

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD
INSTITUT KOMUNIKAČNÍCH STUDIÍ A ŽURNALISTIKY
KATEDRA MEDIÁLNÍCH STUDIÍ

Bakalářská práce

2023

Anna Wagenknechtová

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD
INSTITUT KOMUNIKAČNÍCH STUDIÍ A ŽURNALISTIKY
KATEDRA MEDIÁLNÍCH STUDIÍ

**Instagram a jeho rizika a pozitivní stránky vnímané očima
mladistvých ve věku 12–15 let**

Autor práce: Anna Wagenknechtová
Studijní obor: Mediální studia
Vedoucí práce: Mgr. Klára Odstrčilová
Rok obhajoby: 2023

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 25.4. 2023

Anna Wagenknechtová

Bibliografický záznam

WAGENKNECHTOVÁ, Anna. *Instagram a jeho rizika a pozitivní stránky vnímané očima mladistvých ve věku 12–15 let*. Praha, 2023. 40 s. Bakalářská práce (Bc). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Mgr. Klára Odstrčilová

Rozsah práce: 82 563 znaků

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zaměřuje na sociální síť Instagram a na vnímání této platformy adolescenty ve věku 12–15 let. Konkrétně se práce zabývá riziky a pozitivními stránkami či příležitostmi, jež mladiství na této sociální síti vidí. Cílem práce je tedy zodpovědět na výzkumnou otázku: Která rizika a příležitosti dospívající mezi 12–15 lety vnímají na sociální síti Instagram? Teoretická část je věnována tématům souvisejícím se sociálními sítěmi a dospívajícími. Je zde popsána platforma Instagram, její vznik a vývoj, uživatelé, uživatelské rozhraní a algoritmus. Dále představuje věkovou skupinu relevantní pro tento výzkum, její vztah k internetu, možná rizika a příležitosti v online prostředí a na závěr teoretické části jsou popsány motivace uživatelů k používání Instagramu. Praktická část pomocí kvalitativního výzkumu skrz hloubkové rozhovory zkoumá, jak respondenti Instagram vnímají, jak jej používají a jaká rizika či příležitosti na něm vidí.

Abstract

This bachelor thesis focuses on the social network Instagram and the perception of this platform by adolescents aged 12-15. Specifically, the thesis looks at the risks and positive aspects or opportunities that adolescents see on this social network. Thus, the thesis aims to answer the research question: Which risks and opportunities do adolescents aged 12–15 perceive on the social network Instagram? The theoretical part is devoted to topics related to social networks and teens. It describes the Instagram platform, its origins and evolution, users, user interface and algorithm. Furthermore, it presents the age group relevant to this research, its relationship to the Internet, possible risks and opportunities in the online environment, and finally, the theoretical part describes users' motivations for using Instagram. The practical part uses qualitative research through in-depth interviews to explore how respondents perceive Instagram, how they use it and what risks or opportunities they see on it.

Klíčová slova

Instagram, mladiství, sociální sítě, rizika Instagramu, pozitivní stánky Instagramu

Keywords

Instagram, adolescents, social networks, Instagram risks, Instagram positives

Title

Instagram and its risks and positives as perceived by adolescents aged 12–15

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala své vedoucí práce Mgr. Kláře Odstrčilové za trpělivost, cenné rady a ochotný přístup. Dále také děkuji své rodině, nejbližším přátelům za podporu a všem respondentům, kteří se zúčastnili výzkumu realizovaného v rámci této bakalářské práce.

Obsah

ÚVOD	2
1. TEORETICKÁ ČÁST	3
1.1 SOCIÁLNÍ SÍŤ	3
1.2 SOCIÁLNÍ SÍŤ INSTAGRAM	4
1.2.1 Vznik platformy Instagram	4
1.2.2 Vývoj platformy Instagram	5
1.2.3 Uživatelé	6
1.2.4 Fungování Instagramu	8
1.3 VĚKOVÁ SKUPINA	11
1.3.1 Raná adolescence (11–15 let)	11
1.3.2 Pozdní adolescence (15–20 let)	12
1.3.3 Vztah této skupiny k internetu a sociálním sítím	13
1.3.4 Rizika a příležitosti v online světě	15
1.3.5 Motivy k používání Instagramu	16
2. PRAKTICKÁ ČÁST	18
2.1 VÝZKUMNÁ OTÁZKA	18
2.2 METODOLOGIE VÝZKUMU	18
2.2.1 Výzkumná strategie	18
2.2.2 Respondenti	20
2.2.3 Metoda analýzy dat	21
2.3 VYHODNOCENÍ VÝZKUMU	21
2.3.1 Instagram je spolu s TikTokem mezi adolescenty nejvyužívanější sociální sítí	22
2.3.2 Negativní pocity při používání Instagramu se objevují spíše u dívek	22
2.3.3 Mladiství rizika na Instagramu vnímají	23
2.3.4 Motivací k založení účtu na Instagramu jsou pro dospívající vrstevníci a informace	24
2.3.5 Mladiství jsou spíše pasivními uživateli a konzumenty obsahu na Instagramu	24
2.3.6 Největším pozitivem Instagramu je pro adolescenty zdroj informací	25
2.4 DISKUZE	27
2.4.1 Limitace výzkumu	28
ZÁVĚR	29
SUMMARY	30
ZDROJE	32
TEZE BAKALÁŘSKÉ PRÁCE	35
SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A TABULEK	38
SEZNAM PŘÍLOH	39
PŘÍLOHY	39

Úvod

Sociální sítě jsou v dnešní době nezanedbatelnou součástí života většiny adolescentů. Právě Instagram je jednou z nejpobulárnějších sociálních sítí, kterou mladiství využívají například pro sdílení fotografií, videí či ke komunikaci se svými vrstevníky. Tato sociální síť přináší nejen mladým uživatelům mnoho pozitivních aspektů, jako je například získávání nových informací, vyjádření kreativity nebo budování sociálních vztahů. Nicméně, Instagram může mít také svá rizika, která mohou ovlivňovat zdraví a bezpečnost mladistvých.

Tato bakalářská práce se zaměřuje na sociální síť Instagram a vnímání této platformy mladistvými ve věku 12–15 let. Cílem práce je analyzovat, jak mladí uživatelé v tomto věkovém rozmezí vnímají Instagram, jaké jsou pro ně jeho pozitivní aspekty a jaká rizika na Instagramu vidí. Práce se dotýká témat jako je srovnávání se s ostatními, negativní dopady na sebevědomí, kyberšikana nebo například bezpečnost online.

Teoretická část této bakalářské práce začíná kapitolou o sociálních sítích. Po stručné kapitole o sociálních sítích se autorka zaměřuje konkrétně na sociální síť Instagram. Popisuje zde vznik a vývoj platformy, její typické uživatele a také fungování. Dále je popsáno uživatelské rozhraní Instagramu a také algoritmus této platformy. Následně je charakterizována věková skupina relevantní pro tuto bakalářskou práci, vztah této skupiny k internetu a sociálním sítím a autorka také zmiňuje rizika a příležitosti v online prostředí. Na závěr teoretické části jsou shrnuty motivace uživatelů k používání sítě Instagram.

V praktické části je zprvu definována výzkumná otázka a metodologie výzkumu. Výzkum byl prováděn kvalitativní metodou, konkrétně prostřednictvím polostrukturovaných hloubkových rozhovorů. Získaná data byla následně analyzována pomocí otevřeného kódování a tematické analýzy. Výsledky výzkumu poskytují ucelený pohled na vnímání Instagramu mladými uživateli a identifikují přínosy i rizika spojená s touto sociální sítí.

