

Bakalářská práce

Univerzita Karlova v Praze, Fakulta humanitních studií



Případová studie: Facebook a děti 7. třídy ZŠ

Autor práce: Jiří Kroulík

Vedoucí práce: Mgr. et Mgr. Jan Beseda

Praha 2011

Prohlašuji, že jsem práci vypracoval samostatně s použitím uvedené literatury a souhlasím s jejím eventuálním zveřejněním v tištěné nebo elektronické podobě. Všechny použité prameny a literatura byly řádně ocitovány. Práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 3.1.2012

.....
podpis

Poděkování

Chtěl bych na tomto místě poděkovat zástupci ředitele panu Mgr. Martinovi Cutychovi, který mi výzkum na své škole umožnil a také žákům 7. třídy, kteří s větší či menší ochotou odpovídali na mé otázky.

Dále děkuji panu Mgr. et Mgr. Janu Besedovi, jenž mou práci svědomitě vedl, korigoval a přicházel s podnětnými nápady.

V neposlední řadě bych chtěl poděkovat svému okolí, především rodičům, bratrovi a přítelkyni, kteří tvořili prostředí vhodné pro sepsání této práce.

Obsah

| | |
|---|----|
| Úvod..... | 6 |
| I. Teoretická část..... | 9 |
| Internet..... | 9 |
| World Wide Web..... | 9 |
| Web 2.0 a jeho podíl na změně myšlení Net Generation..... | 10 |
| Online sociální sítě..... | 13 |
| Facebook..... | 14 |
| Přehled prací, týkajících se mého výzkumu..... | 16 |
| II. Praktická část..... | 17 |
| Metodologie..... | 17 |
| Výzkumné otázky..... | 17 |
| Výzkumné strategie..... | 17 |
| Techniky sběru dat..... | 18 |
| Výběr vzorku..... | 20 |
| Analytické postupy..... | 20 |
| Etické otázky společenskovedního výzkumu..... | 21 |
| Vlastní případová studie..... | 21 |
| Důvod a doba založení profilu..... | 23 |
| Děti a jiné online sociální sítě..... | 24 |
| Přidávání mého Výzkumného profilu mezi přátele..... | 25 |
| Informace, které o sobě uživatel uvádí..... | 26 |
| Profilové fotografie..... | 29 |
| Ostatní fotografie..... | 30 |
| Přátelé..... | 32 |
| Kdy děti využívají Facebook?..... | 34 |

| | |
|---|----|
| Co na Facebooku používají a proč? | 34 |
| Komunikace | 36 |
| Zed' a řetězové zprávy | 39 |
| Bezpečnost a soukromí | 43 |
| Hodnocení kvality výzkumu | 44 |
| Závěr | 45 |
| Použitá literatura | 48 |
| Příloha 1: | 52 |
| Příloha 2: | 52 |
| Příloha 3: | 53 |

Úvod

Internet je bezpochyby jedním z největších „vynálezů“ konce 20. století. Není to pouze prostředek, kterým se můžeme rychle dostávat k potřebným informacím. Je to fenomén, který změnil chování a myšlení většiny populace, která vlastní počítač a připojení k internetu. (což čítá kolem 30 % obyvatel Země)¹

Nejen, že umožňuje koupit si lístek na koncert z pohodlí domova, zaplatit telefonní účet bez nutnosti stát frontu na poště nebo pouhým kliknutím zjistit nejrychlejší vlakový spoj do zahraničí. Umožňuje, což je pro sociální vědy daleko zajímavější, komunikovat s přáteli skrze počítač, ať už jsou kdekoliv, stávat se členem skupin společně s lidmi, které jsme nikdy neviděli nebo komentovat veřejné dění spolu s dalšími lidmi z celého světa. Nachází se zde mnoho prostoru pro sociální jevy a interakce a tudíž i mnoho možností je zkoumat.

Don Tapscott (2009: 19) právem označil generaci narozenou mezi lety 1977 až 1997 jako Net Generation (sítíovou generaci). Tato generace již od malička používá vyspělé technologie, jako jsou mobilní telefony, počítače, mp3 přehrávače, iPady a další. Ve skutečnosti to pro tuto generaci ani nejsou vyspělé technologie, je to pro ně normální součást každodenního života (tamtéž: 20). Marc Prensky (2001) zase rozdělil populaci na digitální imigranty a na ty, kteří jsou již od dětství online. Pro příslušníky této generace je podle Prenskyho samozřejmostí mít vlastní profil na sociálních sítích jako je Facebook, Twitter nebo Myspace a několikrát denně kontrolovat, co je zde nového. Nebo si při jízdě v autobuse na svém mobilu poslouchat hudbu a přitom si na něm číst nové maily.

Rozptyl 30 let mezi lidmi narozenými roku 1977 a roku 1997 je ovšem v době bleskurychlého pokroku technologií příliš velký. Dnes, roku 2011, je nemalý rozdíl ve využívání nových technologií mezi lidmi, kterým je 34 let a mezi těmi, kterým je pouhých 14. Nejedná se pouze o rozdíly způsobené psychologickým a biologickým vývojem lidí v tomto věku. Jedná se především o to, že starší lidé této generace si nové technologie museli osvojovat, staré způsoby nahrazovaly modernějšími, kdežto mladí lidé již vyrůstali obklopeni všemi těmito technologiemi. Například lidé kolem 30 let používají online sociální síť jako fotoalbum, kde vystavují fotky svých dětí a posílají zprávy lidem, od kterých něco potřebují. Čtrnáctiletí ovšem na online sociální síti chatují v reálném čase stejně, jako by to bylo ve školní třídě a na virtuální zed' dávají vtipné fotomontáže, které na internetu kolují. Starší generace, zvyklá pouze pasivně přijímat informace, jak nás to „učí“ televize, shlédne video na

¹ Internetworldstats.com

Youtube a tím jejich aktivita končí. Mladší generace video okomentuje, přidá virtuální palec nahoru nebo dolů nebo natočí svou vlastní videopověď. (Tapscott, 2009: 60)

Pro svůj výzkum jsem si vybral právě nejmladší členy této generace. Inspiroval mě k tomu můj tehdy patnáctiletý bratr. Zeptal jsem se ho, proč tráví tolik času u počítače a není se svými kamarády na hřišti. Odpověděl mi, že většina jeho kamarádů je na Facebooku a baví se tam spolu, ale on je raději doma a hraje Battlefield (online akční počítačová hra) se svým kamarádem. Jaký rozdíl oproti situaci o 7 let zpět, kdy jsem byl stejně starý. Tehdy se sváděly na školním hřišti slovní i fyzické potyčky mezi florbalisty a fotbalisty o to, kdo bude moci okupovat na danou chvíli hřiště. Kdo neměl mobil, musel na hřiště přijít a doufat, že zde někdo bude. ICQ (počítačový program pro online komunikaci) se zpravidla používal jen pro dohodnutí místa a času srazu.

Mladí lidé se zkrátka kvůli internetu chovají více či méně odlišně a využívají ho jiným způsobem. Pro svou bakalářskou práci jsem si vybral výzkum chování dětí na online sociální síti Facebook. Vedle komunikace přes Skype², email a jiné programy, vedle online komunit a hraní online her atd. se jedná pouze o část internetového světa mladistvých, nelze ovšem říct, že by tato část byla malá a již vůbec ne zanedbatelná. Sociální sítě (v českém prostředí se jedná téměř výhradně o Facebook³) získávají stále na síle a jejich služeb již využívá většina firem při marketingu, politických stran při svých kampaních a známých osobností pro svou sebe prezentaci. I pro mnoho dětí, jak se přesvědčíme v praktické části, se stává Facebook běžnou součástí života.

V teoretické části své práce nejdříve stručně nastíním historii internetu a představím specifika webu 2.0, který umožňuje měnit obsah webu a tím vytváří prostředí pro specifické chování mladistvých. Poté se budu věnovat sociálním sítím, především těm online a konkrétně Facebooku, jenž v českém prostředí dominuje. Tyto poznatky bych chtěl poté uplatnit na mladistvé, kteří se od starší generace liší za prvé svým myšlením, daným jejich věkem a za druhé tím, že již od malička vyrůstali obklopeni moderními technologiemi. Ke konci teoretické části představím již uskutečněné výzkumy v zahraničí i u nás a popíšu jejich nedostatky nebo místa pro další výzkumy.

V praktické části se budu věnovat případové studii dětí 7. třídy ZŠ v menší městské části v Praze. Bude se jednat o hloubkové rozhovory a skupinovou diskusi týkající se vztahu dětí a Facebooku. Děti si přidaly můj výzkumný profil na Facebooku a díky tomu jsem mohl provést zúčastněné pozorování a sledovat jejich aktivity a klást další otázky. Hlavní

² online komunikační nástroj

³ Google Trends; Alexa.com

výzkumnou otázkou je, jakým způsobem žáci 7. třídy ZŠ v menší městské části v Praze využívají online sociální síť Facebook. Jedná se o kvalitativní výzkum s cílem zjistit co nejvíce informací o této problematice a odhalit některé souvislosti a trendy.

Na začátku praktické části popíšu metodologii zkoumání, argumenty pro výběr vzorku, kladení otázek a způsob výzkumu. Poté se budu věnovat různým oblastem a vztahům mezi dětmi a Facebookem (důvod registrace, bezpečnost, pravdivost údajů atd.). Jelikož se jedná o kvalitativní výzkum, není sběr dat a jejich analýza oddělená, ale prolíná se. To znamená, že v průběhu sběru dat jsem odhaloval souvislosti, které jsem dále zkoumal a rozvíjel pomocí dalších otázek. Některé zajímavé poznatky byly vlastně odhaleny ještě dřív, než samotný sběr dat započal.

Inspirován názvem knihy Dona Tapscotta (*Grown Up Digital*) jsem zkoumal děti, které vyrostly v digitálním světě.

I. Teoretická část

Internet

„Internet⁴ je celosvětový systém navzájem propojených počítačových sítí („sít' sítí“), ve kterých mezi sebou počítače komunikují.“ (wikipedia.org) Mezi služby internetu patří WWW (Word Wide Web), e-mail, FTP přenos souborů a mnoho dalších. Lidé velmi často chybně zaměňují pojem internet a web. Web je pouze jednou (i když nejznámější a nejhojněji využívanou) službou internetu.

Počátky internetu můžeme spatřit roku 1969, kdy v USA vznikla experimentální síť, propojující několik univerzitních počítačů pro účely ministerstva vnitra. Až do začátku 90. let nebyla tato síť nijak rozvinutá, bylo k ní připojeno pouze kolem 1000 počítačů. Roku 1990 byl ovšem předveden první prototyp WWW serveru, který umožňuje pomocí webového prohlížeče rychlý přístup k textu, obrázku a dalším, ať se nacházejí kdekoliv. (Giddens, 1997: 387)

Od tohoto okamžiku počet uživatelů internetu rychle rostl a internet prostupoval do mnoha sfér informací, zábavy a služeb. K 31. březnu 2011 bylo odhadnuto přes 2 miliardy uživatelů po celém světě, kteří tak tvořili kolem 30% světové populace. V České republice se jedná o 2,244 milionů uživatelů, což znamená 65,6% všech obyvatel ČR.⁵ Internet se stal běžnou součástí většiny vyspělého světa. Počet webových stránek, služeb a funkcí neustále roste.

World Wide Web

WWW, neboli World Wide Web (zkráceně jen web) je „soustava propojených hypertextových dokumentů“ (wikipedia.org). Jak jsme zmínili výše, umožnil web rychlý nárůst běžných uživatelů. Webové stránky umožňují pomocí hypertextů odkazy k jiným

⁴ Internet se v českém pravopise píše s velkým počátečním písmenem, pokud se jedná o Celosvětovou informační a komunikační síť, tedy název. S malým počátečním písmenem se píše, pokud se jedná pouze o propojené počítače, o komunikační médium. Celá problematika je složitá a ani odborníci nejsou jednotného názoru. V této práci budeme používat termín internet s malým „i“, jež lépe odpovídá sociologické povaze našeho tématu. (Pravidla.cz; Český rozhlas Plzeň)

⁵ Internetworldstats.com

stránkám. Díky tomu se kliknutím můžeme dostat na různé další stránky. Na rozdíl od papírové knihy tedy nečteme obsah od začátku do konce, ale proklikáváme se k chtěnému obsahu. Hypertext se na rozdíl od lineárního textu skládá ze spousty odboček a jednotlivých částí (Landow, 1997). Landow (tamtéž) jmenuje několik dalších znaků typických pro WWW. Patří mezi ně např. stírání rozdílu mezi čtenářem a pisatelem. Čtenář nejenom, že může měnit pořadí, v jakém čte text (tedy jednotlivé jeho části), ale může zčásti měnit i obsah. Navíc se čtenář i pisatel nacházejí ve stejném prostředí, kde každý může zčásti upravovat vzhled a obsah stránek. Toto souvisí s dalším bodem, a tím je nelinearita nebo spíše multi-linearita textu, kdy se čtenář nemusí držet souvislé osnovy, jako je to v případě knih. Dále se Landow (tamtéž) zmiňuje o takzvaném metadokumentu. V prostředí internetu se smazávají hranice mezi jednotlivými dokumenty (texty, obrázky atd.) a spojují se v jeden velký metadokument. Čtenář tak většinou nerozlišuje, na které stránce se nachází, ale vybírá si jen požadovaný obsah, ať už je kdekoliv.

Web 2.0 a jeho podíl na změně myšlení Net Generation

Termín web 2.0 označuje etapu vývoje webu, která je charakteristická tím, že se uživatel aktivně podílí na obsahu webu, přispívá do něj a upravuje ho. Odkazuje na termín Tima O'Reillyho z roku 2004. „Web 2.0 je revoluce podnikání v počítačovém průmyslu způsobená přesunem k chápání webu jako platformy a pokus porozumět pravidlům vedoucím k úspěchu na této nové platformě. Klíčovým mezi těmito pravidly je toto: tvořte aplikace, které budou díky síťovému efektu s přibývajícím počtem uživatelů stále lepší.“

(radar.oreilly.com) V tomto webu je středem sám uživatel, který nejen přijímá informace, ale i je vytváří. Web 2.0 zahrnuje online sociální sítě, blogy⁶, fóra, wiki⁷ atd.

