnej sieti). Najpočetnejšia bola odpoveď „chat“ (písanie si), v skupine č.1 to bolo až 78,6% s jedenástimi odpoveďami a v skupine 2, to bolo 13 odpovedí. (65%) Ďalej deti hrajú hry

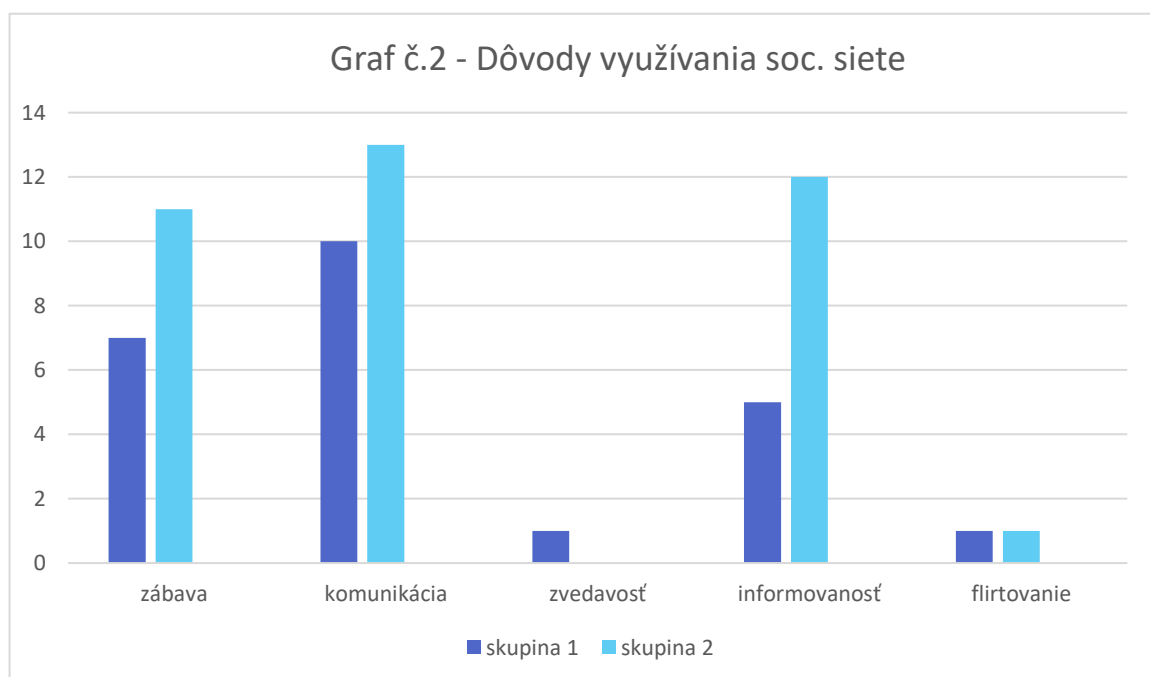
	Skupina 1	Skupina 2
hranie hier	5	4
chat	11	13
videochat	1	4
čítanie príspevkov	2	10
scrollovanie	1	11
follow (ostatných)	3	10
komentáre	4	1
zdieľanie obrázkov	3	3
iné:		
inšpirácia		1

Tabuľka č.4 – Činnosť na sociálnej sieti

a zdieľajú obrázky, čo boli odpovede s rovnakými počtami odpovedí. Ďalšie výsledky sa od seba značne líšia. Veľký rozdiel môžeme vidieť v tom, že staršie deti oveľa viac zvolili odpovede: čítanie príspevkov, scrollovanie a follow ostatných. Tieto odpovede zvolilo približne 50% žiakov. Na tejto otázke môžeme teda vidieť, že rôznorodosť činností na sociálnej sieti určite bude vyžadovať aj časové možnosti, čo nám potvrdila otázka č.7, u skupiny č.2 3,75h (za predpokladu, že pri prezeraní sociálnej používajú mobilný telefón, v dotazníku otázka č.7)

Otázka č.9 bola otvorená, respondenti mali zostaviť poradie ľubovoľných soc. sietí podľa obľúbenosti. Na prvom mieste sa umiestnil Instagram. Tým sa opakuje výsledok s otázkou č.6, ktorá sa síce pýtala na najčastejšie používanú sociálnu sieť, ale obľúbenosť priamo súvisí s využívanosťou danej sociálnej siete. Môžem teda skonštatovať, že reliabilita tejto otázky sa overila. Taktiež sa u skupiny č.2 potvrdilo druhé a tretie miesto – Messenger a Snapchat. Z týchto výsledkov môžeme usúdiť, že skupina č.2 preferuje viac komunikáciu, pred trávením času „len tak“ na sociálnych sieťach. Tento úsudok sa potvrdí v otázke č.10 - *z akých hlavných dôvodov využívate sociálne siete?* Na štvrté miesto dali žiaci aplikáciu Whatsapp so štyrmi umiestneniami na štvrtom mieste. Skupina č.1 má však zvyšok z otázky č.6 odlišný. Na druhé miesto umiestnili Youtube (4), na tretie Facebook (3) a na štvrté Whatsapp (2).

Ako už bolo spomenuté v popise otázky č.9, otázka č.10 len potvrdzuje jej výsledky. Táto otázka bola polouzatvorená s možnosťou *iné*, ktorú však využila len skupina č.2. Respondenti odpovedali na otázky v rovnakom pomere, okrem možnosti *informovanosť*. (viď



graf č.1) Skupina č.1 zvolila túto možnosť len v 30%, ale v skupine č.2 to bolo už 60%. Je otázne, čo konkrétne si žiaci pod pojmom informovanosť predstavili (informovanosť politická – napr. prezidentskí kandidáti vs. informovanosť spoločenská – napr. čo sa deje v šoubiznise). Tz., že obe skupiny používajú sociálnu sieť kvôli zábave (sk.1 - 7 a sk.2 - 11 odpovedí), komunikácii (10 a 13), a flirtovaniu (1 a 1). Zo zvedavosti využíva sociálnu sieť jeden žiak prvej skupiny a v druhej skupine medzi odpoveďami iné boli zakomponované nuda (1), inšpirácia (1).