Bakalářská práce je relevantní v kontextu současného digitálního světa, kde Instagram a sociální sítě obecně hrají stále významnější roli v životech mladých lidí. Výsledky práce mohou přispět k lepšímu porozumění rizik a pozitivních stránek Instagramu vnímaných mladými uživateli a sloužit jako podklad pro další výzkum a implementaci vhodných opatření pro ochranu mladistvých uživatelů na této sociální síti.

Při zpracování bakalářské práce autorka postupovala podle předem stanovené a schválené teze. Došlo pouze k drobným změnám ve struktuře práce a menšímu využití některých z titulů uvedených v tezi.

1. Teoretická část

Teoretická část této bakalářské práce se nejprve věnuje sociálním sítím obecně. Po stručné kapitole o sociálních sítích se autorka zaměřuje konkrétně na sociální síť Instagram, kde popisuje vznik a vývoj platformy, její uživatele a také fungování. Následně autorka popisuje věkovou skupinu relevantní pro tuto bakalářskou práci, charakterizuje vztah této skupiny k internetu a sociálním sítím a také zmiňuje rizika a příležitosti v online prostředí.

1.1 Sociální síť

Sociální sítě jsou webové platformy, které umožňují jednotlivcům a skupinám vytvářet si profily a komunikovat mezi sebou. Vznikly v rámci webu 2.0, kdy se internet stal místem, kde uživatelé již nejsou pouze konzumenty obsahu, ale také se na obsahu internetu mohou aktivně podílet. Web 2.0 je termín označující vývoj internetu v prvním desetiletí 21. století, který přinesl mnoho nových funkcí a možností. Mezi tyto možnosti patří interaktivita, spolupráce a obsah vytvářený uživateli.¹ Sociální sítě jsou závislé na obsahu vytvořeném uživateli, je to jejich hnací motor. Jsou nástrojem, který subjektům umožňuje socializaci a usnadňuje komunikaci mezi nimi.² Největší silou sociálních sítí je dle názoru autorky to, že díky nim je možné spojit se a sdílet informace s kýmkoli na světě, pokud chceme, tak i s několika lidmi najednou.

Ze sociologického hlediska je sociální síť definována jako „*propojená skupina lidí, kteří se navzájem ovlivňují, přičemž mohou (ale nemusí) být příbuzní. Sociální síť se tvoří na základě společných zájmů, rodinných vazeb nebo z jiných více pragmatických důvodů, jako je např. ekonomický, politický či kulturní zájem.*“¹ V oblasti webu 2.0 se pod tímto pojmem rozumí systém, jenž umožňuje vytvářet a udržovat seznam vzájemně propojených kontaktů. Ač sociální sítě byly původně určeny především k propojení mezi přáteli a rodinou, dnes už mají mnohem širší záběr a mohou mít podobu nejrůznějších aktivit s využitím technologií. Mezi tyto aktivity patří například sdílení fotografií, blogování, sdílení videí, virtuální světy, recenze a mnoho dalších. Své místo sociální sítě mají také v politice. Nejrůznější politické subjekty je využívají k navázání kontaktu se svými podporovateli či potenciálními voliči.³

Někteří uživatelé využívají sociální sítě k nalezení karierních příležitostí nebo třeba k propojení se s lidmi z různých koutů světa, kteří mají stejné zájmy a se kterými mohou sdílet své myšlenky, pocity a emoce. Tato skupina lidí je součástí takzvané virtuální sociální sítě.³

¹ PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální síť*, s. 125.

² OBAR, J.A. and Wildman, S., 2015. *Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue* [online].

³ DOLLARHIDE, Maya E, 2021. *Social Media* [online].

Sociální sítě jsou tedy nezanedbatelným zdrojem informací či zábavy, ale jsou také generátorem zisku. Společnosti z různých odvětví sociální sítě používají jako nástroj k získávání nových potenciálních zákazníků skrze reklamu a propagaci. Díky schopnosti sociálních sítí shromažďovat informace, se společnosti mohou zaměřit na marketingové aktivity, jež pomáhají s navazováním kontaktů s novými lidmi, či zjišťování spotřebitelských trendů. Firmy potom mohou nabídnout odpovídající servis, potažmo tak výšit svůj prodej.³ Potenciální zásah reklamy na Instagramu v lednu 2023 byl 1,32 miliardy uživatelů.⁴

1.2 Sociální síť Instagram

V této kapitole je popsána sociální síť Instagram. Na začátku je obecné představení platformy, následně je popsán její vznik a vývoj. Kapitola také charakterizuje typické uživatele Instagramu a v závěru se zaměřuje na jeho fungování, kde je popsáno uživatelské rozhraní a algoritmus.

Instagram se spolu Facebookem řadí mezi nejvyužívanější sociální sítě a je dostupný po celém světě, až na Čínu, kde je platforma blokována. K plnému využití aplikace je možné využít pouze chytré telefony, respektive „zařízení iPhone a Android“, jak sám Instagram na svém webu uvádí.⁵ S omezenou funkcí je však možné Instagram používat přes prohlížeč na počítači a jiných chytrých zařízeních.

Z výzkumů vyplývá, že Instagram používá každý čtvrtý člověk ve věku nad třináct let.⁶ Jedná se o aplikaci, která slouží ke sdílení fotek a videí, přičemž producentem obsahu může být každý uživatel. Instagram svým uživatelům nabízí také různé nástroje k úpravě obsahu v podobě barevných filtrů, jednoduchého sestřihání videa, vložení hudby do pozadí příspěvku a stává se z něj tak prostředí, ve kterém je možná kompletní úprava vlastního obsahu. Zároveň je zde prostor pro interakci mezi jednotlivými profily v podobě komentování či líkání (vyjádření, že se uživateli něco líbí, většinou skrz ikonu srdce) sdílených příspěvků nebo také soukromého chatování.

1.2.1 Vznik platformy Instagram

Sociální síť Instagram vznikla v říjnu 2010 a jejími zakladateli jsou Kevin Systrom a Mike Krieger. Nápad na tvorbu nové platformy vzešel u Systroma. Ten pracoval pro Google a absolvoval stáž ve společnosti Odeo, která se později přeformulovala na Twitter. Následně Systrom začal pracovat pro Nextstop, což byl startup, který se zaměřoval na cestovatelská doporučení. V průběhu tohoto působení vzešel nápad na tvorbu vlastní aplikace. Prvním Systromovým prototypem Instagramu byla aplikace Burbn, která uživatelům umožňovala

⁴ KEMP, Simon. *INSTAGRAM STATISTICS AND TRENDS* [online].

⁵ INSTAGRAM. *Správa účtu: Registrace a jak začít* [online].