Právě web 2.0 výrazně mění myšlení Net Generation. (Tapscott 2009: 34-36) Pokud jste před webem 2.0 nebyli spisovatelé, novináři nebo režiséři, nemohli jste prakticky nijak měnit informace, které byly příjemcům předkládány. Tisk a televize nabízely již hotové a připravené informace a divák nebo čtenář je mohl pouze pasivně přijímat. To ovšem změnil internet a podoba webu 2.0. Uživatel už není pouze příjemce informací (*consumer*), ale je i jejich tvůrce (*producer*). Smíšením těchto dvou anglických slov vzniklo jedno slovo – *prosumer*. (Toffler, 1971) Starší generace (před webem 2.0), zvyklá na informační kanály jako tisk a televize,

⁶ Blog – webové stránky, které jsou vytvořeny samotným uživatelem, který sám upravuje jejich obsah

⁷ Systém, kdy uživatel vytváří obsah webové stránky, které jsou potom řazeny do databáze, např.

patřila k typickým *consumer*. Jenže mladší generace je již plná příjemců i tvůrců obsahu – *prosumer*.

Jaké jsou tedy podle Tapscotta (2009: 45) konkrétní znaky mladší části Net Generation, kterou budeme v praktické části zkoumat? Tato generace se na webu podílí o své zkušenosti, zážitky a názory a zajímá se o názory obyčejných uživatelů, jako jsou sami. Na internetových sociálních sítích, fórech nebo blozích zveřejňují své myšlenky a očekávají, že s nimi ostatní uživatelé povedou rozhovor a budou reagovat na příspěvky. Oni sami také sledují jiné zprávy a komentují je. Jedná se o obousměrný dialog, který je typický pro web 2.0 a tedy i tuto generaci. Příslušník této generace není zvyklý na jednosměrné přednášky, jako jsou televizní zprávy. Chce se podílet na obsahu a vést dialog s tvůrci. Sociální sítě a fóra jsou ideální obdobou Hyde Parku. Velmi jednoduchým a rychlým způsobem je možné oslovit velké množství lidí, kteří mohou informace ještě šířit a předávat dále. Proto zde vzniká prostor pro šíření řetězových zpráv, které jsou u mladší části generace tak oblíbené. Může se jednat o zprávu, která má za účel pobavit, šokovat, ale i vzdělávat nebo lobovat za určitou věc. Více si o tom povíme v praktické části.

Dalším významným znakem je snaha přizpůsobovat si svět kolem sebe, především komunikační média. Proč se spokojit s tuctovým vzhledem úvodní webové stránky, když si podle sebe můžeme změnit vzhled a nabízené služby přesně tak, jak nám vyhovují? To platí o všech nových technologiích. Mění se tapety a vyzvánění mobilů, profilové fotky a informace na Facebooku i celé uživatelské prostředí počítače přesně podle individuálních potřeb. Již zde také není nutnost sledovat televizní zprávy nebo seriál v předem určený čas, když si je na internetu můžeme pustit kdykoliv dle potřeby a ještě zde přidat vlastní komentář a zapojit se do diskuze (což souvisí s prvním znakem).

Dalším rysem Net Generation je lačnost po rychlosti. E-mail je již zastaralá záležitost právě pro svoji nedostatečnou pohotovost. (Tapscott, 2009: 46) Místo něj nastupuje chatování v reálném čase. Net Generation je zvyklá, že jsou jejich přátelé vlastně neustále na blízku na chatu a je možné se s nimi během chvilky spojit a také, že okamžitě dostanou odpověď. Je samozřejmostí, že informace, obrázky nebo videa jsou pro ně velmi rychle přístupné a není třeba si pro knihu chodit do knihovny nebo pro film do videopůjčovny.

Sdružování se do skupin a veřejné vyjadřování názorů také charakterizuje tuto generaci. Velmi dobře to vystihuje jedna bohužel tragická událost. Při psaní této práce se v Rusku zřítlo letadlo s hokejisty Jaroslavle a mezi mrtvými byli i tři čeští hokejisté. Během hodiny (což souvisí s rychlostí této generace) se na Facebooku objevilo mnoho příspěvků, vyjadřujících upřímnou soustrast. Na videu na Youtube, kde jeden z pozůstalých hokejistů

střílil slavný gól, se hned objevily desítky komentářů a skupina „Karel Rachůnek, Josef Vašíček a Jan Marek R.I.P.“ získala během 15 minut od svého založení dvacet tisíc členů, kteří přispěli stovkou smutečních příspěvků a fotek hokejistů. Další znak toho, že mladí lidé nejen poslouchají a čtou, ale také chtějí být slyšeni a viděni.

Obr. 1: Stránka skupiny na Facebooku:



Posledním pro náš výzkum důležitým znakem z těch, které Tapscott zmiňuje, je chuť se na internetu neustále bavit. Tato vlastnost je zvláště patrná u nejmladších příslušníků této generace. Na internetu neustále vyhledávají informace o svých koníčcích, jako je sport, filmy nebo hudba. Baví se tak, ale zároveň získávají internetovou gramotnost. Mohou si pustit ukázkou na svůj oblíbený film, pod ní shlédnout komentáře ostatních a sami přidat svůj. Nebo svůj názor sdělit na Facebooku a čekat, kdo bude mít stejný a kdo jiný. Nebo si mohou dokonce zkusit napsat vlastní recenzi a vložit ji na internet. Úkol je to stejný, jako když učitel ve škole zadá napsat recenzi na film nebo knihu. S tím rozdílem, že psát na internet je pro mladou generaci zábava. (Tapscott, 2009)

Tato (pro někoho možná příliš rozsáhlá) část věnovaná rozdílům mezi Net Generation a staršími generacemi, se nám bude hodit pro výzkum chování dětí na Facebooku. Některé znaky budou velmi výrazné, neboť se jedná o nejmladší členy této generace, jiné budou

utlumeny, protože přímo na síti Facebook nebude tolik místa pro jejich zviditelnění. Rozhodně ale tvoří dobrý teoretický základ pro náš budoucí výzkum.

Online sociální síť

„Sociální síť jsou mezilidské kontakty, díky kterým jednotlivci upevňují svoji sociální identitu a získávají emocionální podporu, materiální pomoc, služby, informace a nové sociální kontakty. Tato síť může zahrnovat nejbližší rodinu, přátele, sousedy, spolupracovníky nebo lidi, kterým platíme za různé služby.“ (Walker et al., 1977: 35)

Ellison (1983) ještě přidává několik parametrů, kterými můžeme sociální síť poměřovat: velikost, hustotu, obsah, blízkost, čas a místo.

Sociální síť je tak složena z uzlů (jednotlivci nebo organizace), které jsou spojeny vazbami, na základě přátelských nebo profesních pout. Aby se jednalo o síť, je potřeba minimálně tři uzlů a dvou vazeb.

Výše zmíněné definice platí pro sociální síť obecně. Sociální síť existovaly a existují bez ohledu na jejich internetové podoby. V anglickém jazyce není situace tak složitá. Pro sociální vazby existuje výraz *Social Network* a pro webové systémy, které slouží ke komunikaci a sdílení těchto vazeb se používá výraz *Social Network(ing) Site* (nebo *Service*). V češtině se většinou ovšem používá pouze jeden výraz a to *sociální síť*. V současné době si většina lidí pod tímto pojmem představí spíše Facebook, Twitter nebo Lidé, než rodinu a okruh známých. Pro rozlišení se v češtině nejčastěji používá termín *online* nebo *internetová sociální síť*. Já se rozhodl používat termín *online sociální síť*, protože lépe vystihuje kontrast k offline sociální síti.

„Online sociální síť jsou webové služby, které umožňují jednotlivcům (1) vytvořit společenský nebo polo-společenský profil uvnitř systému, (2) artikulovat seznam ostatních uživatelů, s kterými sdílejí společnou vazbu a (3) nahlédnout do seznamu vazeb ostatních uživatelů. Povaha těchto vazeb se liší síť od sítě.“ (boyd; Ellison, 2007: 211) Kromě toho nabízejí online sociální síť spoustu aplikací, sdílení fotek a videí, chat a další.

Online sociální síť nejsou unikátní tím, že umožňují komunikovat s mnoha lidmi, ať už jsou kdekoliv, ale spíše že zviditelňují již existující vazby v offline světě. (tamtéž)

První známa online síť, SixDegrees.com, byla poprvé spuštěna roku 1997. Od tohoto roku se objevilo mnoho nových sítí, ale největší úspěch měl Friendster. Od roku 2003 již získávaly online sociální síť masový charakter. Největší úspěch měly a stále mají síť

Facebook, Myspace a Twitter⁸. Nejvíce uživatelů má ovšem s přehledem Facebook – je jich přes 727 milionů po celém světě.⁹

V České republice byly do roku 2009 nejnavštěvovanější sítě Lidé, Líbimseti a Spolužáci. V dubnu 2009 tyto sítě ovšem začal válcovat Facebook. Nejen, že získal více nových návštěvníků, ale zároveň s ním rostl zájem o sociální sítě vůbec.¹⁰ Dnes má v ČR na Facebooku profil kolem 3.3 milionu uživatelů, z toho 46% uživatelů pod 24 let.¹¹ Tento údaj je ovšem potřeba brát s rezervou, neboť uživatel nemusí uvádět správné datum narození.

Názory odborníků na vztah offline sociální sítě a online sociální sítě se různí. Někteří tvrdí, že užívání online sítě má negativní vliv na offline sociální život. (Nie, 2001) Zdůvodňují to i tím, že čas strávený u počítače vytlačuje osobní kontakt a komunikaci (Mesch, 2006; Nie; Hillygus, 2002) Jiní naopak vidí pozitivní efekt online sítí na ty reálné a tvrdí, že online komunikace spíše nahrazuje, než vytlačuje tu online (Wellman B, Quan-Haase A, Witte J, et al., 2001) A jiní autoři nevyzkoumali žádnou souvislost. (Pollet, Roberts, Dunbar, 2011)

V mém výzkumu není tolik místa na podrobné zkoumání korelace mezi využitím Facebooku a offline sociální sítí uživatele. To ponechám kolegům pro další, nejspíše kvantitativní výzkumy. Pokusím se ovšem odhalit některé souvislosti a okolnosti mezi komunikací na Facebooku a komunikací v reálném světě, jako třeba kdy dítě využívá online a kdy offline komunikaci, zda-li komunikuje na Facebooku raději s blízkými přáteli či s těmi, které nevidá tak často atd.

Facebook

Online sociální síť Facebook byla založena roku 2004 studentem Harvardovy univerzity Markem Zuckerbergem. Zpočátku měla sloužit pouze studentům Harvardovy univerzity, ale o dva měsíce později byla rozšířena i mezi jiné univerzity. Facebook se velmi rychle rozrůstal o studenty ze všech zemí, až byla roku 2006 umožněna registrace všem, kterým je více než 13 let. Roku 2010 činil obrat firmy provozující Facebook přes 2 miliardy dolarů (34,6 miliard

⁸ Alexa.com

⁹ Checkfacebook.com

¹⁰ Googletrends.com

¹¹ Checkfacebook.com

českých korun) a Mark Zuckerberg byl časopisem *Time* vyhlášen osobností roku. Aktivních uživatelů (kteří se přihlásí alespoň jednou za 30 dní) je k 5.9.2011 přes 727 milionů.¹²

Některé sociální sítě se zaměřují pouze na úzký okruh uživatelů. Couchsurfing sdružuje lidi se zálibou v cestování, MyChurch zase křesťanskou komunitu, ale Facebook se nevyhraňuje a je přístupný široké veřejnosti.

Jak již bylo zmíněno, politika Facebooku nedovoluje registraci uživatelům, kterým je méně než 13 let, ovšem nic jim nebrání zadat falešné datum narození. Po zaregistrování mohou uživatelé vyplnit své osobní údaje také s menší či větší přesností. Poté vyhledávají své známé, kteří se na Facebooku nazývají *přátelé*. Přátelství je obousměrné. To znamená, že je potřeba schválení obou přátel, na rozdíl např. od Twitteru, kde může uživatel sledovat aktivity jiného uživatele, ten ale nemusí sledovat ty jeho.

Uživatel si může vybrat své vlastní profilové foto, které se bude objevovat při jeho aktivitách vedle jeho jména. Na rozdíl od jiných sítí (Netlog; Myspace) není možné upravit profil a měnit jeho vzhled podle stylu, který vám vyhovuje. Virtuální zeď slouží jako společný prostor, kam je možné vkládat příspěvky, odkazy nebo videa a které ostatní přátelé vidí a mohou komentovat. Uživatel může vkládat foto do svého alba, které si poté mohou prohlížet ostatní jeho přátelé.

Na rozdíl od jiných online sítí zde může uživatel vytvářet své vlastní aplikace a tvořit tak seznamy oblíbených filmů nebo úkoly a hry pro další uživatele. Může zde s kamarády hrát společné hry, virtuálně je šťouchnout či poslat internetovou pohlednici k narozeninám.

Ačkoliv se největší online sociální sítě v mnohém podobají, jejich odlišnosti přesto vytváří rozdíly, díky kterým není vždy možné zobecňovat výsledky z jedné sítě na všechny. Možnost upravování vzhledu vlastního profilu již byla zmíněna. Další rozdíl je v obousměrnosti přátelství, jak bylo také zmíněno výše. Česká online sociální síť Lidé zase byla původně vytvořena jako seznamovací portál a stále umožňuje vyhledávat přátele podle věku, pohlaví a účelu seznámení. Specifika této online sociální sítě budou ovlivňovat její využívání a chování dětí na ní.

¹² Checkfacebook.com

Přehled prací, týkajících se mého výzkumu

Jak již jsem zmínil výše, inspirací při výzkumu mi byla kniha Dona Tapscotta *Grown Up Digital* (2009), která popisuje změny chování v důsledku používání moderních technologií.

V poslední době se vyrojil nespočet výzkumů a bakalářských prací, věnovaných právě internetu nebo přímo online sociálním sítím a dětem či mladistvým. Výše jsem již zmínil některé věnované vztahu online a offline sociálních sítí.

Mnoho výzkumů je vedeno kvantitativním způsobem. Tento způsob sice pracuje s relativně přesnými čísly a dá se poměrně dobře zobecnit na širší populaci, ale postrádá více vzhledu do problematiky a často se omezuje jen na prostou statistiku, kolik dětí používá určitou síť, jak jsou aktivní a kolik času tráví online (Pew Internet; EU Kids Online; Millward Brown). V mém kvalitativním výzkumu se pokusím pátrat po motivech dětí, zdůvodnění jejich chování a po celkovém porozumění vztahu dětí k Facebooku.

