

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

**Bc. Lucie Svobodová**

**Facebook a Instagram jako součást životního  
stylu mládeže - kvalitativní výzkum o způsobu  
jednání teenagerů na sociálních sítích.**

*Diplomová práce*

Praha 2016

Autor práce: **Bc. Lucie Svobodová**

Vedoucí práce: **PhDr. Lenka Vochocová, PhD.**

Oponent práce:

Datum obhajoby: 2016

Hodnocení:

## **Bibliografický záznam**

SVOBODOVÁ, Lucie. *Facebook a Instagram jako součást životního stylu mládeže – kvalitativní výzkum o způsobu chování teenagerů na sociálních sítích*. Praha, 2016. 79 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Lenka Vochocová, Ph.D.

## **Anotace**

Tato diplomová práce se zaměřuje na aktuální problematiku sociálních sítí a jejich úlohu v životě teenagerů. Cílem této diplomové práce bylo poskytnout vhled do života teenagerů na sociálních sítích Facebook a Instagram,. První část diplomové práce je zaměřena převážně na reflexi výzkumů zahraničních autorů, kteří se zabývají touto problematikou. V části metodologické jsou pak popsány metody použité v této diplomové práci, jimiž jsou polostrukturované rozhovory a kvalitativní analýza obsahů. V analytické části potom analyzuji data získaná z výzkumu a v závěrečné diskuzi tato data porovnávám s výsledky výzkumů zahraničních autorů.

Hlavní výzkumná otázka této diplomové práce zní „*Jaké jsou motivace teenagerů k používání sociálních sítí Facebook a Instagram a jaká je jejich sebezprezentace v tomto prostředí.*“ Další výzkumné otázky se pak zaměřují na koncept soukromí u teenagerů na sociálních sítích a jejich povědomí o bezpečnosti v tomto prostředí.

Z mého výzkumu vyplývá, že hlavní motivací k užívání sociálních sítí Facebook a Instagram je komunikace s přáteli a zachování si již existujících vazeb s okolím. Můj výzkum dále ukázal, že přestože sociální sítě Facebook a Instagram hrají důležitou roli v sociálních interakcích teenagerů, může být jejich používání spojeno s četnými bezpečnostními otázkami, jako je například nedostatečné porozumění technickým aspektům sociálních sítí vedoucí k nesprávným domněnkám o dosažení soukromí na těchto sociálních sítích. Zjištěné výsledky se však vztahují pouze na tuto diplomovou práci a nelze je aplikovat obecně.

## **Abstract**

This thesis focuses on social networks and the role they play in the lives of teenagers. My aim was to provide insight into teenagers' worlds on Facebook and Instagram. The first part provides a theoretical basis for my research and summarizes foreign research on this topic. The second part describes the research methodology that has been performed in this thesis, in addition to the sample who participated in this research. Finally the results of this research are compared with research of foreign authors.

The main research question was *“What are the motivations of teenagers to use social networks and how do teenagers represent themselves in these surroundings?”* The next research questions focused on privacy concerns and whether teenagers take their own safety into consideration when using Facebook and Instagram.

My research demonstrates that electronic social networks are primarily used by teenagers as a means of maintaining contact with their peer group rather than making new social connections. Though social networks such as Facebook and Instagram play a primary role in teenagers' social interactions, there are many privacy risks that are not easily accessible to teenagers and present long-term challenges for their electronic presence. It is important to emphasize that the results of my research are only applicable to this thesis and can not be generalized..

## **Klíčová slova**

**Sociální sítě, Facebook, Instagram, Teenageři, Kvalitativní výzkum**

## **Keywords**

**Social Networks, Facebook, Instagram, Teenagers, Qualitative Research**

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval/a samostatně a použil/a jen uvedené prameny a literaturu.

Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne **25. 7. 2016**

Lucie Svobodová

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala PhDr. Lence Vochocové, Ph.D. za její odborné vedení, trpělivost a ochotu, kterou mi v průběhu psaní diplomové práce věnovala. Mé poděkování patří také informátorům, kteří se mnou sdíleli mnohdy velmi osobní informace a projevili při tom důvěru a trpělivost.

**Institut komunikačních studií a žurnalistiky UK FSV**  
**Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce**

**TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:**

**Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:**

Svobodová Lucie

**Razítko podatelny:**

**Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:**

2014

**E-mail diplomantky/diplomanta:**

Svobodova.Lucie email.cz

**Studijní obor/typ studia:**

Mediální a komunikační studia / prezenční

**Předpokládaný název práce v češtině:**

Facebook a Instagram jako součást životního stylu mládeže - kvalitativní výzkum o způsobu chování teenagerů na sociálních sítích.

**Předpokládaný název práce v angličtině:**

Facebook and Instagram as a part of teenagers' lifestyle – Qualitative study on how teenagers use social networks as a part of their daily lives

**Předpokládaný termín dokončení - LS 2015 /2016**

**Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků):**

Diplomová práce se zaměřuje na motivace teenagerů k užívání sociálních sítí. Práce si klade za cíl prozkoumat různé oblasti související s využitím sociálních sítí teenagery, především jejich motivace k užívání sítí, povědomí o bezpečnosti sociálních sítí a způsoby, jak se mladí lidé na sociálních sítích prezentují. Hlavní výzkumná otázka zní: Jaké jsou motivace teenagerů k aktivní účasti na sociálních sítích Facebook a Instagram a jaká je jejich sebeprezentace v tomto prostředí.

Protože Facebook a Instagram jsou poměrně nové fenomény, zatím nevzniklo mnoho studií, které by se zabývaly motivací uživatelů k užívání těchto sociálních sítí. Patrně nejznámější odbornicí, která se zabývá tématem sociálních sítí převážně v souvislosti s mladými lidmi, je danah boyd.

Ve studii „*Why Youth heart social networks*“ d.boyd zjišťuje, že američtí teenageři mají účty na sociálních sítích především proto, aby si udrželi spojení se svými přáteli. Kromě kontaktu s přáteli, který Boyd považuje za klíčový pro motivace k užívání sociálních sítí, je jedním z důvodů, proč mladí tráví tolik času na sociálních sítích, prostý fakt, že se nudí.

V publikaci „*It's complicated*“ poté autorka provádí rozsáhlý výzkum, ve kterém vede 166 polostrukturovaných rozhovorů s americkými teenagery. I v této studii dochází k závěru, že síťová média hrají klíčovou roli v životě teenagerů právě proto, že jim poskytují prostor, kde se můžou „scházet s přáteli“. Danah boyd se ve svých studiích věnuje také pojmu „identita“ a zkoumá, zda je důvodem aktivního života jakási touha po změně identity či přání stát se ve virtuálním prostředí někým jiným. Dospívá k závěru, že mladí lidé nepokládají sociální sítě za místo, kde si musí vybrat, aby buď byli sami sebou, nebo aby si vytvořili alter ego. Teenageři používají sociální sítě především k tomu, aby byli v kontaktu s přáteli, a považují toto prostředí za místo, kde mohou realizovat humor a představitost.

Z trochu jiného úhlu se sociálním sítím věnuje americký psycholog Larry Rosen. V díle *iDisorder* se zabývá mj. souvislostmi s používáním sociálních sítí a vznikem různých duševních poruch. Autor tvrdí, že některé chování na sociálních sítích může být patologické. Například „lovení přátel“ na Facebooku, kdy se jedinec schválně zaměřuje na získávání takových přátel, kteří mu

zajistí větší popularitu, označuje autor za narcistní chování. Jako další příklad narcismu uvádí autor takové chování, kdy si jedinec prostřednictvím sociálních sítí neustále snaží získávat pozornost a prostřednictvím obsahu, který zveřejňuje na sociální síti, dává najevo, že všechno ví nejlépe a nezáleží mu na tom, co si myslí ostatní.

Podle autorů P. B. Brandtzæga a Jan Heima je hlavním důvodem k participaci na sociálních sítích sociální kontakt a zapojení do občanské společnosti. Na základně kvantitativního výzkumu autoři přicházejí s typologií uživatelů sociálních sítí s ohledem na aktivity, které uživatelé na sociálních sítích provádějí.

**Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy:**

Cílem práce je prozkoumat různé oblasti působení teenagerů na sociálních sítích Facebook a Instagram, zjistit, jaké jsou jejich motivace k používání sociálních sítí, jak se na Facebooku a Instagramu prezentují, zda si uvědomují rizika, která jsou spojena s účastí v tomto prostředí a jak podstatnou úlohu hrají sociální síť v jejich životě. Hlavní výzkumná otázka zní „Jaké jsou motivace teenagerů k užívání sociálních sítí a jaká je jejich sebe prezentace v tomto prostředí?“. V českém prostředí prozatím nevzniklo mnoho studií, jejichž předmětem je zkoumat, jaké jsou motivace teenagerů k užívání sociálních sítí. Jiná situace je v zahraničí. V Americe se touto problematikou zabývá autorka danah boyd, která provádí výzkum na amerických teenagerech. Předmětem mojí diplomové práce bude zjistit, jak situace vypadá na české scéně a jaké jsou motivace českých teenagerů. Informace, které pomocí výzkumu zjistím, se samozřejmě nedají paušalizovat, neboť se budou vztahovat pouze na můj výzkum konkrétního vzorku v okrese Nymburk. Má práce by však mohla poskytnout základy pro další výzkum, který by mohl být proveden na rozsáhlejší vzorku. Myslím si, že je zajímavá i z toho důvodu, že zkoumá poměrně nové fenomény Facebook a Instagram. Zatímco výzkumu Facebooku a jeho uživatelů se už věnovala např. diplomová práce „Způsoby a motivace užívání sociálních sítí Facebook a Nyx a identita jejich uživatelů: kvalitativní komparativní studie“ autorky Lenky Šimákové nebo diplomová práce „Život na Facebooku: kvalitativní studie chování lidí na Facebooku“ autora Ondřeje Erbana, dosud nevznikla taková práce, která se zaměřuje na sociální síť Instagram. Tato sociální síť se poslední dobou stává velmi populární, a tak moje práce může poskytnout i náhled na to, jak vypadá sebe prezentace teenagerů v tomto prostředí, oproti prezentaci na již „klasické“ sociální síti Facebook.

Domnívám se, že má diplomová práce bude přínosná pro další vědecký výzkum i vzhledem ke kombinaci metod, které jsem zvolila. Data získaná z polostrukturovaných rozhovorů budu porovnávat s výsledky kvalitativní analýzy obsahů účtů na Facebooku a Instagramu. Budu tedy zkoumat, jak teenageri chápou a prezentují sami sebe „na síti“ a následně tato data porovnávat s tím, co skutečně zveřejňují a jaký pohled poskytují veřejnosti, což může být zajímavým pohledem na danou problematiku.

**Výzkumné otázky, na které budu hledat odpovědi pomocí polostrukturovaných rozhovorů, budou mít asi takové znění:**

- Jaké jsou motivace teenagerů k užívání sociálních sítí Facebook a Instagram, jejich sebe prezentace v tomto prostředí
- Jaké je chování teenagerů na sociálních sítích  
podotázky: Co vše teenageri zveřejňují a do jaké míry si uchovávají soukromí  
Jaké mají povědomí o nástrahách a nebezpečích sociálních sítí a zda se v tomto prostředí chovají bezpečně
- Jak důležité jsou sociální síť Facebook a Instagram v životě vybraných respondentů  
Podotázky: Kolik času tráví na sociálních sítích



## Jak důležité jsou pro ně vztahy na sociálních sítích

**Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):**

Práce bude členěna na část teoretickou a výzkumnou.

### 1) Teoretická část

#### 1.1. Stručná charakteristika a principy fungování Facebooku a Instagramu

- v této části rozeberu základní principy sociálních sítí Facebook a Instagram a zaměřím se na faktické informace o těchto sociálních sítích (počet uživatelů, oblíbenost sociálních sítí...)

#### 1.2. Dosavadní výzkum o sociálních sítích - reflexe vybraných autorů

- Výzkum autorky danah boyd, která se věnuje americkým teenagerům a jejich účasti na sociálních sítích. Důležité pojmy: motivace teenagerů k účasti na sociálních sítích, jejich sebe prezentace na síti, identita, bezpečnost a důležitost sociálních sítí v jejich životě.
- Reflexe autora Larryho Rosena. V souvislosti s tímto autorem se zaměřím především na pojem sebe prezentace na síti, narcismus, identita.
- Kromě známých autorů, kteří se zabývají tématem mladých lidí a jejich užíváním sociálních sítí, zmíním i řadu dílčích studií, které zkoumají především motivace uživatelů k užívání sociálních sítí. Bude to např. studie P. B. Brandtzæga a Jana Heima (autoři vytváří typologii uživatelů podle jejich aktivit na sociálních sítích) a empirický výzkum o motivacích uživatelů Facebooku od autorů Kuana-Yu Lina a Hsi-Peng Lua.

### 2) Praktická část

V praktické části provedu kvalitativní výzkum, jehož základnou budou polostrukturované rozhovory s vybranými studenty střední školy v okrese Nymburk. Cílem výzkumu bude odpovědět na výzkumnou otázku „Jaké jsou motivace teenagerů k užívání sociálních sítí Facebook a Instagram a jaká je jejich sebe prezentace v tomto prostředí“. Podotázky se budou týkat obsahu, který uživatelé zveřejňují na sociálních sítích, bezpečnosti a informovanosti v rámci užívání sociálních sítí a důležitosti sociálních sítí v životě vybraných respondentů.

#### 2.1. Polostrukturované rozhovory

- Cílem polostrukturovaných rozhovorů bude odpovědět na výzkumnou otázku „Jaké jsou motivace teenagerů k užívání sociálních sítí Facebook a Instagram a jaká je jejich sebe prezentace v tomto prostředí“. Další výzkumné otázky se budou týkat obsahu, který uživatelé zveřejňují na sociálních sítích, bezpečnosti a informovanosti v rámci užívání sociálních sítí a důležitosti sociálních sítí v životě vybraných respondentů.

#### 2.2. Kvalitativní analýza obsahu profilů na Facebooku a Instagramu

- Se svolením respondentů budu zkoumat obsah jejich profilů na Facebooku a Instagramu. Zajímat se budu o to, jaké obsahy a s kým sdílejí, jaké jsou nejčastější motivy jejich sdílených obsahů.

#### 2.3. Kódování a kategorizace získaných dat

2.4. Komparace dat získaných z polostrukturovaných rozhovorů a z kvalitativní analýzy obsahu účtů

**Vymezení podkladového materiálu** (např. tituly a období, za které budou analyzovány):

Vzorek bude tvořit 10 -16 narátorů, kteří budou osloveni na střední škole v okrese Nymburk. Narátoři budou tvořit diferencovaný vzorek co do místa bydliště a sociálního statusu (do školy studenti dojíždí z různých míst a pocházejí z různých rodin).  
Věk narátorů bude v rozmezí 15 - 20 let.

**Metody (techniky) zpracování materiálu:**

Ve své diplomové práci provedu kvalitativní výzkum pomocí kombinace těchto metod:

**1) Polostrukturované rozhovory**

Cílem polostrukturovaných rozhovorů bude odpovědět na výzkumnou otázku „Jaké jsou motivace teenagerů k užívání sociálních sítí Facebook a Instagram a jaká je jejich sebe prezentace v tomto prostředí“. Další výzkumné otázky se budou týkat obsahu, který uživatelé zveřejňují na sociálních sítích, bezpečnosti a informovanosti v rámci užívání sociálních sítí a důležitosti sociálních sítí v životě vybraných respondentů

**2) Kvalitativní analýza obsahu profilů na Facebooku a Instagramu**

- Se svolením respondentů budu zkoumat obsah jejich profilů na Facebooku a Instagramu. Zajímat se budu o to, jaké obsahy a s kým sdílejí, jaké jsou nejčastější motivy jejich sdílených obsahů.

**3) Komparace dat získaných z polostrukturovaných rozhovorů a z kvalitativní analýzy obsahu účtů**

**Základní literatura** (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

**BOYD, Danah. *It's complicated: the social lives of networked teens*. New Haven: Yale University Press, c2014, xi, 281 s. ISBN 978-0-300-16631-6.**

*V tomto díle se D.Boyd zkoumá fenomény, jako je identita teenagerů na sociálních sítích, dále pracuje s pojmy jako je bezpečnost sociálních sítí a hrozba šikany v online prostředí.*

**BOYD, Danah. Taken Out of Context: American Teen Sociality in Networked Publics, 2008. 406 s. PhD Dizertační práce. University of California-Berkeley, School of Information. Dostupné z <http://www.danah.org/papers/TakenOutOfContext.pdf>**

*V této dizertační práci se Boyd zkoumá americké teenagery a jejich způsob užití sociálních sítí. V díle se objevují pojmy, jako je sebe prezentace, sdružování teenagerů na sociálních sítích aj.*

**BOYD, Danah: Why Youth heart social networks. The role of networked publics in teenage social life. 2008, The MIT Press, Cambridge. Dostupné z:**

[http://papers.ssrn.com/sol3/Papers.cfm?abstract\\_id=1518924](http://papers.ssrn.com/sol3/Papers.cfm?abstract_id=1518924)

*V této studii se Danah Boyd angažovaností amerických teenagerů na sociálních sítí a zkoumá fenomény, jako je perzistence, opakovatelnost, a neviditelné publikum.*

**DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. 3. vyd. Praha: Karolinum, 2000, 374 s. ISBN 80-246-0139-7.**

*Učebnice nabízí náhled na metody sociálního výzkumu. Zahrnuje metodologické postupy a návody při užití kvantitativního a kvalitativního výzkumu.*

**HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace. 3. vyd. Praha: Portál, 2012, 407 s. ISBN 978-80-262-0219-6.**

*Příručka popisuje kvalitativní metody sběru dat, jejich kódování, vyhodnocování a interpretaci. Pozornost věnuje i počítačovým nástrojům sloužícím kvalitativnímu výzkumu, psaní zprávy o výzkumu a hodnocení jeho kvality.*

**JENKINS, Henry. *Convergence culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press, c2006, xi, 308 s. ISBN 9780814742952.**

V tomto díle Henry Jenkins popisuje jeho pojetí konvergenčního kultury, kterou považuje za vedlejší produkt z kolize mezi novými a starými médii. Zaměřuje se též na důsledky konvergenčního kultury v oblasti vzdělávání.

**ROSEN, Larry D, Nancy A CHEEVER a L CARRIER. *IDisorder: understanding our obsession with technology and overcoming its hold on us*. New York: Palgrave Macmillan, 2012, x, 246 s. ISBN 978-0-230-11757-0.**

*Dílo amerického psychologa se zaměřuje na souvislost nadměrného užívání sociálních sítí a nových médií se vznikem různých duševních poruch. Zkoumá, jak užívání sociálních sítí ovlivňuje náš život a nabízí zajímavý pohled z hlediska generačního členění.*

**Diplomové a disertační práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)**

**Erban, Ondřej: Život na Facebooku. Kvalitativní studie chování lidí na Facebooku. Praha, 2011 Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze. Fakulta Mediálních studií**

**Šimáková, Lenka: Způsoby a motivace užívání sociálních sítí Facebook a Nyx a identita jejich uživatelů: kvalitativní komparativní studie. Praha, 2012 Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze. Fakulta Mediálních studií**

**Bláhová, Karolína. Fenomén Facebook jako součást života mladé generace. Praha, 2013. Univerzita Karlova v Praze. Fakulta pedagogická.**

**Janoušková, Jana. FENOMÉN FACEBOOK A JEHO VLIV NA ŽIVOTNÍ ZPŮSOB STŘEDOŠKOLSKÉ MLÁDEŽE NA PŘÍKLADU STUDENTŮ PRAŽSKÉ PRŮMYSLOVÉ ŠKOLY. Praha, 2013. Univerzita Karlova v Praze. Fakulta Humanitních studií.**

**Datum / Podpis studenta/ky**

.....

**TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:**

**Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:**

**Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:**

**Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na UK FSV vykonávám.**

**Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.**

.....

**Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga**

**Datum / Podpis pedagožky/pedagoga**

# Obsah

ÚVOD.....	9
<b>1. TEORETICKÁ ČÁST.....</b>	<b>10</b>
1.1 Vymezení a historie sociálních sítí.....	10
1.2 Facebook .....	13
1.2.1 Dosavadní výzkum o Facebooku a jeho uživateli.....	14
1.3 Instagram.....	18
1.3.1 Dosavadní studie o Instagramu .....	19
1.4 Facebook versus Instagram – statistiky a budoucí vývoj.....	21
1.5 Síťová generace .....	21
1.6 Reflexe vybraných autorů dané problematiky .....	25
1.6.1 Motivace teenagerů k používání sociálních sítí .....	26
1.6.2 Identita a sebe prezentace na síti.....	28
1.6.3 Soukromí teenagerů na sociálních sítích .....	31
<b>2 METODOLOGICKÁ ČÁST .....</b>	<b>37</b>
2.1 Výzkumná otázka, cíle výzkumu .....	37
2.2 Výzkumná metoda.....	38
2.3 Metoda sběru dat.....	38
2.4 Vzorek.....	40
2.5 Zakotvená teorie .....	41
2.6 Doplnující metody .....	43
<b>3 ANALYTICKÁ ČÁST .....</b>	<b>45</b>
3.1 Analýza rozhovorů.....	45
3.1.1 Vztahy jako prediktory k registraci na sociální síť a k jejich používání.....	47
3.1.2 Důvody registrace a motivace k užívání sociálních sítí jako důsledek osobních potřeb a zisků .....	48
3.1.3 Způsoby užívání sociální sítě Facebook.....	50
3.1.4 Způsoby užívání sociální sítě Instagram.....	52
3.1.5 Preference v užívání sociálních sítí Facebook a Instagram .....	53
3.1.6 Pojetí soukromí a povědomí o bezpečnosti na sociálních sítích Facebook a Instagram.....	54
3.1.7 Význam sociálních sítí v životě informátorů .....	57
3.2 Analýza obsahu účtu na Facebooku a Instagramu .....	59
<b>4 ZÁVĚREČNÁ DISKUZE A KOMPARACE VÝSLEDKŮ VÝZKUMU S VÝZKUMY NĚKTERÝCH ZAHRANIČNÍCH AUTORŮ .....</b>	<b>66</b>

ZÁVĚR .....	73
SUMMARY.....	75
POUŽITÁ LITERATURA .....	76

# Úvod

Tato diplomová práce se zabývá aktuálním tématem působení teenagerů na sociálních sítích. V dnešní době se používání sociálních sítí stalo běžnou každodenní záležitostí. Lidé prostřednictvím sociálních sítí komunikují s přáteli, sdílí fotografie, organizují různé akce aj. Na sociálních sítích si také mohou vytvářet identitu. Se sdílením informací o sobě se pojí i otázka soukromí. Cílem této diplomové práce bylo nahlédnout do života teenagerů na sociálních sítích Facebook a Instagram. Pomocí kvalitativního výzkumu s využitím polostrukturovaných rozhovorů jsem získala reflexi samotných teenagerů, která mi umožnila získat přehled o jejich motivacích k aktivní účasti na sociálních sítích, obsahu, který sdílejí a také o různých strategiích k zajišťování si soukromí a bezpečí na sociálních sítích.

Diplomová práce je rozdělena na část teoretickou a praktickou, přičemž v části teoretické reflektuji díla zahraničních autorů, která se zabývají touto problematikou a zároveň podávám informace o sociálních sítích, kterými se v diplomové práci zabývám. V praktické části diplomové práce provádím kvalitativní výzkum pomocí metod polostrukturovaného rozhovoru, kvalitativní obsahové analýzy a metody komparativní.

Domnívám se, že má diplomová práce může poskytnout malý vhled do světa teenagerů a jejich života na sociálních sítích v českém prostředí a mohla by posloužit jako základ rozsáhlejších výzkumů.

# 1. TEORETICKÁ ČÁST

## 1.1 Vymezení a historie sociálních sítí

Pojem „sociální síť“ se poprvé objevil v knize J. A. Barnese „Class and Committees in Norwegian island parish“ z roku 1954. Sociolog zkoumal sociální vztahy v norské rybářské vesnici. Ve svém díle přichází s myšlenkou, že společenský život můžeme vnímat jako soubor uzlů, které jsou napojeny na jakousi síť vztahů.<sup>1</sup> Jednotlivé body či uzly jsou zde chápány jako jednotlivci a spojují různé sociální vztahy. Z hlediska dnešní doby jsou sociální sítě typem sociálních médií, která v posledních letech výrazně ovlivnila většinu našeho každodenního života.<sup>2</sup> Autorky d.boyd a N. Ellison, vymezují pojem „Social Network Sites“ vymezují jako „*webovou službu, která uživatelům umožňuje vytvářet veřejné či polo-veřejné profily v rámci uzavřeného systému.*“ Podle autorek sociální sítě vytvářejí seznam dalších uživatelů, s nimiž sdílí spojení „na síti“. Tato spojení se pak liší u různých sociálních sítí.<sup>3</sup>

Boyd a Ellison používají termín „social network site“, i když veřejný diskurs používá i termín „social networking sites“. Autorky boydová a Ellison však preferují pojem „social network sites“. Termín „networking“ nepoužívají, protože podle nich příliš zdůrazňuje vytváření vztahů (často mezi cizími lidmi), což dle autorek není na sociálních sítích to nejdůležitější.