⁶ Spodní hranice, kdy je možné si založit účet na Instagramu, je právě třináct let. (KEMP, Simon. *INSTAGRAM STATISTICS AND TRENDS* [online]).

sdílet, kde se zrovna nachází, včetně sdílení fotografií a hraní her. Možnost sdílení fotografií byla unikátní a uživatelé si ji velmi oblíbili.⁷

Systemrom ve vývoji platformy zprvu neviděl žádný velký potenciál, nicméně vše se změnilo, když na večírku společnosti potkal investory a poté, co jim ukázal prototyp své aplikace, u nich vzbudil velký zájem. Hned po dalším setkání s investory se Systemrom rozhodl dát výpověď, aby se mohl plně se soustředit na Burbn. Během krátké chvíle od investorů získal počáteční financování ve výši 500 000 dolarů a mohl se tak naplno věnovat svému podnikatelskému záměru.⁷

Následně Systemrom oslovil Kriegera, aby s ním na aplikaci spolupracoval. Z analýzy uživatelského chování bylo zjištěno, že nejvíce využívanou funkcí je právě sdílení fotografií. To zakladatele namotivovalo k proměně aplikace Burbn, a tak se zaměřili především na sdílení obsahu pořízeného mobilním zařízením. Nová forma aplikace již nabízela nástroje k úpravě fotek a také umožňovala větší interakci v podobě popisů a komentování. V té době se platforma přejmenovala na Instagram, přičemž název vznikl kombinací dvou slov – „instant“ a „telegram“.⁷

1.2.2 Vývoj platformy Instagram

Hlavním cílem zakladatelů byla minimalistická aplikace, která uživatelům bude moci nabídnout co nejjednodušší uživatelské prostředí. Vývojáři osm týdnů pracovali na zdokonalení platformy a následně šel Instagram k beta testování a vyhodnocení výkonu aplikace. Po opravení nalezených chyb v softwaru byla aplikace uvedena na trh.⁷

Již první den po spuštění si Instagram stáhlo 25 000 uživatelů, po dvou měsících jejich počet vyšplhal na milion. Čísla se rychle zvyšovala i nadále a během jednoho roku tuto sociální síť používalo 10 milionů lidí.⁶ K růstu platformy přispěl i zájem celebrit o tuto sociální síť. Sportovci, herci a jiní slavní lidé Instagram vnímali jako dobrý způsob, jak se spojit se svými fanoušky. Také příznivci celebrit to považovali za příležitost, díky které mohou nahlédnout do života svých idolů.⁷

Další nárůst uživatelů aplikace zaznamenala po umožnění platformy na mobilní telefony s operačním systémem Android. Tato možnost přišla přibližně o dva roky později od jejího spuštění a během jediného dne si Instagram stáhlo více než milion držitelů zařízení se systémem Android.⁷

Po bleskovém nástupu Instagramu se o aplikaci začala zajímat spousta investorů. Byli to nejen investoři, ale společnost přitáhla pozornost i jiných předních společností v oblasti technologického průmyslu především se zaměřením na sociální síť. Díky tomuto zájmu měli

⁷ MATTERN, Joanne. *Instagram* [online].

System s Kriegerem možnost zaměstnat více lidí, nicméně zakladatelé se rozhodli udržet společnost opravdu malou.⁸

Podněty ke změně v majitelské struktuře přišly například s nabídkou Jacka Dorseyho, spoluzakladatele Twitteru, se kterým se Systrom dobře znal, nicméně jeho nabídku odmítl. Zpočátku Systrom také odmítl nabídku Facebooku, nicméně to mezi těmito dvěma stranami nebylo poslední rozhodnutí. Mark Zuckerberg o Instagram nadále projevoval zájem. Dohodu se nakonec podařilo uzavřít právě se Zuckerbergem, jenž společnosti nabídl 1 miliardu dolarů v hotovosti a akciích. Klíčovou podmínkou Systroma však bylo, že Instagram zůstane nezávisle řízený. Od roku 2012 Instagram patří Facebooku, potažmo dnes známé společnosti Meta.⁸

1.2.3 Uživatelé

V dnešní době je připojení k internetu vcelku běžně dostupné. Stále jsou na světě oblasti, kam se internet nedostal, avšak počet lidí bez přístupu k internetu každým rokem klesá. Čerstvá data ukazují, že na světě je už pouze přibližně 2,85 miliard jedinců bez přístupu k připojení, přičemž většina z těchto lidí žije v Africe nebo jižní či východní Asii.⁹

Se snížením počtu „odpojených“ lidí souvisí samotné používání sociálních sítí. To je čím dál tím větším fenoménem ve společnosti. Důkazem jsou i nejnovější průzkumy, které ukazují, že na celém světě sociální sítě používá 4,76 miliardy lidí, což je v přepočtu necelých 60 % populace.¹⁰ Od ledna 2022 do ledna 2023 přibylo 137 milionů nových uživatelů sociálních sítí. Pokud se tato statistika převede na dny, znamená to, že nových uživatelů za den přibývalo v průměru přibližně 375 tisíc.¹⁰

Na základě společných znaků je možné uživatele rozdělit do několika skupin. Existuje spousta typologií tohoto rozdělení, autorka však popisuje to od výzkumné společnosti Forrester Research. Agentura uživatele rozděluje do šesti skupin, a to konkrétně na *creators* (česky tvůrci), což jsou uživatelé, kteří pravidelně tvoří obsah na sociální sítě a bývají nejaktivnější skupinou. Dále sem patří *critics* (kritici), ti obsah netvoří, ale hodnotí obsah sdílený někým jiným – komentují, recenzují apod. Další skupinu tvoří takzvaní *collectors* (sběratelé), kteří, jak lze z názvu odvodit, nalezený obsah na internetu uchovávají nejen pro sebe, ale také pro ostatní. *Spectators* (diváci) představují nejvíce zastoupenou skupinu. Jednoduše se jedná o uživatele, kteří obsah vytvořený výše zmíněnými skupinami konzumují, přičemž téměř žádný obsah neprodukují. Předposlední skupinou jsou *joiners* (účastníci), ti své profily na sociálních sítích udržují aktivní – navštěvují je a zkrátka se „připojují“. Závěrečnou část tohoto rozdělení představují *conversationalists* (vypravěči/ konverzační uživatelé). Ty

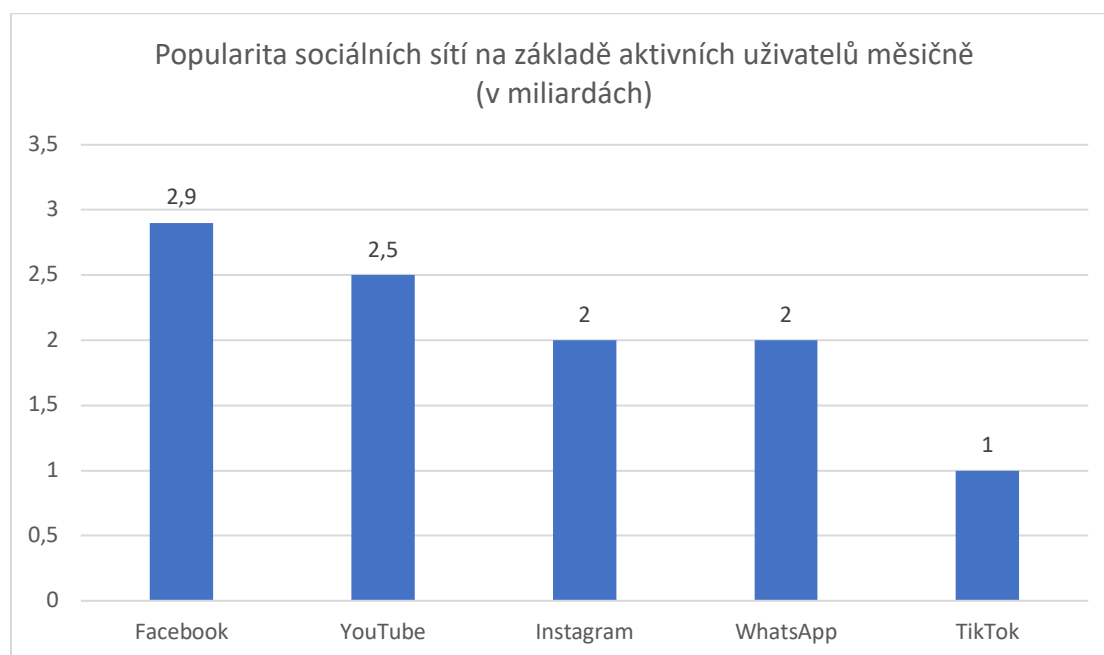
⁸ BLYSTONE, Dan. *Instagram: What It Is, Its History, and How the Popular App Works* [online].