Nejčastěji se ve spojení s dětmi a online sociálními sítěmi objevuje motiv bezpečnosti a soukromí. Bezpečnost a soukromí dětí se často diskutuje v médiích (Actualnet.cz; Poradna Topgal.cz) a toto téma zajímá i odborníky. (Gray, Christiansen, 2010; Fodeman, Monroe, 2009) Tyto výzkumy představily některé stinné stránky nových technologií.

Dalším častým tématem je téma sebeprezentace mladistvých na online sociálních sítích. Tomuto tématu se věnovala Katrine Van Cleemput (2009). Online síť, na kteréž mladistvé zkoumala (Noxa, Netlog), umožňovaly ovšem lepší vyjádření sebeprezentace než Facebook.

Velmi podobný přístup, jako jsem zvolil já, zvolil ve své práci Thomas King (2009). Pracoval s malým vzorkem a pojal svou práci jako etnografickou studii. Na rozdíl ode mě ovšem zkoumal větší věkové rozmezí studentů a také porovnával dvě online sociální síť. Pro svou bakalářskou práci jsem si vybral užší zaměření. Dále budu podobně jako Van Cleemput ve svém výzkumu propojovat pozorování jednotlivých profilů a projevů uživatelů s rozhovory s nimi.

Podobných prací by se dalo najít ještě velmi mnoho, já však vybral jen některé, které mi byly inspirací a základem pro tuto práci. Tyto výzkumy nastolily některé otázky, které buď nebyly dosud plně zodpovězeny, nebo by se jejich výsledky mohly lišit v prostředí Facebooku či u dětí ve věku 13-14 let.

II. Praktická část

Metodologie

Výzkumné otázky

Hlavní výzkumná otázka mé práce zní takto: Jakým způsobem žáci 7. třídy ZŠ v menší městské části v Praze využívají online sociální síť Facebook a jak se na této síti chovají?

Dílčí otázky jsou: Co motivovalo děti k založení profilu na Facebooku? Kdy a kde se přihlašují k Facebooku a proč? Jaký je vztah online sociální sítě dětí na Facebooku a sociální sítě v offline světě? Jaké služby a aplikace děti nejčastěji používají a proč? Podle čeho si děti přidávají své „Facebookové přátele“? Kdy využívají komunikaci online a jaké má pro ně výhody? Šíří řetězové zprávy? Popřípadě jaké? Jak si děti chrání soukromí na Facebooku?

Výzkumné strategie

Jedná se o kvalitativní výzkum, který by měl pátrat po motivech dětí, pochopení jejich virtuálního světa a především přiblížení chování v tomto světě. Kvalitativní výzkum je vhodný pro tento případ, protože se ptá „proč?“ a „jak?“ tzn., že chceme znát významy a zdůvodnění určitého chování, ne četnost. V teoretické části jsem se opřel i o kvantitativní data, ta mě ale spíše inspirovala pro další kvalitativní výzkum a další otázky.

Jde o případovou studii, kdy od několika jedinců budu získávat a popisovat co nejvíce informací o nich a jejich vztahu k Facebooku a budu tuto problematiku chápat v celé její komplexnosti. Klonil jsem se k pojetí případové studie podle Stakea. V tomto pojetí se výzkumník snaží rozumět případu v jeho jedinečnosti a vztahu k okolí. Stake byl konstruktivisticky orientovaný výzkumník, který nepovažoval za účel výzkumu objevení nových překvapivých souvislostí, ale spíše hustý popis mnohonásobné reality a odkrývání pohledu aktérů. (Hendl, 2005: 104-117)

Využíval jsem zhuštěný popis, což je metoda, kterou zavedl antropolog Clifford Geertz. Zhuštěný popis se většinou používá v etnografii a cílem této metody je popsat chování skupiny v určitém prostředí, aby poté bylo možno podle tohoto popisu vytvořit teoretická tvrzení. Je to metoda, kdy se snažíme vyznat se v nové situaci, velmi důkladně ji popsat a i

interpretovat. Účelem zhuštěného popisu není učinit převratná zjištění, ale pochopit a popsat určitý problém do hloubky, se všemi jeho souvislostmi. (Geertz, 2000: 13-42)

V našem případě jsem takto popisoval chování vybraných dětí v prostředí sociální sítě Facebook. Tento popis obsahuje interpretace motivů, přístupů a okolností, které se váží k naší výzkumné otázce, se snahou rozkrýt širší okolnosti. Statusy, příslušnost ke skupině nebo komentáře dětí budu zkoumat a interpretovat s cílem co nejlépe pochopit a popsat tento fenomén.

Techniky sběru dat

Pro tento výzkum jsem využíval 3 základní způsoby sběru dat: skupinovou diskuzi (focus group), individuální (hloubkové) rozhovory a sledování jednotlivých profilů v online prostředí. Každá tato strategie má své určité výhody, ale i úskalí pro získávání dat. Po skupinové diskuzi jsem požádal děti, aby si přidaly do přátel můj profil, který byl vytvořen speciálně pro tuto bakalářskou práci (nejednalo se o můj osobní profil).

Skupinová diskuze výborně sloužila ke zjištění povědomí dětí o médiích, sociálních sítích a Facebooku. Tato metoda přinášela nové poznatky, jak děti diskutovaly se mnou i mezi sebou, a přirozeně vyvstávala další nová témata a zjištění. Diskuzí jsem zjistil, co děti na Facebooku nejvíce láká a hlavně jsem získal potřebný komentář a zdůvodnění ke každému bodu. Nevýhodou bylo nebezpečí, že dominantnější jedinci budou vyslovovat svůj názor častěji než ostatní. To jsem se snažil omezit pečlivým moderováním diskuze a vyvoláváním všech žáků. Ve skupinové diskuzi jsem omezil jakákoliv byť jen trochu choulostivá témata nebo taková, za která by se mohli žáci stydět či by se přidali k většině, protože by nechtěli říci pravdu. (viz příloha 2) Tato témata jsem ponechal na individuální rozhovory. Odpovědi jsem zapisoval přímo při diskuzi do předem připravené šablony na odpovědi, abych urychlil zapisování a nenarušoval tak průběh diskuze. Šablona neměla pevně vymezené kategorie, spíše jen poznačená témata, u kterých jsem zapisoval odpovědi a postřehy. Tato technika sice kladla velké nároky na výzkumníka, ale i přesto se podařilo získat mnoho zajímavých a relevantních dat.

Individuální rozhovory, jak jsem naznačil výše, sloužily v těch případech, kdy bylo nebezpečí, že by výpovědi byly zkreslené nebo v případech, kdy měly otázky osobnější ráz. Také posloužily k otázkám týkajících se profilů každého jednotlivého respondenta.

Individuální rozhovory probíhaly na chatu Facebooku. Chat je vhodnější než posílání zpráv nebo dotazníkové šetření, protože umožňuje synchronní komunikaci (v reálném čase), kdy jsem mohl zároveň klást doplňující otázky, poprosit o bližší vysvětlení a formulovat otázky jiným způsobem v případě nedorozumění. V případě dotazníku je také nebezpečí nízké návratnosti.

Riziko nedorozumění nebo neúplné odpovědi bylo v případě respondentů ve věku 13-14 let vyšší než u dospělých, protože děti mohly špatně pochopit otázku nebo přečíst jenom část otázky a odpovídat na něco jiného, než k čemu se směřovalo. Děti měly také jiné vnímání a pohled na problematiku a termíny než já.

Psaná komunikace je bohužel stručnější než ta mluvená a trvá i déle. Bylo ovšem těžké přinutit děti i k přidání si mého výzkumného profilu mezi přátele a k nějaké interakci. Provádět rozhovory „na živo“ a dohodnout si s dětmi čas a místo srazu by tak bylo téměř nemožné kvůli jejich ne příliš velké ochotě spolupracovat. Mohl jsem se také ptát v průběhu psaní práce a nebyl jsem odkázán pouze na rozhovory z jedné nebo dvou schůzek.

Rozhovory na chatu Facebooku již probíhaly poměrně hladce. Ke komunikaci jsem navíc použil sám nástroj zkoumání – tedy chat samotného Facebooku. Mohl jsem tak sledovat psaný projev a jeho znaky, jako gramatiku, emotikony a naneštěstí i využívání možnosti náhlého odpojení se nebo ukončení rozhovoru v případě, že byl již příliš dlouhý.

Jednalo se o polostrukturované rozhovory, které sledovaly určitá témata a otázky. (viz příloha 3) Rozhovor z chatu jsem na konci rozhovoru zkopíroval a vložil do souboru pro pozdější analýzu. Komunikace „přes počítač“ tedy skýtala nejen výhodu v rychlosti a určité ztráty ostychu informátora, ale i v jednoduchém uchování dat v jejich původní podobě. Na druhou stranu byla určitou nevýhodou absence mimiky, pauz ve větě a především stručnost odpovědí.

Pozorování profilů a prostředí Facebooku – tímto způsobem sběru dat jsem získával informace o aktivitách dětí na Facebooku. Zaměřil jsem se na profilové i ostatní fotografie, na statusy, které píší a komentují ostatním, a čeho se týkají – rodina, přátelé, škola nebo různé řetězové zprávy. Dále také na informace, které o sobě uživatel nabízí, jako např. zájmy, oblíbená hudba, oblíbené osobnosti atd. Toto sledování se prolínalo s individuálními rozhovory, které pátraly po důležitosti, významu a souvislostech jednotlivých projevů na Facebooku.

Výběr vzorku

Jako vzorek nebo spíše výzkumnou skupinou jsem si vybral 7. třídu základní školy v městské části čítající kolem 3 000 obyvatel. 7. třídu z etického hlediska proto, že děti v ní měly 13 nebo 14 let a právě 13 let je minimální hranice pro založení Facebooku. Zkoumání mladších dětí by bylo eticky sporné, neboť děti by případným používáním Facebooku porušovaly jeden z hlavních bodů této online sociální sítě. Předpokládal jsem ale, že děti měly založený profil již dříve, proto jsem se jich mohl aspoň zeptat, jak to provedly, co je k tomu vedlo a zda si uvědomují, že tím porušily podmínky pro užívání Facebooku. Školu v této městské části jsem si vybral, protože jsem ji sám navštěvoval a proto v ní znám zástupce ředitele i další učitele, kteří mi usnadnili přístup k dětem i zajistili případnou komunikaci s rodiči.

Jednalo se o účelový vzorek 9 dětí (3 chlapci a 6 dívek), který sloužil k získání charakteristiky chování dětí na Facebooku. Tento vzorek nezastupuje populaci, ale výzkumný problém, který jsem chtěl zkoumat. Všechny děti ze zvolené 7. třídy mají profil na Facebooku, poměrně dobře znají jeho funkce a aktivně ho používají. Ideálně tedy tento vzorek sloužil pro výzkum chování dětí na internetu. Ve zvolené třídě nebyl nikdo, kdo by na Facebooku neměl založený svůj profil.

Analytické postupy

Analýza získávaných dat se prolínala se sběrem dat. Sama analýza dat pak přinášela podněty pro nové otázky nebo zkoumání. Získané rozhovory (data), překopírované z Facebooku do textového souboru, jsem kódoval. To znamená označovat určité pasáže s cílem odkrýt jejich význam a také tím zjednodušit nalézání podobností a souvislostí. Tyto kódy jsem dále poznámkoval. Poznámky byly předběžné interpretace jevů, vytvářené teorie a nápady pro další možné zkoumání. Poznámkoval jsem v průběhu sběru dat, což mi umožnilo směřovat další sběr dat a výzkum tam, kam jsem potřeboval, pro odhalení bližších souvislostí. Jednalo se o otevřené kódování. (Heřmanský, 2010)

Díky tomuto způsobu analýzy je ve výsledné práci mnoho ukázek rozhovorů a komentářů, které budou dokládat vytvořené teorie. Vše samozřejmě anonymně, kdy jména byla nahrazena přezdívkami.

Všiml jsem si opakujících se jevů a pravidelností, ale pořád jsem se snažil nahlížet na problém jako na celek. Chování dítěte a promítání tohoto chování na Facebook je příliš složité a má nespočet příčin a následků, aby se dalo rozkouskovat do několika proměnných. Jedná se o holisticky orientovanou analýzu.

Etické otázky společenskovedního výzkumu

Základní 4 pilíře eticky správného výzkumu byly dodrženy. Princip dobrovolnosti tím, že jsem děti nenutil k tomu, aby si přidaly můj profil, princip důvěryhodnosti jsem zajistil tím, že jsem jim vysvětlil, k čemu data budou sloužit. Dětem jsem rozdal informovaný souhlas, který nechaly podepsat svým zákonným zástupcům a nepřidal jsem si je ani nikoho jiného mezi „přátele“, dokud jsem neměl odevzdaný souhlas. V něm byly obsaženy základní informace o výzkumu, zajištění, že mohou kdykoliv z výzkumu odejít atd. (viz příloha 1). Data jsem nijak nepoužil proti samotným dětem, čímž jsem zajistil princip neublížení. Pro princip správnosti jsem měl celou po celou dobu psaní na paměti citační normy a snahu o přesnost informací. (Ezzeddine, 2010)

V práci jsem neuváděl pravá jména dětí pro zachování jejich anonymity a soukromí. Pravá jména jsem nahradil vymyšleným křestním jménem. Toto falešné jméno umožní odhalit pohlaví dítěte a také se s ním pracuje lépe než s označením např. čísly.

Ve výzkumu se neobjevila žádná vážná etická dilemata. Žádné informace, které mi děti poskytly, nevedly k ublížení samotným dětem nebo třetím osobám. Dále jsem děti netlačil k odpovědi, kterou mi samy nechtěly říct. To se týkalo poměrů v rodině, ve škole atd.

Vlastní případová studie

Výzkum jsem po předchozí domluvě s vedením školy započal skupinovou diskuzí s dětmi 7. třídy ZŠ v počítačové učebně. Vedle samotné skupinové diskuze jsem jim předal informovaný souhlas pro rodiče (viz příloha 1), ve kterém jsem jim stručně popsal způsoby a cíl výzkumu. Tento souhlas je nezbytnou součástí každého výzkumu a v případě nezletilých musí být podepsán jejich zákonnými zástupci. Po skončení skupinové diskuze jsem děti požádal, aby si přidaly můj profil, který jsem nazval „Výzkumný profil“, což se později

ukázalo jako ne velmi šťastné řešení. Mezi své Facebookové přátele jsem si přidal pouze děti s vyplněným a podepsaným informovaným souhlasem. Poté jsem prováděl rozhovory a svá pozorování.