K definici sociálních sítí boyd a Ellison se kriticky staví David Beer. V textu „Social network(ing) sites – revising the story so far: A response to danah boyd & Nicole Ellison“ oponuje boyd a Ellison a v některých bodech s nimi nesouhlasí. Podle něj je i samotný termín „social network sites“ autorek boyd a Ellison zavádějící, protože není dostatečně určující a nevztahuje se pouze na sociální sítě, ale

---

<sup>1</sup> BARNES, J. A. *Class and Committees in a Norwegian Island Parish*. DOI: 10.1177/001872675400700102. ISBN 10.1177/001872675400700102. Dostupné také z: <http://hum.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/001872675400700102>

<sup>2</sup> GORDHAMER, Soren. *5 Ways Social Media is Changing Our Daily Lives*. Mashable : The Social Media Guide, 2010. [cit. 2016-01-17]. Dostupné z <http://mashable.com/2009/10/16/social-media-changing-lives/#ZQ0SCziwQsqc>

<sup>3</sup> BOYD, Danah; ELLISON, Nicole. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007, vol. 13, n. 1. . [cit. 2016-01-17]. Dostupné z <<http://www.danah.org/papers/JCMCIntro.pdf>>



i na větší skupinu webových aplikací. Mnohem vhodnější je podle Beera používat název „social networking sites“, který je jakousi konkrétnější kategorií a vypovídá o vytváření sítí. Právě „vytváření sítí“, které je podle Beera jedním z klíčových znaků sociálních sítí, autorky podle něj opomíjejí a považují sociální sítě za místo, kde se uživatelé věnují „převážně jiným aktivitám“.<sup>4</sup>

Boyd a Ellison tvrdí, že termín „networking“ značí vytváření vztahů mezi lidmi, kteří se mnohdy neznají. Přestože uznávají, že networking je důležitou součástí sociálních sítí, není to podle autorek jejich určující znak. Tím je totiž podle autorek vytváření profilů, ve kterých je doslova možné „vypsat se sám do bytí“, čili vytvořit si své vlastní online já a poté jej zviditelnit. Stěžejním atributem sociálních sítí je pak podle autorek také zobrazení kontaktů – „seznam přátel“.

### **Historie sociálních sítí**

První sociální síť podle autorek Boyd a Ellison vznikla v roce 1997<sup>5</sup>. Síť s názvem Sixdegrees.com umožňovala uživatelům vytvářet si profily a od roku 1998 umožňovala také vznik seznamů přátel. Sama sebe sociální síť SixDegrees označovala jako nástroj, který pomůže lidem spojit se s přáteli a posílat si s nimi zprávy. Ve své době přilákala sociální síť SixDegrees miliony uživatelů. Po podnikatelské stránce však nebyla úspěšná, a tak byla v roce 2000 ukončena. Její zakladatel A. Weinreich je přesvědčen, že síť SixDegrees prostě předběhla svou dobu. Lidé neměli dostatek přátel, kteří by byli „online“, a většina uživatelů neměla zájem o seznamování se s cizími lidmi.

Další vlna sociálních sítí přišla v roce 2001 se vznikem sociální sítě Ryze.com, která byla vytvořena za účelem propojení business sítí. Poté se významnou a zprvu i velmi úspěšnou sítí stal Friendster. Původně byl Friendster vytvořen jako sociální komponent Ryze.com a měl konkurovat on-line seznamce Match.com. Zatímco většina seznamek byla tvořena tak, že seznamovala lidi s podobnými zájmy, Friendster měl za úkol pomáhat v seznamování „přátelům přátel“. Friendster se rychle stával známým a počet jeho uživatelů rostl. Nedlouho

---

<sup>4</sup> Beer, David. 2008. „Social network(ing) sites...revisiting the story so far: A response to danah boyd & Nicole Ellison.“ Pp. 516-529. in *Journal of Computer-Mediated Communication* 2008, 13(2), <http://www3.interscience.wiley.com/cgi-bin/fulltext/119414153/HTMLSTART>. Str.518

<sup>5</sup> BOYD, Danah; ELLISON, Nicole. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007, vol. 13, n. 1. . [cit. 2016-01-17]. Dostupné z<<http://www.danah.org/papers/JCMCIntro.pdf>>

poté, co si získal masovou oblibu, začala Friendster velká část jeho uživatelů opouštět. Podle Boyd byla příčinou jak technická, tak „lidská“/sociální pochybení ze strany Friendsteru.<sup>6</sup> Od roku 2003 šel vývoj sociálních sítí kupředu, bylo vytvořeno mnoho nových sociálních sítí. Většina z nich se snažila navázat na úspěch Friendsteru.

Významnou sociální sítí v globálním měřítku se stala síť Myspace, která od roku 2004 získala oblibu především u teenagerů. Síť Myspace povolila přístup nezletilým uživatelům, což také zajistilo její úspěch, a od roku 2004 se teenageři začínají na Myspace masově připojovat. Stala se oblíbenou také pro zpěváky a umělce. V té době nebyl dostatek mainstreamových sítí, a tak se Myspace brzy začala dostávat do širokého povědomí. V červenci 2005 Myspace koupila za 580 milionů dolarů nová společnost, což sociální sítí zajistilo obrovskou mediální pozornost. Objevily se také obavy týkající se bezpečnosti Myspace, jelikož se zde odehrála série sexuálních skandálů mezi dospělými a nezletilými. Velmi rychle se rozšířila morální panika týkající se sexuálních predátorů, ačkoli výzkum ukazuje, že byla zveličená.<sup>7</sup>

Zatímco síť MySpace přitahovala většinu pozornosti médií ve Spojených státech i v zahraničí, začala ve světě narůstat popularita ostatních sociálních sítí. Například Friendster se stal populární na Tichomořských ostrovech, Mixi v Japonsku, LunarStorm ve Švédsku atd. Vedle globálně otevřených sítí vznikaly také sítě, které byly zaměřeny na specializované demografické skupiny. Takovým příkladem může být i Facebook. Facebook měl totiž původně sloužit pouze jako síť pro studenty Harvardu<sup>8</sup>. V září roku 2005 Facebook byl pak přístup do sítě umožněn i studentům středních škol, dále profesionálům uvnitř podniků a nakonec se z něj stala sociální síť, kterou lidé používají na celém světě.

---

<sup>6</sup> t BOYD, Danah; ELLISON, Nicole. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007, vol. 13, n. 1. . [cit. 2016-01-17]. Dostupné z <<http://www.danah.org/papers/JCMCIntro.pdf>>

<sup>7</sup> BOYD, Danah; ELLISON, Nicole. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007, vol. 13, n. 1. . [cit. 2016-01-17]. Dostupné z <<http://www.danah.org/papers/JCMCIntro.pdf>>

<sup>8</sup> tamtéž

## 1.2 Facebook

V roce 2004 Facebook založil Mark Zuckerberg, student Harvardské univerzity, nejprve jako síť přístupnou pouze studentům Harvardské univerzity (viz výše). Postupně se však z Facebooku stala síť přístupná všem a dnes je to jedna z nejpoužívanějších sociálních sítí vůbec. Facebook byl od počátku svého vzniku odlišnou sociální sítí, což bylo jednak způsobeno jeho počáteční exkluzivitou, jednak také tím, že jeho vývojáři byli schopni vytvářet vlastní aplikace a poté je zapojit do Facebooku.<sup>9</sup> Podle současných statistik má Facebook 936 milionů uživatelů, kteří jsou denně aktivní, a 1 440 milionů uživatelů aktivních měsíčně. S tímto počtem aktivních uživatelů se Facebook také drží na prvním místě v TOP desítce sociálních sítí za rok 2015.<sup>10</sup> Od roku 2011 je síť též přístupná z mobilních telefonů (Facebook, 2011).

Aplikace „Facebook Audience Insight“ umožňuje nahlédnout do různých statistik online uživatelů. V České republice například 51% aktivních uživatelů tvoří ženy, 49% muži. Co se věku týče, největší skupinou (30%) uživatelů jsou lidé v rozmezí od 25-34 let. Kromě statistik týkajících se pohlaví a věku Facebook umožňuje nahlédnout do různých sociodemografických údajů, jako je povolání uživatelů aj. Slovy d. boyd „sociální sítě nám umožňují vepsat své já do online podoby“<sup>11</sup>, a proto jedním z hlavních pilířů Facebooku zůstává profil uživatele. Ten je ostatně i vstupní branou do světa Facebooku a bez jeho vytvoření se jen těžko můžeme aktivně podílet na sociální síti. To, jaké informace na profilu zůstanou přístupné veřejnosti a jaké umožníme vidět svým přátelům, záleží na nás. Některé informace (např. fotografie, statusy...) dokonce mohou být nastaveny pro „pouze já“, což znamená, že je nikdo ostatní kromě samotného uživatele neuvidí. Další z principů Facebooku je kromě vytvoření profilu také uzavírání přátelství s ostatními uživateli.

---

<sup>9</sup> BOYD, Danah; ELLISON, Nicole. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007, vol. 13, n. 1. [cit. 2016-01-17]. Dostupné z <<http://www.danah.org/papers/JCMCIntro.pdf>>

<sup>10</sup> *Www.statista.com* [online]. [cit. 2016-01-17]. Dostupné z:

<http://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

<sup>11</sup> BOYD, Danah; ELLISON, Nicole. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007, vol. 13, n. 1. [cit. 2016-01-17]. Dostupné z<<http://www.danah.org/papers/JCMCIntro.pdf>>

### 1.2.1 Dosavadní výzkum o Facebooku a jeho uživatelích

Založení sociální sítě Facebook a její následný vzestup je jedním z důležitých společenských trendů v posledním desetiletí. Na celém světě existuje více než 1,65 miliardy měsíčních aktivních uživatelů Facebooku, což je oproti loňskému roku nárůst o 15%.<sup>12</sup> Podle aktuálních studií se na Facebook denně přihlašuje až 1,9 miliardy lidí.<sup>13</sup> Z toho vyplývá, že uživatelé Facebooku jsou v přihlašování se na tuto sociální síť konzistentní a že má stále velké publikum.

Mezi zkoumané oblasti patří motivace uživatelů k založení sociální sítě Facebook. Sledgianowski a Kulviwat (2009) provedli na toto téma jeden z prvních výzkumů<sup>14</sup>. Zkoumali vzorek 289 studentů a zjistili, že „hravost“ a také normativní tlak k používání této sociální sítě byly jedněmi z hlavních motivů k připojení se na tuto sociální síť vedle motivů, jako byly jednoduchost používání Facebooku, důvěra v něj aj.<sup>15</sup>

O rok později autoři Cheung a Lee (2010) provedli výzkum, jejich vzorkem bylo 389 studentů vysoké školy.<sup>16</sup> Zjistili, že důležitou motivací k založení Facebooku bývá potřeba „někam patřit“, mít užitek z toho, že patřím k nějaké skupině lidí. Tzv. sociální identita je pak zdůrazňována i autory Ellison a Lampe. Výzkum Quanna-Hasse a Younga (2010) jako hlavní motivaci k založení uvádí doporučení přátel. Výsledek jejich výzkumu tedy ukázal, že lidé si sociální síť zakládali na základě doporučení svých vrstevníků a také proto, že už jej všichni přátelé měli.

Jednou z aktuálnějších studií je např. studie Richarda Basilisca and Cha Kyung Jina (2015), která zkoumá motivace filipínských uživatelů k používání Facebooku a také dopad této sociální sítě na jejich životy. Opět zdůrazňují důležitost sociálního kapitálu a tvrdí, že existuje souvislost mezi užíváním Facebooku

---

<sup>12</sup> *The Top 20 Valuable Facebook Statistics – Updated May 2016* [online]. 2016 [cit. 2016-06-28]. Dostupné z: <https://zephoria.com/top-15-valuable-facebook-statistics/>

<sup>13</sup> tamtéž

<sup>14</sup> Sledgianowski a Kulviwat (2009) in CAERS, R., T. DE FEYTER, M. DE COUCK, T. STOUGH, C. VIGNA a C. DU BOIS. *Facebook: A literature review*. DOI: 10.1177/1461444813488061. ISBN 10.1177/1461444813488061. Dostupné také z: <http://nms.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1461444813488061>

<sup>15</sup> tamtéž

<sup>16</sup> Chenug., Lee (2010) in CAERS, R., T. DE FEYTER, M. DE COUCK, T. STOUGH, C. VIGNA a C. DU BOIS. *Facebook: A literature review*. DOI: 10.1177/1461444813488061. ISBN 10.1177/1461444813488061. Dostupné také z: <http://nms.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1461444813488061>

a spokojeností, kdy užívání Facebooku umožňuje zůstat v kontaktu se svou rodinou, přáteli a známými.<sup>17</sup>

Autoři výzkumů, kteří se zabývali Facebookem a jeho uživateli, zkoumali kromě motivací k založení a používání této sociální sítě také jejich motivace ke sdílení informací. Studie Danowského (2008), které se zúčastnilo 614 amerických studentů, naznačuje, že jedinci, jež jsou introvertní a ne příliš populární ve skutečném životě, se snaží působit dobře a získat popularitu na Facebooku. Za tímto účelem sdílí zkreslené skutečnosti o své osobě. Tuto propagaci „sama sebe“ potvrzují ve svém výzkumu i Buffardi a Campbell (2008). Jiné výzkumy však tvrdí opak, a to, že většina lidí podává na Facebooku pravdivý obraz o své osobě. Studie Backa a kol. (2010), které se účastnilo 236 amerických a německých studentů, zjišťuje, že hodnocení profilů na Facebooku provedené lidmi, jež účastníky výzkumu neznali, se shodovalo s popisem sama sebe, který poskytli studenti.

Od roku 2000 se populárním tématem výzkumu sociálních sítí stalo soukromí a věci s ním spojené.<sup>18</sup> Hunter (2008) a později také Mansfield-Devine a Aimer (2010) sumarizovali potenciální hrozby, které by soukromí na Facebooku mohly ohrozit. Z jejich studií vyplývá, že uživatelé této sociální sítě riskují, že budou „stalkováni“ jak v online, tak v „offline světě. Dále z jejich výzkumu vyplynulo, že se uživatelé vystavují riziku napadení svého účtu na Facebooku, sexuálního obtěžování či krádeže identity.<sup>19</sup> Také mobilní přenos osobních údajů pro Facebook je označen jako bezpečnostní riziko. Zorkadis a Karras (2009) jako bezpečnostní riziko označili také přenos informací z mobilu na Facebook a Surendra (2009) tvrdil, že poškodit soukromí uživatelů může i osoba, která byla kdysi členem nějaké skupiny na Facebooku a poté z ní vynáší informace.

Zda jsou si uživatelé Facebooku vědomi možných rizik, která užívání sociálních sítí může obnášet, zjišťoval Fuchs (2010 ve své studii, které se zúčastnilo

---

<sup>17</sup> BASILISCO, Richard a Cha KYUNG JIN. Uses and Gratification Motivation for Using Facebook and the Impact of Facebook Usage on Social Capital and Life Satisfaction among Filipino Users. *International Journal of Software Engineering and Its Applications*. 9, No. 4 2015. DOI: 10.14257.

<sup>18</sup> CAERS, R., T. DE FEYTER, M. DE COUCK, T. STOUGH, C. VIGNA a C. DU BOIS. *Facebook: A literature review*. DOI: 10.1177/1461444813488061. ISBN 10.1177/1461444813488061. Dostupné také z: <http://nms.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1461444813488061>

<sup>19</sup> CAERS, R., T. DE FEYTER, M. DE COUCK, T. STOUGH, C. VIGNA a C. DU BOIS. *Facebook: A literature review*. DOI: 10.1177/1461444813488061. ISBN 10.1177/1461444813488061. Dostupné také z: <http://nms.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1461444813488061>

674 rakouských studentů. Došel k závěru, že chování uživatelů a strategie dosahování bezpečí se může měnit na základě veřejně dostupných informací a diskuse. Tato studie se však netýkala pouze Facebooku, ale i jiných sociálních sítí.<sup>20</sup> Studie Debatina a kol.(2009), jíž se zúčastnilo 119 amerických studentů a která byla zaměřená pouze na Facebook, tvrdí, že uživatelé si nastavení soukromí změnili až poté, co zažili nějakou nepříjemnou situaci či invazi do svého soukromí. Výzkumy dále zjišťovaly, zda si uživatelé uvědomují, jaké je jejich nastavení soukromí. Butler a kol.(2011) zjišťuje, že s ohledem na neustále změny v nastavení, které sociální síť Facebook vytváří, není lehké se v nastavení orientovat a uživatelé, kteří se výzkumu zúčastnili, měli nastavení jiné, než si mysleli.<sup>21</sup> S tímto tvrzením souhlasí mj. také autorky Livingstone a boyd.

Další oblast, které se výzkumníci v souvislosti s užíváním sociálních sítí věnují, jsou důsledky používání sociálních sítí. Některé ze starších studií (např. Steinfield a kol., 2008) hovoří o tzv. „přemostování sociálního kapitálu“. Tvrdí, že uživatelé s nižší sebedůvěrou z užívání Facebooku získávali volnější vazby, pomocí kterých mohli např. získávat užitečné informace, ale ne emocionální podporu.<sup>22</sup> Toto však neplatilo pro uživatele, kteří svou sebedůvěru označili za vysokou.

Burke a kolegové (2011) provedli výzkum, jehož se zúčastnilo 415 dospělých. Z jeho výsledků vyplynulo, že je důležité zvážit, jestli jedinci používají Facebook spíše pasivně – sledují, co se děje, čtou si a prohlížejí, co o sobě zveřejňují ostatní aj. U těchto spíše pasivních jedinců, kteří na Facebooku převážně sledovali ostatní, se neprokázalo zvýšení sociálního kapitálu, jež by souviselo s používáním této sociální sítě. Oproti tomu u uživatelů, kteří se na Facebooku chovali aktivně, sdíleli statusy, posílali zprávy či komentovali příspěvky ostatních, výzkumníci zjistili zvýšení sociálního kapitálu.<sup>23</sup>

V této kapitole byly popsány některé studie, které se zaměřují na uživatele a jejich užívání sociální sítě Facebook. Samozřejmě existuje mnoho dalších studií,

---

<sup>20</sup> CAERS, R., T. DE FEYTER, M. DE COUCK, T. STOUGH, C. VIGNA a C. DU BOIS. *Facebook: A literature review*. DOI: 10.1177/1461444813488061. ISBN 10.1177/1461444813488061. Dostupné také z: <http://nms.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1461444813488061>

<sup>21</sup> tamtéž

<sup>22</sup> tamtéž

<sup>23</sup> CAERS, R., T. DE FEYTER, M. DE COUCK, T. STOUGH, C. VIGNA a C. DU BOIS. *Facebook: A literature review*. DOI: 10.1177/1461444813488061. ISBN 10.1177/1461444813488061. Dostupné také z: <http://nms.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1461444813488061>

kteře se tomuto t3matu v3nuj3 (např. Hogan 2011, Light a Cassidy 2014, Williams 2006 atp.), z3m3rn3 jsem vřak volila takov3 studie, jejichž tematika je alespoň 33ste3n3 př3buzn3 v3zkumu, kter3 prov3d3m v praktick3 33sti t3to diplomov3 pŕ3ce. V současné době v3zkumn3ci st3le prov3d3j3 studie t3kaj3c3 se Facebooku a jeho uŕivatelů, ned3vn3 studie Lincolna a Robarda (2014) se soustřed3 na v3znam „Timeline“ aneb 3asov3 osy na Facebooku. V3zkum si klade ot3zku, jak si uŕivatele Facebooku porad3 s informacemi, kter3 jsou nyní zcela pŕ3stupn3 a jednoduře dohledateln3 vzhledem ke zm3n3 technick3ho nastaven3 Facebooku. Aktu3ln3 studie (Frison a Eggermont, 2016) pot3 zkoum3, jak jednotliv3 typy uŕ3v3n3 Facebooku ovlivňuj3 deprese u adolescentů. Dalř3 zcela aktu3ln3 studi3 je např. studie Goodwina a Griffinov3 (2016), kter3 se v3nuje problematice z3sk3v3n3 popularity na Facebooku a m3 n3zev „Precarious Popularity: Facebook Drinking Photos, the Attention Economy, and the Regime of the Branded Self“.<sup>24</sup>

Na Fakult3 soci3ln3ch v3d UK byla na podobn3 t3ma, kter3m se zab3v3 m3 diplomov3 pŕ3ce, obh3jena diplomov3 pŕ3ce Ondřeje Erbana s n3zvem „Ŕivot na Facebooku – kvalitativn3 studie chov3n3 lid3 na Facebooku.“<sup>25</sup> Erban sv3j v3zkum nezam3řil pouze na teenagery, ale tvořili ho inform3toři ve v3ku 20-32 let. Podle Erbana je moŕn3 v uŕ3v3n3 soci3ln3ch s3t3 nal3zt jist3 „vzorce chov3n3“, kter3 vypov3daj3 o tom, jak3m způsobem se uŕivatele chovaj3 v tomto pŕ3střed3. Krit3riem, kter3 můŕe uŕivatele v různ3ch aktivit3ch na Facebooku odliřovat, je pak podle Erbana napŕ3klad v3k. Inform3toři z jeho v3zkumu, kter3 patřili do v3řř3 v3kov3 skupiny, (nad 32 let) se totiŕ uk3zali jako velmi pasivn3 a nesd3lej3c3.

---

<sup>24</sup> GOODWIN, I.a kol.Precarious Popularity: Facebook Drinking Photos, the Attention Economy, and the Regime of the Branded Self. *International Journal of Software Engineering and Its Applications*. 9, No. 4 2015. DOI: 10.1177/2056305116628889. ISBN 10.1177/2056305116628889. Dostupn3 tak3 z: <http://sms.sagepub.com/lookup/doi/10.1177/2056305116628889>

<sup>25</sup> ERBAN, Ondřej. *Ŕivot na Facebooku : Kvalitativn3 studie chov3n3 lid3 na Facebooku*. Praha, 2011. 116 s. Diplomov3 pŕ3ce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta soci3ln3ch v3d, Institut komunika3n3ch studi3 a ŕurnalistiky. Katedra medi3ln3ch studi3. Vedouc3 diplomov3 pŕ3ce Mgr. Jaroslav řvelch.

### 1.3 Instagram

Sociální síť Instagram byla vytvořena v roce 2010 původně jako mobilní aplikace. Jedná se o sociální síť, která je určena ke sdílení převážně vizuálního obsahu. „Instagram představuje jednoduchý způsob, jak můžete sdílet svůj život a mít přehled o tom, co dělají ostatní. Vyfoťte fotku nebo natočte video a pomocí filtrů a kreativních nástrojů svůj snímek upravte. Pak ho zveřejněte na Instagramu a rovnou ho sdílejte i na Facebooku, Twitteru, Tumblru a dalších sítích – nebo ho pošlete přímo v soukromé zprávě. Vyhledejte lidi, které chcete sledovat, podle toho, co vás zajímá. A staňte se tak členem inspirativní komunity“.<sup>26</sup>

Samotní zakladatelé Instagramu Kevin Systrom a Mike Krieger v rámci FAQ popisují, jak vůbec vznikl název sociální sítě Instagram. „Jako malí kluci jsme si strašně rádi hráli s foťáky. Líbilo se nám, že některé druhy fotoaparátů přišly na trh s funkcí „okamžitosti“ - ihned dokázaly fotku vyvolat. Taky se nám líbila představa, že snímky, které lidi pořizovali, by se daly posílat v podstatě jako telegramy – pomocí kabelů by došly až k ostatním lidem. A tak vzniklo jméno Instagramu.“<sup>27</sup>

Dále na oficiálních stránkách Instagramu uvádějí i odpověď na jednu z FAQ – jak vůbec vznikl nápad založit Instagram? „Milujeme focení. Vždycky jsme si mysleli, že focení zajímavých fotek vyžaduje velké, kvalitní foťátky a taky několik let studia umělecké školy. Ale s tím, jak se fotoaparáty v mobilech stále zlepšovaly, jsme se rozhodli změnit náš názor. Vytvořili jsme Instagram, abychom vyřešili následující problémy:

1. Fotky z mobilu ne vždycky vypadají dobře, ale naše skvělé filtry z nich dokážou vytvořit fotky, které budou vypadat profesionálně.

2. Sdílení fotky na různých platformách může být otravné a zabere spoustu času. Instagram ale umožní fotku vyfotit a okamžitě ji sdílet na různých platformách.