Otázka č.11 sa dotazovala na počet zverejnených fotografií vrátane Insta a Facebook stories. Skupina č.2 mala počet zverejnených fotografií vyšší než skupina 1, vo všetkých kategóriách. V skupine č. 1 zverejní do 5 fotografií/denne – 6 žiakov, a za týždeň zverejnia priemerne 3 fotografie. V skupine č.2 zverejní denne do 5 fotografií – trinásť žiakov, do 10 fotografií – štyria žiaci, a do 20 fotografií len jeden žiak.

Na otázku č.12 naväzuje otázka č.12, ktorá sa dotazuje, čo na týchto zverejnených fotkách je. Otázka je zase polouzatvorená, čo obe skupiny využili. Vid' tabuľku č.5 – fotografie. Na základe tabuľky môžeme zhodnotiť, že skupina č.1 uverejňuje viac fotografií týkajúcich sa prírody než skupina č.2, ktorá v počte 15 odpovedí uverejňuje obrázky, na ktorých sú oni sami. Tu musím opomenúť pojem selfie, ktorý je pre dnešnú spoločnosť úplne bežný. Nepochybne aj žiaci využívajú túto funkciu, pretože je jednoduchá a dokáže zachytiť obraz samého seba bez akejkoľvek asistencie druhého človeka. Ako pomôcka sa používa tzv. selfie stick (palička, na ktorú sa upevní mobilný telefón a s pomocou tlačidla na paličke vznikne fotografia samého seba).

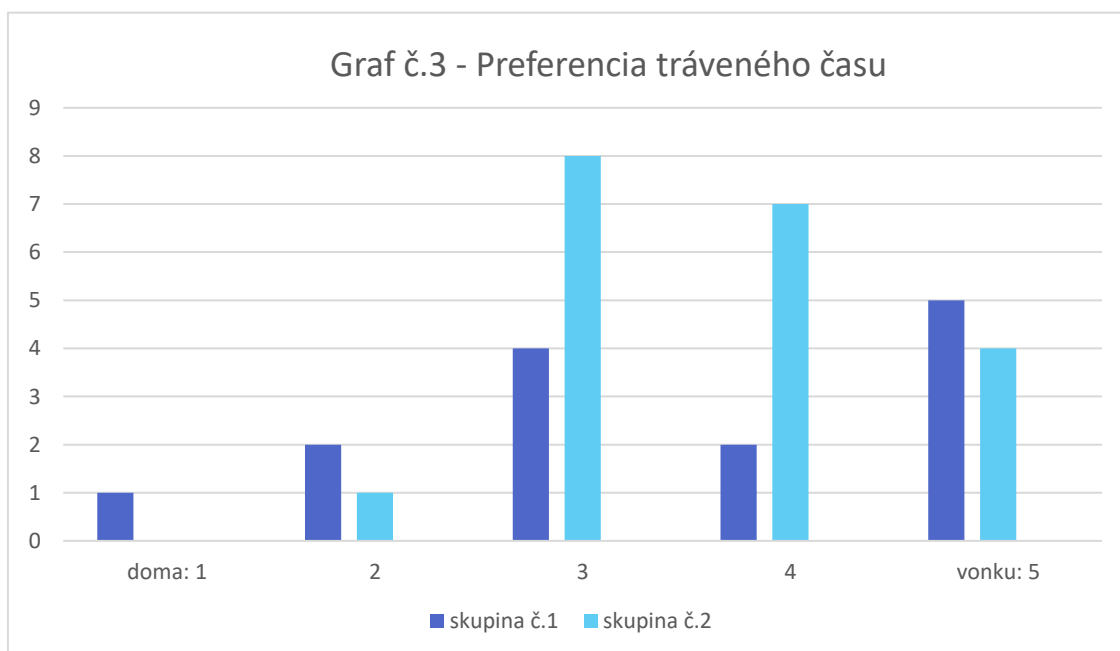
	Skupina 1	Skupina 2
ja	6	15
rodina	2	0
ľudia	1	4
záujmy	6	8
domáci miláčikovia	7	4
príroda	10	10
jedlo	2	0
iné:		
	zábava	výlety
	reakcie	meme
		miesta

Tabuľka č.5 – fotografie

K otázke č.13 sa viaže FOMO – Fear of missing out, kedy sa nielen mladiství v noci budia, aby skontrolovali čo sa deje na sociálnej sieti alebo na chate. Potrebujú mať pocit, že sú pripojení stále a ak nie sú, niečo im uniká. Tento jav som sa aspoň na malej vzorke