Jména dětí jsem nahradil falešnými jmény. Kurzívu bez uvozovek jsem používal pro přesné citace informátorů, tučně jsem poté označil přesnou citaci mnou položené otázky. Citace jsem neupravoval a ponechával jsem zde i gramatické chyby a chybějící interpunkci kvůli autentičnosti. Pouze jsem opravil jasné překlepy, které by mohly znesnadňovat porozumění.

Obeznámenost dětí s tématem

Ze začátku skupinové diskuze jsem chtěl zjistit, jaké mají děti znalosti problematiky médií, online sociálních sítí a Facebooku. Na otázku, co jsou média, odpověděly, že média slouží k předávání informací lidem a jedná se o internet, televizi, noviny. Z mediálního hlediska tedy odpověděly v zásadě správně. O přesnou definici jsem je nežádal, neboť o té nepanuje přesná shoda ani ve vědeckých kruzích. Původní význam média jako prostředníka jsem zanedbal, pro náš účel tato odpověď stačila.

Poté jsem se zeptal, kdo už někdy slyšel slovo Facebook. Dle očekávání se zvedly všechny ruce. Na otázku, co to je Facebook, padla také rychlá odpověď, že je to sociální síť. Děti jsem se zeptal, jestli ví, co to vlastně znamená sociální síť. Padalo mnoho odpovědí, žádná ovšem nevedla k tomu, že sociální síť je okruh našich přátel a známých. Děti si tedy pojem „sociální síť“ spojují s tím, co ve své práci nazývám „online sociální síť“. Pokud se jen letmo podíváme na to, jak se s těmito pojmy v populární kultuře pracuje, není se čemu divit. Pokud zadáme pojem „sociální síť“ do dvou nejpoužívanějších vyhledávačů v ČR (Seznam a Google)¹³, výsledky se týkají většinou „online sociální sítě“. Stejně s pojmem pracuje i česká Wikipedia, která je studenty hojně používána jako zdroj informací.
(cs.wikipedia.org/wiki/Sociální_síť)

¹³ Google trends for websites

Obr. 2: Ukázky z vyhledávání pojmu „sociální sítě“:

The screenshot displays search results for the query "sociální sítě". At the top, there is a search bar with the text "sociální sítě" and a search button. Below the search bar, it indicates "Přibližný počet výsledků: 6 220 000 (0,28 s)". The results are organized into two main columns. The left column contains several search results, each with a small thumbnail and a title followed by a brief description. The right column contains more search results, including a Wikipedia entry and several news articles. The results are interspersed with advertisements, such as "Marketing sociální sítě" and "Sociální sítě - Wikipedie".

Překvapivější bylo zjištění, že ve třídě není nikdo, kdo by na Facebooku neměl vlastní profil. Každé dítě mělo pouze jeden profil, kromě jednoho, které ovšem používalo také jenom jeden. Další profil Antonín nepoužíval z důvodu, že k němu zapomněl přístupové heslo a proto si založil nový.

Důvod a doba založení profilu

Většina dětí souhlasně odpověděla, že si založila profil na Facebooku zhruba před dvěma lety, to znamená kolem roku 2009. V této době můžeme zaznamenat celkově největší nárůst uživatelů Facebooku v ČR.¹⁴ Snažil jsem se ve skupinové diskuzi i v rozhovorech zjistit, co uživatele nejvíce přitahovalo právě na Facebooku a proč získal takovou oblibu. Všechny děti ovšem odpovídaly, že to nebylo kvůli nějaké speciální vlastnosti této sítě. Všechny se shodly na tom, že si profil založily kvůli tomu, že se o Facebooku mnoho mluvilo ve škole a na kroužcích a nemohly si dovolit tam nebýt. Kdo přišel s Facebookem v této

¹⁴ Google trends for websites

skupině jako první, se mi nepodařilo zjistit. Důležité ovšem je, že jakmile získal tento fenomén oblibu, hrozilo by dětem sociální vyloučení, pokud by také neměly vlastní profil. Jedna dívka odpověděla, že pokud by neměla na Facebooku profil, nevěděla by o připravovaných akcích a o dění ve třídě (fotky, komentáře ze školy) a neměla by ve třídě co říct, kdyby se spolužáci bavili o tom, co se děje online. Děti byly také zvědavé, co to Facebook je a nechtěly být pozadu s ostatními. To se také projevilo, když si děti přidávaly můj Výzkumný profil mezi přátele (viz kapitola Přidávání mého Výzkumného profilu mezi přátele).

Další výzkumy by mohly odhalit, jak se uživatelé chovají ve třídě k neuživatelům, jestli jsou neuživatelé nějak znevýhodněni atd. V mé třídě ovšem byli jenom žáci, kteří Facebook používají.

Ve třídě, kterou jsem zkoumal, byly děti, které měly buď 13, nebo 14 let. Pokud si založily profil před dvěma lety, logicky z toho vyplývá, že v té době ještě nedosáhly hranice 13 let, která je nezbytná pro založení profilu na Facebooku. Děti odpovídaly, že když je přihlašovací systém kvůli věku nepustil dále, jednoduše na druhý pokus zadaly jiné datum narození. Jedna dívka říkala, že zpočátku nevěděla, jak tento systém obejít, ale vše vyřešila rada kamarádky. Na tom, že takto lhaly o svém věku, neviděly žádný problém a tvrdily, že tyto drobné lži k internetu a chování na něm patří. Zhruba polovina si ani nezměnila datum narození, když již dosáhla 13 let a mohla tak uvést pravé datum narození. Informace, které o sobě uvádí v profilu, jsou také zčásti vymyšlené. (více v kapitole Informace, které o sobě uživatel uvádí)

Ačkoliv pro ně věková hranice nepředstavovala žádnou překážku a zadaly jiný věk, na otázku, k čemu tedy tato hranice je, našly mnoho argumentů. Mladší uživatelé by podle nich mohli navázat konverzaci s nebezpečnými lidmi a také by mohli na sebe uvádět informace, které jsou příliš soukromé nebo by mohly být zneužitelné. Samy se ovšem ohrožené necítí a pro sebe na Facebooku žádné nebezpečí nevidí. Věkovou hranici by zachovaly, ale posunuly by ji na nižší věk.

Děti a jiné online sociální sítě

I když se můj výzkum zabývá sítí Facebook, ptal jsem se, jestli jsou žáci přihlášení i na jiných online sociálních sítích a jestli je navštěvují. V odpovědích se objevovaly prakticky jenom dvě nejčastější sítě, a to Lidé.cz a Spolužáci.cz. Děti sice mají na těchto sítích profil,

ale už je téměř nenavštěvují, protože podle jejich slov zde již nikdo není a nic nového se zde neděje. Funkci těchto sítí převzal Facebook, neboť hlavní odliv uživatelů ostatních online sociálních sítí nastal právě v době rozmachu Facebooku. Děti také vidí příčinu úpadku ostatních sítí právě v tom, že jsou již všichni na Facebooku a všechny události nebo fotky se vyvěšují právě na této síti a ne na další jiné.

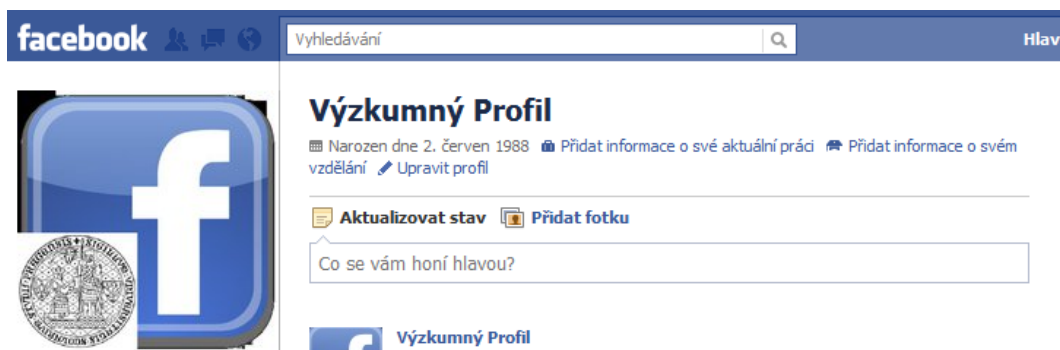
Zajímavé zjištění přinesla Anna, která si na Facebooku založila profil na naléhání kamarádek. Dále říkala, že už si dlouho chce založit účet na Twitteru, ale zatím ho nemá. Když jsem se zeptal, proč pořád ne, i když se na to chystá, tak odpověděla, že ji k tomu zatím nikdo a nic pořádně nenutí. Kdyby zde ovšem bylo více kamarádů, určitě by se založením profilu na Twitteru neotálela.

Online sociální sítě tedy nejsou přitažlivé samy o sobě, ale je potřeba, aby byly používány lidmi, s kterými může uživatel interagovat. Všechny aplikace a možnosti online sociální sítě jsou bezpředmětné, pokud zde uživatel nemá přátele, kteří jsou zde aktivní.

Přidávání mého Výzkumného profilu mezi přátele

Svůj profil, který jsem vytvořil pouze pro tento výzkum, jsem nazval „Výzkumný profil“. Chtěl jsem tím zdůraznit, že se nejedná o můj osobní profil, kde mám své přátele a fotky, ale o profil vytvořený pouze pro účely výzkumu. Jak se později ukázalo, děti se svěřovaly se svými počátečními rozpaky při přidávání si mého profilu do přátel, neboť slovo „výzkumný“ v nich vzbuzovalo dojem jakýchsi laboratorních testů a měly pocit, že by se mohly ocitnout v kůži jakýchsi „pokusných králíků“. Jako profilovou fotku jsem zvolil logo Karlovy univerzity a logo Facebooku.

Obr. 3: Můj Výzkumný profil:



Ačkoliv jsem děti požádal, aby si mě přidaly hned, jak odevzdají informovaný souhlas, přidal si mě pouze jeden žák. Nikdo další si mě už nepřidal, i když jsem měl odevzdané informované souhlasy. Protože jsem potřeboval mít děti mezi svými přáteli na Facebooku kvůli pozorování a rozhovorům, rozhodl jsem se zažádat o přátelství sám. To již děti přijaly. I když se ve skupinové diskusi o téma zajímaly, další spolupráci již samy nevyhledávaly.

Zajímavý jev ovšem nastal ve chvíli, kdy jsem měl mezi přáteli asi 5 dětí. V pravém horním rohu na hlavní stránce Facebooku se objevují návrhy přátel, které by uživatel mohl znát. Objevují se tam lidé, kteří mají stejné společné přátele. I můj profil se tam musel logicky objevit. To spustilo vlnu přidávání, kdy další lidé ze třídy odevzdávali informovaný souhlas a přidávali si můj profil mezi přátele. O žádost o přátelství mě dokonce požádali i dva uživatelé, kteří nebyli žáky mnou zkoumané třídy. Žádost jsem samozřejmě odmítnul. Děti to komentovaly tak, že byly zvědavé, co se spojuje s mým profilem a chtěly se také podílet na výzkumu jako jejich spolužáci.

To je jeden z důkazů, že pro děti je na Facebooku zajímavé to, co sdílí jejich kamarádi a nechtějí si nechat ujít nic, co viděli ostatní. Jak uvidíme v další části mého výzkumu, děti na Facebooku snadno podléhají různým módním vlnám.

Informace, které o sobě uživatel uvádí

Jak jsem již zmínil výše, informace, které o sobě uživatel uvádí, nejsou nijak hodnověrné. Falešný věk je většinou dán tím, že dítě potřebovalo uvést vyšší věk při registraci, aby se dostalo dále. Nejde zde o snahu udělat se starším, ale o to, že děti zapomněly, že při registraci uvedly jiné datum narození a už ho nezměnily.

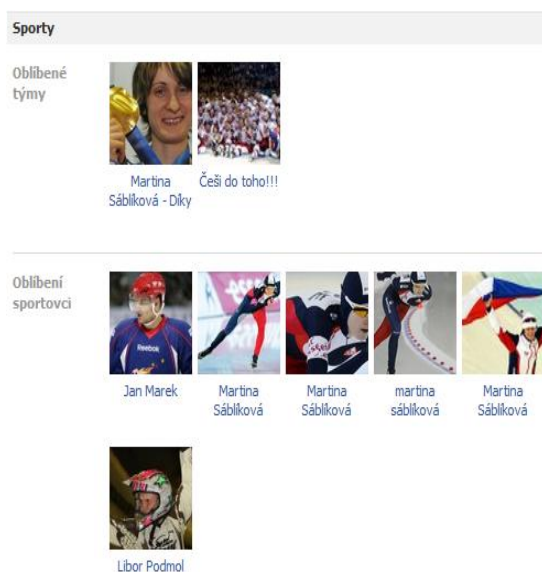
Dalším údajem je jméno uživatele, které se zobrazuje vedle každé jeho aktivity. To mají děti často změněné a mění ho i průběžně. Nejde zde pouze o to, že své křestní jméno uvedou v domácké podobě (např. místo Jiří - Jirka). Svá jména uvádějí zkomolená nebo v anglickém jazyce (Jan – Johnny). Dalším případem je, že si jako třetí jméno vkládají svoji přezdívku. Své jméno také mění úplně, třeba na filmovou postavu (např. Reno Reines). Tyto změny jména znesnadňují případné vyhledávání kamarádů. Pro případné přidání mezi přátele tak musíte dotyčného požádat, aby vám řekl své jméno na Facebooku.

Na Facebooku je možné označit své rodinné příslušníky. Děti takto označují nejenom své opravdové bratry či sestry, ale i své přátele. Jedna dívka tak má na Facebooku 2 matky, 11 sester a 2 bratry. Jedná se všechno o kamarády a kamarádky. Jak jsem již zmínil výše, online

sociální sítě umožňují artikulovat skutečné sociální vztahy. (boyd; Ellison, 2007: 211) Odráží vztahy ve skutečném světě a promítají je na internet. Lepší kamarádi tedy patří na Facebooku do rodiny, s tím úplně nejlepším jsou děti na Facebooku „ve vztahu“ nebo dokonce „zasnoubené“. Na fiktivní rodiny se hrálo i bez online sociálních sítí, tyto sítě je ovšem mohou potvrdit a vyvěsit na všem viditelnou nástěnku.