⁹ KEPIOS. *DIGITAL AROUND THE WORLD*. Datareportal.com [online].

¹⁰ KEPIOS. *GLOBAL SOCIAL MEDIA STATISTICS*. Datareportal.com [online].

Forrester popisuje jako jedince, kteří alespoň jednou týdně aktualizují své statusy na sociálních sítích.¹¹

Samotný Instagram má velmi rozmanitou uživatelskou základnu. Různé zdroje uvádí trochu jiné podrobnější statistiky o uživateli, nicméně čísla nejsou výrazně odlišná. V lednu roku 2023 měl Instagram, podle společnosti Statista, přes dvě miliardy aktivních uživatelů za měsíc.¹² I přesto, že je platforma známá po celém světě, nejvíce uživateli se mohou chlubit Spojené státy Americké (143 milionů uživatelů) společně s Indií (230 milionů uživatelů).¹³ První čistě evropskou zemí¹⁴ v počtu uživatelů je Spojené Království (29 milionů) následované Německem (27,5 milionů).¹³



Graf 1 - Popularita sociálních sítí v lednu 2023 (Statista.com)

Instagram je oblíbený mezi lidmi všech věkových kategorií, ale zvláště populární je mezi mladšími generacemi, což dokazuje i fakt, že více než polovina uživatelů Instagramu na celém světě je ve věku 34 let nebo mladší. Společnost Statista uvádí, že nejpočetněji zastoupenou věkovou skupinu tvoří lidé ve věku od 18 do 24 let, pouze o půl procenta zaostává věkové rozpětí 25–34 let. V obou případech je však více uživatelů mužského pohlaví, celkem přibližně o 6 %.¹⁵

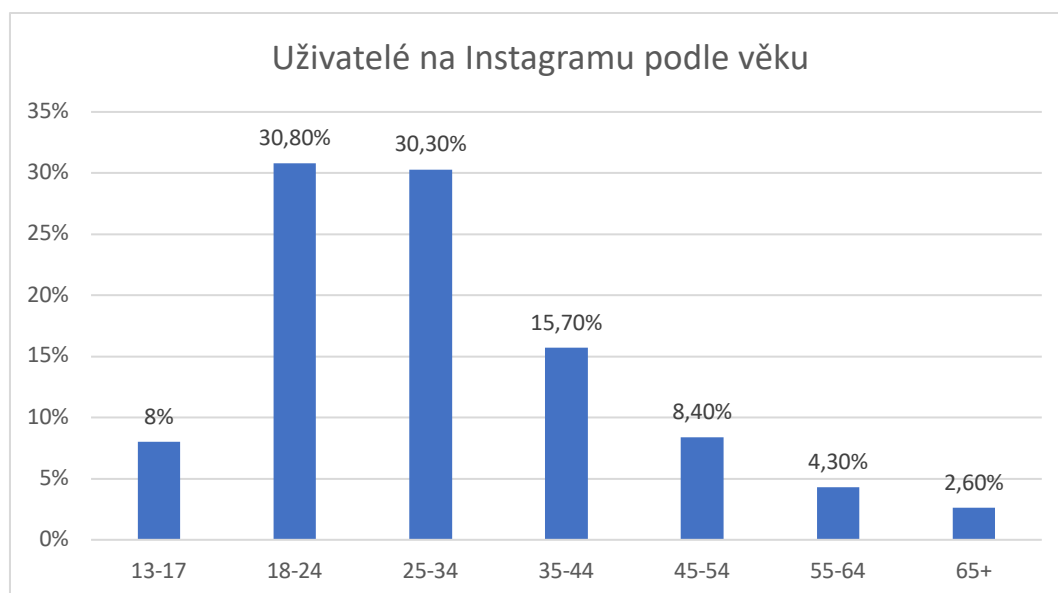
¹¹ PEREZ, Juan Carlos. *Forrester: Social Media Content Creators Down in U.S.* [online].

¹² DIXON, S. *Global social networks ranked by number of users 2023* [online].

¹³ DIXON, S. *Countries with the most Instagram users 2023* [online].

¹⁴ Pokud nebereme v potaz Turecko s necelými 49 miliony uživatelů.

¹⁵ DIXON, S. *Instagram: distribution of global audiences 2023, by age and gender* [online].



Graf 2 - Podíl uživatelů Instagramu podle věku (Statista.com)

Statistiky uživatelů jsou omezeny spodní hranicí věku 13 let, jelikož je to nejnižší povolený věk k založení účtu na Instagramu. Dá se ale předpokládat, že ve skutečnosti platformu využívají i jedinci mladšího věku díky jednoduchému principu – při zakládání účtu jednoduše zadají falešné datum narození.

1.2.4 Fungování Instagramu

Jak autorka již zmínila, sociální síť Instagram se zaměřuje na sdílení fotek a videí primárně skrz její mobilní aplikaci. Uživatel Instagramu má hned několik možností přidání obsahu na tuto sociální síť. První možností je přidat Příběh, anglicky Stories. Jedná se o příspěvky, které jsou na profilu uživatele viditelné po dobu 24 hodin a může se jednat jak o fotku, tak i kratší videa, popřípadě video delší, které se ale rozdělí do více Stories. Dalším typem obsahu, který uživatel může vytvořit, je statický příspěvek. Ten je na profilu viditelný neustále a stejně jako ve Stories, i tady obsahem může být fotka nebo video, přičemž jich v jednom příspěvku může být více. Takový příspěvek je nazýván jako Carousel. Dnes už ale spousta lidí Instagram využívá především jako čistě chatovací platformu. V následujících řádkách je popsáno uživatelské rozhraní aplikace a také báze algoritmu, na které Instagram funguje.

1.2.4.1 Uživatelské rozhraní aplikace



Obrázek 1 - Uživatelské rozhraní Instagramu

Po spuštění Instagramu se automaticky zobrazí Domovská stránka, anglicky nazývaná jako Home Page, kde se zobrazují příspěvky účtů, které daný uživatel sleduje, což je rozdíl například oproti TikToku, kde se po otevření aplikace uživateli zobrazí stránka s videi navrženými algoritmem.

Jak bylo již zmíněno, na Domovské stránce se zobrazují příspěvky. Ty u sebe mají hned několik možností interakce – srdíčko znamená To se mi líbí, anglicky Like, konverzační bublina představuje přidání komentáře a papírová vlašťovka umožňuje sdílení příspěvku. Pomocí znaku záložky je možné příspěvek uložit.

V horní liště se zobrazují takzvané Příběhy. Stories je možné jakkoli upravovat přímo v aplikaci, je zde možnost barevných filtrů, vkládání hudby, gifů, či například textu v různých fontech a barvách.