respondentov snažila ukázať, že naozaj existuje (na vyššiu validitu, by som potrebovala viac respondentov) Otázka č.13 znela: *Používate sociálne siete aj v noci (kontrolujete svoje správy, olikované príspevky, atď.) Napr.: Zobudím sa uprostred noci a pozriem sa na sociálnu sieť.* Odpoveď bola zatvorená. Odpoveďou áno odpovedali zo skupiny č.1 dvaja respondenti (14,3%), z druhej skupiny odpovedali kladne štyria respondenti (20%). To znamená, že tento jav naozaj existuje a nachádza sa nie len medzi dospelými/závislými na internete/ľuďmi trpiacimi poruchami spánku atď., ale i medzi žiakmi druhého stupňa, ktorí sú veľmi ohrození, pretože nedokážu regulovať potrebu skontrolovať sociálnu sieť alebo správy. Otázka č.14 bola len pre žiakov, ktorí kladne odpovedali na otázku č.13 a táto otázka znela: *Ak používate sociálnu sieť aj v noci, čo konkrétne robíte?* Odpovede môžeme rozdeliť do troch kategórií. Písanie si, scrollovanie sociálnej siete, hry. Zaujímavé na týchto troch kategóriách je, že možnosť – písanie si – uviedli iba respondenti skupiny č.2. Starší žiaci, ako som spomínala už pri otázke č.9 a 10, radi komunikujú cez sociálne siete (viac, ako mladší žiaci), čo sa potvrdilo aj pri tejto otázke.

Pätnásta otázka sa dotazovala na čas strávený vonku alebo doma. U skupiny č.1 prevláda odpoveď vonku (5 odpovedí), čo si môžeme potvrdiť aj predchádzajúcou otázkou, čo uverejňujú na sociálnych sieťach. Domáci miláčikovia a príroda boli jednoznačne na popredných priečkach, preto z toho vyvodzujem, že žiaci naozaj budú čas tráviť viac vonku ako doma. U skupiny č.2 a už spracovaných dátach by som sa domnievala, že žiaci budú tráviť čas viac doma ako vonku, pretože čas, ktorý denne strávia na mobilnom telefóne im zabraňuje naplno využívať čas vonku. Nikto zo žiakov však neuviedol, že rád trávi čas doma.



Táto odpoveď zase môže mať aj iné dôvody (rodinné zázemie a i.). Neutrálnu odpoveď *neviem* však zvolilo až 8 žiakov (40%). Vid' graf č.3 – Preferencia tráveného času. Tu môžeme vidieť, že hypotéza č.1 sa nepotvrdila.

Otázka č.16 sa dotazuje na formu komunikácie, ktorú respondenti preferujú. Skupina č.1 preferuje osobnú komunikáciu nad komunikáciou cez sociálne siete. Možnosť osobne komunikovať by si vybralo 11 respondentov, kdežto cez sociálne siete o troch žiakov menej, iba 8 žiakov. Ako bolo už vyššie spomenuté, skupina č.2 preukázateľne rada komunikuje. Formu osobnej komunikácie by zvolili všetci respondenti, pretože 20 žiakov (100%) odpovedalo možnosťou „asi áno“ a „rozhodne áno.“ Formu komunikácie cez sociálnu sieť by si vybralo 9 žiakov, čo je 45% z počtu skupiny č.2. Odpoveď „neviem“ si zvolili pri sociálnych sieťach v obidvoch skupinách štyria žiaci. Z týchto dát môžeme teda vyvodit', že síce majú žiaci možnosti kdekol'vek a kedykol'vek komunikovať cez soc. sieť, to však osobne nepreferujú. Stále preferujú osobný kontakt, kedy môžu so svojou rodinou, kamarátmi komunikovať verbálne. Aplikácie ponúkajú rôzne možnosti, ako pomocou emotikona vyjadriť emócie

Rodičia sa vo všeobecnosti vyjadrujú, že vedia, čo ich deti na internete robia. Snažia sa deťom zamedziť prístup ku kontroverznejším internetovým stránkam pomocou rodičovských zámkov. Túto funkciu však sociálne siete nemajú. Preto rodičia často nevedia, aké sociálne siete ich detí navštevujú. O ich činnosti teda nemajú tušenie. Otázka č. 17, 18 a 19 teda zamerali na rodičov žiakov.

Čas vyhradený na počítač/tablet má z prvej skupiny 5 žiakov (35,7%). Tento priemerný čas činí 1,7h denne. Zo skupiny č.2 má tento čas vyhradený 8 žiakov (40%), a to v priemere na 2,4h denne. Ako si môžeme všimnúť, skupina so staršími žiakmi má o 0,7h (cca 45 minút) viac času, kedy sa môžu venovať ľubovoľnej činnosti na ľubovoľnom zariadení. Je nutné dodať, že tento čas nevyplnili všetci žiaci, ktorí majú určený čas na počítači, tablete.. Preto je tento čas len orientačný. Aj tento orientačný čas však ukázal, že rozdiel medzi triedami šiestakov a siedmakov sa môžu ukázať aj na takejto banálnej otázke, ako je čas určený pre hru, chatovanie a iné.

Ďalšia otázka sa zamerala na kontrolu pri používaní internetu, zase z pohľadu žiaka. Otázka znela: „*Kontrolujú Vás rodičia pri používaní internetu? Ak áno, vypíšte ako.*“ Odpoveďou áno, odpovedali z prvej skupiny traja žiaci a z druhej skupiny až 8 žiakov, čo bolo prekvapivé. Domnievala som sa, že starší žiaci nebudú kontrolovaní až tak, ako mladší žiaci, ale opak bol pravdou. Konkrétne odpovede, ako kontrolujú rodičia svoje deti, som

spojila dokopy, pretože sa odpovede oboch skupín veľmi nelíšili a zo skupiny č.1 túto možnosť využili len dvaja žiaci. Odpovede boli: „*Pozrú si môj Facebookový profil*“ (3 odpovede podobného charakteru), „*Spolu si pozrieme moju sociálnu sieť*“ (1 odpoveď), „*Pozrú si, aké príspevky na sociálnu sieť dávam*“ (2 odpovede), „*Nahliadnu do môjho chatu.*“ (1 odpoveď) Žiaden zo žiakov však neuviedol, že by ho rodičia kontrolovali cez rodičovský zámok alebo iný bezpečnostný portál. Všetky uvedené „kontroly“ sú učené vizuálne, na základe dôvery rodiča v dieťa. Je otázne, koľko vecí dieťa rodičovi ukáže, pretože veľa príspevkov na sociálnych sieťach sa dá napr. skryť, aby ho nevidela konkrétne osoba, ba dokonca ani majiteľ účtu. Správy sa taktiež dajú obmedziť časovo, obrázky sa napr. na sociálnej sieti Instagram po prezretí už viac neukážu. Je pozitívne, že rodičia deťom dôverujú, ale myslím, že sa zatiaľ musíme spoliehať len na takúto kontrolu, keďže rodičovské zámky na sociálnych sieťach nie sú.