Děti mají poctivě vyplněné své zájmy, oblíbené filmy, knihy nebo osobnosti. Tyto vyplněné zájmy jsou zároveň i stránky na Facebooku (skupiny), které sdružují lidi se stejným zájmem a nabízejí informace o daném tématu. Je to typické pro Net Generation, že vše musí být interaktivní. Pokud je dítě fanouškem filmu, může na tento film kliknout a hned vidí, kdo v něm hraje, může si pustit upoutávku nebo stáhnout tapetu filmu na plochu. Děti ovšem odpovídaly, že tyto stránky nevyužívají k vyhledávání informací. Pokud chtějí zjistit něco o svém oblíbeném herci nebo sportovci, používají Google nebo jiný vyhledávač, ale nepoužívají k tomu Facebook. Jeden chlapec mi odpověděl: *To mě ani nenapadlo, že bych hledal informace zrovna na Facebooku. Velmi často se dítě přihlásí do více skupin se stejným tématem (viz obrázek 4), aby ještě zdůraznilo svou zálibu či svého oblíbence. Poté již obsah stránek nekontroluje. Tyto vyplněné zájmy tedy spíše slouží k sebe prezentaci. Podle vyplněných informací můžeme zjistit, zda se daný uživatel zajímá o hudbu, sport nebo filmy. Zájmy a skupiny přibývají podle okolností v offline světě. Po vítězství Martiny Sáblíkové se čtrnáctiletý Jakub přidal do skupiny, které ji podporují. To samé platí i o letecké tragédii hokejistů, kdy se začalo mnoho dětí přidávat do skupin, které uctívají jejich památku nebo vyplnily mezi své oblíbené hokejisty právě tři české zemřelé.*

Obr. 4: Ukázka vyplnění oblíbených sportovců na Facebooku:



Děti tedy své radosti a smutky zveřejňují na internetu a sdílí je s ostatními. O radost z hokejového vítězství se tak nemusí dělit jenom na Staroměstském náměstí, ale i na online sociálních sítích, které tak tvoří jakési internetové náměstí. Není potřeba nikam chodit, vše se dá zvládnout u počítače.

Dále uživatel vyjadřuje svůj postoj právě tím, že je v určité skupině. Mezi takové skupiny patří například: „Milujeme čokoládu“, „Frajeři nekouří!“, nebo „STOP mazání tabule ve škole !! chceme projektor“. Zatímco první skupina slouží spíše k pobavení, další dvě už se dotýkají vážnějších témat. Na stránkách skupiny „Frajeři nekouří!“ probíhají vášnivé diskuze mezi kuřáky a nekuřáky. Děti se tedy na Facebooku baví, zároveň se ale zajímají i o vážná témata a prosazují svůj názor. A prosazují ho přesně podle „norem“ Net Generation (Tapscott, 2009: 73-96) – interaktivně, vtipně a hlavně neoddelují zábavu a vážná témata. Svoje postoje vyjadřují nenuceně a jakoby mimochodem. Děti se na Facebooku baví, ale není to pouze bezmyšlenkovitá zábava, ale i jsou zde i náznaky poučení.

Obr. 5: Stránka „Frajeři nekouří!“:



Mezi další informace, které o sobě uživatel nabízí, patří město, ve kterém žije, jazyky, kterými mluví, zaměstnání atd. Tyto informace děti neberou příliš vážně a nevyplňují je vždy podle pravdy.

Na rozdíl od jiných online sociálních sítí neposkytuje Facebook tolik prostoru pro sebezprezentaci. Vzhled profilu je neměnný a skupiny, do kterých se může uživatel zapsat, je tak jediný výrazný způsob sebezprezentace.

Profilové fotografie

Facebook umožňuje rychlé a snadné sdílení fotografií, které si můžou přátelé prohlížet. Pokud si uživatel nenastaví správné zabezpečení, může si fotografie prohlížet i někdo, koho nemá v přátelích. (více v kapitole Bezpečnost a soukromí) Tyto fotografie potom mohou kamarádi komentovat.

Nejviditelnější je profilová fotografie, která se zobrazuje hned vedle jména u každé aktivity uživatele a díky které můžeme uživatele poznat, pokud ho nemáme v přátelích. U profilových fotografií jsem zaznamenal velký rozdíl mezi chlapci a dívkami. Tento poznatek by ovšem bylo třeba prozkoumat u většího vzorku za použití kvantitativních metod. Zatímco chlapci si jako své profilové fotografie vybírají kreslené obrázky nebo fotografie aut či vtipné fotografie, na kterých nejsou sami vyobrazeni, dívky mají většinou profilovou fotografii, na které jsou samy zachyceny. Profilové fotografie dívek jsou často pořízeny webovou kamerou nebo mobilem, kdy dívka fotí sama sebe nebo svůj odraz v zrcadle. Znovu to naznačuje souvislost se sebe prezentací na Facebooku. Zatímco chlapci svou profilovou fotografií vyjadřují svoje záliby nebo svůj smysl pro humor, dívkám záleží spíše na vzhledu.

Dívky své fotky častěji komentují mezi sebou a dávají si „like“ na znamení, že se jim fotografie líbí. Dívky také častěji než chlapci odpovídaly, že jim záleží na tom, jestli jim někdo fotografie komentuje a jak. U profilových fotografií dívek tak můžeme sledovat dlouhý řetěz komentářů, skládající se z pochvaly a následného poděkování. Jak již jsem několikrát zmínil (a ještě zmíním), nejedná se o jiné chování, které bychom v offline světě nemohli sledovat. Jen je toto chování na online sociálních sítích viditelnější a je vyjádřeno jinými způsoby, např. tlačítkem „like“, komentářem nebo emotikonem. Anna mi na otázku, jestli komentuje fotografie spíše lepším kamarádům nebo všem stejně odpověděla: *Spíš lepším kamarádům, ale když se mi líbí nějaká fotka někoho kdo nepatří mezi mé nejlepší kamarády, tak tam stejně napíšu, třeba že je hezký, nebo když se mi líbí nějaký status, tak tam třeba napíšu nějaký ten koment...* I ostatní děti odpovídaly, že komentují fotografie spíše lepším kamarádům. To by tedy naznačovalo, že Facebook pomáhá upevňovat již existující sociální vazby.

Jak jsem již napsal, rozdíly mezi profilovými fotografiemi chlapců a dívek by bylo potřeba podrobit hlubšímu výzkumu, založeném na větším vzorku a kvantitativních metodách. Z mých kvalitativních rozhovorů jsem ovšem zjistil, že dětem, bez ohledu na pohlaví, záleží na tom, zdali jim někdo fotografii okomentuje a jak. Každý lichotivý komentář nebo kliknutí na „like“ je dokáže potěšit, ovšem stěžovaly si i na nepříjemné pocity, kdy se

fotografie, kterou považovaly za vtipnou nebo hezkou, stala terčem nepříjemných útoků. Právě nepříjemné komentáře nebo pomlouvání vidí jako hlavní minus Facebooku, ať už se jedná o profilové fotografie nebo jinou aktivitu.

Obr. 6: Ukázka komentářů profilové fotky dívky a ukázka profilových fotek chlapců:



Ostatní fotografie

To, co bylo napsáno o profilových fotografiích, platí beze zbytku i o těch ostatních. Fotky si děti přidávají podle svých zájmů. U chlapců jde o fotky aut, počítačových her a sportu, u dívek také sportu a koníčků a ještě navíc přidávají mnoho fotek sebe samých, často upravené nebo popsané v nějakém počítačovém programu na úpravu fotek. Tyto fotky dívek jsou poté hojně komentovány ostatními uživateli, většinou také dívkami.

Dívky i chlapi stejně také přidávají fotky z různých společných výletů a akcí. I zde se objevují lichotivé komentáře, ale i ty kritické. Některé jsou napůl vážné, jako např. *Renata to kazí; ty vole!!!!tak mě tam aspon neoznač XD!!!!:DDDD* nebo *ty jo....!!!!!!...proč to musíš fotit....takový kravinyXD:DDD*. Jiné komentáře dokážou rozpoutat vášnivé diskuze, například když se dvě děvčata pod fotkou hádala, jestli ta jedna s klukem chodí nebo ne. Takovéto hádky mohou být běžné i mimo online sociální sítě. Ale na Facebooku se tato hádka zveřejní během vteřiny a pro poměrně velký okruh lidí. Takže pomluvy a „drby“ se mohou velmi snadno a rychle rozšířit. I proto děti mluví o Facebooku jako o „drbárně.“ (více v kapitole Komunikace)

Protože děti využívají Facebook zatím z větší části k zábavě, je samozřejmostí mnoho vtipných fotek, fotomontáží, obrázků a kreslených vtipů.

Posledním druhem obrázku jsou obrázky, na kterých děti označují své kamarády, i když na nich nejsou vyobrazeni. Jedná se o přání ke svátku (Vánoce, Velikonoce) nebo pouze připomenutí, že na něj někdo myslí, kdy si uživatel díky označení všimne, že mu někdo přeje. Mohli bychom to označit za určitou modifikaci posílání papírových pohlednic. Nebo se může jednat o obrázek, na kterém jsou vyobrazeny vlastnosti, a uživatel chce, aby mu označení přátelé napsali, které vlastnosti se pro něj hodí. Něco podobného se objevuje i v příspěvcích na zdi bez obrázku. Tyto zprávy posilují již existující sociální vazby v offline světě, neboť uživatel veřejně prohlašuje, co si o svém kamarádovi myslí.

Obr. 7: Ukázka obrázků, na kterých jsou označení přátelé:



Mezi fotografiemi jsem nenašel žádné, které by byly sexuálně vyzývavé (odhalené fotografie, fotografie ve spodním prádle atd.) nebo by zveřejňovaly zneužitelné údaje (adresa, rodné číslo atd.). Zde je ovšem velmi tenká hranice mezi tím, co lze považovat za sexuálně vyzývavé a co ne. Děti (především dívky) zveřejňují fotografie sebe samých před zrcadlem a je velmi sporné, jestli jsou již tyto fotografie vyzývavé a nevhodné či nikoliv. I když jsou si děti vědomy možných nebezpečí Facebooku, samy se necítí nijak ohrožené a na svých fotografiích nevidí nic nebezpečného.

Na fotkách děti odhalují kus ze svého soukromí, např. své zájmy, své kamarády, výlety s kamarády atd. Otázka je, nakolik je toto odhalení soukromí pro děti nebezpečné. Samy děti v užívání Facebooku a ve zveřejňování fotografií pro sebe nebezpečí nevidí.

Přátelé

Děti v mnou zkoumané skupině měly od 50 až do 320 přátel. Přesné statistiky zase nechávám na kvantitativních výzkumech, jde jen o orientační údaj. Více mě zajímalo, koho si přidávají mezi přátele, zdali mají na Facebooku pouze dobré přátele, zdali si přidávají i někoho, koho neznají a jaký vidí rozdíl mezi „přítelem na Facebooku“ a „přítelem v offline světě“.

Vesměs mi děti odpovídaly, že si přidávají pouze ty kamarády, které opravdu znají a že většinou nestačí člověka vidět pouze jednou na to, aby si ho přidaly. Na otázku, zda by si přidaly někoho, koho nikdy neviděly, jednoznačně odpověděly, že ne. Argumentovaly, že je zbytečné si přidávat někoho, koho neznají, protože neví, co by si s ním povídaly. Také si uvědomovaly, že nemohou vědět, jestli dotyčný člověk není nebezpečný a jestli po nich nebude chtít získat nějaké informace, které by mohly vést k jejich ohrožení (adresa, kam chodí do školy atd.). Na otázku, jak zjišťují, jestli dotyčného znají, když profilové fotky často nezobrazují onoho člověka, ale něco jiného, už se objevovaly smíšené názory. Nejdříve by všichni zjišťovali, jestli nemají společné přátele. Poté by část dětí přátelství odmítla, a část by si uživatele ze zvědavosti přidala, jen aby věděla, o koho jde. (a to i kdyby společné přátele neměly) V případě, že by člověka neznaly, by si ho zase hned vymazaly ze seznamu přátel. Ovšem i krátké přidání mezi přátele může nabídnout neznámému profilu pohled do soukromí uživatele. Může odkrýt fotografie, emailovou adresu, kam dítě chodí do školy atd.

Inspirován českými i zahraničními výzkumy (Sophos.com; Technet.cz) jsem chtěl i já prověřit, jestli si děti doopravdy nepřidávají cizí lidi mezi přátele a pokud ano, jestli si je hned

vymažou. Poté bych s nimi o tomto tématu vedl diskuzi. S vedoucím práce jsme se ovšem dohodli, že by to bylo eticky sporné a velmi by záleželo, jakou identitu bychom zvolili. Jestli si chlapci více přidávají dívky a naopak, jestli pomáhá atraktivní profilová fotografie nebo spíše neurčitá fotografie, na které není uživatel zobrazen atd. Proto zase přenechávám tuto otázku kvantitativnímu výzkumům, které by pracovaly s větším vzorkem a s více proměnnými nebo kvalitativnímu, který by se zabýval pouze tímto tématem do hloubky.

Jedna z otázek, kterou jsem dětem pokládal, zněla: ***Jaký je podle tebe rozdíl mezi přítelem na Facebooku a mezi přítelem v reálném světě?*** Byla to široká otázka, na kterou jsem čekal různé druhy odpovědí. Chtěl jsem zjistit, jestli děti odlišují pojem přítel na Facebook a přítel v offline životě, a jestli ano, tak jakým způsobem. Anna odpověděla: *Tak podle mě, je přítel normálně spíš člověk se kterým se vidám častejc, povídám se s ním, chodím ven a tak... Já osobně si myslím, že slovo Přátele je blbé slovo pro pojmenování toho koho si přidávám mezi přátele...* Jiný chlapec potvrzuje, že s kamarády v offline světě si může podat ruku, jít s ním (s ní) do kina atd. zatímco přátelé na Facebooku jsou pouze ti lidé, které si přidal do seznamu přátel.

Jiné děti zase nespárovaly žádný rozdíl mezi přáteli na Facebooku a těmi v offline světě. Kristýna zase považovala za přátele na Facebooku ty přátele, se kterými se nemůže vidět a povídat si s nimi offline.