V pravém horním rohu se nachází dvě sekce – zprávy a jiná upozornění. Pod znakem srdce uživatel najde upozornění ohledně příspěvků. Shromažďují se zde tedy notifikace na liky, komentáře, označení či nová sledování. Pod znakem papírové vlašťovky se skrývá chatovací rozhraní Instagramu. Jsou tam tedy veškeré zprávy, popřípadě žádosti o nové zahájení konverzace.

Na spodní liště se nachází pět ikon – domeček uživatele dostane na Domovskou stránku, lupou se přesune do sekce Objevuj (Explore), kde má uživatel možnost vyhledávání uživatelů, příspěvků a zároveň má k dispozici nabídku příspěvků, které by se uživateli mohly líbit. Pomocí prostřední ikonky plus může uživatel na Instagram přidat vlastní příspěvek, ikonka filmové klapky ho dostane na rozhraní Reels, což jsou krátká videa s různým obsahem. Skrz poslední ikonku se uživatel dostane na vlastní profil.

1.2.4.2 Algoritmus

Pojem algoritmus existuje již mnoho let, nicméně až s přístupem internetu nabyl významu, který bude používán v této práci – funkce, která je na sociálních sítích využívána k optimalizaci obsahu.

Brent Branhart algoritmus popsal jako „*system využíváný na sociálních médiích, který slouží k třídění příspěvků na základě relevance a nikoli času zveřejnění. Sociální sítě pak rozhodují, který obsah uživatel uvidí ve svém kanálu jako první podle pravděpodobnosti zájmu o dané příspěvky.*“¹⁶

Instagram nevyužívá pouze jeden konkrétní algoritmus, ale každá část aplikace má svůj vlastní. Platforma využívá jak informace o obsahu (příspěvky, Stories apod.), tak i informace o uživateli (zájmy a chování na Instagramu) k tomu, aby dostala správný obsah správným lidem. Zkrátka má jediný cíl – donutit uživatele na platformě zůstat delší dobu díky zobrazování obsahu, který by se jedinci mohl líbit a byl by pro něj relevantní.

Tři klíčové faktory algoritmu na Instagramu¹⁷:

1. Kdo – Vztah mezi producentem a konzumentem obsahu (vzájemné sledování, chatování, komentování příspěvků apod.) Pokud spolu uživatelé hodně interagují, je pravděpodobné, že se příspěvky zobrazí na prvních příčkách.
2. Co – S jakým typem obsahu uživatel běžně interaguje. Algoritmus uživateli nabízí tematicky blízké příspěvky.
3. Kdy – Bere v potaz čas zveřejnění příspěvku a také čas, kdy a jak často uživatel v aplikaci scrolluje, podle toho se rozhodne, které příspěvky zobrazí.

Způsob, jakým uživatel Instagram používá, výrazně ovlivňuje to, co se mu následně zobrazuje. Sama společnost ve svém článku¹⁸ uvedla tipy, jak uživatel může ovlivnit to, co na platformě vidí. Kromě interakce s příspěvky, které se uživateli líbí a jsou pro něj relevantní, Instagram nabídl ještě další možnosti. Například vytvoření si seznamu Blízkých přátel (Close Friends). Informace lze pak sdílet právě pouze s těmito nejbližšími, nicméně to Instagram

¹⁶ BRANHART, Ben. *Everything you need to know about social media algorithms* [online].

¹⁷ McLACHLAN, Stacey a Karolina MIKOLAJCZYK. *2023 Instagram Algorithm Solved: How to Get Your Content Seen* [online].

promítne i na zobrazování jejich příspěvků na profilu uživatele. Pokud pro uživatele přestane být nějaký profil atraktivní, ale nechce ho úplně přestat sledovat, může si konkrétní účet takzvaně ztlumit, aniž by se to dotýčný dozvěděl. Nebudou se tak zobrazovat jeho příspěvky, ani Stories. Další variantou, kterou Instagram nabídl, je označení doporučeného příspěvku jako „Nemám zájem“, čímž uživatel dá najevo, že ho příspěvek nezaujal nebo pro něj zkrátka není relevantní. Instagram si toto označení zapamatuje a pokusí se podobných doporučení v budoucnu vyvarovat.¹⁸

1.3 Věková skupina

Kapitola se zaměřuje na věkovou skupinu relevantní pro tuto bakalářskou práci. Popisuje psychologický profil této věkové skupiny a následně přibližuje vztah adolescentů k internetu a sociálním sítím. Dále se kapitola věnuje rizikům a příležitostem v online světě a také motivům k využívání sociální sítě Instagram.

K potřebám této bakalářské práce bude autorka v rámci věkového rozdělení vycházet z knihy Marie Vágnerové s názvem *Vývojová psychologie*¹⁹. Vágnerová v knize popisuje hned několik vývojových období lidského života z hlediska psychologie, vybrané fáze relevantní k této bakalářské práci se v následujících částech pokusí autorka shrnout. Podkapitoly tedy budou čerpat primárně z třetího doplněného vydání díla Marie Vágnerové.¹⁹

1.3.1 Raná adolescence (11–15 let)

Pro účely výzkumu v praktické části autorka pracuje s dospívajícími ve věku 12–15 let. Dospívání je přechodné období mezi dětstvím a dospělostí a v této době dochází ke komplexní proměně jedince ve všech sférách – psychické, tělesné i sociální. Dospívání je podmíněno biologickou změnou a nevyhnutelně se projevuje na úrovni psychiky.¹⁹

Skupina mladistvých ve věku 12–15 let podle Vágnerové spadá do stádia staršího školního věku, respektive do období druhého stupně základní školy. Konkrétněji se jedná o fázi puberty, nebo také rané adolescence, kterou autorka knihy považuje za „*první fázi dospívání, která se projeví i na psychické úrovni změnou prožívání a uvažování i potupným odpoutáváním od rodiny.*“²⁰ V období puberty u jedince dochází k nejvýraznější změně tělesného dospívání, což dále vede ke změně vnímání sebe samého. Mění se ale nejen vzhled dospívajícího, proměnou prochází i emoční prožívání či způsob myšlení. Pubescent je schopen uvažovat hypoteticky, je kritičtější a dovede regulovat své emoce.¹⁹

Další změnou v této fázi života je vnímání nejbližšího okolí a role vůči němu. Vazby mezi pubescentem a jeho rodiči slábnou, zatímco spojení s vrstevníky se naopak stává silnějším, kooperace se skupinou se v tomto období velmi rozvíjí. Pubescenti také touží po jedinečnosti,

¹⁸ MOSSERI, Adam. *Shedding More Light on How Instagram Works* [online].

¹⁹ VÁGNEROVÁ, Marie a Lidka LISÁ. *Vývojová psychologie* [online].