Otázka č.18 nepriamo nadviazala na predchádzajúcu. Táto otázka bola uzatvorená. Dotazovala sa na to, či rodičia žiakov vedia, aké sociálne siete navštevujú. Mnoho rodičov vo všeobecnosti pozná len Facebook, ktorý je súčasťou aj ich komunikačného kanálu, avšak ostatné zvyčajne nepoznajú, nevedia ich používať. Táto otázka nekonkretizovala, o akých sociálnych sieťach rodičia vedia, a preto aj čísla odpovedí, môžu byť pravdepodobne vysoké. Zo skupiny č.1 tvrdí dvanásť žiakov (85%), že rodičia vedia aké sociálne siete navštevujú, a zo skupiny č.2 taktiež kladne odpovedalo 16 žiakov (80%), čo je veľmi vysoké číslo, až nad očakávanie. Ako som ale písala vyššie, nebolo dané, o ktorých rodičia vedia a nevedia, tzn. že môžu vedieť o jeden navštevovanej sociálnej sieti, ale nie o ostatných. Táto otázka nepotvrdila hypotézu č.2: *Počet navštevovaných soc. sietí negatívne koreluje s povedomím rodičov o týchto deťoch.*

V poslednej otázke dotazníku, ktorá sa pýtala na sociálne siete ako také, som sa dotazovala, „*Koľko času približne denne strávite písaním si cez sociálne siete?*“ Tento čas som rozdelila do štyroch kategórií. Do 1 hod, 1h – 3h, 3h – 5h, viac ako 5h. Rozmedzie času písania som určila po rozhovoroch so svojím okolím, keďže som nevedela, koľko času písanie si, zaberie dospelému človeku. V aplikácii Facebook je síce časové snímanie činnosti, tá však neskúma činnosť Messengera, ktorý je určený k posielaniu správ a patrí pod Facebook. Pre väčšiu prehľadnosť bola vytvorená tabuľka, ktorá ukazuje jednotlivé skupiny a kategórie, kde čas svojho písania zaradili žiaci. (tabuľka č.6 – Písanie si)

	skupina 1	skupina 2
do 1 h	8	9
1-3h	5	6
3 - 5h	0	2
viac ako 5h	0	2

Tabuľka č.6 – Písanie si

Posledné tri otázky v dotazníku sa zameriavali na YouTube a jeho ovplyvňovanie žiakov.

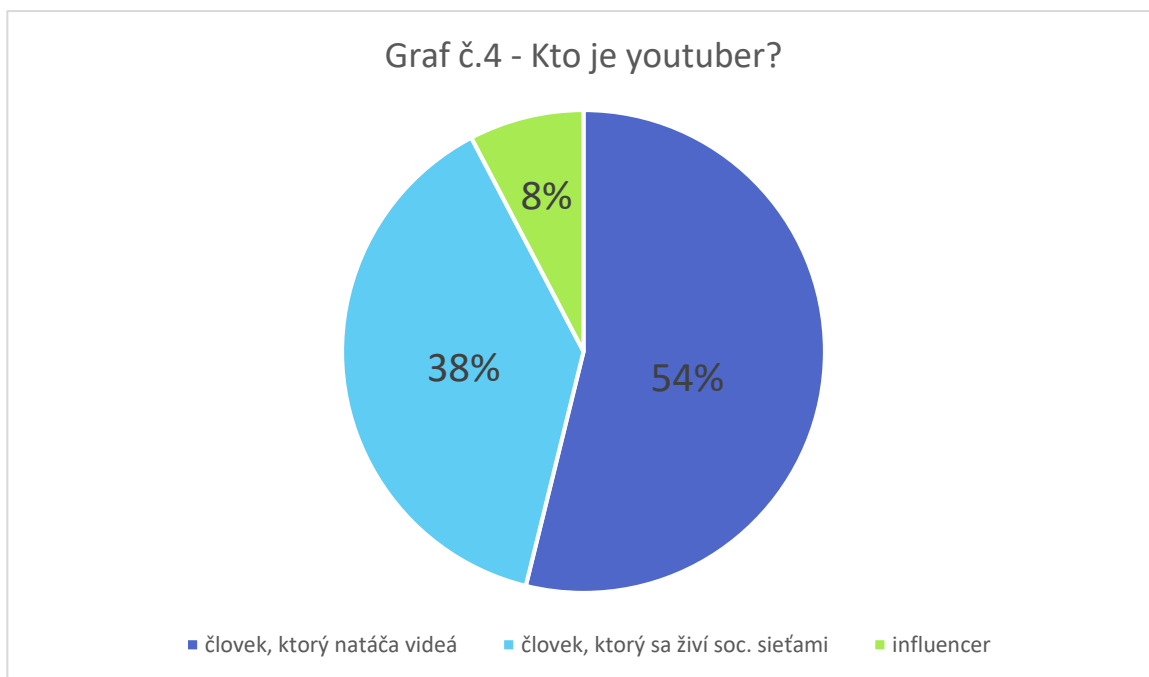
Všetky otázky boli otvorené a respondenti do nich mohli napísať ľubovoľný počet odpovedí. Otázka č.20 skúmala, aký počet youtuberov žiaci poznajú. Objavili sa mená ako české, tak i slovenské. Vybrala som však šesť mien, ktoré sa opakovali najviac: Gogo (13x), Exploited (9x), Lucipug (8x), Moma (7x), Asimister (6x), Selosie (5x). Títo youtuberi boli opísaní v teoretickej časti bakalárskej práce. Prevažili youtuberi muži, aj napriek tomu, že dievčat bolo spolu viac, ako chlapcov. Medzi šiestimi najobľúbenejšími sú iba dve zástupkyne youtuberingu a to Moma a Lucipug.