3. Nahrávání fotek někdy trvá vážně dlouho a je otravné, ale na Instagramu to jde rychle a jednoduše.“<sup>28</sup>

---

<sup>26</sup> FAQ. *Wwww.instagram.com* [online]. 2016 [cit. 2016-06-28]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/about/faq/>

<sup>27</sup> tamtéž

<sup>28</sup> FAQ. *Wwww.instagram.com* [online]. 2016 [cit. 2016-06-28]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/about/faq/>



Jedním ze specifíků Instagramu jsou „hashtagy“, prostřednictvím kterých mohou uživatelé označovat své fotografie a umožňují tím ostatním uživatelům identifikaci obsahu fotografie a případné vyhledávání na základě klíčového slova (hashtagu). Navazovat vztahy prostřednictvím vizuálního obsahu je tak umožněno různým uživatelům napříč světem. Tato sociální síť, kterou zveřejnili Kevin Systrom a Mike Krieger v říjnu 2010, se za posledních pět let rozšířila závratným tempem. V prosinci 2014 Instagram oznámil, že předčil Twitter z hlediska měsíčních aktivních uživatelů.

V roce 2012 zakladatel Facebooku Mark Zuckerberg oznámil veřejnosti, že platformu Instagram koupil za jednu miliardu dolarů.<sup>29</sup> To se nesešlo s přílišným nadšením uživatelů Instagramu, obávali se zhoršení či změny podmínek užívání. Obavy uživatelů se vyplnily, 18. prosince 2012 Instagram skutečně změnil podmínky užívání. V rámci nových podmínek měly být všechny fotografie, které uživatelé na Instagram nahráli, použity k reklamní činnosti, a to bez nároku na honorář. Uživatelé Instagramu se ale proti této změně podmínek začali bouřit, a tak Instagram své rozhodnutí přehodnotil a vrátil se k původním pravidlům.<sup>30</sup>

### 1.3.1 Dosavadní studie o Instagramu

Protože Instagram byl založen teprve v roce 2010, nevěnuje se problematice uživatelů na Instagramu tolik studií, jako u Facebooku.

Motivacím a potřebám, které vedou mladé dospělé ke sdílení fotek na Instagramu, se věnuje aktuální případová studie autorů Al-Kandari, R.Melkote a Sharifa (2016). Výzkumu se zúčastnilo 354 žen a 256 mužů, autoři studie provedli dotazníkové šetření. Zjistili, že uživatelé sdílí fotografie na Instagramu z různých důvodů. Jedním z nich jsou například sociální interakce, po kterých sdílející touží. Dále jsou to důvody jako vizuální sebevyjádření, sdělení jakéhosi názoru prostřednictvím fotografie, zábava a experiment s fotografií. Autoři studie dále uvádějí, že Instagram, stejně jako jiná sociální média, slučuje lidi s podobnými

---

<sup>29</sup> Jak vznikl Instagram? Od nuly až k Facebooku. *Www.instagram.cz* [online]. 2015 [cit. 2016-06-28]. Dostupné z: <http://www.instagram.cz/jak-vznikl-instagram-od-nuly-az-k-facebooku/362>

<sup>30</sup> Tamtéž

zájmy.<sup>31</sup> Toto zjištění ostatně není žádnou novinkou, autoři již dříve uvedli, že sociální sítě mohou sloužit jako prostředník pro komunikaci lidí se stejnými zájmy (např. boyd a Ellison, 2008). Nicméně tento fakt uvádějí i jiné aktuální studie – „*Komunikace s lidmi je jedním z nejvýraznějších důvodů, proč lidé používají sociální sítě, včetně Instagramu. Díky Instagramu se mohou spojit s přáteli, utvářet si nové vztahy či udržovat již stávající přátelství. Instagram umožňuje interakci zejména lidem, kteří mají podobné zájmy,*“ říká studie Hiram Tinga a kol.(2015)<sup>32</sup> Jelikož je Instagram aplikací, která funguje především na vizualitě, je logické, že vznikají také studie zabývající se problematikou s tímto spojenou. Příkladem může být např. výzkum Ch.T. Barryho a kol. (2015) „Let Me Take a Selfie”: Associations Between Self-Photography, Narcissism, and Self-Esteem“. Právě narcismus je jedním z témat, která se v souvislosti s Instagramem (ale i jinými sociálními sítěmi) nabízí. Kde jinde než na sociálních sítích máme tolik prostoru k propagaci sebe sama.

Studie Barryho a kol. však dokazuje, že ne vždy je dobré považovat např. sdílení selfie za projevy narcismu. Z výsledků výzkumu totiž vyplynulo, že sdílení selfie fotografií je zcela běžným jevem a že nemusí nutně znamenat narcistické chování, ale spíše naznačuje novou formu komunikace mezi vrstevníky.<sup>33</sup> V českém prostředí se Instagramem a jeho uživateli zabývá diplomová práce Jana Tušky. Jan Tuška zvolil podobné téma, jaké řeší tato diplomová práce, celý název jeho práce zní: *Motivy a způsoby užívání Instagramu.*<sup>34</sup> Výsledky jeho zkoumání reflektuji níže.

---

<sup>31</sup> AL-KANDARI, A., S. R. MELKOTE a A. SHARIF. *Needs and Motives of Instagram Users that Predict Self-disclosure Use: A Case Study of Young Adults in Kuwait*. DOI: 10.1177/0973258616644808. ISBN 10.1177/0973258616644808. Dostupné také z: <http://crc.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/0973258616644808>

<sup>32</sup> Hiram a kol. Beliefs about the Use of Instagram: An Exploratory Study. *International Journal of Business and Innovation*. Vol. 2, Issue 2, 2015. dostupné také z:[http://www.academia.edu/10659490/Beliefs\\_about\\_the\\_Use\\_of\\_Instagram\\_An\\_Exploratory\\_Study](http://www.academia.edu/10659490/Beliefs_about_the_Use_of_Instagram_An_Exploratory_Study).

<sup>33</sup> BARRY a kol. *Let Me Take a Selfie”: Associations Between Self-Photography, Narcissism, and Self-* Dostupné z: <http://psycnet.apa.org/index.cfm?fa=buy.optionToBuy&id=2015-28942-001>

<sup>34</sup> TUŠKA, Jan. *Motivy a způsoby užívání Instagramu*. Olomouc, 2015. Diplomová práce. Univerzita Palackého v Olomouci. Vedoucí práce Zdeněk Sloboda.

## 1.4 Facebook versus Instagram – statistiky a budoucí vývoj

Facebook a Instagram patří mezi nejpobulárnější sociální sítě současnosti. Dokazuje to počet uživatelů, kteří jsou na těchto sociálních sítích aktivní. Nejnovější statistiky ukazují, že Instagram má 500 milionů aktivních uživatelů měsíčně, a zdá se, že jejich počet stále poroste. To alespoň naznačuje prudký nárůst uživatelů v minulých letech, kdy v lednu roku 2013 jich bylo měsíčně aktivních 90 milionů, v prosinci roku 2014 počet dosáhl asi 300 milionů měsíčně aktivních uživatelů a nejnovější statistiky (červen 2016) hovoří o čísle 500 milionů aktivních uživatelů.<sup>35</sup> Co se týče počtu měsíčně aktivních uživatelů, Facebook stále vede. Ve třetím čtvrtletí roku 2012 počet aktivních uživatelů Facebooku předčil jednu miliardu. V prvním čtvrtletí roku 2016 pak bylo zjištěno, že počet měsíčně aktivních uživatelů vzrostl na 1,65 miliardy.<sup>36</sup> Jedna ze statistik byla provedena v USA a zjišťovala oblíbenost sociálních sítí u mladých dospělých ve Spojených státech za měsíc únor 2016. Ze statistiky vyplývá, že Instagram používá 66% uživatelů ve věku 13-24 let, zatímco uživatelů Facebooku bylo 68%.<sup>37</sup>

## 1.5 Síťová generace

Autoři, jako je Tapscott (1999,2009), Howe a Strauss (1991, 2000), Prensky (2001a, 2001b, 2009, 2010), Oblinger and Oblinger (2005), Palfrey and Gasser (2008) a další tvrdí, že generace dnešních mladých lidí se chová odlišně od těch předchozích. Odlišnost tohoto chování přisuzují hlavně síťovým a digitálním technologiím, se kterými příslušníci této generace „vyrostli“ a které se navíc neustále vyvíjejí. Výzkumníci tvrdí, že tato generace „myslí jinak“, učí se jinak a má jiná očekávání od života než generace předchozí. Někteří z autorů dokonce tvrdí, že mají jinou fyziologii mozku<sup>38</sup>(Prensky, 2001), protože byli velmi brzy zasvěceni

---

<sup>35</sup> Number of monthly active Instagram users from January 2013 to June 2016 (in millions). *Www.statista.com* [online]. [cit. 2016-06-28]. Dostupné z: <http://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-instagram-users/>

<sup>36</sup> Number of monthly active Facebook users worldwide as of 1st quarter 2016 (in millions). *Www.statista.com* [online]. [cit. 2016-06-28]. Dostupné z: <http://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>

<sup>37</sup> Reach of leading social media and networking sites used by teenagers and young adults in the United States as of February 2016. *Www.statista.com* [online]. [cit. 2016-06-28]. Dostupné z: <http://www.statista.com/statistics/199242/social-media-and-networking-sites-used-by-us-teenagers/>

<sup>38</sup> JONES, Christopher. *The Net Generation and Digital Natives*. Milton Keynes, UK, 2011. The Open University.

do technologie. Jiní (Tapscott, 1999) tuto generaci považují za „nejchytřejší generaci vůbec“<sup>39</sup>, což podle Tapscotta dokazují výsledky jeho výzkumů a IQ testů. Jiní autoři jsou k této generaci skeptičtější (Rosen) a v nadměrném používání mobilních technologií vidí problém, který může vést až k rozvinutí různých psychických poruch, jako je například narcismus, obsesivně-kompulzivní porucha, poruchy spánku aj. Dále autoři tvrdí, že se tato generace velmi často spoléhá na komunikační technologie, je schopna multitaskingu a preferuje spíše aktivní než pasivní učení (viz například Tapscott 1999; Oblinger, 2003; Oblinger a Oblinger, 2005).

Existují tedy různá pojmenování, která výzkumníci používají, přičemž každá z definic síťové generace se mírně liší, ale většinou se dají zaměňovat. Před samotným vymezením, jak tuto generaci nazývat a jakým rokem ji označit, je třeba podotknout, že není možné škatulkovat a vytvářet zobecnění pro každého jedince narozeného v určitém časovém období, tvrdit, že jeho osobní hodnoty a způsob chování jsou stejné jako hodnoty a chování ostatních příslušníků téže generace – žádný jedinec se nechová zcela stejně jako ten druhý. Z výzkumů různých autorů (např. Tapscott, Rosen, Prensky) však vyplývá, že většina lidí narozených ve stejném období sdílí některé hodnoty a chová se podobným způsobem.

Nejčastěji užívanými označeními této generace jsou „Millenials“ (Howe and Strauss, 1991,2000, 2003), „Net Generation“ (Tapscott, 1998, 2009, Oblinger & Oblinger 2005), „Generation Y“ (Jorgensen, 2003; Weiler, 2005; McCrindle, 2006) a také „Digital Native/Digital Immigrants“ (Prensky, 2001a, 2001b, 2009, 2010, Palfrey and Gasser2008). Podle Rosena jsou některá označení nevhodná. „*Je až urážející označit tuto výjimečnou počítačovou generaci dalším písmenem v abecedě (Generace Y) či chronologickým identifikátorem (Millenials)*“,<sup>40</sup> říká Rosen a přiklání se k označení, jež použil Don Tapscott – Net Generation (síťová generace). Tento pojem je podle Rosena nejvhodnější, neboť odráží dopad síťových technologií na život příslušníků této generace.

Před časovým vymezením této generace je vhodné uvést vymezení generací předchozích. Výzkumníci se shodují, že ti, co se narodili v letech 1946 až 1964, patří

---

<sup>39</sup> TAPSCOTT, Don. *Grown up digital: how the net generation is changing your world*. New York: McGraw-Hill, c2009. ISBN 978-0-07-150863-6 str. 30

<sup>40</sup> Rosen, Larry: Welcome to the iGeneration!. *Www.psychologytoday.com/* [online]. 2010 [cit. 2016-06-28]. Dostupné z: <https://www.psychologytoday.com/blog/rewired-the-psychology-technology/201003/welcome-the-igeneration>

ke generaci babyboomu. Podle americké Census Bureau je ale třeba brát ohled také na kulturní kontext, ve kterém je termín používán.<sup>41</sup> Na tento fakt je třeba brát ohled při vymezení každé generace. Ti, co se narodili před rokem 1946, jsou často nazýváni "tradiční" nebo „tichou“ generací. Lidé narozeni od roku 1965 (ve vymezení hraničního roku této generace nejsou výzkumníci jednotní, podle Rosena je to rok 1979) mohou být označováni jako „Generace X“.

Rok 1980 je pak spojován s nástupem Sítové generace (nazývané též Generace Y či Millennials – viz výše). Ani zde však výzkumníci nejsou jednotní v časovém vymezení této generace, podle Tapscotta je to rok 1977-1997<sup>42</sup>, podle Howe a Strausse(1991) je tato generace definována lety 1982-2000. I proto ji nazývají „Millennials“.

V současné době existuje celá řada nových studií, které tvrdí, že je možné vymezit další generační změnu, jež je podmíněna dalším technologickým vývojem. Larry Rosen přichází s pojmem „iGeneration“, kterým označuje děti a teenagery narozené v novém miléniu. Vzhledem k neustálému vývoji technologií a jejich vlivu na naše životy už podle Rosena není internet hlavním definujícím znakem současné generace teenagerů a mladých lidí. Jsou to právě neustále se vyvíjející mobilní technologie, jejichž používání a obliba jsou definujícím znakem generace, která přichází po sítové „net generation“. Rosen ji nazývá „igeneration“, kdy „i“ značí používání a oblibu mobilních technologií (iPhone, iTunnes...) ale také „individualitu“, která znamená, že většina technologie je individualizovaná a přizpůsobená každému jedinci.

Rowlands a kolegové pak užívají termínu „Google generation“, který naznačuje používání Google a je charakteristický pro současnou generaci teenagerů a mladých dospělých.

Tapscott přichází s osmi body, které zásadně odlišují sítovou generaci od té předchozí. Říká jim 8 generačních norem, které definují sítovou generaci. Tyto

---

<sup>41</sup> TANG, T. L.-P., P. H. CUNNINGHAM, E. FRAUMAN, M. I. IVY a T. L. PERRY. *Attitudes and Occupational Commitment among Public Personnel: Differences between Baby Boomers and Gen-Xers*. D10.1177/009102601204100206. ISBN 10.1177/009102601204100206. Dostupné také z: <http://ppm.sagepub.com/lookup/doi/10.1177/009102601204100206>

<sup>42</sup> TAPSCOTT, Don. *Grown up digital: how the net generation is changing your world*. New York: McGraw-Hill, c2009. ISBN 978-0-07-150863-6.str.15

normy mají podle autora zásadní význam pro pochopení, jak tato generace mění společnost. Jací tedy jsou příslušníci síťové generace?

1. Chtějí svobodu ve všem, co dělají – od svobodné volby až po svobodu projevu. Zatímco starší generace se cítí ztracená v obrovském výběru televizních kanálů, produktů a všeho, co dnešní doba nabízí, síťová generace to vše bere jako samozřejmost. Příslušníci síťové generace si pomocí technologie najdou takovou značku, která bude vyhovovat jejich potřebám, a zbytek „odfiltrují“. Chtějí si také sami zvolit, kde a kdy budou pracovat. Použijí technologii, aby unikli tradičnímu kancelářskému omezení, a svůj pracovní život integrují do života soukromého i společenského. Příkladem mohou být úspěšní uživatelé sociální sítě Instagram, kteří na svých účtech zveřejňují i různé produkty, za což samozřejmě dostávají zapláceno. Dalším příkladem mohou být i úspěšní blogeri či youtuberi.

2. Rádi si vše přizpůsobují a upravují ke své vlastní potřebě.

Dnešní mládež může změnit mediální svět kolem sebe – změnit si spořič obrazovky, nastavit si vyzvánění, měnit zdroje zábavy i informací. Miliony mladých lidí mění obsah webu namísto toho, aby ho pouze konzumovali.

3. Vše zkoumají.

Vyžadují transparentnost. Zatímco příslušníci starší generace se podivují nad spotřebitelským průzkumem, který je k dispozici online, oni ho očekávají. Transparentnost, konkrétně například v přístupu k relevantním informacím, se jim zdá přirozená.

4. Vyžadují poctivost a otevřenost.

Když se rozhodují, kde pracovat, ujistí se, že hodnoty firmy jsou v souladu s jejich hodnotami

5. Chtějí se bavit.

Ať už na pracovišti, ve společenském životě nebo v rámci studia, příslušníci síťové generace vyžadují zábavu. Podle Tapscotta síťová generace přináší „hravost“ do pracovní oblasti. *„Ze svých zkušeností z hraní videoher vědí, že vždy existuje více*

než jeden způsob, jak dosáhnout svého cíle“<sup>43</sup>, tvrdí autor a dodává, že myšlení „out of the box“ je důsledkem např. hraní videoher.

#### 6. Navzájem spolupracují a vytvářejí vztahy.

Dnešní mládež podle Tapscotta spolupracuje se svými vrstevníky na Facebooku, neustále si píše textové zprávy, sdílí spolu školní práce atd. Navzájem se ovlivňují, doporučují si různé produkty, co koupit atp.

#### 7. Vyžadují rychlost.

Ve světě, kde rychlost charakterizují toky informací mezi rozsáhlými sítěmi a lidmi, probíhá podle Tapscotta komunikace s přáteli a kolegy rychleji než kdy předtím.

#### 8. Jsou inovátoři

Dnešní mladí lidé netouží po novém iPhone kvůli tomu, že by ten starý už nebyl „cool“. Chtějí ho, protože toho umí mnohem víc než ten starý. Neustále vyhledávají inovativní způsoby, jak se bavit, učit a pracovat.

## 1.6 Reflexe vybraných autorů dané problematiky

Tématem sociálních sítí se v současné době intenzivně zabývá výzkumnice danah boyd, její rozsáhlé studie mi tedy poslouží jako teoretický základ výzkumu. Na téma, kterým se tato diplomová práce zabývá, též vzniklo několik dílčích studií jiných autorů. Některé budu též využívat pro své bádání. V dílech vybraných autorů jsem se pokusila najít takové fenomény, které jsou zásadní pro výzkumnou část této práce. V rámci rešerše literatury se tedy budu zaměřovat na následující:

- motivace teenagerů k účasti na sociálních sítích,
- sebe prezentace na síti, pojetí a vývoj identity v rámci sociálních sítí,
- povědomí o bezpečnosti chování na sociálních sítích, pojetí soukromí a uvědomění si rizik, které život v online prostředí obnáší,
- význam sociálních sítí v životě teenagerů, trávení času na sítích aj.

---

<sup>43</sup> TAPSCOTT, Don. *Grown up digital: how the net generation is changing your world*. New York: McGraw-Hill, c2009. ISBN 978-0-07-150863-6. ,str.35

### 1.6.1 Motivace teenagerů k používání sociálních sítí

Sociální sítě jsou důležitou součástí života dnešních teenagerů. Na síti mají možnost kontaktu se svými vrstevníky, mají zde prostor pro sebevyjádření aj. Studie, které zkoumají motivace teenagerů k užívání sociálních sítí, skutečně zdůrazňují především kontakt s přáteli a se svými vrstevníky jako jednu z hlavních motivací k používání sítě. „*Komunikace a sdílení informací je největší motivací k participaci na sociálních sítích.*“<sup>44</sup>, tvrdí danah boyd. Autoři Ellison a kol. dále zjišťovali, zda uživatelé používají Facebook především kvůli kontaktům, které mají již z „offline“ světa (jejich skuteční přátelé, spolužáci ze školy aj.), nebo jestli je jednou z motivací k užívání sociální sítě snaha poznat nové přátele, lidi, které z běžného života vůbec neznají. V rámci výzkumu došli autoři k závěru, že většina mladých uživatelů používá Facebook především s cílem zachovat stávající vztahy s vrstevníky, které znají i z běžného života, anebo sítě používají proto, aby upevnili prchavé vztahy dočasných známostí.<sup>45</sup>

Při zkoumání motivací uživatelů k účasti na sociálních sítích se autoři zaměřili i na vnitřní motivace užívání sociálních sítí a zjistili například, že teenageři používají např. Facebook také proto, že mají jistou potřebu sociální angažovanosti.<sup>46</sup> Autoři Steinfield, Ellison a Lampe v této souvislosti hovoří o sociálním kapitálu, který je založen na potřebě a ziscích ze vztahů s ostatními lidmi. Jednou ze zkoumaných oblastí byly motivace uživatelů k založení sociální sítě Facebook. Jedněmi z prvních, kteří se motivací založit si sociální síť Facebook zabývali, jsou Sledgianowski a Kulviwat(2009) , kteří provedli jeden z prvních výzkumů<sup>47</sup> na toto téma. Provedli výzkum na vzorku, jež tvořil 289 studentů. Autoři zjistili, že

---

<sup>44</sup> BOYD, Danah. *It's complicated: the social lives of networked teens*. New Haven: Yale University Press, c2014, xi, 281 s. ISBN 978-0-300-16631-6.

<sup>45</sup> Ellison, Stenfield a Lampe. *The Benefits of Facebook ‘‘Friends:’’ Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites* [online]. 2008 [cit. 2016-01-17]. Dostupné z: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x/pdf>

<sup>46</sup> Stenfield, Ellison a Lampe. *Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis* [online]. Department of Telecommunication, Information Studies, and Media, Michigan State University, East Lansing, MI 48824 USA, 2008 [cit. 2016-01-17]. Dostupné z: [https://www.msu.edu/~nellison/Steinfield\\_Ellison\\_Lampe\(2008\).pdf](https://www.msu.edu/~nellison/Steinfield_Ellison_Lampe(2008).pdf)

<sup>47</sup> Sledgianowski a Kulviwat(2009) in CAERS, R., T. DE FEYTER, M. DE COUCK, T. STOUGH, C. VIGNA a C. DU BOIS. *Facebook: A literature review*. DOI: 10.1177/1461444813488061. ISBN 10.1177/1461444813488061.

Dostupné také z: <http://nms.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/146144481348806>



„hravost“ a také normativní tlak k používání této sociální sítě byly jedněmi z hlavních motivů k připojení se na tuto sociální síť vedle motivů jako jednoduchost používání Facebooku, důvěra v něj aj.<sup>48</sup>

O rok později autoři Cheung a Lee (2010) (viz. výše) provedli výzkum na skupině 389 studentů vysoké školy.<sup>49</sup> Zjišťují, že důležitou motivací k založení Facebooku bývá potřeba „někam patřit“, mít užitek z toho, že patřím k nějaké skupině lidí. Tzv. sociální identita je pak zdůrazňována i autory Ellison a Lampe. Výzkum Quanna-Hasse a Younga (2010) jako hlavní motivaci k založení uvádí doporučení přátel. Jejich výzkumu ukázal, že lidé si sociální síť zakládali na základě doporučení svých vrstevníků a také proto, že už jej všichni přátelé měli.<sup>50</sup>

Další z motivací aktivně se podílet na životě na sociálních sítích může být podle některých autorů snaha necítit se osaměle, i když s fenoménem osamělosti je to na sociálních sítích komplikované. Výzkum Wilsona a kol. z roku 2010 ukázal, že uživatelé, kteří měli na síti různé interakce, jako například zasílání zpráv, komentování příspěvků na zdi aj., vykazovali snížené známky osamělosti a zvýšené pocity sociálního kapitálu. Oproti tomu uživatelé, kteří trávili čas na Facebooku pasivně, například prohlíželi obsah zdi svých přátel, aniž by se aktivně zapojili do interakce s nimi, vykazovali pocity prohloubení samoty a snížení sociálního kapitálu.<sup>51</sup> Podle Brandtzæga a Heima(2011) je hlavní motivací k používání sociálních sítí udržet stávající vztahy a také nové vztahy navazovat. Autoři dále zdůrazňují také zapojení se do veřejné debaty jako jednu z důležitých motivací k užívání sociálních sítí.<sup>52</sup>

Kromě zvýšení sociálního kapitálu může Facebook sloužit i k social-groomingu, neboli potřebě zajímat se o druhé, inklinaci k drbům a nevýznamné

---

<sup>48</sup> Sledgianowski a Kulviwat(2009) in CAERS, R., T. DE FEYTER, M. DE COUCK, T. STOUGH, C. VIGNA a C. DU BOIS. *Facebook: A literature review*. DOI: 10.1177/1461444813488061. ISBN 10.1177/1461444813488061.

Dostupné také z: <http://nms.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1461444813488061>

<sup>49</sup> Chenug,, Lee (2010) in CAERS, R., T. DE FEYTER, M. DE COUCK, T. STOUGH, C. VIGNA a C. DU BOIS. *Facebook: A literature review*. DOI: 10.1177/1461444813488061. ISBN 10.1177/1461444813488061. Dostupné také z:

<http://nms.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1461444813488061>

<sup>50</sup> tamtéž

<sup>51</sup> Wilson, Samuel, Gosling. Graham. *A Review of Facebook Research in the Social Sciences* [online]. Perspectives on Psychological Science, 2012 [cit. 2016-01-17]. Dostupné z: <http://pps.sagepub.com/content/7/3/203>

<sup>52</sup> BRANDZAEG, P., HEIM, J.. (2011) A typology of social networking sites users, *Journal: International Journal of Web Based Communities* 2011 - Vol. 7, No.1 pp. 28 – 51.

společenské konverzaci. K social-groomingu je na sociálních sítích zcela jistě mnoho prostoru. Gosling se domnívá, že popularita Facebooku může být mimo jiné způsobená i tím, že umožňuje uživatelům sledovat ostatní členy sítě a udržovat sociální vazby, a to i v sítích, které jsou geograficky rozptýlené.<sup>53</sup>

Smock a kol.(2011) zdůrazňují, že motivací být součástí sociální sítě, je také relaxování a zábava. Dále ve své studii zmiňují sociální interakce, sdílení informací a trávení času jako jedny z dalších motivací, proč být na sociální síti Facebook.