²⁰ VÁGNEROVÁ, Marie a Lidka LISÁ. *Vývojová psychologie*, s. 715 [online].

takže se snaží odlišit od dětí i dospělých a budují si vlastní identitu. K upozornění na jejich odlišnost jim pomáhá samozřejmě styl oblékání a obecně úprava vizuální stránky, ale také například zájmy v neobvyklých oblastech nebo specifický způsob života. Je však běžné, že mladiství jsou v tomto období ve svých názorech nestálí, a tak často názory mění.¹⁹

Jistoty, které v průběhu dětství byly samozřejmostí, se během adolescence vytrácejí, a tak dochází ke zcela novým situacím, kterým jedinec musí čelit. Obecně je vystaven většímu množství sociálních požadavků. Dospívající pomalu opouští od garance, jež pro něj představovala rodina, a vystavuje sám sebe většímu rozhodování. Větší emancipace právě snižuje pocit jistoty, nicméně díky tomu jedinec, ale i jeho okolí, postupně objevuje kompetence a zjišťuje, že tak silnou vázanost již nepotřebuje.¹⁹

1.3.2 Pozdní adolescence (15–20 let)

Následujících pět let života je jedinec ve fázi takzvané pozdní adolescence. Pozdní adolescence bývá chápána jako „*období volnosti, kdy má jedinec dostatek svobody, ale minimální zodpovědnost.*“¹⁹ Nezanedbatelným rozdílem mezi ranou a pozdní adolescencí je sexualita. V tomto věku dochází k pohlavnímu dozrání a často také k prvnímu pohlavnímu styku.²²

Velkou, a nyní již komplexnější, proměnou také nadále prochází psychická i sociální stránka adolescenta. Postupně dochází ke stanovení konkrétnější sociální identity. Vágnerová říká, že: „*Přijetí specifické adolescentní kultury a stylu života vrcholí na počátku tohoto období, sdílení stejných zážitků a hodnot slouží jako potvrzení příslušnosti k věkově vymezené skupině, k potvrzení určité sociální identity.*“²¹

Vztahy mezi dospívajícím jedincem a rodiči se v této fázi vývoje uklidňují a dochází k jejich stabilizaci. Mladistvý se výrazně osamostatňuje a závislost na rodině již obvykle bývá u konce. Jelikož v tomto období dochází k prvnímu většímu rozhodování o své budoucnosti v podobě dalšího studia nebo nástupu do prvního zaměstnání, mezi jedinci nastávají rozdíly v souvislosti s ekonomickou samostatností. Nedílnou součástí pozdní adolescence je navazování nových vztahů a prohlubování těchto vazeb jak na přátelské, tak už také na partnerské úrovni. I v této oblasti dochází k sebepoznávání a je tedy běžné, že adolescent ve sféře partnerství experimentuje.²²

Během období pozdní adolescence jedinci dosahují věku 18 let, a tudíž se z nich oficiálně dle zákona stávají dospělí lidé. Přináší to do jisté míry větší svobodu, ale s ní spojenou také mnohem větší zodpovědnost. Plnoletý člověk je stoprocentně odpovědný za své veškeré jednání. Obecně lze tedy říct, že starší adolescent je postupně schopen utřídit si své vize

²¹ VÁGNEROVÁ, Marie a Lidka LISÁ. *Vývojová psychologie*, s. 1010 [online].

²² VÁGNEROVÁ, Marie a Lidka LISÁ. *Vývojová psychologie* [online].

a stanovit si cíle do budoucnosti, osamostatnit se, a především porozumět svému já. Největšími rozdíly mezi těmito dvěma skupinami jsou samostatnost a (sebe)uvědomění.²²

1.3.3 Vztah této skupiny k internetu a sociálním sítím

Vztah adolescentů s internetem a sociálními sítěmi je v dnešní době velmi blízký. Mladiství v nových technologiích vidí velké příležitosti, například v podobě neomezeného přístupu k informacím, nekonečného přísunu zábavy či možnosti komunikace ať už s přáteli a rodinou, stejně tak s lidmi z celého světa, které neznají.

Připojit se k internetu je možné téměř kdykoli a odkudkoli. Roli internetu v životě jedince lze popsat pomocí známého přísloví „dobrý sluha, ale zlý pán“. Internet poskytuje teenagerům mnoho příležitostí, ale také přináší rizika a výzvy. Mezi ně se může řadit třeba kyberšikana a s ní spojená ztráta sebevědomí či sebeúcty. Dalším rizikem je vystavení uživatele nevhodnému obsahu nebo zkrátka závislost a „odpojení“ se od reálného světa. V neposlední řadě to může být falešná identita člověka, se kterým je jedinec v kontaktu.

V dnešní době je online komunikace běžným jevem ve společnosti, který je hojně využíván. Nabízí příležitost udržovat kontakt s blízkými, kteří fyzicky nablízku nejsou nebo sdílet své zájmy a názory se skupinou lidí. Díky této možnosti často dochází i k utváření nových přátelství skrz online platformy, což může, především u mladších jedinců, představovat hrozbu.

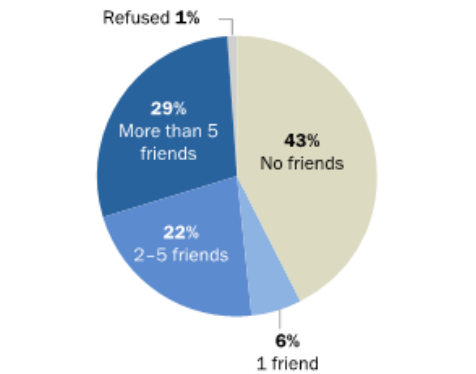
Z výzkumu americké společnosti Pew Research Center²³, který se zabývá navazováním přátelství mladistvých ve věku 13–17 let v digitální éře, vyplývá, že více než polovina dotazovaných získala nového přítele skrz online prostředí. Nejčastějším zprostředkovatelem jsou videohry nebo právě sociální sítě.

Dnes je velmi jednoduché navázat kontakt, zejména na internetu. Pro mladší generaci je to běžný způsob komunikace, což dokazuje fakt, že přes 50 % respondentů odpovědělo, že digitálně navázalo nová přátelství. Zajímavou statistikou je, že drtivá většina těchto „online přátelství“ nikdy nezbourá virtuální bariéry a dotyční tak udržují kontakt pouze skrz různé platformy, přičemž k přímému setkání nedojde. To znázorňuje přiložený graf, který vychází z již zmíněného výzkumu²³.

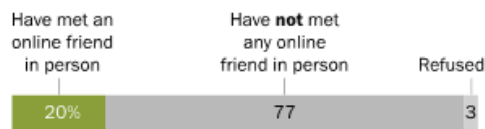
²³ LENHART, Amanda. *Teens, Technology and Friendships: Pew Research Center* [online].

57% of All Teens Have Made New Friends Online

% of all teens who have made ___ friends online



% of all teens who ...



Source: Pew Research Center Teens Relationships Survey, Sept. 25-Oct. 9, 2014, and Feb. 10-March 16, 2015 (n=1,060 teens ages 13 to 17).

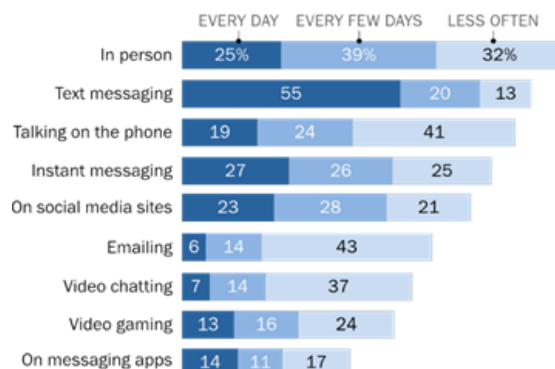
PEW RESEARCH CENTER

Obrázek 2 - Seznamování teenagerů online (Pewresearch.org)

Online komunikace je mezi mladistvými preferovaný způsob, jak zůstat se svými vrstevníky v kontaktu. To potvrzuje i fakt, že pouze čtvrtina dotazovaných teenagerů se svými přáteli tráví čas osobně každodenně. Dominantní variantou udržování komunikace je právě psaní zpráv. Na denní bázi tak komunikuje přes polovinu respondentů.