Otázka č.21 bola viac všeobecná, pýtala sa na zamerania videí, ktoré žiaci pozerajú. 21 odpovedí sa zhodovalo v téme hudba, za ňou nasledovali všeobecne videá s 19-timi odpoveďami. V menšom počte sa vyskytli odpovede ako: hry (2x), informačné videá (3x) a tzv. unboxingy (4x), kde hlavný účel videa je, vybal'ovanie vecí pred kamerou.

Posledná otázka celého dotazníku znela: „*Opište, kto je podľa Vás youtuber.*“ Odpovede som zase rozdelila do troch kategórií:

- a) človek, ktorý natáča videá (14x – 54%)
- b) človek, ktorý sa živí sociálnymi sieťami (10x – 38%)
- c) nfluencer (2x – 8%)

Respondenti rozdelili youtuberov do týchto troch kategórií bez toho, aby sme predtým spolu o téme YouTube hovorili. Najviac odpovedí bolo v kategórii *človek, ktorý natáča videá*. (viď graf č.4 – Kto je youtuber?)



V týchto odpovediach nebola žiadna zmienka o profitoch z natáčania, ako peňažných, tak i ostatných ako napr. sláva, obľúbenosť, vysnená práca... Pre žiakov to bol človek, ktorý len natáča videá, a ako som sa neskôr pri prezentácii dozvedela, v obidvoch skupinách boli youtuberi, ktorých videá som si mohla pozrieť. Tieto videá sa zameriavali na hranie hier alebo komentovanie filmov, iných videí atď. Keď som sa spýtala na ich cieľ, kam by radi svoje videá smerovali, odpovede sa zhodovali v tom, že by chceli byť slávni a mať dobre platenú prácu, ktorá je ale zároveň koníčkom. Títo žiaci na prvý pohľad nepôsobili ako osoby, ktoré sa radi prezentujú, avšak dvaja žiaci boli ochotní a povolili, aby som pustila po prezentácii ich vlogy. Video, ktoré som pustila, bolo spoločné tých žiakov, ktorí sa dobrovoľne prihlásili. Ostatní spolužiaci ich videá už poznali, takže môžem potvrdiť, že medzi spolužiakmi boli obľúbené. Na videu boli natočení dvaja žiaci, ktorí sa prihlásili a rozprávali o svojej spolupráci a budúcnosti, či by chceli spolu videá natáčať alebo nie. Za pomoci like pod videom, bolo možné hlasovať za alebo proti ich spolupráci. Kladných odoziev bolo viac, ako negatívnych, avšak ich spolupráca sa údajne konala už len pri jednom ďalšom videu.

Človek, ktorý sa živí sociálnymi sieťami. Tento pojem bol už vysvetlený v teoretickej časti, a preto iba skonštatujem, že za 1000 vzhliadnutí jedného videa je zaplatené youtuberovi 0,25 centov (6,25 czk). Žiaci, ktorí mi dovolili vzhliadnúť ich video, boli známi iba medzi svojimi kamarátmi, takže počet pozretí nepresiahol viac než 200.

Influencer – žiaci veľmi radi používali v komunikácii so mnou toto slovo a nedalo sa zaradiť do žiadnej kategórii vyššie uvedenej. Títo ľudia sú zameraní viacej na reklamu a propagáciu určitých marketingových produktov cez svoj youtube kanál. Spoločnosti im platia za propagáciu, nie už za samotné vzhliadnutia videí. Títo ľudia môžu byť zároveň youtuberami, pretože majú svoj kanál, kde museli získať sledovateľov skrz originálny, zaujímavý obsah. Tento obsah zvyčajne udržiujú v podobnej tématike, iba pridávajú videá aj s priamou propagáciou napr. nápoja, kozmetickej značky, nadštandardnej služby, ktorú mohli zadarmo vyskúšať atď.

Diskusia

Teoretická časť priamo nadväzuje na praktickú časť, pretože v teoretickej časti sa vysvetľujú sociálne siete ako pojmy, bez ktorých by bola praktická časť vlastne nevysvetliteľná. Ako najpodstatnejšiu časť teoretickej časti považujem kapitolu o najpoužívanejších sociálnych sieťach, kde sa do detailov píše, ktorá aplikácia sprostredkúva akú komunikáciu skrz aké médiá. Taktiež veľmi dôležitou časťou je kapitola o mediálnej výchove, avšak tejto téme by bolo nutné venovať sa viac, pretože je to veľmi obširná téma. Pre čitateľa tejto bakalárskej práce som sa snažila vybrať podstatu mediálnej výchovy, ktorá v slovenských školách často chýba alebo je jej venovaná pozornosť len okrajovo. Ako veľmi dobrý podklad pre túto kapitolu som použila dizertačnú prácu, ktorá mi bola doporučená vedúcim bakalárskej práce. Kapitole 1.4 – Strach z vynechania, som venovala veľkú pozornosť vrámci študovania literatúry, avšak výskumy na túto tému nie sú zatiaľ publikované, ak vôbec boli skúmané. Vyskytujú sa zriedkavo elektronické články a malé zmienky v knihách, tieto zdroje však častokrát kopírujú už povedané a problematika sa nepreskúmava ďalej, čo je z môjho pohľadu škoda, pretože už aj v mojom malom dotazníku je vidno, že tento syndróm sa vyskytuje aj v takom malom meste ako je Považská Bystrica. Usudujem preto, že na túto tému by sa mali viac písať články, ktoré budú prameniť z relevantných výskumov. Druhá stránka tejto problematiky je však práca s takýmito deťmi, a nie len deťmi, keďže tento syndróm sa objavuje i u dospelých.