Tosun (2012) pak zmiňuje, že jednou z hlavních motivací, proč mít profil na sociální síti, je udržení a zachování přátelství „na dálku“. Dále pak zmiňuje hraní her, zábavu, vytváření nových přátelství, pasivní sledování uživatelů či organizování společenských aktivit.

Novější studie autorek Sue Yeon Syn a Sanghee Oh (2015) říká, že výzkumů, jež se zabývají motivacemi uživatelů k užívání sociálních sítí, není mnoho.<sup>54</sup> Přestože se tato studie nezaměřila pouze na teenagery, pokládám za vhodné ji zmínit, jelikož je jednou z aktuálnějších studií. Autorky zjišťovaly, jaké motivace vedly účastníky výzkumy k užívání Facebooku a Twitteru a také co tyto motivace ovlivňovalo. Pomocí dotazníkového šetření zjistily, že sdílení informací ovlivňují demografické faktory, zkušenosti a gramotnost v oblasti internetu, různé typy sociálních sítí aj. To vše ovlivňovalo uživatele ve sdílení informací na sociálních sítích.

### **1.6.2 Identita a sebe prezentace na síti**

Člověk „na síti“ má mnoho možností, jak sám sebe definovat. To, jestli jeho identita online bude kopírovat tu skutečnou, záleží jen na něm. V online prostoru existuje mnoho možností, jak se prezentovat. Někteří autoři ale tvrdí, že teenageři na sociálních sítích nevytváří svá alter-ega a jsou spíše sami sebou. V díle „Why Youth Hearts Social Networks“ d. boyd zkoumá teenagery a jejich působení na sociální síti Myspace. Uvádí, že profil na síti může být chápán jako forma

---

<sup>53</sup> Wilson, Samuel, Gosling. Graham. *A Review of Facebook Research in the Social Sciences* [online]. Perspectives on Psychological Science, 2012 [cit. 2016-01-17]. Dostupné z: <http://pps.sagepub.com/content/7/3/203>

<sup>54</sup> SYN, S. Y. a S. OH. *Why do social network site users share information on Facebook and Twitter?: Bedrooms, social network sites and the narratives of growing up*. DOI: 10.1177/0165551515585717. ISBN 10.1177/0165551515585717. Dostupné také z: <http://jjs.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/0165551515585717>

„digitálního těla“ a prostřednictvím profilu se jedinec může „vepsat do bytí“. Tyto profily uživatelé formují i kvůli svým přátelům, kteří si je poté zobrazí. To, co uživatelé prezentují na síti, se nemusí podobat jejich identitě ve skutečném životě. Jejich primární publikum, které profily zobrazí, se však skládá z vrstevníků, kteří je znají i z běžného života. Většinou to bývají např. spolužáci. Kvůli tomuto přímému spojení mezi „offline“ a „online“ životem teenagerů na sociálních sítích inklinují k takové prezentaci sama sebe, o jaké se domnívají, že bude přijata jejich vrstevníky.<sup>55</sup>

Boyd dále tvrdí, že chování „online“ se až tak neliší od toho „offline“, čili od chování v reálném životě. *„Touha být cool na Myspace je součástí celkové touhy být respektován svými vrstevníky. I když mladí lidé mají teoretickou možnost chovat se na síti jinak než ve skutečném životě, sociální hierarchie, která udává, kdo je „cool“, je však přítomná i online.“*<sup>56</sup>

Autorka Sonia Livingstone poté ve své studii reflektuje, jak se identita teenagerů mění s jejich věkem. Teenageři z autorčina výzkumu reflektují vývoj identity i ve vztahu k sociálním sítím. Souvisí s různým stylem sebevyjádření se na síti a také s výběrem sociální sítě, kterou si teenager zvolí. Autorka situaci popisuje na příkladu Niny, informátorky z jejího výzkumu, která se postupem času „přestěhovala“ z Myspace na Facebook. *„Profily a vůbec všechno na Myspace mělo barevné pozadí, zatímco Facebook, který preferuji, je sofistikovanější...Můžu to tak říct? Když mi bylo 14, zjistila jsem, že jsem chtěla být jako někdo, kdo je starší než já. Když jsem si pořídila Myspace, myslela jsem si, že je to vážně skvělá věc, protože ho měli všichni starší lidé. Ale tahle fáze je už za mnou, teď mám radši spíš jednodušší věci,“*<sup>57</sup> říká Nina, informátorka z výzkumu Livingstone. Podle autorky je běžné, že stejně jako v reálném životě i v případě sociálních sítí se i vytváření identity mění s věkem. Autorka dále doplňuje, že teenageři také vítají flexibilitu sociálních sítí, která jim umožňuje identitu různě upravovat a měnit. „Udělal jsem si

---

<sup>55</sup> BOYD, Danah: Why Youth heart social networks. The role of networked publics in teenage social life. 2008, The MIT Press, Cambridge. Dostupné z:

[http://papers.ssrn.com/sol3/Papers.cfm?abstract\\_id=1518924](http://papers.ssrn.com/sol3/Papers.cfm?abstract_id=1518924)

<sup>56</sup> tamtéž

<sup>57</sup> LIVINGSTONE, Sonia. *Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression* [online]. SAGE Publications, 2008 [cit. 2016-01-17]. Dostupné z:

[http://eprints.lse.ac.uk/27072/1/Taking\\_risky\\_opportunities\\_in\\_youthful\\_content\\_creation\\_\(LSERO\).pdf](http://eprints.lse.ac.uk/27072/1/Taking_risky_opportunities_in_youthful_content_creation_(LSERO).pdf)

na Myspace nový profil. *Ten předchozí se mi moc nelíbil, tak mě napadlo, že začnu znovu a založím si nový,*“ uvádí Luke z výzkumu Livingstone a dodává, „o mém předchozím profilu věděli i lidé, u nichž jsem nechtěl, aby znali adresu mého online účtu. Tak jsem si založil nový.“<sup>58</sup> Livingstone podotýká, že i lidé, kterými se teenageři chtějí obklopovat, mají co dočinění s vývojem jejich identity. „Změnil si svůj profil proto, že ho znali i vrstevníci z prostředí, ze kterého měl pocit, že se přesunul.“<sup>59</sup>

Autoři Skues, Williams and Wise tvrdí, že to, jak se na sociálních sítích prezentujeme, z velké části ovlivňuje naše povahové vlastnosti.<sup>60</sup> Uvádějí, že osobnost a vlastnosti uživatelů ovlivňují, jaké informace budou sdílet a jaké si nechají pro sebe. Autorky Enli a Thumin (2012) se domnívají, že i když sebezprezentace není primárním účelem sociálních sítí,<sup>61</sup> (tento fakt dokládají samotným názvem „sociální“ sítě), je jednou z jejich nejdůležitějších aspektů. Hovoří o takzvaném „individualizovaném globálním já“, kdy jedinec sdílí svoje příběhy, pocity, názory, fotografie aj. na sociální síti (ve výzkumu se autorky zabývají Facebookem), což činí individuálně, zároveň jsou tak ale v souladu s obecným očekáváním a přizpůsobují se i ostatním uživatelům Facebooku. Právě konformita je podle autorek důležitým znakem sociálních sítí. Domnívám se, že skutečnost, o které autorky hovoří, by se dala aplikovat např. na aktuální trend Instagramu – sdílení fotografií, které jsou nějakým způsobem upravené – např. obličej psa nasazený na fotografii člověka či věnec z květin, který si pomocí filtru přidáme na hlavu. Na fotce, kterou sdílím, jsem sice stále „já“, ale upravím ji takovým způsobem, jakým ji upravilo již mnoho uživatelů přede mnou.

---

<sup>58</sup> LIVINGSTONE, Sonia. *Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression* [online]. SAGE Publications, 2008 [cit. 2016-01-17]. Dostupné z: [http://eprints.lse.ac.uk/27072/1/Taking\\_risky\\_opportunities\\_in\\_youthful\\_content\\_creation\\_\(LSERO\).pdf](http://eprints.lse.ac.uk/27072/1/Taking_risky_opportunities_in_youthful_content_creation_(LSERO).pdf)

<sup>59</sup> LIVINGSTONE, Sonia. *Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression* [online]. SAGE Publications, 2008 Dostupné z: [http://eprints.lse.ac.uk/27072/1/Taking\\_risky\\_opportunities\\_in\\_youthful\\_content\\_creation\\_\(LSERO\).pdf](http://eprints.lse.ac.uk/27072/1/Taking_risky_opportunities_in_youthful_content_creation_(LSERO).pdf)

<sup>60</sup> Skues, J.L., Williams, B. and Wise, L. (2012) The Effects of Personality Traits, Self-Esteem, Loneliness, and Narcissism on Facebook Use among University Students. *Computers in Human Behavior*, 28, 2414-2419. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2012.07.012>

<sup>61</sup> Enli, S. a Thumin, N: Socializing and Self - Representation!Online: Exploring!Facebook.Observatorio 6(1)87R105, 2012. Dostupné z: <http://www.obs.obercom.pt/index.php/obs/article/viewFile/489/487>

### 1.6.3 Soukromí teenagerů na sociálních sítích

#### Definování soukromí a strategie jeho dosažení

Ze studie D.Agosto a J.Abbas vyplývá, že otázka soukromí je pro teenagery na sociálních sítích důležitější než otázka bezpečnosti. Agosto a Abbas citují tvrzení jednoho z účastníků jejich výzkumu, který říká: „*Na síti se cítím bezpečně, nejsem blbec a nedávám si tam nic, co si nepřeju, aby lidi věděli.*“<sup>62</sup> Autorky dále zjišťují, že pro většinu uživatelů byla otázka bezpečnosti a soukromí spojena s vírou, že jsou dostatečně obeznámeni s pravidly a nastavením sociálních sítí a vědí, jak se v tomto prostředí chránit. Podobné chápání soukromí u teenagerů zaznamenaly i autorky boyd a Marwick.<sup>63</sup> Podle nich totiž většina teenagerů vnímá soukromí především jako schopnost „kontrolovat svou situaci“. Chtějí mít kontrolu nad tím, co sdílejí, a také nad tím, jak jsou vnímáni okolím. Livingstone také uvádí, že pojetí soukromí nemusí být u teenagerů těsně spjaté s obsahem, který na sociální síti zveřejňují.<sup>64</sup> Autorka v rámci svého výzkumu zjistila, že soukromí je pro teenagery spíše definováno tím, „kdo o vás co ví“. Stejný fakt ve svém výzkumu uvádí i boyd a Marwick, když zjišťují, že teenageři se naučili upravovat nastavení vložených příspěvků tak, aby byly dostupné jen pro určitý okruh jejich přátel.<sup>65</sup>

---

<sup>62</sup> AGOSTO, D. E. a J. ABBAS. "Don't be dumb--that's the rule I try to live by": A closer look at older teens' online privacy and safety attitudes. DOI: 10.1177/1461444815606121. ISBN 10.1177/1461444815606121. Dostupné také z:

<http://nms.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1461444815606121>

<sup>63</sup> Boyd,D., Marwick.,A. How teenagers negotiate context in social media. *New Media and Society*, 2014, vol.16(7), s.1051 – 1067.Dostupné

z<<http://nms.sagepub.com.ezproxy.is.cuni.cz/content/16/7/1051.full.pdf+html>>

<sup>64</sup> LIVINGSTONE, Sonia. *Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression* [online]. SAGE Publications, 2008 [cit. 2016-01-17]. Dostupné z:

[http://eprints.lse.ac.uk/27072/1/Taking\\_risky\\_opportunities\\_in\\_youthful\\_content\\_creation\\_\(LSERO\).pdf](http://eprints.lse.ac.uk/27072/1/Taking_risky_opportunities_in_youthful_content_creation_(LSERO).pdf)

<sup>65</sup> Boyd,D., Marwick.,A. How teenagers negotiate context in social media. *New Media and Society*, 2014, vol.16(7), s.1051 – 1067.Dostupné

z<<http://nms.sagepub.com.ezproxy.is.cuni.cz/content/16/7/1051.full.pdf+html>>

Agosto a Abbas dále tvrdí, že otázka soukromí je mj. spojena se znalostí technologie a nastavení sociálních sítí, o čemž svědčí např. sdělení jedné z účastníků výzkumu, které zní: „*Svůj účet na Instagramu jsem dlouho neměla nastavený jako soukromý, protože jsem si ani nemyslela, že by to šlo. Změnila jsem to, až když mi přátelé řekli, že to jde.*“<sup>66</sup> K podobným závěrům dochází také autorky boyd, Marwick a Livingstone. Podle boyd a Marwick je obtížné dosáhnout soukromí na síti jako je např. Facebook. Nastavení ochrany osobních údajů jsou zde totiž složitá a matoucí a jen zřídka poskytují smysluplnou ochranu. Osobní interakce jsou často vidět bez ohledu na to, zda teenager sám zveřejnil informace. Rodiče se teenagerům „dívají doma přes rameno“, přátelé je označují na nevhodných fotkách atd. Sonia Livingstone se shoduje s boyd a Marwick i s Agosto a Abbas a v rámci své studie<sup>67</sup> zjišťuje, že velká část účastníků jejího výzkumu ani nevyužívá nastavení sociálních sítí v plné míře a neví, jaké možnosti vůbec nastavení má.

### **Způsoby dosažení soukromí, možné komplikace jeho dosažení a příkladové situace**

Boyd poukazuje na některé aspekty sociálních sítí, jež mohou jejich uživatele dostat do nepříjemných situacích. Příkladem může být ukládání si všech informací, které na ně uživatelé vkládají (např. „Timeline“ na Facebooku).<sup>68</sup> Tuto skutečnost ukazuje na příkladu sedmnáctileté informatorky, která zjistila, že její vrstevníci si našli novou zábavu ve zveřejňování starých statusů svých přátel, aby vytvořili nové „drama“. Dívka toto považovala za skutečně frustrující, jelikož věci, které uveřejnila o měsíc dříve, nikdy nemínila použít jako podklad pro nově vzniklé hádky. Proto se rozhodla začít mazat veškerý obsah, který v minulosti publikovala. Dokonce mazala i veškeré nové komentáře, které obdržela od svých přátel poté, co si je přečetla. Když ji autorka upozornila, že předtím, než obsah smaže, by si jej stejně každý mohl „zkopírovat“, dívka odpověděla, že to by bylo „úchylné“. Jinými slovy, považovala by to za porušování sociálních norem.

---

<sup>66</sup> AGOSTO, D. E. a J. ABBAS. "Don't be dumb--that's the rule I try to live by": A closer look at older teens' online privacy and safety attitudes. DOI: 10.1177/1461444815606121. ISBN10.1177/1461444815606121. Dostupné také z:

<http://nms.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1461444815606121>

<sup>67</sup>tamtéž

<sup>68</sup> BOYD, danah. *Social Privacy in Networked Publics: Teens' Attitudes, Practices, and Strategies* 2007 Dostupné z: [http://papers.ssrn.com/sol3/Papers.cfm?abstract\\_id=1925128](http://papers.ssrn.com/sol3/Papers.cfm?abstract_id=1925128)

Agosto a Abbas též mluví o konkrétních událostech, které přiměly teenagery více uvažovat o bezpečnosti na sociálních sítích a zabývat se více ochranou soukromí<sup>69</sup>. Jako příklad uvádějí příběh jednoho z účastníků výzkumu, jehož počítač byl údajně „napaden a potom se tam objevilo asi 1500 stránek s pornem.“<sup>70</sup> Situace přiměla informátora přemýšlet nad tím, co vlastně dělá „online“ a že by měl být opatrnější.

Debatin a kol.(2009) ve své studii, které se zúčastnilo 119 středoškoláků, zjišťují, že si účastníci výzkumu změnili nastavení svého účtu na Facebooku až poté, co se jim do účtu někdo „naboural“, popř. zažili jinou invazi do soukromí. Muselo se však jednat o invazi, která se týkala přímo jich, nikoli známých či lidí v okolí.<sup>71</sup>

Autorky Agosto a Abbas dále hovoří o soukromí jako o učebním procesu, o kterém se teenageři v jejich výzkumu zmiňují. Tento proces pak Agosto a Abbas spojují s dlouhodobou účastí na sociálních sítích, kdy citují jednoho z informátorů: „S věkem se prostě naučíš rozlišovat, co na sociální síti můžeš sdílet a co bys neměl.“<sup>72</sup>

I Sonia Livingstone zaznamenává určitý vývoj a změny, které s ohledem na své soukromí teenageři řeší postupem času. Důkazem je tvrzení informátora ze studie Livingstone: „Udělal jsem si na Myspace nový profil. Ten předchozí se mi moc nelíbil, tak mě napadlo, že začnu znovu a založím si nový, o mém předchozím profilu věděli i lidé, u nichž jsem nechtěl, aby znali adresu mého online účtu. Tak jsem si založil nový.“<sup>73</sup>

Další, možná na první pohled paradoxní strategie dosažení soukromí uvádí ve své studii autorky boyd a Marwick. Podle nich totiž i neaktivita na Facebooku může vyvolat obavy o soukromí, což dokazují autorky studie na příkladu informátorky, která byla obtěžována svými vrstevníky na Facebooku, když delší

---

<sup>69</sup> AGOSTO, D. E. a J. ABBAS. "Don't be dumb--that's the rule I try to live by": A closer look at older teens' online privacy and safety attitudes. DOI: 10.1177/1461444815606121. ISBN 10.1177/1461444815606121. Dostupné také z: <http://nms.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1461444815606121>

<sup>70</sup> tamtéž

<sup>71</sup> Debatin B, Lovejoy J, Horn A, et al. (2009) Facebook and online privacy: attitudes, behaviors, and unintended consequences. *Journal of Computer-Mediated Communication* 15(1): 83–108.

<sup>72</sup> tamtéž

<sup>73</sup> Debatin B, Lovejoy J, Horn A, et al. (2009) Facebook and online privacy: attitudes, behavio

dobu neprojevila nějakou aktivitu. Informátorka si uvědomovala, že si o ni její přátelé možná dělají starosti, ale zároveň ji jejich neustálé vyptávání se „*co se s tebou děje, když tu nejsi*“ obtěžovalo. Rozhodla se proto na svém Facebooku sdílet neemocionální a nepodstatné informace ze svého života, aby si uchránila své soukromí.<sup>74</sup> Jinou strategií, která se na první pohled může zdát kontraproduktivní, je však podle boyd a Marwick zcela běžnou, je sdílení hesla účtu (např. na Facebook) s další osobou. Jedna z účastnic výzkumu boyd a Marwick uvedla, že díky sdílení se svým přítelem si nepřipadá tak osamělá, protože někdo jiný má přístup k jejímu „životu na Facebooku“. Někdy teenageři heslo na Facebook dokonce sdílí s rodiči, kterým to poradili „experti zabývající se bezpečím na sociálních sítích“. Mnoho mladých lidí se tedy podle autorek domnívá, že důvěřovat znamená sdílet. Toto sdílení musí být ale podmíněno sociálně, ne technologicky, tvrdí boyd a Marwick.

### **Soukromí a rodičovský dohled**

Livingstone naznačuje, že chování teenagerů v online prostředí by mělo být zkoumáno skrze zkušenosti jich samotných namísto toho, aby si o nich dospělí vytvářeli určité názory. Livingstone hovoří o složitém vztahu dospělý – teenager, ve kterém sociální sítě mohou být pro teenagery prostorem, kde je absence rodičovského dohledu a kde se mohou sami a svobodně vyjádřit. „*Online svět může být teenagery nadšeně přijímán, protože představuje "jejich" prostor přístupný spíše jejich vrstevníkům než dospělému dohledu.*“<sup>75</sup>

To, že svět teenagerů na sociálních sítích je třeba zkoumat skrz zkušenosti jich samotných, potvrzují i Agosto a Abbas: „*O bezpečnosti a soukromí teenagerů v prostředí sociálních sítí toho bylo mnoho napsáno z pohledu dospělých.*“ A dodávají, že je třeba se vyvarovat takového stanoviska, v rámci kterého dospělí řeší, jak by se teenageři na sociálních sítích měli chovat, a domnívat se, že vědí, jak se v tomto prostředí teenageři chovají.

---

<sup>74</sup> Boyd, D., Marwick, A. How teenagers negotiate context in social media. *New Media and Society*, 2014, vol. 16(7), s. 1051 – 1067. Dostupné z: <http://nms.sagepub.com.ezproxy.is.cuni.cz/content/16/7/1051.full.pdf+html>

<sup>75</sup> LIVINGSTONE, Sonia. *Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression* [online]. SAGE Publications, 2008. Dostupné z: [http://eprints.lse.ac.uk/27072/1/Taking\\_risky\\_opportunities\\_in\\_youthful\\_content\\_creation\\_\(LSERO\)](http://eprints.lse.ac.uk/27072/1/Taking_risky_opportunities_in_youthful_content_creation_(LSERO)).



Přítom právě absence rodičovského dohledu je podle Livingstone v rámci zachování soukromí pro teenagery důležitá. „*Nevadí mi, když informace o mně vidí jiní lidé, ale když se jedná o rodiče, nechci, aby to viděli. Nemám rád, když mi rodiče prohlíží můj pokoj a moje věci, protože to je můj soukromý prostor.*“<sup>76</sup> Agosto a Abbas poukazují na to, jak někdy pro teenagery mohou být nepříjemné takové zásahy do soukromí a jakým způsobem se jim na sociálních sítích brání. „*Facebook už zdaleka nepoužívám tolik jako dřív. Nejdřív mě bavilo tam být, koukat se, co tam lidi dělají. Ale nerada tam dávám informace o tom, co dělám já. Obzvláště potom, co si mě do přátel přidali rodiče nebo jejich kamarádi.*“<sup>77</sup> Podle Agosto a Abbas mají také někdy teenageři pocit, že jejich rodiče sociálním sítím nerozumí a nejsou v tomto prostředí příliš zdatní. „*Podívala jsem se na mamky profil na Facebooku a zjistila jsem, že to má nastavené veřejně. Byla překvapená, ale nedokázala nastavení sama změnit, musela jsem jí s tím pomoci.*“<sup>78</sup>

Jiná studie (Hodkinson, 2015) používá k úvahám o soukromí teenagerů na sociálních sítích analogii „dětského pokojíčku“. Svůj pokoj totiž podle autora teenageři vnímají jako svůj vlastní prostor, který patří pouze jim, cítí se zde v bezpečí a míru soukromí si zde sami regulují. Podobně lze podle Hodkinsona a kol. uvažovat i o prostoru na sociálních sítích, kde teenageři svůj profil vnímají také jako něco svého, kde si o soukromí a sdílené intimitě rozhodují sami.<sup>79</sup>

Když rodiče např. prohledávají teenagerům jejich pokoj, teenageři to vnímají jako narušení intimity. Stejně tak i zásah do soukromí na sociálních sítích může být vnímán prostřednictvím této analogie.<sup>80</sup> O analogii sociálních sítí a pokoje teenagerů

---

<sup>76</sup>LIVINGSTONE, Sonia. *Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression* [online]. SAGE Publications, 2008. Dostupné z:

[http://eprints.lse.ac.uk/27072/1/Taking\\_risky\\_opportunities\\_in\\_youthful\\_content\\_creation\\_\(LSERO\)](http://eprints.lse.ac.uk/27072/1/Taking_risky_opportunities_in_youthful_content_creation_(LSERO)).

<sup>77</sup> AGOSTO, D. E. a J. ABBAS. *"Don't be dumb--that's the rule I try to live by": A closer look at older teens' online privacy and safety attitudes*. DOI: 10.1177/1461444815606121. ISBN 10.1177/1461444815606121. Dostupné také z:

<http://nms.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1461444815606121>

<sup>78</sup> tamtéž

<sup>79</sup> HODKINSON, P. *Bedrooms and beyond: Youth, identity and privacy on social network sites*. DOI: 10.1177/1461444815605454. ISBN 10.1177/1461444815605454. Dostupné také z:

<http://nms.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1461444815605454>

<sup>80</sup> HODKINSON, P. *Bedrooms and beyond: Youth, identity and privacy on social network sites*. DOI: 10.1177/1461444815605454. ISBN 10.1177/1461444815605454. Dostupné také z:

<http://nms.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1461444815605454>

mluví i studie Lincolna a Robardse.<sup>81</sup> Podle Marwick a Boyd pak ne vždy teenageři pociťují nutnost své účty na sociálních sítích chránit před zraky rodičů, protože když jim důvěřují, často s nimi sdílí heslo k přístupu na svůj účet (viz. výše).