Výhody snadnějšího spojení s přáteli, se kterými se nemůžeme vidat offline, vyzdvihly i ostatní. Mezi tyto přátele patří lidé z tábora, kteří nejsou z Prahy, kamarádi z výměnného pobytu v Rakousku nebo příbuzní z Moravy.

Názory na pojem přítel v reálném světě a ten na Facebooku byly velmi rozdílné. Zatímco pro některé není přítel na Facebooku vždy opravdovým přítelem, jiní v tom žádný větší rozdíl nevidí. I přesto děti poměrně shodně vypovídaly, že se na Facebooku baví více s kamarády, se kterými si dobře rozumí i v offline světě. Ke stejnému zjištění jsem došel i díky pozorování, kde se v komentářích objevovala stále ta stejná jména, která patří i do zkoumané 7. třídy.

Facebook tedy pomáhá posilovat slabé vazby (Granovetter, 1983) – vazby s přáteli, které nemůžou děti vidět, především kvůli jejich fyzické vzdálenosti a nejsou s nimi tak často ve styku v reálném světě. Ještě více ovšem posiluje silné vazby – vazby s přáteli, které vidí častěji a na které se mohou spolehnout. Děti raději komentují své dobré přátele a také jsou s nimi častěji v interakci. Jak odpověděl Jakub, díky Facebooku si může povídat s přáteli, i když venku prší nebo z jiného důvodu nemůže ven. To by naznačovalo, že Facebook nevytlačuje offline komunikaci, ale spíše ji doplňuje. (viz kapitola Komunikace)

Kdy děti využívají Facebook?

V jedné z úvodních kapitol jsme si řekli, kdy a z jakého důvodu si děti založily svůj profil na Facebooku. S jakou pravidelností a především proč navštěvují tuto online sociální síť?

Když jsem zjišťoval ve skupinové diskuzi, jaká je Facebook sociální síť, (chtěl jsem slyšet, že internetová nebo online) dostalo se mi odpovědi, že je to návyková sociální síť. I když to bylo myšleno s nadsázkou a s cílem pobavit, je na tom hodně pravdy. Ostatní děti s tímto tvrzení souhlasily. Facebook také nazvaly „žroutem času“. Zeptal jsem se tedy, proč Facebook jednoduše po nějaké době nevypnou a nevěnují se něčemu jinému. Říkaly, že si například prohlíží fotografie nějakého kamaráda, od těchto fotografií se dostanou k jinému kamarádovi a to pokračuje dál, až si všimnou, že u Facebooku lehce strávily hodinu nebo dvě. Nebo si zahrají nějakou hru, která se zobrazila u kamaráda na zdi a od té není lehké se jen tak „odlepit“.

Když jsem se ptal orientačně, jak často se přihlašují, vesměs odpovídaly, že denně alespoň na několik minut, ale i třeba na 4 hodiny za den. Jakub odpověděl, že se přihlašuje, *když je čas na nic*, to znamená, když se venku (v offline světě) nic neděje. I ostatní děti se na Facebook přihlašují hlavně, když se nudí. Dále jsem se ptal, jestli se přihlašují i před začátkem vyučování nebo na návštěvě u kamaráda nebo kamarádky, abych zjistil, jestli mají naléhavou potřebu zjišťovat, co se nového na Facebooku děje. Děti ovšem říkaly, že před začátkem vyučování je málo času a ani nemají potřebu ráno zjišťovat, co se na Facebooku událo. A pokud jsou na návštěvě, tak nevidí důvod, přihlašovat se na Facebook, když si mohou povídat s kamarádem nebo kamarádkou.

To samé platí i pro Facebook na mobilu. Pokud již dítě může na svém mobilním telefonu spustit stránky Facebooku, moc tuto službu nevyužívá, neboť nepotřebuje nutně vědět, co se aktuálně děje. Na Facebook se tedy přihlašují především, pokud jsou doma a nemají nutně co dělat nebo hledají rozptýlení od učení. Nepotřebují se přihlašovat pravidelně a zkoumat aktuality, ale když už se přihlásí, dokážou zde strávit i mnoho hodin.

Co na Facebooku používají a proč?

Ve skupinové diskuzi jsem se s dětmi pokusil vytvořit jakýsi seznam služeb a vymožeností, které na Facebooku využívají nejčastěji. Nešlo striktně o pořadí, ale jen o jakýsi

přehled, kde jsem dále chtěl zdůvodnit každý bod. Seznam vypadal takto od nejpoužívanější služby až po tu nejméně:

1. chat
2. jsou zde přátelé
3. zeď
4. fotky, videa, hudba
5. připomenutí narozenin
6. reklamy
7. hry

Chat v mnou zkoumané třídě jednoznačně vyhrál, jako nejpoužívanější služba Facebooku. Sára řekla: *První co udělám po zapnutí Facebooku je, že si prohlídnu, kdo je na chatu.* Dříve používaly komunikační program ICQ, ten ovšem neustále ztrácel uživatele a teď mnoho dětí využívá hlavně chat Facebooku. Děti používají občas i ICQ nebo Skype, ale nejvíce přátel k chatování naleznou právě na Facebooku. Ostatní komunikační programy používají pro komunikaci s tím, kdo Facebook nemá. Díky chatu také nemusí utrácet peníze za telefon.

Jako druhý bod děti zvolily to, že jsou zde přátelé. Nejedná se o žádnou konkrétní službu, ale pouze o to, že všechny aplikace, komentáře a videa mohou sdílet právě s kamarády. Jak už jsem naznačil v kapitole Důvod a doba založení profilu, Facebook má smysl pouze tehdy, když se zde nacházejí přátelé, s kterými můžou děti interagovat. Pokud by zde nebyli, Facebook by okamžitě ztratil svou atraktivitu a návštěvnost.

Dalším bodem byla zeď. Zde jsou děti nejvíce aktivní, protože si prohlíží příspěvky nebo fotografie přátel, které potom komentují nebo dávají „like“. Prohlíží si i řetězové zprávy, které šíří dál nebo se přidávají do skupin, které se objevily na zdi a prohlíží si jejich obsah. Zeď je vlastně takovou výkladní skříní Facebooku, kde se objevují všechny aktivity ostatních přátel. Taková zeď se ovšem může snadno „zaneřádit“, když nějaká aplikace sdílí každou aktivitu na zeď. Jakub mi tak vyprávěl, že na Facebooku jen tak zkoušel hlasování o autech. Když jsem se podíval na jeho zeď, viděl jsem přes čtyřicet takových hlasování a trvalo nějakou chvíli, než jsem obrazovku přetáhnul na další obsah. To souvisí i s tím, jak jsou aktivity na Facebooku pro děti návykové.

Na čtvrtém místě se umístil mediální obsah – fotografie, videa, hudba. Děti odpovídaly, že prohlížením fotek přátel a jejich komentováním stráví na Facebooku mnoho času. Dále děti na zeď vkládají videa, nejčastěji z portálu Youtube. Video dále komentují buď na Facebooku nebo přímo na Youtube. Vedle již zhlédnutého videa na Youtube se nabízejí videa

s podobnou tématikou, takže zde uživatel může shlédnout mnoho videí a po nějaké době se proklikat k úplně jinému obsahu.

Připomenutí narozenin je pro děti mnohdy užitečné, protože by si narozeniny svých kamarádů jinak nepamatovaly. V den narozenin se na zdi Facebooku objeví oslavenci mnoho přání k narozeninám. Tyto přání se poté objevují i jiným uživatelům, kterým se tak ještě jednou připomene, kdo má narozeniny. Facebook kromě psaných přání umožňuje poslat i virtuální dárek nebo květinu.

Dále děti ocenily i takou věc, jako jsou reklamy. Přiznaly se, že na ně občas kliknou a podívají se, jaký produkt se za reklamou skrývá. Systém Facebooku si umí zjistit vyplněné zájmy uživatele i jeho přátel a podle toho mu nabízí reklamy v pravém horním rohu. Reklamy se již v současné době neobjevují v podobě krátkého inzerátu v pravém horním rohu, ale jsou skryty v různých aktivitách. Uživatel se nyní dostane k reklamnímu obsahu až po kliknutí na určitý odkaz, na tlačítko „Líbí se mi“ nebo po tom, co se stane fanouškem určité skupiny. Pokud si ovšem dítě samo chce zjistit nějaké informace o určitém produktu, nenavštěvuje stránky společnosti na Facebooku, ale vyhledává si informace o produktu pomocí vyhledávače.

Na posledním místě uvedly hry. Hry na Facebooku byly u dětí dříve velmi oblíbené, teď už se k nim dostávají méně často. Ale pokud se nudí a není co dělat, tak si nějakou hru občas rády zahrají.

Tento seznam není důležitý kvůli pořadí, ale především kvůli komentářům dětí ke každému bodu.

Nakonec jsem se ptal dětí, co by jim nejvíce chybělo, kdyby Facebook neměly. I když u Facebooku tráví mnoho času a využívají mnoho jeho služeb, odpovídaly, že by jim nechybělo nic. Sice by jim zde scházelo chat, ale hned jedním dechem dodávají, že by se našla jiná služba pro chatování. Renata řekla: *no kdybych ho neměla tak si najdu jinou zábavu.*

Komunikace

I když dítě sedí u počítače u Facebooku samo a mohlo by se zdát, že tak ztrácí kontakt se svým okolím, opak je pravdou. Na Facebooku je většina aktivit založená na interakci a komunikaci s ostatními kamarády. Může se jednat buď o synchronní komunikaci, kdy dítě komunikuje s někým v reálném čase a odpověď obdrží okamžitě – chat. Nebo se může jednat o asynchronní komunikaci, kdy odpověď neobdrží hned, ale až po nějakém čase, kdy si jiný

uživatel všimne, že mu přišla zpráva nebo že byl jeho příspěvek okomentován. Komunikace může také směřovat pouze k jednomu uživateli – chat nebo posílání zpráv nebo může směřovat k více lidem – příspěvky na zdi, hromadné chatovací místnosti nebo komentáře k fotkám a videím.

Pomáhá tato komunikace upevňovat sociální vazby, které jsou ve světě mimo internet? Vytlačuje online komunikace tu offline nebo ji naopak vhodně doplňuje? Kdy se děti uchylují k online komunikaci? Jaké má pro ně výhody a nevýhody? Používají ji pouze k předávání informací nebo spíše k „tlachání“?

Pokud se soustředíme pouze na výrazové prostředky, které děti používají, nalezneme zde nespočet hovorových a zkomolených výrazů (*Překrásná seš; Kecííí...; majinko* atd.) ale i anglická slova a fráze, někdy počeštěné (*miss ya sweete; I miss you too; nj bezda vseh bezdu; Ááá...fenk šuj!*) citoslovce (*Ááá...tak joo! ...Nunííí!; áá...hej*), zkratky (*nj; njn;; ee; nej*) a vše zakončeno emotikony (*dík =*) ♥; *tudle myslim ...:DDDDD; ♥ seš kočka ;*) atd.) Tyto výrazové prostředky jsou pro ně zcela běžné (i v rozhovorech se mnou, i když v menší míře), a nad jejím používáním se děti nijak nepozastavují. Basil Bernstein mluví o řečových variantách. Řečovou variantou rozuměl „způsob vyjadřování vhodný pro určitou situaci, přičemž situace ovlivňuje nejen to, o čem se mluví, ale zejména jak se mluví.“ (Keller, 2006: 62) Při rozhovoru na chatu se mnou tedy používaly trochu jiné výrazové prostředky, než jsem mohl vidět ve statusech, které byly určeny jejich vrstevníkům. Prostředí Facebooku tedy také určuje, jaké výrazové prostředky děti použijí (řečovou variantu).

Co se týká obsahu komunikace, děti na Facebooku zjišťují od ostatních, co mají za úkol, kdy je začátek tréninku, nebo se ptají na radu. Ale z větší části si děti spíše jen tak povídají „o ničem“ nebo šíří řetězové zprávy a upevňují si tak své sociální vazby. Tato komunikace tedy již neslouží pouze k předávání informací (přenosový model komunikace), ale i jako symbolický proces, kdy je kultura udržována. Jedná se o rituální model komunikace. Tento termín zavedl James W. Carey a komunikace v tomto modelu udržuje společnost v čase a slouží ke sdílení a udržování společných představ, hodnot a symbolů. (Carey, 1989)

Již výše jsem napsal, že děti komentují fotky více svým lepším kamarádům, které vidí často i mimo online sociální síť. To platí nejen pro komentáře k fotkám, ale i pro komentování statusů, videí a odkazů.

O Facebooku se často mluví jako o službě, která umožňuje komunikovat s lidmi, se kterými se nemůžeme vidět. Mnoho dětí takto Facebook skutečně využívá a komunikuje s lidmi, s kterými nemají tak častý kontakt. Ale také velmi často komunikují právě s lidmi, se

kterými se vidají téměř denně ve škole a na Facebooku probírají věci, co se děly v reálném světě. Naopak pokud už jsou děti spolu v reálném světě, o Facebooku se spíše nebaví.

Facebook tedy v mnou zkoumané třídě pomáhá upevňovat sociální vazby, které existují v offline světě. Děti raději komentují příspěvky známým kamarádům a stejně tak tito lepší kamarádi komentují je. Ve svých příspěvcích označují kamarády, aby jim připomněly, co se událo venku a mohly o tom dále diskutovat.

Pokud ovšem internetová komunikace takto posiluje offline sociální vazby, není možné, že se děti budou spíše uchýlovat k online komunikaci, která má jisté výhody a v níž si mohou připadat sebejistější? Nevytlačuje tato online komunikace tu offline? Jinými slovy, neubírá doba prosezená u počítače zbytečně čas, který by děti mohly strávit venku?

V kapitole „Kdy děti využívají Facebook?“ jsem psal, že děti se přihlašují na Facebook když se nudí, nemají co dělat a z nějakého důvodu nemohou jít ven. Dále jsem se ptal, jaký vidí rozdíl mezi komunikací online a offline. Jakub řekl: *že můžu se pobavit s přáteli i v nepříznivých počasích a i když nemůžu ven.* Anna jakoby dodává: *já osobně se radši bavím normálně ... přes FB nebo obecně přes internet mi to přijde takové neosobní ..* Dále potvrdila, že může na chatu napsat někomu, když je zrovna pryč. Odpovědi dětí naznačovaly, že upřednostňují komunikaci v reálném světě, ale že internetový chat je výborná alternativa, když není možnosti povídat si z „očí do očí.“ Podle těchto rozhovorů tedy online komunikace rozhodně nevytlačuje tu offline, nýbrž ji výborně doplňuje a podporuje v případech, kdy není možné osobní setkání.