Praktická časť nadväzuje na kapitolu o sociálnych sieťach, ktoré boli hlavným skúmaním môjho dotazníka. Fenomén youtuberingu je obširná téma, ktorá by si zaslúžila samostatnú bakalársku prácu, ktorá by sa venovala do hĺbky iba tomuto novodobému pohľadu mládeže na život v digitálnej spoločnosti. Takéto práce sa už objavujú, každá sa však ešte v rámci Youtube zvyčajne špecializuje na inú tému. Napríklad kapitola o youtuberoch by stála taktiež za samostatné preskúmanie, pretože by sme mohli na výskume vidieť, čo konkrétne používajú youtuberi pri svojej práci a čím konkrétne ovplyvňujú davy mladých ľudí. Videá youtuberov majú však priemerne okolo 15 minút, preto by toto skúmanie bolo relatívne časovo náročné.

Hypotézy sa nepotvrdili, čo je z môjho pohľadu veľmi zaujímavé.

U skupiny č.2 som sa domnievala, že žiaci budú tráviť čas viac doma ako vonku, pretože čas, ktorý denne strávia na mobilnom telefóne im pravdepodobne zabraňuje naplno využívať čas vonku. Nikto zo žiakov však neuviedol, že rád trávi čas doma.

Otázne však je, prečo si však rodičia a všeobecne dospelí myslia, že deti by radšej trávili čas doma ako vonku? Moja domnienka bola prístup k internetu a na internet viazané mobilné telefóny, tablety atď. Deti však aj s dátovým balíčkom, ktoré im rodičia zakúpia, trávia čas vonku – pravdepodobne aj s mobilným telefónom.

Ďalšia hypotéza, týkajúca sa rodičov a povedomia o sociálnych sieťach ich deťmi navštevovaných sa taktiež nepotvrdila. Rodičia budia totiž dojem, že nejavia dostatočnú pozornosť o svoje deti a deti preto trávia väčšinu času na sociálnych sieťach/herných konzolách atď. Z môjho dotazníku však jasne vyšlo, že rodičia majú povedomie o sociálnych sieťach, ktoré ich deti navštevujú, a aj keď kontrola týchto navštevovaných stránok nie je uzamknutá rodičovským zámkom alebo inou ochrannou aplikáciou, je tam aj tak náznak, že rodičia občas „nazrú“ na sociálnu sieť ich dieťaťa.

Hypotéza č.3, ktorá uvádza súvislosť medzi vekom a zverejnenými informáciami na sociálnej sieti sa nepotvrdila, výsledky boli totiž približne rovnaké. Jediná odlišnosť – zverejnený vek – bola u starších žiakov vyššia, to však prisudzujem tomu, že ako trinásťroční sú už oprávnení legálne užívať aplikácie sociálnych sietí, (ako sa píše v užívateľských podmienkach) a z toho vyplýva, že môžu zverejniť svoj vek bez zlého svedomia.

Ako ďalšie zaujímavé zistenie by som uviedla výsledky skupiny č.2 – siedmakov, u ktorých vo viacerých otázkach bolo dokázané, že veľmi radi komunikujú. Či už pri voľbe formy komunikácie alebo času, ktorý strávia na mobilnom telefóne.

Z môjho pohľadu sa mi výskumná časť bakalárskej práce podarila, pre prípadné budúce skúmania by som však volila väčšie zameranie na konkrétnu oblasť sociálnych sietí. Získala som mnoho dát, ktoré však len načrtávajú oblasti problematiky sociálnych sietí. Ako som už písala vyššie, za zmienku by určite stálo preskúmať youtubering, či už slovenský, český alebo zahraničný. Teoretická časť je síce prepojená s praktickou tak, aby čitateľovi nechýbali vedomosti pri výklade výskumu, ale rozoberané témy sú veľmi obširne a ťažko uchopiteľné zo všeobecného hľadiska.

Záver

Sociálne siete sú neoddeliteľnou súčasťou dnešných mladých ľudí. Cez tieto komunikačné kanály komunikujú s rodinou, priateľmi, známymi. Ciele bakalárskej práce preto chceli poukázať na sociálne siete využívané dnešnou mládežou a vplyv fenoménu Youtube, ktorý sa medzi mladými ľuďmi vyskytuje už pár rokov.

Text bol členený do kapitol a podkapitol, ktoré mali vysvetliť základnú terminológiu, aj pre človeka, ktorý nemá so sociálnymi sieťami skúsenosti alebo ich nevie využívať dokonale a do detailu. V práci boli využité citácie, parafrázovanie a hneď v úvode i motto, ktoré by malo charakterizovať pôvodnú ideu vytvorenia tejto bakalárskej práce. Kapitoly nie sú dokonale tematicky previazané, avšak snažila som sa vybrať do každej kapitoly to najpodstatnejšie.