---

<sup>81</sup> LINCOLN, S. a B. ROBARDS. *Being strategic and taking control: Bedrooms, social network sites and the narratives of growing up*. DOI: 10.1177/1461444814554065. ISBN 10.1177/1461444814554065. Dostupné také z: <http://nms.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1461444814554065>

## 2 METODOLOGICKÁ ČÁST

### 2.1 Výzkumná otázka, cíle výzkumu

Cílem této diplomové práce je poskytnout vhled do života teenagerů na sociálních sítích. Ve svém okolí se setkávám s názory, že teenageři dnešní doby tráví příliš mnoho času na sociálních sítích. Dospělí se k této skutečnosti mnohdy staví kriticky, nechápou „posedlost“ dnešních mladých lidí neustále používat mobilní telefon a být online. Fakt, že nejen rodiče či dospělí v okolí teenagerů nemají pro trávení času na sociálních sítích pochopení, dokazují některé zahraniční výzkumy např. autorek danah boyd a Soniy Livingstone, které uvádí i příklady, ve kterých média reflektují dnešní mládež jako „ty, co se nestarají o soukromí“, „chovají se narcistně“ aj. Jaký je ale skutečný život mládeže na sociálních sítích? A proč jsou u nich sociální sítě natolik oblíbené? Tapscott tvrdí, že „síťová generace“ či generace po ní se síťovou technikou doslova vyrostla. Dnešní teenagery podle některých autorů (např. Rosen) definují neustále se vyvíjející mobilní technologie, jejichž používání a obliba jsou určujícím znakem generace, která přichází po síťové „net generation“ a kterou Rosen označuje jako „iGeneration“. Je proto přirozené, že je nedílnou součástí života dnešních teenagerů, jakkoli se tento fakt může setkat s nepochopením u starších generací. Cílem této práce je zjistit, jaké strategie čeští teenageři používají při používání sociálních sítí Facebook a Instagram, dále zjistit, jaké jsou jejich motivace k používání sociálních sítí, jak se na Facebooku a Instagramu prezentují, zda si uvědomují rizika, která jsou spojena s účastí v tomto prostředí, a jak podstatnou úlohu mají sociální sítě v jejich životě.

#### **Hlavní výzkumná otázka zní:**

*„Jaké jsou motivace teenagerů k užívání sociálních sítí a jaká je jejich sebe prezentace v tomto prostředí?“*

Dalšími výzkumnými otázkami jsou:

„Jak teenageři pojmají koncept soukromí na sociálních sítích?“, „ Jaké mají teenageři povědomí o rizicích na síti?“. Na tyto výzkumné otázky jsem se pokusila odpovědět pomocí výzkumné části této diplomové práce a poskytnout tak studii,

kteřá by mohla sloužit jako příklad z českého prostředí a stát se inspirací pro další, rozsáhlejší výzkumy v této oblasti v českém prostředí.

## 2.2 Výzkumná metoda

V případě mé diplomové práce bylo jasné, že musím zvolit kvalitativní výzkum. Cílem práce bylo hloubkově proniknout do života na sociálních sítích Facebook a Instagram tak, jak jej prožívají mladí lidé. Pro porozumění fenoménům, jako jsou např. motivace k užívání sociálních sítí, pojetí soukromí na sítích aj., bylo nutné zvolit kvalitativní výzkum, čili *„proces hledání porozumění založený na různých metodologických tradicích zkoumání daného sociálního nebo lidského problému, při kterém výzkumník vytváří komplexní holistický obraz, analyzuje různé typy textů, informuje o názorech účastníků výzkumu a provádí zkoumání v přirozených podmínkách“*.<sup>82</sup> Jako metodu sběru dat jsem zvolila polostrukturovaný rozhovor, který považuji pro svou diplomovou práci za nejvhodnější. Nezavazuje totiž informátory k odpovědím na pouze předem připravenou škálu otázek, ale umožňuje jim „rozmluvit“ se o tématech, která sami teenageři považují za důležitá. Jako výzkumnice jsem se tedy snažila informátory „navádět“ různými směry tak, aby odpověděli na předem připravenou škálu otázek a poskytli tak informace k tématům, které jsem chtěla ve své diplomové práci pojmout, ale zároveň jim dát svobodnou volbu při výběru témat, která považují za důležitá a nechat rozhovory volně plynout.

## 2.3 Metoda sběru dat

Jako metoda sběru dat v této diplomové práci byl zvolen kvalitativní polostrukturovaný rozhovor, který umožňuje získat podrobné informace díky přímému kontaktu výzkumníka s informátorem. Podle Hendla hraje důležitou roli při rozhovoru hlavně jeho začátek a konec. *„Na začátku dotazování je nutné prolomit případné psychologické bariéry a zajistit souhlas se záznamem. Také zakončení*

---

<sup>82</sup> Creswell(1998) in Hendl, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 3. vyd. Praha: Portál, 2012. ISBN 978-80-262-0219-6., str.12

*rozhovoru je jeho důležitou částí. Právě na konci rozhovoru či při loučení můžeme ještě získat důležité informace.*“<sup>83</sup>

Polostrukturovaný rozhovor je také někdy označován jako „rozhovor pomocí návodu“.<sup>84</sup> Při tomto rozhovoru je předem připravena škála otázek či témat, které je potřeba v interview probrat. Velkou výhodou polostrukturovaného rozhovoru je relativní volnost tazatele přizpůsobovat formulace otázek podle situace a umožňuje dotazovanému uplatnit vlastní perspektivy a zkušenosti.<sup>85</sup> Právě možnost otázky upravovat a dále rozvíjet mi umožnila získat nezkreslená data o každém z informátorů, což považuji pro výsledek výzkumu za důležité. Podle Dismana je totiž „*standardizace otázek (nebo jiných stimulů) dalším typem redukce informací*“ (Disman, 2002: 127). Zároveň však bylo nutné probrat v rozhovoru veškerá témata, která má tato diplomová práce pojímat. Rozhovory byly se souhlasem všech informátorů nahrávány a následně převedeny do písemné podoby. Důležité bylo také informátory ujistit, že výsledky rozhovorů nebudou nikde zveřejněny a poslouží pouze této diplomové práci. Před provedením rozhovorů jsem si dopředu připravila škálu otázek, které byly rozděleny do následujících témat:

### **1) Uživatelské první seznámení se sociální sítí**

Cílem otázek, které spadaly do této kategorie, bylo zjistit, kdy a jak se uživatel se sociální sítí seznámil. S cílem pokládat otázky chronologicky byly otázky z této kategorie pokládány mezi prvními po úvodním seznámení se a krátkém rozhovoru s cílem navodit přátelskou a uvolněnou atmosféru. Otázky v této kategorii mohly vypadat např. takto „Vzpomeneš si, kdy ses poprvé přihlásil(a) na Facebook?“ „Kolik ti bylo, když sis založil(a) Instagram?“ aj. Během rozhovorů s informátory docházelo k plynulému přecházení z jedné škály otázek do druhé, otázky na sebe nemusely chronologicky navazovat.

### **2) Činnosti vykonávané na sociálních sítích, způsoby trávení času na sociálních sítích**

Otázky v této kategorii měly za úkol zjistit chování uživatelů na sociálních sítích – jsou pouze pasivními observátory, nebo na sítích aktivně zveřejňují

---

<sup>83</sup> HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 3. vyd. Praha: Portál, 2012. ISBN 978-80-262-0219-6., str.67

<sup>84</sup> HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 3. vyd. Praha: Portál, 2012. ISBN 978-80-262-0219-6, str. 175

<sup>85</sup> tamtéž

příspěvky, diskutují aj.? Mohly vypadat například takto: Co vlastě na FB/Instagramu děláš? Pokud uživatel opověděl, že se dívá na příspěvky ostatních, popř. publikuje fotografie, bylo možné plynule přejít k další kategorii otázek, a to „Proč?“ aneb jaká je informátorova motivace k užívání sociálních sítí.

### **3) Motivace informátorů k užívání sociálních sítí**

Cílem otázek z této kategorie bylo odpovědět na jednu část hlavní výzkumné otázky, a to jaké jsou motivace uživatelů k užívání sociálních sítí. Mohly vypadat následovně: „Proč zveřejňuješ příspěvky na Facebooku?“ „Proč sleduješ příspěvky ostatních?“ „Proč dáváš na Instagram fotky?“ aj.

### **4) Koncept soukromí na sociálních sítích, povědomí o bezpečnosti**

Otázky, které byly zařazeny do této kategorie, měly odpovědět na velmi aktuální a diskutovanou problematiku, kterou je koncept soukromí na sociálních sítích. Zajímalo mě, zda se informátoři o své soukromí na sociálních sítích zajímají, jak ho pojmají aj. S problematikou soukromí jdou ruku v ruce také úvahy o bezpečnosti na sociálních sítích. Otázky tedy byly kladeny tak, aby pomohly zjistit, zda si informátoři uvědomují některá bezpečnostní rizika sociálních sítí a jaké praktiky provádějí, aby si na síti zajistili bezpečnost.

Všichni informátoři byli před začátkem rozhovoru požádáni o souhlas s nahráváním rozhovoru na diktafon a byli také ujištěni, že takto získaná data budou sloužit pouze pro účely této diplomové práce. Informátoři byli též požádáni o možnost vyhledat si jejich profil na sociálních sítích Facebook a Instagram v případě, že jej mají volně přístupný veřejnosti. V případě, že byly účty přístupné pouze přátelům, byli požádáni o souhlas „přidat si je do přátel“ či možnost „začít je sledovat“ na Instagramu. Jakkoli se toto může jevit jako přílišné narušení jejich soukromí a ztráta anonymity, bylo to nutné pro provedení obsahové analýzy a její následné srovnání s daty získanými z rozhovorů. Všichni informátoři byli několikrát ujištěni, že jejich jména, popř. konkrétní obsah jejich účtu na sociálních sítích nebudou nikde zveřejněny a slouží pouze pro výzkumné účely této diplomové práce.

## **2.4 Vzorek**

Cílem této diplomové práce bylo poskytnout reflexi života teenagerů na sociálních sítích, tak, jak ho oni sami vnímají. Výběr vzorku byl účelový, tedy

„založený pouze na úsudku výzkumníka o tom, co by mělo být pozorováno, a o tom, co je možné pozorovat.“<sup>86</sup> Tvořilo ho deset informátorů ve věku 15 – 19 let. Tuto věkovou skupinu jsem zvolila záměrně, jelikož zahrnuje studenty střední školy prvních až čtvrtých ročníků. Přestože se jedná o poměrně homogenní skupinu informátorů, právě věk může být jedním z kritérií, které může ovlivnit výsledky rozhovorů.<sup>87</sup> Některé výzkumy totiž tvrdí, že teenageři s ohledem na věk mění své strategie působení na sociálních sítích. Informátoři jsou studenty střední školy a tvoří diferencovaný vzorek co do místa bydliště a sociálního statusu (do školy studenti dojíždí z různých míst a pocházejí z různých rodin).

## 2.5 Zakotvená teorie

Jako postup při analýze dat jsem zvolila zakotvenou teorii.

Zakladateli zakotvené teorie jsou Anselm Strauss a Barney Glaser. Později začal Strauss spolupracovat s Juliet Corbinovou a v roce 1990 vydali knihu „Basics of Qualitative research. Grounded theory of Qualitative Research“, kde se také věnovali zakotvené teorii. Strauss a Corbinová tvrdí, že „je to teorie induktivně odvozená ze zkoumání jevu, který reprezentuje. To znamená, že je odhalena, vytvořena a prozatím ověřena systematickým shromažďováním údajů o zkoumaném jevu a analýzou těchto údajů. Proto se shromažďování údajů o zkoumaném jevu, jejich analýza a teorie vzájemně doplňují. Nezačínáme teorií, kterou bychom následně ověřovali. Spíše začínáme zkoumanou oblastí a necháváme, ať se vynoří to, co je v této oblasti významné“.<sup>88</sup> O zakotvené teorii se zmiňuje např. Disman, který tvrdí, že výzkumníkovi umožňuje vyvinout teorii přímo z existujících dat, aniž by použil jakákoliv předem připravená kritéria pro to, která data mají být vybrána.<sup>89</sup> Hendl tvrdí, že „nedostatkem tohoto postupu je podle některých

---

<sup>86</sup> Disman, Miroslav. 2002. Jak se vyrábí sociologická znalost: Příručka pro uživatele. Praha: Karolinum.

<sup>87</sup> LIVINGSTONE, Sonia. *Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression* [online]. SAGE Publications, 2008 [cit. 2016-04-17]. Dostupné z: [http://eprints.lse.ac.uk/27072/1/Taking\\_risky\\_opportunities\\_in\\_youthful\\_content\\_creation\\_\(LSERO\).pdf](http://eprints.lse.ac.uk/27072/1/Taking_risky_opportunities_in_youthful_content_creation_(LSERO).pdf)

<sup>88</sup> Strauss, Anselm, Corbinová Juliet. 1999. Základy kvalitativního výzkumu: Postupy a techniky metody zakotvené teorie. Brno: Sdružení Podané ruce, Boskovice: Nakladatelství Albert. Str. 14.

<sup>89</sup> Disman, Miroslav. 2002. Jak se vyrábí sociologická znalost: Příručka pro uživatele. Praha: Karolinum. Str. 299.

výzkumníků určitá neprůhlednost provedení“.<sup>90</sup> Domnívám se, že pro tuto diplomovou práci, kde zkoumám mj. strategie jednání uživatelů sociálních sítí, je použití zakotvené teorie logické. Jelikož jednání jsou ve vztahu k aktérovi interní, je dle mého názoru logické užít zakotvenou teorii, která nevyužívá rámců a struktur. Cílem tohoto kvalitativního výzkumu totiž není testování již existující teorie ani formalizace teoretického problému, ale poskytnutí vhledu do situace konkrétní střední školy v českém prostředí. „*Tvorba zakotvené teorie vyžaduje vstoupit do "terénu" a shromažďovat data. Takovými daty mohou být např. texty rozhovorů*“.  
(Hendl, 2005: 127). Strauss a Corbinová totiž tvrdí, že „*zakotvená teorie nabízí každému badateli postupy pro analýzu údajů, které vedou k vytvoření teorie užitečné pro jeho disciplínu*“.  
(Strauss a Corbinová, 1999: 17). V mém případě tedy pro mediální studia.

Nedílnou součástí zakotvené teorie jsou kódovací procesy. Glaser uvádí dvě kódovací fáze - substantivní a teoretickou, Strauss a Corbinová hovoří o třech fázích – kódování otevřené, axiální a selektivní.<sup>91</sup> V této diplomové práci jsem se rozhodla využívat kódování podle Strausse a Corbinové. Otevřené kódování znamená vytvoření pojmů, které označují jednotky textu. Je to tedy přidělování jmen k jevům. Pojmy jsou dále kategorizovány, to znamená, jsou vytvořeny kategorie, do kterých seskupujeme ty pojmy, které přísluší jednomu jevu. Tyto kategorie jsou následně pojmenovány. Axiální kódování navazuje na otevřené kódování a dochází při něm k vytváření kategorií a subkategorií. Je to soubor postupů, pomocí kterých jsou údaje znovu uspořádány novým způsobem. Patří sem například příčinné podmínky, jev, následky, strategie jednání a interakce.

Selektivní kódování je posledním z kódování, ve kterém jsou kategorie spojovány do centrální kategorie.

Důležitým znakem zakotvené teorie je také fakt, že nemá lineární povahu jako celý kvalitativní výzkum<sup>92</sup>, a tak se v průběhu analýzy můžeme vracet k jednotlivým krokům a neustále je přehodnocovat.

---

<sup>90</sup> HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 3. vyd. Praha: Portál, 2012. ISBN 978-80-262-0219-6. str. 362

<sup>91</sup> Šed'ová, Klára. *Designy kvalitativního výzkumu*. [Cit. 8. 4. 2016] Dostupné z: <<http://www.portal.cz/scripts/detail.php?id=24161>>

<sup>92</sup> ŘIHÁČEK, T. , Čermák, I. *Kvalitativní analýza textů: čtyři přístupy*. Brno: Masarykova univerzita, 2013. ISBN 80-210-6382-3.str.44-74.



## 2.6 Doplnující metody

### Kvalitativní analýza obsahů

Další z metod, jež byla v této diplomové práci využita, je kvalitativní obsahová analýza. Předmětem obsahové analýzy se staly účty uživatelů na sociálních sítích Facebook a Instagram. Hlavním důvodem, proč jsem si jako další z výzkumných metod zvolila obsahovou analýzu, je možnost srovnání informací, které byly získány v rámci rozhovorů, s obsahem, který informátoři na síti zveřejňují. Obsahová analýza byla důležitou součástí výzkumu, protože umožnila porovnat výsledky rozhovorů, ve kterých teenageři reflektovali svůj život na sociálních sítích, se skutečným obsahem, jenž zveřejňují a zároveň poskytla možnost zjistit, jestli rozumí technickým parametrům, které mnohdy vedou k tomu, že si nejsou schopni upravit nastavení svých účtů tak, jak by chtěli. Někteří zahraniční autoři či autorky<sup>93</sup> totiž ve svých výzkumech zjistili, že teenageři si mnohdy ani neuvědomují technologické „nástrahy“ sociálních sítí a například nastavení takové míry soukromí, kterou chtějí, je pro ně vzhledem k technické stránce sociálních sítí leckdy nedosažitelné. Sociální sítě (např. Facebook) totiž své nastavení mohou měnit, aniž by musely uživatele informovat. Tak může dojít např. ke zveřejnění toho, co bylo dříve soukromé, aniž by si to uživatelé uvědomili. Z tohoto důvodu byla obsahová analýza také provedena dvakrát, a to nejprve „očima cizího člověka“. V této fázi jsem účty informátorů na Facebooku a Instagramu zkoumala, aniž bych je měla v „přátelích“ nebo je zažádala o sledování. V této fázi obsahové analýzy pak bylo zjišťováno, zda jsou si teenageři schopni uvědomit a reflektovat nastavení sociální sítě – zda se shoduje či rozchází s popisem nastavení, které informátoři poskytli při rozhovorech. V druhé fázi jsem poté se souhlasem všech informátorů požádala o možnost „přidat si je do přátel“, abych mohla sledovat obsah, který je určen jejich „přátelům“. Dvě fáze obsahové analýzy byly důležité především kvůli sociální síti Facebook, kde mají informátoři různé možnosti nastavení soukromí a viditelnosti obsahu na svých účtech. Sociální síť Instagram funguje na jiném principu, účet si uživatelé mohou nastavit buď jako veřejný, to potom jejich příspěvky vidí každý,

---

<sup>93</sup> LIVINGSTONE, Sonia. *Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression* [online]. SAGE Publications, 2008 [cit. 2016-04-17]. Dostupné z: [http://eprints.lse.ac.uk/27072/1/Taking\\_risky\\_opportunities\\_in\\_youthful\\_content\\_creation\\_\(LSERO\).pdf](http://eprints.lse.ac.uk/27072/1/Taking_risky_opportunities_in_youthful_content_creation_(LSERO).pdf)

kdo zná jejich přezdívku na Instagramu, nebo jako soukromý, při kterém je zobrazení příspěvků možné pouze po zažádání o „sledování“ a následném povolení „sledovat“. Právě obsahová analýza, použitá v této diplomové práci, se však může jevit jako poměrně problematická metoda, a to kvůli zásahu do soukromí, který kvůli ní vznikl. Před provedením samotné obsahové analýzy bylo tedy nutné opakovaně a citlivě studenty ujistit, že jako výzkumníci mi budou výsledky obsahové analýzy sloužit pouze pro účely této diplomové práce, žádný obsah nebude zveřejněn nikde kromě této diplomové práce a zároveň nebudou zveřejněna celá jména informátorů ani přesné znění jejich přezdívek na Instagramu.

## 3 ANALYTICKÁ ČÁST

### 3.1 Analýza rozhovorů

Po přepisu rozhovorů bylo nutné provést analýzu těchto transkripcí. Poté jsem provedla otevřené kódování, jehož cílem bylo konceptualizovat data. „*V této fázi vytváříme pojmy, které jsou induktivně zakotveny v datech, ale samy o sobě mají abstraktní povahu, protože vyjadřují myšlenku, princip či zkušenost platnou napříč různými událostmi či situacemi.*“<sup>94</sup>

V rámci zakotvené teorie jsem postupovala podle jednotlivých kroků, prvním tedy bylo nalezení významových jednotek. Takto nalezené významové jednotky jsem poté pojmenovala čili “okódovala”. Při tvoření kódů jsem vymýšlela svá vlastní pojmenování, ačkoli je možné použít informátorů a vytvářet tzv. „in vivo“ kód.<sup>95</sup>

Poté jsem se začala zaměřovat na koncepty, které odpovídaly mé výzkumné otázce - „*Jaké jsou motivace teenagerů k užívání sociálních sítí a jaká je jejich sebe prezentace v tomto prostředí?*“ „*V této fázi již obvykle nedochází k tvorbě nových konceptů. Výzkumník vytváří další data s větším zacílením a soustředí se v nich na rozvíjení vlastností a dimenzí již existujících konceptů a z otevřeného kódování se stává selektivní - zaměřené.*“<sup>96</sup> Již vytvořené koncepty jsem ale několikrát v průběhu práce musela přetvářet, rozmýšlet se, zda se významové jednotky dají zahrnout do některých již existujících kategorií, nebo je zapotřebí vytvoření nových kategorií aj. Důležitou fází bylo také hledání vztahů mezi již vytvořenými koncepty. Takové hledání vztahů mohlo vypadat následovně: kategorie „*Pozorovatelé, nesdíleči, sběratelé drbů a novinek*“ je podkategorií kategorie „*Užívání Facebooku jako způsob trávení volného času*“, kdy obě tyto kategorie patří do konceptu „*Způsoby užívání sociální sítě Facebook*“. Kategorie „*Význam sociálních sítí v životě informátorů*“ je poté nadřazena kategoriím „*Sociální sítě jako zprostředkovatel*

---

<sup>94</sup> ŘIHÁČEK, T. , Čermák. I. *Kvalitativní analýza textů: čtyři přístupy*. Brno: Masarykova univerzita, 2013. ISBN 80-210-6382-3.str.44-74.

<sup>95</sup> tamtéž

<sup>96</sup> ŘIHÁČEK, T. , Čermák. I. *Kvalitativní analýza textů: čtyři přístupy*. Brno: Masarykova univerzita, 2013. ISBN 80-210-6382-3.str.44-74.

*zábavy a komunikace“*, „*Sociální sítě jako náhrada skutečných mezilidských vztahů“*  
a „*Sociální sítě jako databáze kontaktů“*.

Typickou vlastností zakotvené teorie je také rozšiřování vzorku v průběhu výzkumu, abychom získali informátory reprezentující odlišné varianty jevu. V mém případě k rozšiřování vzorku nedošlo. Domnívám se, že informátoři, kteří se účastnili mého výzkumu, tvořili vzorek dostatečně diferenciovaný a jejich odpovědi reprezentovaly odlišné varianty zkoumaných jevů. Je však nutné zmínit, že vzorek byl poměrně malý, tvořilo ho deset informátorů ve věkovém rozmezí 15 – 19 let.

Navzdory malému vzorku se domnívám, že můj výzkum dosáhl teoretické saturace, protože informátoři, kteří se výzkumu zúčastnili, dostatečně reprezentovali různé varianty jevu.

Další částí zakotvené teorie je tvorba ústředního konceptu, kolem něho je celá teorie organizovaná.<sup>97</sup> Stejně tak jako u kolegy Jana Tuška, jehož diplomová práce se zabývá podobným tématem a zkoumá motivy a způsoby užívání Instagramu, došlo i v mé práci k odchýlení se od navrhovaného postupu Strausse a Corbinové, kteří doporučují o zařazení kategorií a subkategorií do jedné centrální, velmi abstraktní kategorie. Jan Tuška ve své diplomové práci uvádí, že „*v rámci každé skupiny provedl rozdělení kategorií a subkategorií do více tematických celků, aby lépe popsal způsoby a motivy užívání Instagramu zkoumanými skupinami a lépe tak dospěl k odpovědím na výzkumné otázky.*“<sup>98</sup>

V mé diplomové práci byly kategorie a subkategorie též zařazeny do tematických celků a nebyla vytvořena jedna centrální, abstraktní kategorie, která by byla přítomná za všemi dílčími koncepty a spojovala by je do koherentního modelu. Takovou centrální kategorii spojující všechny koncepty se mi nepodařilo objevit. Využít jen některé části zakotvené teorie je však v praxi považované za legitimní a možné.<sup>99</sup> V mém případě tedy došlo ke tvorbě konceptů s pomocí otevřeného a poté selektivního kódování a také průběžného hledání vztahu mezi nimi, ale nebyla vytvořena jedna - ústřední kategorie, která by všechny tyto koncepty pojímala. Tato fáze v mém výzkumu chybí mimo jiné

---

<sup>97</sup> TOMÁŠ ŘIHÁČEK, Ivo Čermák. *Kvalitativní analýza textů: čtyři přístupy*. Brno: Masarykova univerzita, 2013. ISBN 80-210-6382-3.str.44-74.