Jaké jsou podle dětí další rozdíly mezi online a offline komunikací? Renata našla výhodu chatu v tomto: *ze když už se o tom nechces bavit nebo s tím člověkem tak reknes ze musis a vypnes si chat..* Tato „výhoda“ se mi bohužel několikrát ukázala v praxi při rozhovorech s dětmi. Buď po nějaké době řekly, že už musí jít pryč (což jistě mohla být pravda) a vypnuly chat nebo dokonce vypnuly chat bez předchozího varování. Kristýna zase vidí jinou výhodu: *no na fb se treba tak nestydím pred klukama.* Komunikace online pomáhá zbavit děti (a nejen děti) ostychu. Kvůli ztrátě ostychu se mohou chovat jinak, než by se chovaly v offline světě. Někteří údajně komunikují s lidmi, se kterými by si jinak nic neřekli nebo se na fotkách tváří zcela jinak, než ve skutečnosti. Nebo se chovají agresivněji.

Rozhovor s Jakubem: **A proč myslíš, že jsou agresivní na FB a venku ne?**

no prostě jsou venku rádi že maj jako společnost ale jak jsou sami tak sou takový jak bych to nazval... brutálnější. Ve společnosti jsou rozumější než na sociálce (online sociální síti – pozn. výzkumníka).

Když jsem se dětí ve skupinové diskuzi ptal, co patří mezi zápory Facebooku, shodly se, že je to pomlouvání. Facebook označily jako „drbárnu“. To mě velice zaujalo a ptal jsem se jich, jak se to projevuje. Rozhovor s Annou: *Myslíš, že je jednodušší někoho pomlouvat na FB než v reálu? Třeba když ta věc je pravdivá "že někdo dělá třeba tohle" , tak to člověk spíš řekne , ale když si tu pomluvu vymyslí, tak to podle mě spíš napíše přes FB ..* Rozhovor s Renatou: *No clovek napise jednou cloveku drb a rekne mu at to nikomu nerika ale on to hned napise dalsimu a pak dalsimu a pak to vi vsichni a pak si zalozej skupinu aby mely chat a tam vsichni drbou o tom tajemstvi...A myslíš, že díky FB je jednodušší tenhle drb rozšířit? jo,na fb chodi hodne lidi takže jo.* Facebook tak může být využíván jako nástroj pro rychlé a snadné šíření pomluv a drbů.

Zed' a řetězové zprávy

Komunikaci na zdi a především šíření řetězových zpráv jsem se rozhodl věnovat samostatnou kapitolu, neboť se jedná o trochu jiný způsob komunikace. Jedná se o komunikaci, která nemíří pouze ke konkrétnímu uživateli nebo uživatelům, ale je určena komukoliv, kdo si zprávu nebo příspěvek na zdi přečte.

Když nepočítám příspěvky, které různé hry automaticky vkládají na zed', tak se na zdi objevují různá témata. Doporučení dobrého filmu, plán na večer nebo připomínka již uběhlé události. Občas děti využijí potenciálu Facebooku a ptají se na radu ostatních při nákupu (viz obrázek 8). Jednají tak jako praví prosumers. (Toffler, 1971) Nejen, že nakupují, ale zároveň i hodnotí zboží a pomáhají tak vytvářet obrázek o určitém výrobku.

Obr. 8: Status, který pátrá po informacích o určitém zboží:



Častým jevem, se kterým jsem se při svém výzkumu setkal, bylo, že děti si připomínaly události, které se staly ve škole nebo na kroužku a označovaly v příspěvku ty kamarády, kteří se oné události zúčastnili. Mohly si o ní dále povídat, aniž by musely být fyzicky spolu a

zároveň ji i představily ostatním. Ona událost tak dále žila, jen se přesunula do online podoby. Offline sociální vazby se tak přesunuly na online sociální síť a dále se rozvíjely.

Obr. 9, 10: Ukázky statusů, které připomínají dění ve škole s kamarády:



Dále se na zdi objevuje mnoho vtipů nebo vtipných komentářů. (viz obrázek 11) Pokud se dětem líbí, dají „like“ nebo ho zkopírují, dají na vlastní zeď a dále ho šíří. Stejný vtip se tak může objevit naráz u více uživatelů.

Příspěvky na zdi ovšem často vybízejí k další aktivitě. Jedná se o výzvy k interakci ostatních. Příspěvky tak nejsou jednosměrné, kdy si uživatel pouze přečte vtip a tím to končí. Pomáhá dále vytvářet obsah sdělení. Většinou se jedná o různé vtipné úkoly nebo o snahu zjistit, co si o někom ostatní myslí.

Obr. 11: Ukázka vtipného statusu:



Obr. 12: Ukázky statusů, které vybízejí k interakci:



Vtipy, vtipné citáty nebo úkoly jsou řetězové zprávy, které si děti přečtou, zareagují na ně a často zase pošlou dál. Tyto zprávy se tak šíří Facebookem a mají potenciál oslovit mnoho lidí. U dětí z mého výzkumu se jednalo převážně o žertovné zprávy s cílem pobavit. Občas se ovšem objevila i zpráva, která neměla za úkol jen pobavit, ale dotýkala se vážnějších témat. Jako příklad statusu, který má za účel pobavit, ale i naráží (byť asi ne prvoplánově) na vážné téma, bych uvedl tuto zprávu:

Děda vzpomíná: Když jsem byl malý, dala mi maminka 20 Kčs a poslala mě do obchodu. Přinesl jsem dva chleby, dvě mléka, balíček bonbonů, čokoládu, deset vajíček, koblihu a ještě mi zůstalo na kolotoč. Dnes už to není možné, mají tam plno těch posraných kamer.

Tato zpráva by sloužila pouze jako vtip, kdyby u ní nebyl obrázek staršího muže, viditelně romského původu. Mnoho řetězových zpráv se vyrojilo (jak jsem již naznačil v Úvodu) s tragédií letadla, které převáželo mimo jiné i české hokejisty. Zde už se objevovaly zprávy s plnou vážností, byť stále vyjádřené stylem Net Generation.



Dej si i tuto svíčku do statusu, pokud i Ty držíš smutek 3 české hokejisty Marka, Rachůnka a Vašíčka, kteří zahynuli po pádu letadla v Rusku!

Obr. 13: Vybízení k vzdání úcty zemřelým hokejistům:



Obr. 14: Řetězové zprávy mnohdy rozpoutaly diskuzi:



Obr. 15: Podobný status se objevil i při příležitosti úmrtí českého vojáka v Afghánistánu:



Těchto vážných zpráv nebylo mnoho. Není ovšem důležité, jestli děti zatím využívají potenciál Facebooku k šíření legračních řetězových zpráv nebo jestli šíří vážné zprávy k zamyšlení nebo nabádající k aktivitě. Daleko podstatnější je, že vůbec umí využívat potenciál Facebooku (rozšířit informace rychle a k mnoha lidem) a aktivně s ním pracují. Pro zábavu rozšiřují řetězové zprávy, které se jim líbí, ale pokud se najde vážné sdělení, které by také chtěly poslat dál, tak to udělají se stejnou samozřejmostí, s jakou posílají vtipné fotomontáže. Ke zprávě připojují i fotografie a videa týkající se tématu. Děti ani nerozlišují, jestli se jedná o legraci nebo vážné téma. To, co se jim zalíbí, posílají dál.

I když děti využívají potenciál Facebooku většinou pro svoji zábavu, jsou schopny ho kdykoliv použít pro vážnější účely. Díky Facebooku dokázal v USA Barack Obama vyhrát volby, mnoho aktivistů dokázalo přimět lidi změnit chování nebo alespoň je donutit k přemýšlení a Facebook také patří k běžným marketingovým nástrojům. (Tapscott, 2009: 243-269) Stejným nástrojem disponují a umějí ho používat i děti v mnou zkoumané třídě. Zatím se u nich jedná především o zábavu, okrajově se ovšem občas vynoří náznaky vážnějších témat. K čemu budou Facebook využívat za 5 let, je už otázka pro další výzkumy.

Bezpečnost a soukromí

Jako poslední téma jsem si nechal bezpečnost a soukromí dětí na Facebooku. K tomuto tématu již bylo napsáno mnoho, proto jsem jej nezkoumal příliš do hloubky, zajímal mě spíše pohled aktérů než obecný stav bezpečí dětí. Dále jsem zde shrnul poznatky z předchozích kapitol, které se týkají bezpečnosti dětí.

Děti jsou si nebezpečí na internetu a Facebooku vědomy, ale samy se ohrožené necítí. V používání Facebooku nevidí žádné nebezpečí, i když tvrdí, že mladší děti by neměly mít svůj vlastní profil. Z jiného profilu, který nepatří mezi přátele dětí, jsem zjišťoval, jestli je možné nahlédnout do fotografií a informací, které o sobě nabízejí. Všechny zkoumané děti měly profil zabezpečený, a pokud někdo nepatří mezi jejich přátele, nemůže se dostat k fotkám nebo informacím na zdi. Cizí lidi sice mezi přáteli nemají, ale někdy přijmou žádost o přátelství od někoho cizího, jen aby zjistily, jestli toho dotyčného náhodou neznají. I během tohoto krátkého přátelství může uniknout mnoho ze soukromí dětí.

Jejich rodiče Facebook znají a někdy na něm mají i svůj profil, ale s dětmi se o něm nebaví a příliš se nezajímají, co na něm dělají. V informovaném souhlasu pro rodiče jsem uvedl svou emailovou adresu, na kterou mohly směřovat případné dotazy. Žádný email mi ovšem od rodičů nepřišel. Ani žádné zákazy ohledně chování na internetu děti nedostávají. Jedna dívka řekla, že její máma pouze nechápe, jak může mít na Facebooku tolik přátel.

Hodnocení kvality výzkumu

Ačkoliv se jednalo „pouze“ o bakalářskou práci, myslím, že přinesla určitá přínosná zjištění a alespoň trochu tím přispěla k rozšíření poznání o fenoménu Facebooku a dětí. Především praktická část obsahuje mnoho dat a poznatků získaných od dětí. Tato data by mohla posloužit jako základ pro další podrobnější výzkumy. V některých místech své práce jsem poznamenal, která témata by ještě zasloužila větší pozornost.

Validitu výzkumu zvyšoval trojí způsob sběru dat – ze skupinové diskuze, ze sledování profilů a z individuálních rozhovorů. Tento postup se nazývá metodologická triangulace (Denzin, 1989).

Respondent má často tendenci odpovídat tak, aby vypadal v lepším světle, zvláště pokud jde o skupinovou diskusi. Toto platí u dětí dvojnásob, protože jim v tomto věku velmi záleží na dobré sebe prezentaci. Tento jev jsem se snažil eliminovat přezkoumáním některých výpovědí, sledováním profilů a také individuálními rozhovory.

Reliabilita není tak vysoká jako by byla u kvantitativního výzkumu, protože by se data u opakovaných výzkumů mohla lišit podle způsobů kladení otázek, vztahu dětí k výzkumníkovi, i podle individuálních vlastností dětí, jako je ostych nebo ochota odpovídat.

Výzkum by měl mít vysokou validitu, neboť díky souběžné analýze a sběru dat jsem se mohl zaměřit skutečně na to, co mě zajímá a co chci zjistit. Naznačuje určité vzorce a typy chování na Facebooku. (Hendl, 2005: 335-348)

Závěr

Pokud se vrátíme na začátek praktické části, připomeneme si, že hlavní výzkumná otázka zněla: „Jakým způsobem žáci 7. třídy ZŠ v menší městské části v Praze využívají online sociální síť Facebook a jak se na této síti chovají?“ Na tuto otázku jsem neodpověděl potvrzením či vyvrácením hypotézy nebo snad vytvořením nějaké převratné nové hypotézy. Odpověď na tuto základní a pro někoho možná příliš obecnou otázku se rozprostírá po celé praktické části.

„Etnografický výzkum jako osobní zkušenost spočívá ve schopnosti vyznat se v nové situaci, což je vyčerpávající záležitost, která je vždy úspěšná pouze částečně; antropologické psaní jako vědecké snažení spočívá ve snaze formulovat to základní, o čem se člověk domnívá, vždy přehnaně, že odhalil.“ (Geertz, 2000: 24)

Tento výňatek z Geertzovy Interpretace kultur vystihuje to, o co jsem se ve své práci snažil. Snažil jsem se důkladně pochopit a následně popsat prostředí a aktéry Facebooku. Vše jsem popisoval z pohledu cizince, přičemž jsem úplným cizincem nebyl, ale snažil jsem se přiblížit jeho pohledu. Prostor Facebooku jsem sám znal, ovšem musel jsem se snažit přistupovat k němu jako k něčemu novému, neboť moje znalost této online sociální sítě se ne vždy shodovala s pohledem aktérů, které jsem zkoumal.

Výsledkem je tedy podrobný popis prostředí Facebooku ve vztahu k aktérům, které jsem zkoumal, jejich projevů na této síti a hlavně jsem získával jejich komentáře a pohled na problematiku. Snažil jsem se tedy popsat vše, co souvisí s dětmi 7. třídy a Facebookem.

Zjistil jsem, že pro děti je Facebook zcela známé a používané prostředí. Když jsem se při prvním hromadném rozhovoru zeptal, kdo už někdy slyšel slovo Facebooku, třídou se ozval tlumený smích a všechny ruce se zvedly. V případě otázky, kdo má na Facebooku založený svůj profil, také nezůstala ruka ani jednoho studenta nezvednutá. Děti používaly Facebook zcela běžně a přirozeně, a to nejen k účelům, ke kterým se před pár lety používaly spíše mobilní telefony, nebo by bylo nutné setkání tváří v tvář.

I přesto, že používají mnoho služeb Facebooku, na otázku, co by jim chybělo, kdyby Facebook neměly, odpovídaly, že vlastně nic. Že by si našly jinou zábavu nebo že by používaly jiný chat nebo službu pro sdílení fotografií. A i když pro ně není problém na Facebooku strávit i 4 hodiny v kuse, nepotřebují mít neustálý přehled, co se na něm děje a neustále kontrolovat, kdo si změnil status nebo přidal novou fotografii. Používají Facebook, (slovy Jakuba) „*když je čas na nic.*“ Tedy, když se nudí. Nepřipojují se na Facebook přes mobil, i když tuto možnost mají, ani když jsou na návštěvě u kamaráda nebo kamarádky.