Ciele praktickej časti boli podľa môjho názoru splnené v plnej miere a v niektorých častiach až nadmieru, kvôli prezentácii prostredníctvom ktorej prišlo i na ďalšie rozvinutie tém, i keď len v ústnej podobe. Musím uznať, že prezentácia bola pre mňa najprínosnejšou časťou bakalárskej práce, pokiaľ by sme nebrali ohľad na vyskúmané dáta. Prínosné to bolo aj pre žiakov, ako sami povedali, pretože sa dozvedeli mnoho zaujímavostí a zároveň odborných rád, ako sa vyhnúť nebezpečeniu na internete, ktoré sa môže vyskytovať v rôznych podobách. Prezentácia má veľký potenciál aj do budúcnosti, pretože deti táto téma zaujíma, ale nemajú k nej dostatočný prístup, čo by generácia vyrastajúca v digitálnom veku mala mať. Minimálne je potrebné deti naučiť, ako sa chrániť pred nebezpečením, ale to i z praktickej stránky, nie len teoretickej.

Z výsledkov dotazníku som sa dozvedela, že žiaci používajú sociálne siete v primeranej miere na „normálne“ účely. Zároveň dávajú prednosť času strávenému vonku, čo je pre mňa, ako budúceho pedagóga, príjemné zistenie.

Ako limity výskumu by som hodnotila malú vzorku respondentov, pre väčší a dôkladnejší výskum by bolo vhodné skúmať napríklad všetky triedy druhého stupňa.

Ako ďalšie pokračovanie výskumu by som navrhovala dlhodobú primárnu/sekundárnu prevenciu za použitia mnou prezentovanej prezentácie, rozdelenej do viacerých blokov, ktoré by sa do detailov venovali témam, ktorým som ja čas nevenovala.

Zoznam použitej literatúry

AHMAD, Irfan. The Most Popular Social Media Platforms of 2019. Digital Information World [online]. 1. 1. 2019 [cit. 2019-05-05]. Dostupné z: <https://www.digitalinformationworld.com/2019/01/most-popular-global-social-networks-apps-infographic.html>

BARNES, J. A. *Class and Committees in a Norwegian Island Parish*. Human Relations: The first 10 years, 1947–1956. 1954, s. 39-58. <https://www.scribd.com/doc/86332262/Socialne-siete-na-Slovensku> - vysmum na slovensku

BITTNEROVÁ, Dana, JANEČEK, Petr, ed. *Folklor atomového věku: kolektivně sdílené prvky expresivní kultury v soudobé české společnosti*. Praha: Národní muzeum, 2011. ISBN 978-80-87398-11-1.

BUERMANN, Uwe. *Jak (pře)žít s médii: příležitosti a hrozby informačního věku a nové úkoly pedagogiky : výzkumná práce Institutu pro pedagogiku a smyslovou a mediální ekologii (IPSUM)*. Hranice: Fabula, 2009. ISBN 978-80-86600-58-1.

ECKERTO VÁ, Lenka a Daniel DOČEKAL. *Bezpečnost dětí na internetu: rádce zodpovědného rodiče*. Brno: Computer Press, 2013. ISBN 978-80-2513-804-5.

KOLESÁROVÁ, Karolína. *Životní styl v informační společnosti*. Vydání I. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2016. ISBN 9788074521195.

LUKIČ, Ľubomír a Pavol SOKOL. *(Ne)bezpečie sociálnych sietí*. European Information Society Institute, 2014. ISBN 978-80-971307-2-5.

PROKOP, Marek a Adam JAVŮREK. *Jak začít používat Twitter* [online]. [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <https://www.zdrojak.cz/redakce/jak-zacit-pouzivat-twitter/>

PRŮCHA, Jan, Eliška WALTEROVÁ a Jiří MAREŠ. *Pedagogický slovník*. 4., aktualiz. vyd. [i.e. Vyd. 5.]. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-416-8.

Valenta, Petr. *Kritická mediální pedagogika – teoretická východiska a přínos pro mediální výchovu*. FF UK. Praha: Nепublikovaná disertace., 2016

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

SPITZER, Manfred. *Digitální demence: jak připravujeme sami sebe a naše děti o rozum*. Brno: Host, 2015. ISBN 978-80-7294-872-7.

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

SWATMAN, Rachel. 1971: First Ever Email. Guinness World Records [online]. 19.8.2015 [cit. 2019-05-05]. Dostupné z: <http://www.guinnessworldrecords.com/news/60at60/2015/8/1971-first-ever-email-392973>

ŠTRAUCH, Daniel. *Gogo Chalan z internetu*. Bratislava: Tatran, 2015. ISBN 978-80-222-0770-6.

THE CYBERSMILE FOUNDATION ADVISOR TEAM. *#StatusOf Mind: Social media and young's mental health and wellbeing* [online]. Royal society for public health [cit. 2019-05-05]. Dostupné z: <https://www.rsph.org.uk/uploads/assets/uploaded/62be270a-a55f-4719-ad668c2ec7a74c2a.pdf>

Facebook, Youtube, Instagram... Koliko Slovákov je na sociálnych sieťach?. *Growth from knowledge* [online]. 31.01.2017 [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <https://www.gfk.com/sk/insights/news/facebook-youtube-instagram-kolko-slovakov-je-na-socialnych-sietach/>

GoGoManTV. In: *Youtube* [online]. [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/user/GoGoManTV/about>

Exploited. In: *Youtube* [online]. [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/user/CaukyMnaukyRecordSK/about>

LucyPug [online]. In: . [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <https://www.lucypug.sk/sk/info/onas/>

Moma: beauty, lifestyle, fashion [online]. In: . [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <http://www.momahornakova.com/about-me/>

Asimister. In: *Youtube* [online]. [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/user/AsimisterMT/about>