<sup>98</sup> TUŠKA, Jan. *Motivy a způsoby užívání Instagramu*. Olomouc, 2015. Diplomová práce. Univerzita Palackého v Olomouci. Vedoucí práce Zdeněk Sloboda.

<sup>99</sup> TOMÁŠ ŘIHÁČEK, Ivo Čermák. *Kvalitativní analýza textů: čtyři přístupy*. Brno: Masarykova univerzita, 2013. ISBN 80-210-6382-3.str.44-74.

proto, že zkoumané oblasti byly mnohdy rozdílné a nenašla jsem takový abstraktní jev, který by všechny tyto oblasti výzkumu obsahovaly.

### **3.1.1 Vztahy jako prediktory k registraci na sociální sítě a k jejich používání**

#### **Registrace jako důsledek obliby sociálních sítí v okolí**

Informátoři se většinou shodovali, že jeden z hlavních důvodů, proč si profily na sociálních sítích zakládali, bylo to, že je jejich přátelé nebo lidé v okolí už měli. Tento fakt byl patrný hlavně u sociální sítě Facebook, ale u některých informátorů byl hlavní motivací i k založení Instagramu, jak dokládá tvrzení Milana (18):

*„Založil jsem si ho, protože si ho založila moje bývalka. Tak dlouho mi říkala, ať si ho založím, byla na tom závislá a já si řekl, že si ho založím taky. Najednou měla 500 lidí, co ji sledovalo, já si připadal, že o něco přicházím a že je chyba, že to ještě nemám.*

Michaela (19) říká, že si Facebook založila *„protože to v té době měl každý a byli tam všichni kamarádi ze školy“*.

Podobný názor má i Viki (19), která říká: *„bylo mi asi 13 let a založila jsem si ho, protože to měli všichni spolužáci.“*

#### **Registrace jako důsledek potřeby komunikace s přáteli**

Hlavním z důvodů, proč si informátoři zakládali profil na sociální síti Facebook, byla potřeba komunikovat s přáteli. Sociální síť jim pak sloužila jako prostředek, který komunikaci umožňuje a usnadňuje. Někdy se důvod registrace jako důsledek obliby v okolí mohl objevit současně s potřebou komunikovat s přáteli, což dokazuje výrok Michaely (19), která říká: *„Protože to v té době měl každý a byli tam všichni kamarádi ze školy a Facebook byla věc, na který jsme si mohli psát a posílat si různé fotky.“* Potřeba komunikovat s přáteli byla patrná i jako motivace založení sociální sítě Instagram, kde však komunikace probíhá jiným způsobem než na Facebooku. Jelikož Instagram je sociální síť založená na vizualitě a na sdílení fotografií, informátoři uváděli potřebu a motivaci sdílet zážitky s přáteli a komunikovat pomocí fotografií. Bára (17) říká, že se prostřednictvím Instagramu chce podělit o zážitky s přáteli. *„Založila jsem si ho asi kvůli tomu, protože se chci podělit o zážitky s kamarády. Třeba když někde jsem, chci jim to ukázat.“* Stejně tak,

jako byla potřeba komunikace s přáteli motivací k založení účtu na sociálních sítích, je tato motivací i k užívání sociální sítě. Toto je patrné především u sociální sítě Facebook, kdy většina z informátorů zmínila, že využívá především aplikace messenger, která je součástí Facebooku a umožňuje psát si s přáteli přes mobilní telefon.

### **Registrace jako důsledek doporučení přátel**

Někteří z informátorů uvedli, že si sociální sítě založili proto, že je k tomu kamarádi přemluvili nebo jim to doporučili. Milan (18) tvrdí o Facebooku: „*No já si ho tenkrát založil, protože mi to doporučil kámoš, řekl mi, že bez toho budu úplně vyřízenej.*“

U jednoho informátora dokonce došla situace tak daleko, že mu účet na Facebooku přátelé sami založili. Tomáš (17) říká o založení Facebooku: „*Já si to nezaložil sám. Založily mi ho kamarádky.*“

Podobný názor má Klára (19), která říká, že si založila Instagram, protože „... *to bylo něco nového v té době a každé si to zakládal.*“

### **Nezaložení si sociální sítě Instagram jako následek nezájmu o sdílení či obav o soukromí**

Dva z informátorů, kteří se účastnili výzkumu, sociální sítě Instagram neměli. Důvodem k nezaložení Instagramu u nich byla touha po zachování soukromí či nezájem o sdílení příspěvků. Tito informátoři nesdíleli příspěvky ani na sociální sítě Facebook a celkově si své soukromí více chránili. Tomáš (17) na otázku „Proč nemáš Instagram?“ odpovídá: „*Nějak mě neláká. Ani na Facebook nic nedávám, tak Instagram nepotřebuju.*“ Tato strategie však nebyla pravidlem, většina uživatelů, kteří na Facebooku neradi sdíleli, Instagram vlastnili a fotografie zde sdíleli.

### **3.1.2 Důvody registrace a motivace k užívání sociálních sítí jako důsledek osobních potřeb a zisků**

#### **Sociální sítě jako užitečný informační kanál**

U některých informátorů jsou motivace k užívání sociálních sítí založené na pragmatickém důvodu – potřebě získávat informace. Důkazem je informátorka

Michaela (19), která říká: „...*Jednou za den Facebook prolitnu, třeba i co se děje v okolí Říčan, kde to stojí...*“

Důkazem, že informátorka skutečně využívá Facebook i k získání praktických informací, je i obsahová analýza jejího účtu na Facebooku, při které bylo zjištěno, že je členkou skupin např. „Švestky v Říčanech“, ve které se uživatelé Facebooku navzájem informují o aktivitách policie v okolí Říčan. Kromě praktických informací o dopravní situaci a o novinkách v okolí uvedli informátoři, že sociální síť Facebook často využívají k získávání různých domácích úkolů či materiálů, které spolu navzájem sdílí ve skupinách, jejichž členové jsou např. spolužáci z jedné třídy.

Michaela (19) říká: „...*jsem v různých skupinách, kde si posíláme materiály do školy. Nebo když se třeba něco vyfotí a jsme tam s kamarádama, je snazší si ty fotky přeposlat nebo je dát na FB než to pak posílat každému zvlášť.*“ Podobný názor má i Klára (19), která říká: „...*Facebook tak jednou tejdne, vlastně i kvůli práci, protože se tam tvořej ty skupiny a tam jsou všechny ty lidi a píšou si tam, kdo nemůže přijít do práce.*“ Získat důležité informace lze podle osmnáctileté Markéty i sledováním příspěvků na Instagramu: „...*když někam jedu, například na hory, podívám se na příspěvky z daného místa a vidím aktuální fotky a vím, že se tam lyžuje.*“

### **Registrace jako důsledek potřeby osobního rozvoje**

Tento důvod registrace byl patrný hlavně u sociální sítě Instagram. Někteří z informátorů si jej zakládali proto, že chtěli vyzkoušet něco nového. Viktorie (19) říká o Instagramu: „*Mám ho už 4 roky. Založila jsem ho, protože to byla novinka.*“

Někteří z informátorů zdůrazňovali, že sociální síť Facebook už je přestala bavit a chtěli vyzkoušet něco nového v podobě Instagramu.

Markéta (18) říká: „*Facebook jsem si založila, protože to byl hit a měl ho každý. Instagram kvůli tomu, že Facebook už mě tolik nebavil a chtěla jsem vyzkoušet něco nového.*“

Podobný názor má Klára (19), která říká, že si založila Instagram, protože „...*to bylo něco nového v té době a každé si to zakládal.*“

### 3.1.3 Způsoby užívání sociální sítě Facebook

#### Užívání Facebooku jako způsob trávení volného času

Do této skupiny jsem zařadila ty informátory, kteří sami sebe označili za aktivní uživatele Facebooku a uvedli, že na síti tráví hodně času. Většina z informátorů uvedla, že převážnou část doby, kterou na Facebooku tráví, buď chatují s přáteli, nebo si prohlížejí „co je nového“. Někteří z informátorů také tráví čas prohlížením si různých vtipných stránek, skupin, stránek města, zpravodajských stránek aj. V rozhovorech tito informátoři reflektovali, že na Facebooku tráví značnou část svého volného času. Ne všichni však čas na síti tráví stejným způsobem, a tak bylo třeba je ještě rozdělit do několika skupin.

#### a) Pozorovatelé, „nesdíleči“, sběratelé drbů a novinek

Přestože někteří informátoři sami sebe označili jako aktivní uživatele Facebooku, z otázek z polostrukturovaného rozhovoru vyplynulo, že v současné době nesdílejí na Facebooku žádný obsah v podobě fotografií, statusů aj. Důvody nesdílení byly různé. Společným znakem těchto informátorů bylo to, že se rádi „dívali“, sledovali, co je nového, avšak sami o sobě říkali, že na Facebook „nic nedávají“. Markéta (17) říká: *„Na Facebooku příspěvky už ani nesdílím, jenom se koukám, co dělají ostatní. Je fakt, že kolikrát bych bez FB nevěděla, kdy se pořádá nějaká akce nebo kdo s kým zrovna čeká dítě (smích).“*

Určitá touha po přísunu informací, drbů a novinek byla pak často zmiňovaná informátory z této skupiny, stejně jako obava „něco nezmeškat.“ Zajímavé byly také důvody nesdílení, a protože byly různé, rozdělila jsem je do několika podskupin.

- **Osobní rozvoj, sebereflexe vyzrálosti**

Několik informátorů uvedlo, že dříve často sdíleli statusy, fotky a různý obsah na Facebooku, ale už to nedělají. Sami toto reflektovali jako určitou nevyzrálou, pubertální potřebu sdělovat o sobě vše, co dělají, kterou s odstupem času přestali mít. Klára (19) říká: *“...jsem tam pořád přidávala různý fotky a příspěvky, což už poslední tři roky nedělám vůbec. To jsem dělávala spíš v takovejch telecích letech.“* Podobně mluví i Markéta (17), která na otázku, jestli na Facebooku sdílí hodně věcí, odpovídá: *„Ze začátku určitě, ale to jsem taky byla teenager...Ted už*



*facebook tolik neřeším, dá se říct, že se podívám, co je nového, a pak ho zase zavřu.“*

Podobně mluvili i jiní informátoři, všichni byli ve věku od 17 do 19 let.

- **Obavy ze ztráty soukromí**

Někteří informátoři uvedli, že příspěvky nesdílí proto, že si chtějí zachovat soukromí. Tomáš (17) na otázku, proč na Facebooku nesdílí příspěvky odpovídá: *„Protože nemusí každé vědět, co dělám.“* U některých informátorů byl zaznamenán i strach ze ztráty soukromí či zneužití údajů, které by na sociální síti zveřejnili.

- **Nezájem o sdílení, chybějící potřeba sdílet**

Několik informátorů uvedlo, že na Facebooku sice tráví hodně času – chatováním a sledováním novinek, ale sami necítí potřebu sdílet. To platí jak o fotografiích, tak o statusech a jiném obsahu. Michaela (19) říká: *„Snad v životě jsme nenapsala status... ..Nechápu třeba, když někdo dává milion selfie denně, to bych nikdy nevyfotila“*

A na otázku, proč na Facebooku obsah nesdílí odpovídá: *„Zkrátka nemá potřebu každému říkat, kde jsem, s kým jsem a co dělám“*

## **b) Aktivní „sdíleči“ informací s tendencí veřejně se projevit**

Do této skupiny jsem zařadila všechny informátory, kteří na svých profilech na sociálních sítích tráví hodně času a aktivně se podílejí na sdílení příspěvků. Kromě sdílení příspěvků tráví také hodně času sledováním „co je nového“ u jejich přátel či followerů (stejně jako skupina „nesdílejících pozorovatelů“) a intenzivně používají messenger. Od skupiny „nesdílejících pozorovatelů“ se liší právě touhou po veřejném projevu, která je ale motivovaná různými cíli.

- **Propagátoři sami sebe toužící po uznání a reakci okolí**

Z rozhovorů s některými informátory vyplynulo, že sdílejí příspěvky proto, že chtějí ukázat, jaký životní styl vedou, touží po odezvě a uznání od jiných uživatelů, chtějí na sebe upozornit. Milan (18) říká: *„Chci se pochlubit se svým životem, takže co se týče jídla a cvičení, jelikož tohle řeším denně a to tam pak dávám. Chci i odezvu od těch lidí, co na to řeknou, kdo si všimne.“* Podobný názor má i Filip (15), který říká:

*„... když chceš, aby se vědělo, že něco děláš a seš v tom dobrej, ty fotky tam dávat musíš.“*

Tito dva informátoři volili podobné strategie a sociální sítě jim sloužily i jako nástroj, pomocí kterého můžou upozornit na něco, v čem jsou dobří a získat tak uznání.

- **Přátelství jako motivace ke sdílení**

Pro mnoho informátorů bylo důležité, že mohou sdílet s přáteli své životní zážitky a zkušenosti. Adéla (16) ráda sdílí fotografie na Facebooku, protože může svým kamarádům ukázat „kus z jejího života.“ Pro Milana (18) je sdílení na Facebooku a na Instagramu náhradou za sdílení informací a zkušeností v reálném životě. *„V reálu fakt nemám kamarády, nesdílím svoje potřeby, nesdílím svůj život, tak to sdílím na Fejsu a na Instagramu. Sdílím to s lidma, co mi dávaj lajk.“* Filip (15) uvedl, že píše statusy na Facebook, aby jeho přátelé věděli, co dělá. *„Občas napíšu status, když chci, aby lidi věděli, co se mnou je nebo kde jsem. Pak různě, sdílím taky vtipný videa a zábavný fotky. Baví mě, když se tomu s kámošema smějem.“*

- **Zájem o fotografování**

Někteří z informátorů uvedli zálibu ve fotografování, která je hlavní motivací ke sdílení fotografií na Instagramu. „Líbí se mi to a baví mě fotit. Mám celkově ráda fotky,“ říká Bára (18) o důvodech sdílení fotografií na Instagramu.

### **3.1.4 Způsoby užívání sociální sítě Instagram**

#### **a) Sdílení fotografií jako samozřejmá činnost uživatelů Instagramu**

Na rozdíl od sociální sítě Facebook, u Instagramu informátoři, kteří jej vlastnili, pokládali za zcela samozřejmé, že zde budou sdílet obsah, v případě Instagramu tedy pouze fotografie a videa. „Proč bych si ho zakládala, kdybych pak tam nic nedávala,“ říká Adéla (16) v průběhu rozhovoru.

Jelikož v mém výzkumu nebyl žádný informátor, který by se choval na Instagramu aktivně (prohlížel si obsahy stránek a osob, které sleduje, komentoval fotografie, používal Instagram direct k psaní zpráv aj.), ale zároveň sám nepřidával fotografie, patří do této kategorie většina informátorů. Dva z informátorů sociální síť Instagram neměli. I v případě Instagramu pak byly důvody sdílení fotografií různé.

- **Možnost realizace zájmů – fotografování jako koníček**

Několik informátorů uvedlo, že rádi fotí, a proto také rádi fotky sdílejí se svými přáteli na Instagramu. Při otázce „Proč dáváš fotky na Instagram?“ Klára (19) odpovídá: „Protože mě to baví. Líbí se mi hezký fotky.“

- **Propagace sebe sama, snaha ukázat se**

Tato motivace byla stejná, jako u sociální sítě Facebook. Informátoři, kteří patřili do této kategorie, většinou své příspěvky sdíleli jak na Facebooku, tak na Instagramu. Filip (15) sám o sobě říká, že na Instagramu sdílí videa, kde sám sebe natáčí, jak jezdí na skútru. Tvrdí, že „*když chceš, aby se vědělo, že něco děláš a seš v tom dobrej, ty fotky tam dávat musíš*“.

- **Sdílení zážitků s přáteli prostřednictvím zajímavých fotografií**

Viktorie (19) o motivacích sdílet fotografie na Instagramu říká: Chci svoje zážitky sdílet s kamarády. Chci, aby věděli, kde jsem byla nebo se třeba podívali tam, kde sami nebyli. Skrze můj profil.“ I někteří další informátoři vyjádřili podobné motivace sdílení. Bára (18) zdůrazňuje oblibu fotografií a zároveň touhu po jejich sdílení s přáteli. „*Mám celkově ráda fotky. A chci taky ukázat něco ze svého života přátelům.*“

### **3.1.5 Preference v užívání sociálních sítí Facebook a Instagram**

#### **Facebook jako zprostředkovatel komunikace**

Někteří informátoři uváděli, že upřednostňují používání sociální sítě Facebook a to především kvůli chatování a komunikaci s přáteli. Na Facebooku si píšou s přáteli, komunikují se spolužáky v uzavřených skupinách, získávají důležité informace. Proto někteří informátoři uvedli, že raději používají tuto sociální síť, která jim podle jejich slov umožňuje lépe komunikovat s přáteli než sociální síť Instagram.

#### **Instagram jako intimnější prostor s možností uplatnit kreativitu**

Několik informátorů v rozhovorech zdůraznilo, že Instagram považují za místo, které je více osobnější a intimnější než Facebook. Klára (19) říká: „*Fb je o všem možným, o životě, ale na Instagramu jsou jenom fotky a jelikož ráda fotím, tak mi to vyhovuje víc. Taký na Instagramu nemám všechny lidi, co mám*

*na Facebooku, tak je to spíš takový omezený, soukromější.“* Takový názor sdílelo více informátorů. Informátoři jmenovali focení a úpravu fotek jako jednu z jejich zálib, kterou jim Instagram umožňuje rozvíjet. Možnost sdílet na Instagramu pouze fotografie a videa a nikoli i jiný obsah jako na Facebooku, považovali za výhodu a vítaný atribut této sociální sítě.

### **Preference Facebooku z důvodu nezaložení Instagramu**

Malá část informátorů uvedla, že Instagram nemá. Důvody nezaložení sociální sítě rozebírám výše, nicméně obecně se jednalo o informátory, kteří se nejvíce jeví jako velmi aktivní na Facebooku, nejvíce potřeby sdílet o sobě informace a Facebook považovali pouze za prostředek komunikace s přáteli a známými.

### **3.1.6 Pojetí soukromí a povědomí o bezpečnosti na sociálních sítích Facebook a Instagram**

#### **Sociální sítě jako možný zdroj nebezpečí**

Všichni informátoři označili sociální sítě jako něco, co není příliš bezpečné, až na jednu informátorku, která řekla, že *„jsou tak bezpečné, jak bezpečně se na nich chováš.“*

Ostatní informátoři uváděli, že sociální sítě bezpečné nejsou a toto tvrzení ukazovali na různých příkladových situacích. Někteří informátoři tvrdili, že *„se do nich dá snadno naborat a zneužít informace.“*

Podle Kláry (19) sociální sítě nejsou *„absolutně bezpečný“*. Informátorka se domnívá, že není moudré na sociální sítě psát, že jedeme na dovolenou, protože se díky tomu můžeme stát oběťmi zlodějů, ke kterým se tato informace nějakým způsobem dostane a můžou nás vykrást.

Michaela (19) se domnívá, že není možné zajistit bezpečnost na sociálních sítích, protože *„je používá velká masa lidí.“*

Viktorie (19) říká: *„Byla jsem na přednášce, kde nám řekli, že i když máme účet zabezpečený, může se nám na něj někdo dostat.“* Tomáš (17) mluví o situaci, kdy se jeho kamarádce *„někdo naboral na Facebook a potom posílal zprávy lidem, ať jí pošlou peníze na účet.“*

Sociální sítě byly vnímány jako něco nebezpečného, jako něco, co je možné lehce zneužít, do čeho se je možné „nabourat“ a co není dostatečně zabezpečené.

Markéta (17) vidí nebezpečí i v anonymitě, kterou sociální sítě poskytují, a říká: „*Ne vždy za počítačem sedí ten svalnatej kluk z profilovky,*“ a dodává, že potenciální hrozbou jsou i „*pedofilové nebo jiný divný lidi, co začnou otravovat.*“ Filip (15) říká: „*Dost záleží, jestli se tam chováš bezpečně ty. Když jo, tak bezpečný bejt můžou, ale jsou tam různý nástrahy. Třeba na Facebooku jsou takový viry, to se ti nabourá do profilu a rozesílá se to tvým přátelům, jako ať kliknou na odkaz. Když kliknou, natahnou si virus do počítače.*“ Všichni informátoři si tedy rizika sociálních sítí uvědomovali, ale jen někteří uplatňovali strategie pro zachování si bezpečí na sociálních sítích.

### **Strategie dosahování bezpečí na sociálních sítích**

#### **a) (Ne)přidávání si cizích osob do přátel**

Když byli informátoři tázáni, zda si někdy přidali do přátel někoho, koho osobně neznali, jejich odpovědi se lišily. Někteří z informátorů řekli, že to nikdy neudělali, jiní s tím už zkušenost měli.

Milan (18) říká, že „*si automaticky přidá kohokoli, pokud to není hnusnej chlap nebo fejk profil.*“ Dělá to z důvodu, „*protože potřebuje lajky.*“

Bára (18) říká, že si neznámé lidi přidávala do přátel, když byla mladší. V té době to neřešila, ale dnes by to už neudělala.

Filip (15) říká, že si „*přidal hezkou holkou*“, ale vzápětí dodává, že „*vlastně nebyla úplně cizí, protože se znali od vidění.*“

#### **b) (Ne)udávání polohy**

Další ze škály otázek, které se týkaly bezpečí sociálních sítí a jakým způsobem ho informátoři dosahují, byly otázky týkající se označování se na různých místech a udávání polohy, kde se informátoři nacházejí.

I zde se odpovědi lišily. Klára (19) se k udávání polohy staví odmítavě. „*Dřív jsem měla Foursquare, ale to jsem úplně zrušila. Bála jsem se, že mi to někdo nabourá a pak mě může najít. Na FB mám vypnutou i polohu.*“

Polohu neudávají ani Tomáš (17) a Michaela (19), informátoři, kteří nemají Instagram a na Facebooku nesdílí příspěvky.

Oproti tomu Milan (18) říká, že „*lokalitu uvádí pořád, aby se vědělo, že někde je.*“

Ostatní informátoři uvedli, že lokalitu udávají jen někdy, pokud jsou na nějakém zajímavém místě v zahraničí.

S ostatními strategiemi dosahování bezpečí úzce souvisí koncept soukromí na sociálních sítích, kterému se věnuji samostatně.

### **Koncept soukromí na sociálních sítích Facebook a Instagram a strategie jeho dosahování**

Obzvláště složitou a těžce uchopitelnou škálou otázek byly otázky týkající se soukromí na sociálních sítích. Informátoři si soukromí chtěli uchránit, ale ne vždy byli schopni podniknout dostatečné kroky k jeho ochraně. Díky analýze obsahů bylo zjištěno, že většina informátorů si ani neuvědomuje, jaké nastavení soukromí na sociálních sítích skutečně má. K dosažení soukromí informátoři podnikali různé kroky, byli i tací, kteří soukromí příliš neřešili.

#### **a) Nesdílení osobního obsahu jako strategie dosažení soukromí**

Zajímavou strategií k dosažení soukromí má Michaela (19), která, jak říká, „*má na Facebooku všechno otevřený.*“ Zároveň ale dodává, že na sociální síť nedává žádné příspěvky, u kterých by jí vadilo, že je vidí veřejnost. „*...Tam nemám moc osobní fotky, tak mi nevadí, že se na to někdo může podívat. Já to neřeším. Mám tam fotky jenom s kamarádama a myslím si, že to nejsou úplně osobní fotky, který by lidi nemuseli vidět.*“ Strategie Michaely byla výjimečná, ostatní informátoři spíše uváděli, že mají takové nastavení, kdy jejich příspěvky vidí pouze přátelé na Facebooku, popřípadě followers na Instagramu.

#### **b) Potřeba sdílení bez ohledu na soukromí**

Někteří informátoři nastavení soukromí nepřikládali velkou důležitost, buď se jím vůbec nezabývali, nebo pro ně sdílení bylo důležitější než soukromí. Informátor Milan (18) říká: „*Mám to veřejný. Nevadí mi, když to lidi vidí.*“ Informátor dále dodává, že ve skutečném životě nemá příliš přátel a chce události ze svého života

sdílet na sociálních sítích. Otevřený obsah veřejnosti byl u některých informátorů běžný na sociální síti Instagram, kdy informátoři uvedli, že otevřenost účtu umožňuje ostatním uživatelům dávat jim „lajky“ k fotografiím. Jinak by je mohli získávat pouze od těch, kteří mají povoleno je na Instagramu sledovat. Rozhodnutí sdílet informace s veřejností byla tedy různá u Facebooku a u Instagramu – na Instagramu byla strategie otevřeného profilu poměrně častá, neboť znamenala také vyšší výskyt „lajků“ u fotografií. Otevřený profil na Facebooku (spíše výjimečná strategie v rámci mého výzkumu) pak znamenal spíše „neřešení“ či nepřikládání důležitosti soukromí na této sociální síti.