Facebook je prostředí, které uživatele přímo vybízí k tomu, aby o sobě uváděl informace a sdílel je s ostatními. Děti tyto informace neberou zcela vážně a nepřikládají jim velký význam, ale i přesto se z těchto informací můžeme dozvědět, jaký má dítě vztah ke kouření, sportu nebo jaké má oblíbené koníčky.

Totéž platí o fotografiích, na kterých uživatel odkrývá své zájmy, koníčky nebo se snaží ukázat sebe, aby vypadal co nejlépe a tyto fotografie dále mohou oceňovat i další jeho přátelé.

Uživatel sdílí svůj obsah s lidmi, které si přidal do svých virtuálních přátel. Mezi těmito virtuálními přáteli mají pouze ty lidi, které znají i ve svém běžném životě. Facebook umožňuje udržovat kontakt s lidmi, které nemůžeme běžně vidat. Ovšem děti většinou odpovídaly (což se potvrdilo i sledováním profilů), že si častěji povídají a interagují s lidmi, kteří patří mezi jejich lepší kamarády i v normálním životě mimo online sociální síť. Stále považují komunikaci offline jako lepší a osobnější, ale Facebook je vhodná varianta, pokud z nějakého důvodu není komunikace „na živo“ možná. Tuto komunikaci využívají nejen v případě, kdy skutečně potřebují znát nějaký věcný obsah, ale i k pouhému „tlachání“ a upevňování sociálních vazeb.

Celá tato online sociální síť má smysl pouze tehdy, když se na ní sdílí fotky a komentáře spolu s přáteli, které uživatel zná i z offline světa. Děti samy přiznaly, že na Facebooku jsou nejdůležitější kamarádi. Jedná se hlavně o ty kamarády, které znají i z běžného života.

Dále jsme mohli zjistit, že i když děti používaly Facebook především k zábavě, tak i v této zábavě se nacházejí náznaky vážnějších témat. Jedná se řetězové zprávy, kde se občas objeví i vážné sdělení. Pokud (např. v pozdějším věku) by dítě mělo zájem tato témata rozvíjet nebo dále šířit, tak již přesně ví, jak na to. Jenom se zábava vymění za seriózní téma.

Dítě ovšem nerozšiřuje pouze řetězové zprávy, ale i pomluvy. Děti nazvaly Facebook drbárnou a právě možnost někoho pomlouvat, povídat si o něm bez jeho vědomí nebo o něm rozšiřovat určité pravdivé nebo lživé informace, označily za hlavní minus Facebooku.

Pomluva se podle dětí na Facebooku šíří velmi snadno a je jednoduché ji na chatu napsat někomu, kdo ji může dále šířit.

Toto byly jen některé poznatky, ke kterým jsem v průběhu výzkumu a psaní práce došel. Snažil jsem se popsat problematiku žáků 7. třídy a Facebooku v celé své šíři, aby čtenář po přečtení této práce mohl získat alespoň rámcovou představu o tomto tématu. O tom, jak děti Facebook používají, kdy a k čemu. Jak se na této síti chovají, jaké využívají služby a jak je tato online sociální síť svázána s běžným životem. I když se bakalářská práce nedá považovat za zcela profesionální vědecké dílo, myslím, že i přesto lze z této práce čerpat mnoho zajímavých a relevantních poznatků. Samozřejmě je zde ještě mnoho místa pro další výzkumy a podrobnější popis.

Sociální sítě již zasáhly do mnoha směrů lidského života. Lidé se naučili je využívat k marketingu, získávání informací nebo při kontaktu se svými blízkými. Děti ovšem již s těmito online sociálními sítěmi vyrůstají od útlého věku a většinou je aktivně používají. Bude zajímavé sledovat nejen to, kam se moderní technologie posunou a jaký na nás budou mít vliv, ale i jak se změní generace, pro kterou je zcela přirozené mít profil na Facebooku, sdílet zde své fotky, názory i osobní trápení.

Použitá literatura

boyd danah m., Ellison, Nicole B.(2007) Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*; 13(1), s. 210-230.

Carey, J.W. (1989) *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. Winchester, MA: Unwin Hyman.

Ellison, E.S. (1983) Social networks and the mental health caregiving system implications for psychiatric nursing practice. *Journal of Psychosocial Nursing and Mental Health Secrets* 21(2), s. 281-289.

Denzin, N. K. (1989): *The research act*. London: Prentice Hall.

Ezzeddine, P. (2010) *Etika ve společenskovedním výzkumu* (prezentace pro předmět Úvod do společenskovedního výzkumu, FHS UK) Dostupné z WWW: <<http://moodle.fhs.cuni.cz/course/view.php?id=614>>.

Fodeman, D.; Monroe, M.(2009) The impact of Facebook on our students. *Teacher Librarian*, 36 (5), s. 36-40.

Giddens, A. (1997): *Sociologie*. Brno: POLITY PRESS.

Geertz, C. (2000): *Interpretace kultur. Vybrané eseje*. Praha: SLON.

Granovetter, M., (1983) The strenght of weak ties: A network theory revisted, *Sociological Theory*, (1) s. 201-233.

Gray, D.M.; Christiansen, L. (2010) A Call to Action: The Privacy Dangers Adolescents Face through Use of Facebook.com. *Journal of Information Privacy & Security*, 6 (2) s. 17-32.

Hendl, J. (2005) *Kvalitativní výzkum. Základní metody a aplikace*. Praha: Portál.

Heřmanský, M. (2010) *Kvalitativní analýza dat* (prezentace pro předmět Úvod do společenskovedního výzkumu, FHS UK) Dostupné z WWW: <<http://moodle.fhs.cuni.cz/course/view.php?id=614>>.

- Keller, J. (2006) *Úvod do sociologie*. Praha: SLON.
- King, T. (2009) Teens' Use of Online Social Networking. *Journal of New Communications Research*. 4 (2) s. 36 – 41.
- Landow, G. P. (1997) *Hypertext 2.0: The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology*, Baltimore: Johns Hopkins Press.
- Mesch G.S. (2006) Family relations and the Internet: Exploring a family boundaries approach. *The Journal of Family Communication*; 6, s. 119–38.
- Nie N.H, Hillygus D.S. (2002) The impact of Internet use on sociability: Time-diary findings. *IT & Society*; 1, s. 1–20.
- Nie N.H. (2001) Sociability, interpersonal relations, and the Internet: Reconciling conflicting findings. *The American Behavioral Scientist*; 45, s. 420–35.
- Pollet T.V., Roberts S.G.B., Dunbar R.I.M. (2011) Use of social network sites and instant messaging does not lead to increased offline social network size, or to emotionally closer relationships with offline network members; *CyberPsychology, Behavior & Social Networking*; 14 (4); s. 253-258.
- Prensky, M. (2001). *Digital native, digital immigrants. On the Horizon*, MCB University Press.
- Tapscott, D. (2009) *Grown up digital. How the net generation is changing the World*. McGraw-Hill.
- Toffler, A. (1971) *Future Shock*, New York: Bantam Books.
- Van Cleemput, K. (2009). *Authenticity and Subcultural Style in Adolescents*. Conference Papers -- International Communication Association., 1, s. 1-17.
- Walker K.N., McBride A.; Vachon M.L.S. (1977) Social support networks and the crisis of bereavement *Social Science and Medicine* 11, s. 35-41.
- Wellman B, Quan-Haase A, Witte J, et al.(2001) Does the Internet increase, decrease or supplement social capital? Social networks, participation and community commitment. *The American Behavioral Scientist*; 45, s. 436–65.

Internetové zdroje

Actualnet [online]. c2011 [cit. 2011-26-8]. Rizikový Facebook?. Dostupné z WWW: <<http://www.actualnet.cz/rizikovy-facebook>>.

Alexa [online]. c2011 [cit. 2011-12-8]. Dostupné z WWW: <http://www.alexa.com/topsites/category?category=Top&q=social+network&r=topsites_category&p=bigtop>.

Český rozhlas Plzeň [online]. c2011 [cit. 2011-11-9]. Problémové velké písmeno - Internet nebo internet. Dostupné z WWW: <www.rozhlas.cz/plzen/jazykovykoutek/_zprava/172061 >.

EU Kids Online [online]. c2011 [cit. 2011-27-05]. Dostupné z WWW: <<http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Home.aspx>>.

Google trends [online]. c2011 [cit. 2011-12-8]. Dostupné z WWW: <<http://trends.google.com/websites?hl=en&q=facebook.com,+libimseti.cz,+lide.cz,+spoluzaci.cz&date=all&geo=cz&ctab=0&sort=0&sa=N>>.

Checkfacebook [online]. c2011 [cit. 2011-11-9]. Dostupné z WWW: <<http://www.checkfacebook.com/>>.

Internet World Stats [online]. c2011 [cit. 2011-20-8]. Dostupné z WWW: <<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>>.

Millward Brown [online]. c2010 [cit. 2011-05-27]. Dostupné z WWW: <<http://www.millwardbrown.com/Home.aspx>>.

Pew Internet [online]. c2011 [cit. 2011-27-10]. Dostupné z WWW: <<http://www.pewinternet.org/>>.

Poradna Topgal [online]. 5.4.2011 [cit. 2011-13-9]. Děti na Facebooku – hrozí jim nebezpečí?. Dostupné z WWW: <<http://poradna.topgal.cz/o-detech/deti-a-technologie/deti-na-facebooku-%E2%80%93-hrozi-jim-nebezpeci/>>.

Pravidla.cz [online]. c2011 [cit. 2011-17-9]. S. Dostupné z WWW: <<http://www.pravidla.cz/hledej.php?qr=internet>>.

O'Reilly, Tim. *Radar.oreilly.com* [online]. c2006 [cit. 2011-04-12]. Web 2.0 Compact Definition: Trying Again. Dostupné z WWW:

<<http://radar.oreilly.com/archives/2006/12/web-20-compact.html>>.

Sophos [online]. c2011 [cit. 2011-19-11]. Sophos Facebook ID probe shows 41% of users happy to reveal all to potential identity thieves. Dostupné z WWW:

<<http://www.sophos.com/en-us/press-office/press-releases/2007/08/facebook.aspx>>.

Technet [online]. 19.11.2009 [cit. 2011-1-8]. Češi Facebooku nebezpečně věří. Falešné krasavici naletělo 60 procent. Dostupné z WWW: <http://technet.idnes.cz/cesi-facebooku-nebezpecne-veri-falesne-krasavici-naletelo-60-procent-112-sw_internet.aspx?c=A091117_171036_sw_internet_pka>.

Wikipedia [online]. c2011 [cit. 2011-24-10] Dostupné z WWW:
<http://www.wikipedia.org/>

Internetové adresy sociálních sítí, blogů a wikisystémů

www.facebook.cz

www.spoluzaci.cz

www.friendster.com

www.youtube.com

www.lide.cz

www.wikipedia.org

www.myspace.com

www.twitter.com

www.netlog.net

www.libimseti.cz

www.noxa.net

www.couchsurfing.org

www.sixdegrees.com

www.mychurch.org

Příloha 1:

Informovaný souhlas, který byl předán zákonným zástupcům dětí:

Informovaný souhlas s účastí dítěte na výzkumu s tematikou „Facebook a děti“

Souhlasím, aby se mé dítě zúčastnilo výzkumu sloužícího k sepsání bakalářské práce na téma „Facebook a děti“. Tento výzkum bude sledovat motivy, chování a informovanost dětí na internetové sociální síti Facebook. Děti budou odpovídat na jednoduché otázky týkající se této tematiky a přidají si mezi své přátele speciální výzkumný profil. Získaná data budou použita pouze k vědeckým účelům, budou anonymní a nebudou předávána třetím osobám. Po ukončení výzkumu (zhruba po čtyřech až pěti měsících) bude výzkumný profil smazán. Dítě má právo kdykoliv z výzkumu odstoupit. Výzkum umožní dítěti se lépe orientovat a chránit na sociálních sítích. Pro bližší informace se obraťte na vedoucího výzkumu Jiřího Kroulíka, studenta Fakulty Humanitních studií UK, email: kroulikj@email.cz

Dne:

Jméno žáka/zákyně:

Podpis zákonného zástupce:

Příloha 2:

Osnova pro skupinovou diskuzi:

Co jsou to média?

Kdo už někdy slyšel o Facebooku? Co to je?

Kdo má profil? (Kdo profil nemá)?

Kdy jste si ho založili? Proč?

Víte, že je možné mít profil až od 13 let? Jak jste to provedli?

Zkusíme spolu udělat tabulku toho, co na Facebooku nejvíc používáte.

Jaké jsou hlavní plusy Facebooku? Jaké jsou jeho minusy?

Vyhledáváte na FB informace? O hercích, skupinách atd.?

Příloha 3:

Osnova polostrukturovaného rozhovoru pro individuální rozhovory:

Jsi přihlášený i na jiné sociální síti než na Facebooku? Na jaké? Jak často na ně chodíš?

Kolik času za den trávíš odhadem na FB? Kdy se na něj přihlašuješ nejčastěji?

Co tě nejvíce zajímá na FB? Proč se tam přihlašuješ?

Přihlašuješ se na FB před školou? Na mobilu? U někoho na návštěvě?

Mají tvoji rodiče profil na FB? Bavíš se s nimi o FB?

Jaké používáš aplikace na FB?

Komentuješ fotky a statusy spíše lepším kamarádům?

Podle čeho se rozhoduješ, koho si přidáš mezi přátele? Přidáváš si i lidi, co znáš pouze od vidění? Máš tam i někoho, koho neznáš? Přidal/přidala by sis někoho, koho neznáš?

Bavíš se na chatu spíše s těmi kamarády, s kterými se kamarádíš mimo FB?

O čem se většinou bavíte? Bavíte se spíše o něčem, co potřebujete vědět nebo si jen tak povídáte?

V čem má komunikace na FB výhody? V čem nevýhody?

Myslíš, že se někdo na FB chová jinak než mimo něj? Proč?

Máš na FB i něco, co nechceš, aby viděli ostatní?

Myslíš, že je FB žrout času? Proč?

Jaký je podle tebe rozdíl mezi přítelem na FB a přítelem v reálném světě?

Co by ti nejvíce chybělo, kdybys FB neměl/neměla?