More Than Half of Teens Text With Friends Daily

% of all teens who spend time with friends...



Source: Pew Research Center Teens Relationships Survey, Sept. 25-Oct. 9, 2014, and Feb. 10-March 16, 2015. (n=1060 teens ages 13 to 17.)

PEW RESEARCH CENTER

Obrázek 3 - Způsoby komunikace mezi dospívajícími (Pewresearch.org)

Další výzkum, konkrétně EU Kids Online IV²⁴, indikuje, že přes 82 % dětí z České republiky ve věku 9–17 let se k internetu připojuje denně skrz svůj mobilní telefon. Nejčastější aktivitou této věkové skupiny na internetu je sledování videí, které denně provozují tři čtvrtiny dotazovaných. Dalšími aktivitami, do kterých se děti a dospívající zapojují denně, je komunikace s přáteli a rodinou (73 %), poslech hudby (72 %) a sociální sítě (70 %). Téměř polovina pak na internetu každý den hraje online hry. Přibližně pětina respondentů internet každý den využívá k práci do školy nebo také vyhledávání zpráv.²⁴

1.3.4 Rizika a příležitosti v online světě

Jak již autorka zmínila, adolescenti se na internetu mohou dostat k velmi zajímavým informacím, nicméně stejně tak se mohou dostat do rizikových situací. V následujících řádkách autorka vypisuje konkrétní příležitosti a hrozby, s nimiž uživatelé mohou přijít do kontaktu. Příklady budou čerpany právě z výzkumu EU Kids Online²⁴ a také z knihy Anny Ševčíkové – *Děti a dospívající online*²⁵. I přesto, že Ševčíková online rizika klasifikuje z publikace od Livingstone a Haddon, která je z roku 2009, jsou příklady relevantní a shodují se s klasifikací rizik a příležitostí od EU Kids Online.

1.3.4.1 Rizika

i. Agrese a kyberšikana

*„Kyberšikana je šikana prováděná prostřednictvím digitálních technologií. Muže probíhat na sociálních mediích, platformách pro zasílání zpráv, herních platformách a mobilních telefonech. Jedná se o opakované chování, jehož cílem je vyděsit, rozzlobit nebo zahanbit ty, na které je cíleno.“*²⁶ I když je kyberšikana od šikany jako takové rozdílná, úzce spolu souvisí. Mezi mladými jsou totiž často vzájemně propojené a ti, kteří jsou zapojeni do online forem šikany, jsou často zapojeni také do offline forem.²⁷

ii. Nevhodný a škodlivý obsah

Jelikož na sociální sítě, a obecně na internet, může uživatel přidávat obsah bez jakékoli cenzury či omezení, je jasné, že jsou mladiství vystavováni i obsahu, jež pro ně není vhodný. Může se jednat o způsoby, jak si fyzicky či psychicky ublížit, způsoby, jak spáchat sebevraždu nebo jak být velmi hubený. Dále to jsou násilné obrázky, nahota, lživé a manipulativní informace nebo například nenávistné zprávy.²⁴

iii. Zneužití dat

Používání sociálních sítí bezesporu zahrnuje šíření různých datových stop, které mohou být zneužity. Kvůli možnosti sledování a shromažďování osobních údajů je naše soukromí

²⁴ BEDROŠOVÁ M., HLAVOVÁ R., MACHÁČKOVÁ H., DĚDKOVÁ L., & ŠMAHEL D. *EU Kids Online IV* [online].

²⁵ ŠEVČÍKOVÁ, Anna. *Děti a dospívající online: Vybraná rizika používání internetu* [online].

²⁶ UNICEF, *Cyberbullying: What is it and how to stop it: 10 things teens want to know about cyberbullying*, 2021 [online].

²⁷ WAASDORP, T.E. & BRADSHAW, C.P. *The overlap between cyberbullying and traditional bullying*. *Journal of Adolescent Health*, 2015 [online].

v ohrožení a může dojít například ke ztrátě peněz v důsledku online podvodu, zjištění polohy pomocí sledování zařízení nebo jednoduše k napadení zařízení virem. Dalším rizikem je možná falešná identita, nikdy člověk neví, kdo se nachází za obrazovkou. Často je snadné získat důvěru druhých, zvláště pak u mladších jedinců. Díky důvěře pak může docházet například k přílišnému sdílení informací, kterými nás dotyčný může následně poškodit. Mnoho lidí vytváří falešné profily s úmyslem oklamat ostatní. Tyto podvodné profily mohou být použity k získání osobních údajů nebo třeba finančních informací. Obecně je velmi obtížné získat skutečný obraz o druhé osobě, pokud je komunikace omezená pouze na textové zprávy.²⁴

1.3.4.2 Příležitosti

i. Možnost vzdělávání

V dnešní době na sociálních sítích existuje nespočet vzdělávacích profilů, na kterých uživatelé najdou edukační příspěvky z oblasti cizích jazyků, historie, architektury a zkrátka z jakékoli oblasti, o kterou se konkrétní uživatel zajímá. Navíc mezi studenty sociální sítě často fungují i jako způsob, jak se propojit se svými spolužáky a následně společně pracovat na projektech či úkolech.²⁴

ii. Socializace

Další výhodou, kterou sociální sítě nabízí nejen adolescentům, je socializace. Díky tomu dospívající mohou udržovat důležité vztahy online, ať už se jedná o komunikaci s rodinou nebo interakci s vrstevníky. Kromě pocitu začlenění a propojení s každodenním životem svých přátel, sociální sítě pro některé mohou představovat prostředí, kde najdou podporu v náročných obdobích jejich životů. Proto je dnes již běžné, že díky sociálním sítím mladiství navazují nová přátelství online. I přesto ale toto sdílení může mít také negativní dopady na psychiku uživatelů. Dochází k velkému srovnávání vlastního života s životy ostatních, což může vést k pocitu méněcennosti.²⁴

iii. Přístup k informacím

V neposlední řadě je nutné zmínit, že internet, včetně sociálních sítí, nabízí možnost okamžitého získávání informací. Dnes už i důvěryhodné zdroje a média mají své profily na sociálních sítích, kde je uživatelé mohou sledovat a čerpat tak relevantní informace.²⁴ Jako další výhodu, především právě u adolescentů, autorka vidí to, že pokud si s něčím dospívající ve svém věku neví rady a je jim trapné jít pro informace ke svým rodičům, mohou si informace vyhledat na internetu.