Selassie. In: *Youtube* [online]. [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/user/menameselassie>

WhatsApp [online]. [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <https://www.whatsapp.com/features/>

Mluvíte řečí tohoto kmene? Poznejte slang dnešních teenagerů v novém pořadu [online]. [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <https://www.televizeznam.cz/video/s-macetou-do-divociny/mluvite-rci-tohoto-kmene-poznejte-slang-dnesnich-teenageru-v-novem-poradu-321277>

Prílohy

Príloha č.1: Dotazník

1. Vek
2. Pohlavie - zakrúžkujte
 - chlapec 1
 - dievča 2
3. Zakrúžkujte, kde žijete
 - mesto 1
 - dedina – vrátane prináležiacich k Považskej Bystrici 2
4. Koľko ste mali rokov, keď ste si založili prvý profil na sociálnej sieti? Napíšte.
5. Aké základné informácie o sebe poskytujete na soc. sieti? Podčiarknite.
 - profilová fotka, ktorá zodpovedala reálnej podobe 1
 - mesto odkiaľ pochádzate/ v ktorom bývate 2
 - kde chodíte do školy 3
 - stav vzťahu 4
 - telefónne číslo 5
 - dátum narodenia 6
 - členovia rodiny 7
 - náboženský názor 8

6. Akú sociálnu sieť najčastejšie používate? Podčiarknite. Pri možnosti INÉ, prosím vypíšte.

Facebook 1

Twitter 2

Instagram 3

WhatsApp 4

Iné

7. Zorad'te podľa používanosti: počítač, tablet, telefon, herná konzola (ak danú vec nepoužívate, nepíšte nič)

Napíšte približne koľko času (hodin/minut) denne strávite na počítači/ telefone/ tablete/ hernej konzole

a) najviac používam : čas:

b) menej často používam : čas:

c) málo používam : čas:

d) raz za čas – takmer vôbec: čas:

8. Čo robíte zvyčajne na soc. sieti? Podčiarknite.

hranie hier 1

chat 2

videochat 3

čítanie príspevkov 4

scrollovanie príspevkov 5

sledovanie (follow) ostatných	6
komentovanie príspevkov / fotiek	7
zdieľanie videí/obrázkov	8
iné	

9. Zostavte poradie ľubovolných soc. sieti, podľa oblúbenosti, na prvom mieste bude naoblúbenejšia. Napíšte.

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

10. Z akých hlavných dôvodov využívate socialne siete? Podčiarknite.

zábava	1
komunikácia	2
zvedavosť	3
informovanosť	4
flirtovanie	5
iné:.....	

11. Koľko fotiek primerne zverejníte na soc. sieti, vrátane insta a facebook stories. Zakrúžkujte.

Za deň:

- a) do 5 b) do 10 c) do 20 d) do 50 e) viac

Za týždeň:

- a) do 5 b) do 10 c) do 20 d) do 50 e) viac

12. Čo sa zvyčajne na týchto fotkách nachádza? Podčiarknite.

ja	1
rodina	2
ľudia	3
záujmy	4
domáci miláčikovia	5
príroda	6
jedlo	7
iné.....	

13. Používate soc. siete aj v noci? (kontrolujete svoje správy, olikeované príspevky, atď..) Napr.: Zobudím sa uprostred noci a pozriem sa na soc. sieť

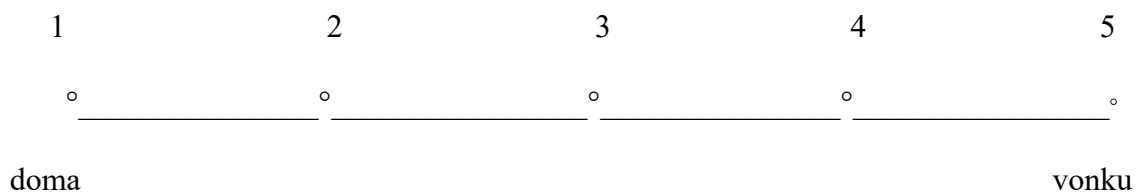
áno

nie

14. Ak používate soc. siete aj v noci, čo konkrétne robíte? Napíšte.

.....

15. Trávite svoj voľný čas radšej vo vnútri alebo vonku? 1 – najradšej mám pobyt doma, 5 - znamená najradšej mám pobyt vonku



16. Akú komunikáciu preferujete?

osobná komunikácia:

- | | |
|--------------|---|
| rozhodne nie | 1 |
| skôr nie | 2 |
| neviem | 3 |
| asi áno | 4 |
| rozhodne áno | 5 |

soc. siete:

- | | |
|--------------|---|
| rozhodne nie | 1 |
| skôr nie | 2 |
| neviem | 3 |
| asi áno | 4 |
| rozhodne áno | 5 |

17. Máte zo strany rodičov vyhradený čas na počítači/tablete?

- | | |
|-----|---|
| áno | 1 |
| nie | 2 |

Ak tento čas určený máte, prosím napíšte koľko.

Mám vyhradených

18. Kontorolujú Vás rodičia pri používaní internetu? Ak áno, vypíšte ako.

áno. 1

Ako?.....

nie 2

19. Vedia Vaši rodičia, aké soc. siete navštevujete?

áno 1

nie 2

20. Koľko času približne denne strávite písaním si cez sociálne siete?

a) do 1hod b) 1hod – 3hod c) 3hod – 5hod d) viac ako 5 hod

21. Akých youtuberov poznáte? Vypíšte ľubovoľný počet.

.....
.....
.....

22. Videá s akým obsahom najčastejšie pozeráte?

.....
.....

23. Opíšte, kto je podľa Vás youtuber.

.....
.....