### **c) Úprava nastavení a sdílení pouze s přáteli/followers**

Informátoři se spíše shodovali na tom, že mají nastavený profil „pouze pro přátele“, to znamená, sdílejí příspěvky pouze s těmi lidmi, které mají v přátelích, a nesdílejí je s veřejností. Tato strategie byla nejběžnější, informátoři se shodovali, že si nepřejí, aby si jejich příspěvky mohli zobrazit „cizí“ lidé. Opět je zde však potřeba rozlišovat mezi sociálními sítěmi – tato strategie byla běžná u Facebooku, už ne tak typická pro Instagram. Jelikož na Instagramu dochází „pouze“ ke sdílení fotografií, někteří informátoři nepovažovali za nutné upravovat si nastavení tak, aby bylo viditelné pouze těm, kteří je požádají o sledování.

### **d) Individualizovaná úprava viditelnosti příspěvků**

U některých informátorů se objevila strategie úpravy soukromí, při které informátoři měnili viditelnost různých příspěvků pro různé osoby. Znamenalo to například, že informátoři u některých příspěvků, které byly viditelné pro přátele, nastavili možnost „skrýt“ pro určité konkrétní osoby (např. rodiče, bývalá přítelkyně aj.) Tato strategie je však možná pouze u sociální síti Facebook, neboť Instagram takové funkce neposkytuje.

## **3.1.7 Význam sociálních sítí v životě informátorů**

V tomto okruhu otázek mě zajímalo, jak důležité jsou sociální sítě v životě informátorů a zda by si dokázali představit život bez sociálních sítí. Informátoři se shodovali, že sociální sítě jsou pro ně důležité především kvůli kontaktu s přáteli

a také kvůli zahánění nudy. Sociální sítě si informátoři hodně spojovali s komunikací a s používáním mobilních telefonů.

#### **a) Sociální sítě jako zprostředkovatel zábavy a komunikace**

Markéta (18) na otázku „*Dokázala by sis představit svůj život bez sociálních sítí?*“ odpovídá: „*Samozřejmě, že jo. Bez mobilu už asi ne, ale kdyby nebyl Facebook ani Insta, pořád tu máme sms, volání a především komunikaci face to face.*“

Filip (15) říká: „*Asi ne. Dost bych se bez toho nudil, pořád si tam píšu s kamarádama a koukám na fotky. Byla by to bez toho nuda.*“

Je to ale právě komunikace, která je pro informátory tak důležitá a bez které by se ve svém životě nedokázali obejít. Tomáš (19) na stejnou otázku odpovídá: „*Asi ano, pouze bych používal nějaký jiný chatovací program.*“

Právě zdůrazňování komunikace, psaní si s přáteli je pro informátory klíčovou charakteristikou sociálních sítí. Pokud by neexistovaly sociální sítě, informátoři by si poradili jinak, ale komunikaci by zachovali.

#### **b) Sociální sítě jako náhrada skutečných mezilidských vztahů**

Jako výjimečný případ se jeví informátor Milan (18), který přiznává, že je na sociálních sítích závislý a život si bez nich představit nedokáže. Tvrdí, že v reálném životě nemá přátele, a tak se realizuje prostřednictvím sociálních sítí a sdílí s těmi, co mu „*dávají lajky*“.

Ostatní informátoři popisují sociální sítě spíše jako takový „doplňek“, který jim umožňuje sdílet zajímavé zážitky pomocí fotografií, které sdílí s přáteli, umožňuje jim komunikovat s přáteli, dozvědět se důležité informace z jejich okolí, ale i nedůležité zajímavosti ze života jejich přátel. Bez sociálních sítí jako takových si většina z nich život představit dovede, ale bez komunikace, která se jim i v případě sociálních sítí jeví jako klíčová, si život představit nedokážou.

#### **c) Sociální sítě jako databáze kontaktů**

Převážně u Facebooku informátoři uváděli, že aspekt, který je pro ně u této sítě důležitý, je možnost zachovávání „*kontaktů*“ s lidmi, se kterými se



pravidelně nevidají. Mohou to být např. bývalí spolužáci se základní školy, „známí“, s nimiž se seznámili a dále se nevidají aj. Tento fakt uváděli jako výhodu sociální sítě Facebooku, zároveň však někteří z nich upřednostňovali používání Instagramu právě proto, že „*tam nemají v přátelích bývalé spolužáky aj., kteří by si mohli prohlížet jejich fotografie.*“

### **3.2 Analýza obsahu účtu na Facebooku a Instagramu**

Jako doplňující metoda výzkumu byla použita obsahová analýza. Obsahová analýza probíhala ve dvou fázích – v první fázi jsem požádala informátory, aby mi odhalili své účty na Facebooku a Instagramu, které jsem v této fázi zkoumala z pohledu „cizího člověka“ – nepřidala jsem si je do přátel, ani nedala „sledovat“ na Instagramu. Poté jsem provedla obsahovou analýzu jejich profilů na Facebooku a Instagramu. S odstupem času pak mohla začít druhá fáze obsahové analýzy – se souhlasem informátorů jsem je požádala o přátelství na Facebooku a zažádala o možnost sledovat (v případě, že měli soukromý účet) na Instagramu nebo rovnou dala „sledovat“ (v případě, že měli otevřený účet). Dvě fáze obsahové analýzy jsem volila z toho důvodu, abych nejprve mohla provést analýzu účtů na FB a Instagramu z pozice cizího člověka a zjistit, jestli se popis nastavení soukromí, jaký informátoři poskytli v průběhu rozhovor, shoduje se skutečnou podobou jejich účtu, tak jak je schopen si jej zobrazit „cizí člověk“.

Většina informátorů byla na Facebooku pod svým pravým jménem, uživatelé uváděli také místo bydliště, datum narození a stav. Někteří z nich uváděli pouze křestní jméno a nezveřejňovali stav ani místo bydliště. To může mj. souviset i s jejich obavou o soukromí, jak dokazuje např. rozhovor s Klárou (19), která v rozhovoru uvedla, že „*má na Facebooku všechno zamčený*“ (i když to se v rámci obsahové analýzy nepotvrdilo). Klára také v rozhovoru uvedla obavu o vykradení bytu v případě, že na Facebooku zveřejní, že se nachází mimo bydliště, je na dovolené aj. nebo se označí na fotografii na Instagramu a udá lokalitu. Přestože tato obava byla informátorce vnuknuta rodiči, informátorka jí přikládala význam a snažila se i své nastavení soukromí přizpůsobit této obavě. Taková obava však byla v rámci mého výzkumu spíše ojedinělá, většina informátorů uváděla celé jméno i místo bydliště, protože se nedomnívali, že by tuto informaci o nich mohl někdo

zneužít. Většina informátorů neměla důvod skrývat např. místo bydliště, protože to nepovažovali za důležitou informaci, kterou je třeba skrývat. Uvádět místo bydliště a celé jméno považovali za „normální“, což potvrdila i obsahová analýza, kdy většina z nich skutečně uváděla celé jméno, místo bydliště a někdy i stav.

Jiná situace byla u sociální sítě Instagram, kdy žádný z uživatelů neuváděl své celé jméno popř. místo bydliště. Instagram však funguje na jiném principu než Facebook, a tak k uvedení celého jména, stavu nebo bydliště u zakládání profilu ani „nevyzve“. Informátoři tak na Instagramu uváděli většinou své křestní jméno a věk a také krátké charakteristiky, které nějakým způsobem charakterizují jejich osobnosti. Popisy jejich účtů na Instagramu mohly vypadat např. takto: „czechgirl, catlover.“ „personal\_trainer - „Fitnes, Food,Travel, Fashion“, Alice - Healthy lifestyle • foodlover • basenji mom • czech babe in love“.

Další ze zkoumaných obsahů byly fotografie, které informátoři sdílí na svých účtech na Facebooku a Instagramu. Při zkoumání sdílených fotografií na Facebooku hrála důležitou roli fáze obsahové analýzy (zkoumání z pohledu „cizího“ člověka a zkoumání z pohledu „přítele“ na Facebooku), jelikož viditelnost sdílených fotografií byla u většiny informátorů různá v každé fázi. To se však nevztahuje na aktuální profilovou a úvodní fotografii, jejichž nastavení je na Facebooku automaticky nastaveno veřejně a nelze jej upravit na soukromé. Většina informátorů ale měla na Facebooku veřejně dostupné i jiné fotografie, než jen úvodní a profilové. Např. Tomáš (17) má na Facebooku veřejně dostupné čtyři fotografie, přestože se domnívá, že má „všechno zamčený“ Takový případ můžeme najít u většiny informátorů – domnívají se, že mají fotografie přístupné pouze přátelům, ale ve skutečnosti měli pár fotografií veřejně zobrazitelných. U většiny uživatelů také platilo, že se poté, co jsem si je na Facebooku „přidala do přátel“, tedy v rámci druhé fáze obsahové analýzy, se objevilo více fotografií. Obsah fotografií se lišil u jednotlivých uživatelů, ale bylo možné najít několik společných znaků – např. dívky častěji sdílely fotografie svých domácích mazlíčků a selfie a celkově měly na Facebooku více fotografií, které samy přidaly. Většina z informátorů měla nastavení Instagramu jako „viditelné všem“ – jejich účet byl veřejný, takže fáze obsahové analýzy při zkoumání jejich účtů nehrála velkou roli. Obsah fotografií, které informátoři sdíleli na Instagramu, byl různý. Opět platilo, že u dívek bylo nalezeno více selfie než u chlapců. I někteří informátoři – muži však sdíleli selfie.

Dva z informátorů měli stejný koníček – fitness. Na jejich Instagramu bylo mnoho fotografií z posilovny, kde se informátoři fotili při cvičení. Oba také zveřejňovali spoustu fotografií s jídlem, které si připravují. Z rozhovoru vyplynulo, že fitness a zdravý životní styl je zásadní součástí života obou informátorů. Pomocí fotografií pak tuto důležitou součást svého života sdílí s ostatními uživateli Instagramu. Právě sdílení životního stylu, zájmů a koníčků, se v rámci mého výzkumu ukázalo jako často sdílené téma, které informátoři reflektovali pomocí fotografií na svých Instagramových účtech. Ať už se jednalo o knihy, které čtou, oblečení, které si kupují, nebo oblíbené jídlo, které si dají v restauraci – taková témata fotografií byla velmi obvyklá na Instagramu, nikoli však na Facebooku. Na Instagramu si vytvořili reflexi svého každodenního života „v obrazech“, což na Facebooku nedělali. Častými tématy fotografií na Facebooku byly např. fotky s přáteli, z různých školních akcí, maturitních plesů aj. Zkrátka většina fotografií, které na Facebook uživatelé přidávali, popř. na kterých byli označeni, byly fotografie v kolektivu jejich přátel či známých. Oproti tomu na Instagram často přidávali fotky sami sebe či něčeho, co je vystihuje. Z obsahové analýzy, kterou jsem v rámci svého výzkumu provedla, může tedy vyplývat, že sociální síť Instagram informátorům slouží jako místo, kde se mohou svobodně projevovat, sdílet své zájmy a projevovat své názory. Facebook poté využívají hlavně ke komunikaci s přáteli, k udržování kontaktu s bývalými spolužáky aj. To koneckonců potvrzují i někteří informátoři v rozhovorech.

Další část obsahové analýzy byl kromě zveřejňovaných obsahů také rozbor dalšího obsahu, zde se však jednalo hlavně o sociální síť Facebook, protože Instagram je sociální síť, kde se sdílí pouze fotografie (a nyní i videa) doplněné „hashtagy“ (viz. výše). Oproti tomu na Facebooku se mohou uživatelé vyjádřit i prostřednictvím různých statusů, kde sdělují, co právě dělají, jak se cítí aj. Také mohou na Facebooku sdílet různé informace, videa, zprávy aj. Můj výzkum ukázal, že sdílení statusů bylo u informátorů spíše výjimečné a objevovalo se hlavně u mladších z nich. Starší informátoři poté statusy nesdíleli, ale obsahová analýza ukázala, že v dřívější době je většina z nich psala poměrně často. Informátoři toto reflektovali i v rozhovoru, např. Adéla (16) uvedla, že se jednou v noci nudila a všechny statusy smazala, protože se za ně „styděla“. Tento posun, kdy informátoři sdíleli statusy spíše, když byli mladší a nyní to považují za něco trapného, se objevil u více informátorů. Někteří z uživatelů ale statusy sdíleli. Jejich obsahy byly různé,

často se jednalo o pouhé informativní vzkazy či apely na přátele typu „Někdo dnes běh?“ či „Nevíte někdo o...?“, u některých informátorů ale bylo možné dohledat i velmi emotivní a intimní statusy – z nedávného statusu patnáctiletého informátora Filipa můžeme zjistit, že je naštvaný na celý svět, protože má „zaracha“ a ze statusů osmnáctiletého Milana se všichni jeho FB přátelé dozví o bouřlivém rozchodu s přítelkyní, jejíž zapříčinila nevěra z její strany. Často se objevující statusy byl také informace týkající se cestování, kdy informátor prostřednictvím statusu dával vědět svým přátelům, že jede na dovolenou nebo je někde na výletě. Nicméně platí, že frekvence zveřejňování statusů u většiny informátorů spíše klesala s věkem a dobou členství na sociální síti Facebook.

Kromě statusů informátoři sdíleli různá videa, gify či virály, často se jednalo o různá vtipná videa, dívky měly tendence sdílet videa se zvířaty. Někteří informátoři sdíleli i různé hry, které přes Facebook hráli. Opět však platí, že nebyly příliš aktuální, ale spíše byly sdíleny v minulých letech.

### **Porovnání výsledků obsahové analýzy s výsledky rozhovorů**

Obsahová analýza účtů na Facebooku a Instagramu byla důležitou součástí výzkumné části diplomové práce. Profily informátorů, se kterými jsem vedla polostrukturované rozhovory, jsem neanalyzovala proto, že bych snad nevěřila jejich úsudkům o tom, jak se chovají na sociálních sítích.

Některé zahraniční autorky (boyd, Livingsstone) ale ve svých výzkumech zjistily, že velmi důležitým aspektem, který ovlivňuje teenagery v jejich užívání sociálních sítí, je nedostatečné porozumění technickým parametrům sociálních sítí.

Uvedme například sociální síť Facebook, která v průběhu své existence několikrát změnila nastavení a dala tak vzniknout matoucímu prostředí, ve kterém je nesmírně těžké se dobře orientovat.

O tomto problému mluví danah boyd ve studii Facebook' s Privacy Trainwreck – Exposure, Invasion and Social Convergence a popisuje situaci, která nastala po zavedení News Feedu na Facebooku. Díky zavedení News Feedu bylo uživatelům umožněno sledovat aktivity přátel, které byly jinak těžce dohledatelné. Uživatelé tento krok chápali jako invazi do soukromí. Marck Zuckerberg proti tomu argumentoval tvrzením, že informace, které se nyní staly přístupnými díky News Feedu, na Facebooku už byly dohledatelné dávno. Opomíná ale důležitý fakt, že

pro tuto informaci bylo potřeba si „dojít“ a složitě ji vyhledat. Právě toto technologické pojetí, kdy je naše soukromí chápáno jen jako jakýsi shluk dat, danah boyd kritizuje. Chovat se bezpečně a chránit si soukromí v tomto prostředí, které se neustále mění, je pro teenagery nesmírně složité.

Výsledky obsahové analýzy potvrdily, že většina informátorů nezná svoje nastavení soukromí a neuvědomuje si, co všechno na sociálních sítích sdílí veřejně. Pro většinu z mých informátorů bylo velmi obtížné správně popsat své nastavení soukromí a velmi často se také mýlili při popisování nastavení svého účtu na Facebooku. „*Snad v životě jsem nenapsala status,*“ řekla Michaela o svém přispívání na Facebooku. Obsahová analýza ukázala, že statusy opravdu už nějakou dobu nepíše, ale před pěti, šesti lety, je psala velmi často, jsou jednoduše dohledatelné a může si je dohledat každý, jelikož Michaela má nastavení svého profilu veřejné. A tak Michaela, která mimo jiné tvrdí, že „*na Facebook nedává nic, co by lidi nemohli vidět*“, žije v domnění, že na Facebooku žádné statusy či příspěvky nemá, protože je tam nedává. To, že je tam nedává teď, ale vzhledem k archivaci všeho, co kdy na zed' Facebooku napíšeme, neznamená, že tam „nejsou“.

Michaela, která se v rozhovoru jevila jako někdo, kdo si od sociálních sítí drží spíše odstup, má na své zdi Facebook osobní statusy jako „*dneska krasnej den s milackem.miluju te*“ či „*mno myslela sem ze dnešek bude jinej, mam divnou naladu a doufam ze se to zejtra nejak vysvetli*“. Tyto statusy jsou sice „staré“, ale velmi jednoduše dohledatelné. A přestože Michaela už pěkných pár let žádné statusy nepíše a žije v domnění, že na zdi ani žádné nemá, technologie sociálních sítí umožňuje každému, aby si je zobrazil.

Případ Michaely zdaleka není jediný. Většina informátorů z mého výzkumu prokázala podobnou míru neporozumění svému nastavení profilu na sociálních sítích.

Klára (19) v rozhovoru tvrdila, že „*má všechny fotky na Facebooku zamčený*“. Přesto si však každý může zobrazit pět profilových fotek, která Klára na Facebook nahrála.

Tomáš (17) se v rozhovoru prezentoval jako člověk, který na Facebooku nic nesdílí a ani nemá Instagram. Jeho zed' na Facebooku je však plná příspěvků z minulých let, kdy informátor sdílel různé výsledky online kvízů či zábavná videa.

Můj výzkum prokázal, že někteří teenageři skutečně nerozumí technologickým parametrům sociálních sítí a důsledkem toho nejsou schopni si své nastavení upravit tak, jak by chtěli.

Zajímavým případem byla Adéla (16), která si uvědomovala zrádnost sociálních sítí, které mohou kdykoli vyjevit staré statusy či fotky, které byly zveřejněné v době, kdy to informátorům připadalo normální. Adéla v rozhovoru řekla „...jednou v noci jsem se nudila, projela celej Timelime a smazala trapný statusy“ a její tvrzení dokládá i výsledek obsahové analýzy, v rámci které na jejím profilu na Facebooku nebyl nalezen jediný status.

V obsahové analýze jsem zkoumala i jednotlivé účty, které mají informátoři na sociální síti Instagram. Vzhledem k tomu, že Instagram je sociální síť, která je založená na vizualitě a na sdílení fotografií, zde nedocházelo k neporozumění technickým parametrům, jako to bylo u sociální sítě Facebook. Na Instagramu totiž nehrozilo, že by na uživatele mohly „vyskočit“ staré statusy, které psali před několika lety. I zde ale občas docházelo k odchýlení se od rozhovorů, někteří z informátorů měli sklon nepřiznávat focení jídla či focení selfie, informátorka Klára (19) v rozhovoru uvedla, že na svůj Instagram nikdy nedává fotky jídla, protože jí to připadá „blbý“, obsah jejího profilu na Instagramu ale tvořily i fotky různých jídel, která informátorka buď sama uvařila, nebo vyfotila v restauraci. Těchto fotek však na jejím profilu bylo minimum. Další, v čem se informátoři někdy neshodovali s tím, co řekli v rozhovoru, byla četnost zveřejňování fotografií. Informátoři měli sklon uvádět nižší četnost zveřejňování oproti skutečnosti.

Většinou ale správně popisovali, co na své profily na Instagramu dávají za fotky a proč je tam dávají. Informátor, který při rozhovoru podal naprosto přesný popis svého profilu na Instagramu, byl Milan (18), pro kterého jsou sociální sítě Instagram a Facebook důležitou součástí jeho života. Většina fotografií, které má uživatel na Instagramu, jsou s tematikou jídla, zdravého životního stylu, cvičení či módy, což přesně koresponduje s informátorovou výpovědí z rozhovoru.

Obsahová analýza se ukázala jako vhodná doplňující metoda k polostrukturovaným rozhovorům, díky které mi bylo umožněno nahlédnout do profilů informátorů na sociálních sítích a zjistit, že ne vždy mají správnou představu o tom, jak jejich profily vypadají a co všechno zveřejňují. Poznatky

autorek boyd a Livingstone o nedostatečném porozumění technickým parametrům a komplikovanosti sociálních sítí se tak ukázaly jako platné i pro tento výzkum provedený v českém prostředí.

## **4 Závěrečná diskuze a komparace výsledků výzkumu s výzkumy některých zahraničních autorů**

Ve své diplomové práci jsem provedla kvalitativní výzkum pomocí kombinace metod polostrukturovaného rozhovoru a obsahové analýzy. Hlavní metodou byly polostrukturované rozhovory, které jsem vedla s deseti informátory ve věku 15 až 19 let. Záměrně jsem zvolila tuto věkovou kategorii, tj. kategorii teenagerů, protože se domnívám, že sociální sítě patří do jejich života. Cílem mého výzkumu bylo zjistit, jak teenageri reflektují svůj život na sociálních sítích. Rozhodla jsem se zkoumat působení teenagerů na dvou sociálních sítích, a to na Facebooku a na Instagramu. Obě sociální sítě jsou velmi populární, podle statistik (viz výše) patří dokonce k nejvíce používaným sociálním sítím dnešní doby. Obě sociální sítě fungují na odlišném principu, Facebook (viz výše) je „tradičnější“, založením profilu na Facebooku se slovy danah boyd uživatel „vepíše do bytí“, to znamená vytvoří si své „online“ já, které by mělo reflektovat jeho skutečný život, uživatel při zakládání profilu většinou uvede své skutečné jméno, přidá si do přátel lidi, které zná i ze skutečného života aj. Instagram (viz výše) je pak novější sociální síť, která je založena především na vizualitě v podobě sdílených fotek, které jsou doplněné o hashtagy, pomocí kterých uživatelé označují klíčová slova v popisu fotografie. Jelikož je Instagram poměrně nová sociální síť (byla založena v roce 2009), nenašla jsem příliš výzkumů, které by se vysloveně touto sociální sítí zabývaly. Oproti tomu více studií se věnovalo Facebooku a jeho uživatelům. V teoretické části diplomové práci se zabývám reflexí studií o Facebooku a jeho uživatelích obecně, stejně tak jako zmiňuji pár studií o Instagramu a jeho uživatelích. Dále se v teoretické části věnuji studiím autorů, kteří se věnovali tematice sociálních sítí a teenagerů. V následující části budu porovnávat výsledky mého výzkumu s některými závěry jejich výzkumů. Zaměřím se na témata, která jsem i já zkoumala v mém výzkumu.

Jedním z témat, která jsem ve svém výzkumu chtěla obsáhnout, byly motivace uživatelů k založení a užívání sociálních sítí. Výsledky, které jsou samozřejmě platné pouze pro mou studii a poměrně omezený vzorek, ukázaly, že



informátoři z mého výzkumu si profily na sociálních zakládali, protože je měli známí a přátelé z jejich okolí. Tuto skutečnost potvrzuje i většina informátorů z mého výzkumu, např. Michaela (19) říká, že si Facebook založila, „protože to v té době měl každý a byli tam všichni kamarádi ze školy“. Podobný názor má i Viki (19), která říká: „Bylo mi asi 13 let a založila jsem si ho, protože to měli všichni spolužáci.“ Tuto motivaci k založení si sociální sítě potvrzuje i studie Quanna-Hasse a Younga (2010), kteří jako hlavní motivaci k založení uvádí doporučení přátel, kdy výsledek jejich výzkumu ukázal, že lidé si sociální síť zakládali na základě doporučení svých vrstevníků a také proto, že už jej všichni přátelé měli.<sup>100</sup>

Kromě motivací k samotnému založení jsem zjišťovala i motivace k užívání sociálních sítí Facebook a Instagram. U obou sociálních sítí se motivace trochu odlišovaly – jako hlavní důvod k používání Facebooku totiž většina informátorů uváděla komunikaci s přáteli. Velká část informátorů poté zdůrazňovala, že používají převážně „messenger“ – aplikaci, která je součástí Facebooku a umožňuje psát si zprávy s přáteli na Facebooku. Tento výsledek se shoduje i s výzkumy některých autorů. *Komunikace a sdílení informací je největší motivací k participaci na sociálních sítích,*<sup>101</sup> tvrdí danah boyd, autoři Ellison a kol. S komunikací s přáteli souvisí též sociální kapitál, o kterém se zmiňují Steinfield, Ellison a Lampe, ti mluví také o potřebě sociální angažovanosti, kdy jedinec chce mít povědomí o tom, co se děje, jak žijí jeho přátelé, a také chce vědět, že někam patří, s čímž souvisí uvědomění si jakési sociální identity, o které autoři taktéž hovoří.<sup>102</sup>

Jednou z motivací, které informátoři v mém výzkumu uváděli jako důvod používání Facebooku, byla také potřeba přístupu k informacím, ať už se jednalo o školní úkoly, informace o různých brigádách či dopravní situaci v jejich místě bydliště aj. Autoři Steinfield, Ellison a Lampe ve své studii též mluví o uživatelích, kteří na sociálních sítích získávají užitečné informace. V souvislosti s tím uvádějí tzv. „přemostování sociálního kapitálu“, kdy pasivní jedinec, který sice získává

---

<sup>100</sup>Quan-Haase, A. & Young, A. (2010). Uses and Gratifications of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging. *Bulletin of Science Technology and Society*, 30(5), 350-361.

<sup>101</sup>BOYD, Danah. *It's complicated: the social lives of networked teens*. New Haven: Yale University Press, c2014, xi, 281 s. ISBN 978-0-300-16631-6.

<sup>102</sup>Steinfield, Ellison a Lampe. *Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis* [online]. Department of Telecommunication, Information Studies, and Media, Michigan State University, East Lansing, MI 48824 USA, 2008 [cit. 2016-01-17]. Dostupné z: [https://www.msu.edu/~nellison/Steinfield\\_Ellison\\_Lampe\(2008\).pdf](https://www.msu.edu/~nellison/Steinfield_Ellison_Lampe(2008).pdf)

informace, ale sám se na Facebooku aktivně neprojevuje (nepíše si s přáteli, nezúčastňuje se diskuzí aj.), těží právě ze získaných informací, ačkoli emocionálně ho působení na Facebooku nikterak neobohacuje. Můj výzkum nebyl tak rozsáhlý a nedosáhl takové hloubky, abych z jeho výsledků mohla vyvozovat, jestli spíše pasivnější uživatelé „přemostovali“ sociální kapitál, tak jak to uvádí Steinfield a kol. Nicméně většina informátorů z mého výzkumu na Facebooku působila aktivně, i když nesdíleli fotografie, vždy sociální síť využívali ke komunikaci s přáteli, převážně prostřednictvím aplikace Messenger.

Další z oblastí, které jsem prostřednictvím výzkumné části diplomové práce chtěla prozkoumat, byly způsoby užívání sociálních sítí Facebooku a Instagramu. Zajímalo mě, jak se uživatelé na sociálních sítích „chovají“, co vše v tomto prostředí dělají, co sdílí aj. V rámci této oblasti byly mj. zjištěny různé strategie chování na sociálních sítích Facebooku a Instagramu. Výzkum ukázal, že informátoři například raději sdíleli fotografie na Instagramu než na Facebooku. Toto potvrzují i závěry výzkumu diplomové práce Jana Tušky<sup>103</sup>, která má název „Motivy a způsoby užívání Instagramu.“ Jako důvod informátoři z výzkumu diplomové práce Jana Tušky uvádějí, že Instagram nabízí mnohé filtry a možnosti, jak fotografie upravit a udělat hezčí, oproti tomu Facebook takovou funkci nemá.<sup>104</sup> Informátoři v mém výzkumu však neuváděli technologické aspekty, tj. možnosti upravení fotografie jako důvod, proč je raději sdílí na Instagramu než na Facebooku. Někteří informátoři z mého výzkumu považovali Instagram za intimnější a soukromější prostor než Facebook. Zde neměli v přátelích bývalé spolužáky, rodiče a lidi z okolí, u kterých si nepřáli, aby fotky viděli. Zveřejňování selfie na Instagramu někteří z informátorů považovali za normální a přirozené, ale zveřejňování selfie na Facebooku jim přišlo trapné a zvláštní.

Z výsledků obsahové analýzy vyplývá, že Instagram většina z informátorů pojímala jako místo, kde může zveřejňovat fotografie, které něco vypovídají o jejich osobnosti – nestydí se vyfotit sem to, co jedí nebo mají na sobě, ale na Facebook by fotografie s podobným obsahem nepřidali. Postoj většiny informátorů k Instagramu by se dal shrnout slovy informátorky Kláry (19): „*Facebook je o všem možným,*

---

<sup>103</sup> TUŠKA, Jan. *Motivy a způsoby užívání Instagramu*. Olomouc, 2015. Diplomová práce. Univerzita Palackého v Olomouci. Vedoucí práce Zdeněk Sloboda.

<sup>104</sup> TUŠKA, Jan. *Motivy a způsoby užívání Instagramu*. Olomouc, 2015. Diplomová práce. Univerzita Palackého v Olomouci. Vedoucí práce Zdeněk Sloboda.

*o životě, ale na Instagramu jsou jenom fotky, a jelikož ráda fotím, tak mi to vyhovuje víc. Taky na Instagramu nemám všechny lidi, co mám na Facebooku, tak je to spíš takový omezený, soukromější.“*

Tento zásadní rozdíl ve vnímání obou sociálních sítí různým způsobem, který napovídá, že Facebook je vnímán jako jakýsi prostředek pro komunikaci s přáteli, spolužáky, udržování vztahů a získávání důležitých informací, a Instagram jako volnější, zábavnější prostor, kde se mohou vyjádřit prostřednictvím fotografií, jmenovala většina informátorů. Nebyly to tedy „filtry“, které přiměly informátory sdílet fotografie více na Instagramu než na Facebooku, ale intimita a „lehkost“ sociální sítě, která je založená na vizualitě. V tomto bodě je možné vidět paralelu se studií danah boyd a Alice Marwick, které v díle „Networked privacy: How teenagers negotiate context in social media“ hovoří o technických parametrech, jež mnohdy komplikují náhled na sociální sítě. I u informátorů z mého výzkumu neovlivnily upřednostnění sociální sítě technické parametry v podobě speciálních filtrů na úpravu fotografií, které Instagram nabízí, ale intimita, soukromí a „lehkost“ sociální sítě, kterou informátoři reflektovali v rozhovorech.

Důvody sdílení fotografií na Instagram byly různé. U některých informátorů to byla „zábava“, kterou jim focení a následné sdílení fotky přinášelo. Někteří informátoři považovali sdílení na sociálních sítích za náhradu skutečných vazeb v životě, kdy sdílení a získávání „lajků“ jim nahrazovalo uznání a komunikaci s přáteli.

Stejně tak i důvody nesdílení se lišily, u některých informátorů hrál roli věk, kdy sami informátoři tvrdili, že cítí jakýsi „posun“, kdy jako mladší sdíleli mnoho informací na Facebooku, často psali statusy, sdíleli fotografie aj., avšak dnes už tuto potřebu necítí, dokonce se za svou minulost, kdy hodně sdíleli, mnohdy i stydí. Livingstone (2008) hovoří o jistém vývoji, kdy se preference uživatelů mění společně s věkem.

Někteří informátoři uváděli strach o své soukromí jako důvod nesdílení, což se shoduje s výsledky Lampe (2013), které ukazují, že u neuživatelů sociálních sítí je možné najít obavy o soukromí jako důvod nesdílení. Nicméně informátorů, kteří vyjádřili strach o své soukromí jako důvod nesdílení obsahu, bylo minimum.

Většinou informátoři uváděli „nezájem“, chybějící potřebu ke sdílení, protože zkrátka neviděli důvod, proč sdílet.

Soukromí na sociálních sítích Facebooku a Instagramu bylo jednou z dalších oblastí, které jsem se pokoušela ve výzkumné části této diplomové práce zkoumat. Z mého výzkumu vyplynulo, že většina informátorů se o své soukromí na sociálních sítích zajímá a není jim lhostejné. V pojetí soukromí byly velké rozdíly u obou sociálních sítí vzhledem k odlišným technologickým možnostem nastavení, které obě sítě nabízí. Facebook nabízí různá nastavení soukromí, kdy obsah, který je zde zveřejňován, může být dostupný např. pouze přátelům, pouze přátelům s výjimkami některých osob, Facebook dokonce umožňuje nastavit si zveřejňovaný obsah tak, že ho vidím „pouze já“ aj. Avšak Instagram je založen na jiném principu a takováto nastavení neumožňuje. V mém výzkumu se tedy ukázalo, že informátoři si více „hlídají“ soukromí na Facebooku než na Instagramu, což příkládali jednak technologickým aspektům a povaze sociální sítě Instagram a také touze po získávání „lajků“, kterých získají víc (od více různých uživatelů) v případě, že je jejich účet nastavený jako „veřejný“. Oproti tomu informátorů, kteří by měli nastavení Facebooku jako veřejné, tedy obsah, který informátoři sdílejí, by byl dostupný všem, bylo minimum. Většina informátorů si nastavení na Facebooku upravila jako „dostupné pro přátele“, to znamená obsah, který informátoři zveřejňovali, si mohli zobrazit pouze ti lidé, které měli v přátelích. Informátoři, kteří uvedli, že mají nastavení soukromí na Facebooku upraveno tak, aby sdílený obsah byl dostupný všem, až na jednu výjimku patřili do nižší věkové kategorie. Byli to studenti prvních ročníků střední školy ve věku od 15 - 16 let. Ostatní informátoři vyššího věku (16 - 19 let) reflektovali změnu, která v užívání Facebooku nastala společně s vyšším věkem – dříve sdíleli více příspěvků a nehlídali si nastavení soukromí tak jako dnes. K tomuto závěru ve své studii dospěla i Soniya Livingstone (2008), z výsledků autorčina výzkumu totiž vyplynulo, že teenageři v nižším věku vykazují jistou naivitu a nedostatečnou potřebu nastavovat si soukromí na svých účtech na sociálních sítích tak, aby sdílené příspěvky byly viditelné pouze pro přátele. Výsledky Boyd (2010) se však s tímto tvrzením rozcházejí, neboť autorka tvrdí, že mladí uživatelé sociálních sítí jsou obezřetnější a ostražitější v zabezpečování si soukromí, zatímco starší už vlivem delšího používání sociální sítě soukromí tolik nehlídají. Nicméně Agosto a Abbas mají jiný názor, který se spíše shoduje

s výsledky studie Livingstone, autorky Agosto a Abbas dále hovoří o soukromí jako o učebním procesu, o kterém se teenageři v jejich výzkumu zmiňují. Hovoří o zajišťování si soukromí jako o učebním procesu, který spojují s dlouhodobou účastí na sociálních sítích, kdy citují jednoho z informátorů: „*S věkem se prostě naučíš rozlišovat, co na sociální síti můžeš sdílet a co bys neměl.*“<sup>105</sup>

Většina informátorů v mém výzkumu nepovažovala sociální sítě za bezpečné. Časté nebezpečné jevy, které informátoři zmiňovali, byly např. odcizení identity, nabourání se do profilu, získání viru pomocí kliknutí na zprávu nebo také kontaktování osobou, která se vydává za někoho jiného a má špatné úmysly. Když byli informátoři požádáni, aby vyprávěli příklady ze života, kdy se jim na sociálních sítích přihodilo něco nepříjemného či nebezpečného, několik z nich zmínilo právě kontaktování cizí osobou, které jim nebylo příjemné. Po nevyhledávaném kontaktování cizí osobou někteří z informátorů měnili nastavení soukromí svých účtů a začali se o své soukromí více zajímat. I Debatin a kol.(2009) zjišťují, že právě takové „nepříjemné“ situace, které se teenagerům přihodí na sociálních sítích, je přimějí k přehodnocení jejich soukromí, více se začnou o nastavení zajímat a více si soukromí chránit.

Ne vždy se jim chránit si své soukromí zcela podaří. To ukazují výsledky doplňující metody, kterou jsem použila v této diplomové práci. Obsahová analýza účtů na Facebooku a Instagramu totiž potvrdila výzkumy některých zahraničních autorů (např. Boyd a Marwick, Livingstone, Agosto a Abbas). Autoři hovoří o složitosti technologických aspektů sociálních sítí, kdy nedostatečné porozumění právě technologickému nastavení způsobí, že si teenageři nedokážou své soukromí zabezpečit tak, jak by chtěli. Obsahová analýza provedená v této diplomové práci se shoduje s výsledky autorů, protože v rámci ní bylo zjištěno, že teenageři skutečně nemají nastavení soukromí takové, jaké si představují. Informátoři si např. mysleli, že mají nastavení Facebooku upraveno tak, aby byly příspěvky viditelné pouze pro veřejnost. Přesto bylo v obsahové analýze zjištěno, že tomu tak mnohdy není. Někteří z informátorů pak ani nevěděli, že je možné upravit nastavení Instagramu tak, aby byl účet soukromý. To se přesně shoduje i s výsledky výzkumu Agosto

---

<sup>105</sup> AGOSTO, D. E. a J. ABBAS. *"Don't be dumb--that's the rule I try to live by": A closer look at older teens' online privacy and safety attitudes.* DOI: 10.1177/1461444815606121. ISBN 10.1177/1461444815606121.

a Abbas, kdy někteří informátoři též neměli tušení o této funkci. „*Svůj účet na Instagramu jsem dlouho neměla nastavený jako soukromý, protože jsem si ani nemyslela, že by to šlo. Změnila jsem to, až když mi přátelé řekli, že to jde.*“<sup>106</sup> V mém výzkumu pak teenageři často také podávali chybnou deskripci svého nastavení na Facebooku, zapomínali např. na funkci Timeline, která ukládá vše, co kdy na Facebooku napíšeme. A tak tvrdili, že „*nikdy nenapsali žádný status*“, přestože jejich zeď byla plná statusů, které psali, když byli mladší.

Další z tematických okruhů, které tato diplomová práce obsahovala, byl význam sociálních sítí v životě teenagerů. Nejvíce informátorů uvedlo, že sociální sítě vnímají jako zprostředkovatele komunikace a zábavy. Právě komunikace s přáteli a sdílení zážitků s nimi byly pro teenagery důležitým atributem sociálních sítí, který zdůrazňovali po celou dobu rozhovorů. Výsledky mého výzkumu se tak shodují s výsledky výzkumů zahraničních autorů, kdy právě komunikace je vnímána jako klíčová motivace k užívání sociálních sítí a jejich nejdůležitější vlastnost pro teenagery. „*Komunikace a sdílení informací je největší motivací k participaci na sociálních sítích,*“<sup>107</sup> říká danah boyd.

Kromě možnosti komunikovat s přáteli a s okolím pak teenageři v mém výzkumu označovali sociální sítě jako jistou databázi kontaktů, která jim umožňuje zachovat bývalé i stávající vazby s přáteli a známými. Toto zjištění se shoduje s výzkumem Brandtzæga a Heima(2011), kteří jako jednu z hlavních motivací k používání sociálních sítí uvádějí udržení stávajících vztahů. Autoři poté zdůrazňují i nové navazování vztahů jako jeden z důležitých aspektů sociálních sítí, což se však v mém výzkumu nepotvrdilo, protože většina informátorů neměla v úmyslu navazovat nové vztahy, ale pouze zachovávat ty, které již mají.

---

<sup>106</sup> AGOSTO, D. E. a J. ABBAS. "Don't be dumb--that's the rule I try to live by": A closer look at older teens' online privacy and safety attitudes. DOI: 10.1177/1461444815606121. ISBN 10.1177/1461444815606121. Dostupné také z: <http://nms.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1461444815606121>

<sup>107</sup> BOYD, Danah. *It's complicated: the social lives of networked teens*. New Haven: Yale University Press, c2014, xi, 281 s. ISBN 978-0-300-16631-6.

## Závěr

V této diplomové práci jsem se zabývala reflexí života teenagerů na sociálních sítích. Snažila jsem se předložit malý vhled do jejich působení na sociálních sítích Facebook a Instagram, který mi poskytli sami teenageři prostřednictvím polostrukturovaných rozhovorů, při kterých jsem se je pomocí předem připravených otázek snažila navést na témata, která jsem v této diplomové práci chtěla obsáhnout. Zároveň jsem se ujistila, že mají dostatečný prostor pro vyjádření svých názorů na různá další témata, která považují v souvislosti se sociálními sítěmi za důležité. Díky rozhovorům s teenagery jsem nahlédla do jejich životů na sociálních sítích a tento náhled jsem doplnila použitím metody obsahové analýzy, kdy jsem zkoumala jednotlivé účty teenagerů na Facebooku a Instagramu a mohla jejich život v tomto prostředí reflektovat i z pohledu výzkumnice. Kombinace metod polostrukturovaných rozhovorů a obsahové analýzy se pak ukázala jako vhodná pro tuto diplomovou práci, protože mj. ukázala, že teenageři si ne vždy dokážou uvědomit technologické složitosti, které užívání sociálních sítí obnáší.

Výzkum jsem provedla na vzorku 10 informátorů, což je malý počet informátorů na to, aby bylo možné z této diplomové práce vyvozovat obecně platné závěry pro teenagery na sociálních sítích. Pro účely této diplomové práce byl pak počet informátorů dostačující, protože mi umožnil dospět k teoretické saturaci.

Jako teoretický základ byly v této diplomové práci použity studie zahraničních autorů, jejichž výsledky byly v závěrečné části porovnány s výsledky mých výzkumů. V mnohých aspektech se výzkumy shodovaly, a to převážně v motivacích užívání sociálních sítí a také nedostatečném porozumění technologickým aspektům sociálních sítí.

Výsledky mé studie se pak vztahují pouze na zmiňovaný početně omezený vzorek a její závěry nelze zobecňovat, ačkoli se domnívám, že by mohla sloužit jako inspirace k dalším, rozsáhlejšími výzkumům, které by se věnovaly problematice teenagerů a jejich života na sociálních sítích v českém prostředí. Existuje totiž

mnoho zahraničních výzkumů na toto téma, ale nepodařilo se mi najít podobně rozsáhlé výzkumy, které by tuto problematiku reflektovaly na českém prostředí.



## Summary

In this thesis, I have dealt with the reflection of teenagers' lives on social networks like Facebook and Instagram. This reflexion of how life is in the environment of social networks was performed by teenagers themselves via semi-structured interviews and complemented by content analysis of their accounts on Facebook and Instagram. Semi-structured interviews and content analysis proved to be a good combination of methods since it has revealed the fact that teenagers do not understand technological aspects of social networks and are not capable to set their privacy the way they would like to have it.

In this thesis I have performed research with a sample of 10 teenagers. Even though the sample size was small it was well fitting to my master's thesis since it has enabled me to have an individual approach to each one of the teenagers. It also gave me the option to spend enough time to deal with each one of them both in semi-structured interviews and content analysis. However the results of my research cannot be generalized and are only applied to this thesis.

The results of my research could inspire further research on this topic. There are many foreign researches dealing with this topic however I have not found a research that would deal with this topic on the Czech scene. Therefore, I suggest these results could be used for further researches when examining the life on social networks of Czech teenagers.

## Použitá literatura

AGOSTO, D. E. a J. ABBAS. "Don't be dumb--that's the rule I try to live by": A closer look at older teens' online privacy and safety attitudes. DOI: 10.1177/1461444815606121. ISBN 10.1177/1461444815606121. Dostupné také z: <http://nms.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1461444815606121>

AL-KANDARI, A., S. R. MELKOTE a A. SHARIF. *Needs and Motives of Instagram Users that Predict Self-disclosure Use: A Case Study of Young Adults in Kuwait*. DOI: 10.1177/0973258616644808. ISBN 10.1177/0973258616644808. Dostupné také z: <http://crc.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/0973258616644808>

BARNES, J. A. *Class and Committees in a Norwegian Island Parish*. DOI: 10.1177/001872675400700102. ISBN 10.1177/001872675400700102. Dostupné také z: <http://hum.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/001872675400700102>

BARRY, Christopher. "Let Me Take a Selfie": Associations Between Self-Photography, Narcissism, and Self-Esteem. [online]. [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: <http://psycnet.apa.org/index.cfm?fa=buy.optionToBuy&id=2015-28942-001>

BASILISCO, Richard a Cha KYUNG JIN. Uses and Gratification Motivation for Using Facebook and the Impact of Facebook Usage on Social Capital and Life Satisfaction among Filipino Users. *International Journal of Software Engineering and Its Applications*. 9, No. 4 2015. DOI: 10.14257.

BOYD, Danah; ELLISON, Nicole. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007, vol. 13, n. 1. [cit. 2016-01-17]. Dostupné z <http://www.danah.org/papers/JCMCIntro.pdf>

BOYD, Danah. *It's complicated: the social lives of networked teens*. New Haven: Yale University Press, c2014, xi, 281 s. ISBN 978-0-300-16631-6.

BOYD, Danah: Why Youth heart social networks. The role of networked publics in teenage social life. 2008, The MIT Press, Cambridge.

Dostupné z: [http://papers.ssrn.com/sol3/Papers.cfm?abstract\\_id=1518924](http://papers.ssrn.com/sol3/Papers.cfm?abstract_id=1518924)

BRANDZAEG, P., HEIM, J.. (2011) A typology of social networking sites users, Journal: *International Journal of Web Based Communities* 2011 - Vol. 7, No.1 pp. 28 – 51.

CAERS, R., T. DE FEYTER, M. DE COUCK, T. STOUGH, C. VIGNA a C. DU BOIS. *Facebook: A literature review*. DOI: 10.1177/1461444813488061. ISBN 10.1177/1461444813488061.

Dostupné také z: <http://nms.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/146144481348806>

Disman, Miroslav. 2002. Jak se vyrábí sociologická znalost: Příručka pro uživatele. Praha: Karolinum

Ellison, Stenfield a Lampe. *The Benefits of Facebook ‘‘Friends:’’ Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites* [online]. 2008 [cit. 2016-01-17]. Dostupné z: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x/pdf>

ERBAN, Ondřej. *Život na Facebooku : Kvalitativní studie chování lidí na Facebooku*. Praha, 2011. 116 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Mgr. Jaroslav Švelch.

GOODWIN, I.a kol.Precarious Popularity: Facebook Drinking Photos, the Attention Economy, and the Regime of the Branded Self. *International Journal of Software Engineering and Its Applications*. 9, No. 4 2015. DOI: 10.1177/2056305116628889. ISBN 10.1177/2056305116628889.

Dostupné také z: <http://sms.sagepub.com/lookup/doi/10.1177/2056305116628889>

GORDHAMER, Soren. 5 Ways Social Media is Changing Our Daily Lives. Mashable : The Social Media Guide, 2010. [cit. 2016-01-17]. Dostupné z <http://mashable.com/2009/10/16/social-media-changing-lives/#ZQ0SCziwQsqc>

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 3. vyd. Praha: Portál, 2012. ISBN 978-80-262-0219-6.

Hiram a kol. Beliefs about the Use of Instagram: An Exploratory Study. *International Journal of Business and Innovation*. Vol. 2, Issue 2, 2015. Dostupné z: [http://www.academia.edu/10659490/Beliefs\\_about\\_the\\_Use\\_of\\_Instagram\\_An\\_Exploratory\\_Study](http://www.academia.edu/10659490/Beliefs_about_the_Use_of_Instagram_An_Exploratory_Study).

Instagram. *Www.instagram.com* [online]. 2016 [cit. 2016-06-28]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/about/faq/>

*Www.instagram.cz* [online]. 2015 [cit. 2016-06-28]. Dostupné z: <http://www.instagram.cz/jak-vznikl-instagram-od-nuly-az-k-facebooku/362>

JONES, Christopher. *The Net Generation and Digital Natives*. Milton Keynes, UK, 2011. The Open University

LINCOLN, S. a B. ROBARDS. *Being strategic and taking control: Bedrooms, social network sites and the narratives of growing up*. DOI: 10.1177/1461444814554065. ISBN 10.1177/1461444814554065. Dostupné také z: <http://nms.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1461444814554065>

LIVINGSTONE, Sonia. *Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression* [online]. SAGE Publications, 2008 [cit. 2016-04-17]. Dostupné z: [http://eprints.lse.ac.uk/27072/1/Taking\\_risky\\_opportunities\\_in\\_youthful\\_content\\_creation\\_\(LSERO\).pdf](http://eprints.lse.ac.uk/27072/1/Taking_risky_opportunities_in_youthful_content_creation_(LSERO).pdf)

Rosen, Larry: Welcome to the iGeneration!. iGeneration!. *Www.psychologytoday.com/* [online]. 2010 [cit. 2016-06-28]. Dostupné z: <https://www.psychologytoday.com/blog/rewired-the-psychology-technology/201003/welcome-the-igeneration>

ŘIHÁČEK, T , Čermák. I. *Kvalitativní analýza textů: čtyři přístupy*. Brno: Masarykova univerzita, 2013. ISBN 80-210-6382-3.str.44-74

TANG, T. L.-P., P. H. CUNNINGHAM, E. FRAUMAN, M. I. IVY a T. L. PERRY. *Attitudes and Occupational Commitment among Public Personnel: Differences between Baby Boomers and Gen-Xers*. D10.1177/009102601204100206. ISBN 10.1177/009102601204100206. Dostupné také z: <http://ppm.sagepub.com/lookup/doi/10.1177/009102601204100206>

TAPSCOTT, Don. *Grown up digital: how the net generation is changing your world*. New York: McGraw-Hill, c2009. ISBN 978-0-07-150863-6 str. 30

TUŠKA, Jan. *Motivy a způsoby užívání Instagramu*. Olomouc, 2015. Diplomová práce. Univerzita Palackého v Olomouci. Vedoucí práce Zdeněk Sloboda.

*Statista: The Statistics Portal* *Statistics and Studies from more than 18,000 Sources* [online]. 2016 [cit. 2016-06-25].

Strauss, Anselm, Corbinová Juliet. 1999. *Základy kvalitativního výzkumu: Postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Brno: Sdružení Podané ruce, Boskovice: Nakladatelství Albert

Šed'ová, Klára. *Designy kvalitativního výzkumu*. [Cit. 8. 4. 2016] Dostupné z: <http://www.portal.cz/scripts/detail.php?id=24161>