1.3.5 Motivy k používání Instagramu

Tato kapitola o motivech, které vedou uživatele používat sociální síť Instagram, vychází z výzkumu *Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age* od P. Sheldon a K. Bryant²⁸. V práci autoři zkoumají motivaci uživatelů k používání sítě Instagram. Ve výzkumu byly zjištěny čtyři hlavní důvody k využívání platformy, které autorka popisuje v následujících podkapitolách. Výzkumu se účastnilo 239 studentů.

i. Přehled (Surveillance)

Prvním faktorem, který je motivací k aktivitě na Instagramu, byl označen „Přehled o druhých“. Do této položky spadá komunikace s přáteli, přehled o tom, co ostatní sdílejí, nebo jak se vizuálně mění. Patří sem také prolézání profilů a příspěvků jiných uživatelů. Tento faktor již definovali ve své publikaci z roku 2013 Whiting a Williams jako „sledování toho, co dělají ostatní“.²⁸

ii. Dokumentace (Documentation)

Další důvod autorky výzkumu nazvaly jako „Dokumentace“. Jednoduše se jedná o zachycení a uchování vzpomínky na různé události a momenty. Uživatelé rádi dokumentují svůj život prostřednictvím fotografií nebo jiných audiovizuálních forem příspěvku a připomínají si tak například důležité momenty jejich života. Navíc tyto momenty rádi sdílí s ostatními lidmi.²⁸

iii. Coolness

Třetím atributem, jež motivuje uživatele k využívání Instagramu, je tzv. „Coolness“. Toto slovo v českém jazyce nemá ekvivalent, nicméně se jedná o motivaci úspěchu, kdy jedinci touží stát se populárními uživateli. Dále se k tomuto faktoru řadí například propagace sebe samého nebo jednoduše přání být „cool“.²⁸

iv. Kreativita (Creativity)

Posledním faktorem, jež autorky popsaly, je „Kreativita“. V této studii je definována jako: „*předvádění svých dovedností a hledání lidí s podobnými zájmy*“. Uživatelé tedy motivuje možnost najít lidi, se kterými sdílí společný obor zájmu a také příležitost, jak předvést své (nejen) fotografické dovednosti.²⁸

²⁸ SHELDON, Pavica a Katherine BRYANT. *Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age* [online].

2. Praktická část

Praktická část této bakalářské práce navazuje na část teoretickou a zaměřuje se na to, jak adolescenti ve věku 12–15 let vnímají sociální síť Instagram, jak ji využívají a zdali na této platformě vnímají nějaká rizika, hrozby nebo naopak příležitosti a pozitivní stránky. V rámci praktické části nejprve autorka definuje výzkumnou otázku, následně popisuje metodologii výzkumu, představuje respondenty, a nakonec představuje konečné výsledky provedeného výzkumu.

2.1 Výzkumná otázka

V rámci praktické části byla stanovena následující výzkumná otázka, na kterou se autorka pokusí zodpovědět výsledky provedeného výzkumu:

Která rizika a příležitosti dospívající mezi 12–15 lety vnímají na sociální síti Instagram?

Výzkumná otázka má za cíl zjistit, jak dospívající ve vybraném věkovém rozpětí vnímají používání sociální sítě Instagram, zdali si jsou vědomi možných hrozeb či příležitostí na internetu a jestli se zmíněné hrozby či příležitosti shodují s těmi, které autorka popsala v teoretické části.

2.2 Metodologie výzkumu

V této části autorka popisuje výzkumnou strategii, kterou zvolila k provedení výzkumu, charakterizuje respondenty, již se výzkumu zúčastnili, a nakonec přibližuje metodu analýzy dat, konkrétně tematickou analýzu s otevřeným kódováním.

2.2.1 Výzkumná strategie

Pro tuto bakalářskou práci autorka zvolila kvalitativní výzkumnou strategii, jelikož nabízí porozumění problematice do hloubky. Konkrétně se rozhodla pro tematickou analýzu, která se v obsahové analýze řadí mezi nejoblíbenější a zároveň nejstarší metody.²⁹

Průběh kvalitativního výzkumu je odlišný od průběhu kvantitativního. Výzkumník na začátku nestanovuje žádnou hypotézu, naopak formulování nové hypotézy je výstupem výzkumu. Jako první si tedy výzkumník určí téma výzkumu a stanoví si výzkumné otázky. Následně sbírá informace, které analyzuje a postupně tak hledá odpovědi na výzkumné otázky.³⁰ Švaříček a Šedová ve své knize *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách* podstatu kvalitativního výzkumu definují jako: „do široka rozprostřený sběr dat bez toho, že by na počátku byly stanoveny základní proměnné. Stejně tak nejsou předem stanoveny hypotézy a výzkumný projekt není závislý na teorii, kterou již předtím někdo vybudoval. Jde o to do

²⁹ MERTEN, Klaus. *Typologie metod obsahové analýzy* [online].

³⁰ HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: Základní metody a aplikace* [online].

*hloubky a kontextuálně zakotveně prozkoumat určitý široce definovaný jev a přinést o něm maximální množství informací.*³¹

Cílem kvalitativního výzkumu je hlubší porozumění zkoumané problematice. Zprvu byl kvalitativní výzkum vnímán pouze jako doplněk ke kvantitativnímu výzkumu, dnes je však vnímán na stejné úrovni, jako ostatní formy výzkumu.³⁰ Jak bylo již zmíněno, kvalitativní výzkum nabízí hlubší a podrobnější vhled do zkoumané problematiky, avšak výsledky jsou výzkumníkem snadněji ovlivnitelné.³⁰

Proces obsahové analýzy rozdělil František Ochrana v publikaci *Metodologie, metody a metodika vědeckého výzkumu* do čtyř kroků. Konkrétní kroky jsou vypsány v tabulce 1.

Číslo kroku	Název kroku	Výstup
1	Výběr dokumentu	Selektovaný dokument jako předmět zkoumání
2	Dekompozice obsahu dokumentu	Transformace do věcných selekčních údajů
3	Věcné pořádkání textu dokumentu	Transformace slovního vyjádření dokumentu do věcných selekčních údajů
4	Interpretace výsledků	Výsledná analýza dokumentu zahrnující obsahové prvky a jejich vztahy

Tabulka 1 - Metodické kroky při použití obsahové analýzy (*Metodologie, metody a metodika vědeckého výzkumu*)³²

Pro tuto práci byla data získána prostřednictvím metody hloubkových rozhovorů, které s respondenty probíhaly individuálně. Veškerá interview probíhala skrze audiohovor, nejčastěji přes platformu Zoom. Konkrétně byla zvolena metoda polostrukturovaného rozhovoru, jehož cílem je „získat detailní a komplexní informace o studovaném jevu.“³³ Tato metoda sběru dat umožňuje volnost v dotazování – při rozhovoru tedy nemusí být dodržen striktní scénář a tazatel tak v daném rozhovoru může otázky přizpůsobovat a modifikovat na základě odpovědí participantů, popřípadě se doptávat na detailnější informace dle potřeby.

Rozhovor byl předem strukturován a zahrnoval soubor otázek, jejichž pořadí bylo vždy stejné. Většina otázek byla otevřená, v rozhovoru se objevily jak otázky přímé, tak i nepřímé. Dotazy byly rozděleny do několika tematických okruhů:

- používání sociálních sítí

³¹ ŠVAŘÍČEK, Roman a Klára ŠEĐOVÁ. *KVALITATIVNÍ VÝZKUM V PEDAGOGICKÝCH VĚDÁCH*, s. 24 [online].

³² OCHRANA, František. *Metodologie, metody a metodika vědeckého výzkumu*, s. 23 [online].

³³ ŠVAŘÍČEK, Roman a Klára ŠEĐOVÁ. *KVALITATIVNÍ VÝZKUM V PEDAGOGICKÝCH VĚDÁCH*, s. 13 [online].

- používání Instagramu
- vnímání negativního a pozitivního vlivu používání Instagramu
- vnímání rizik a příležitostí na Instagramu
- pocity při aktivitě na Instagramu

2.2.2 Respondenti

Na základě teoretické části byli do výzkumu vybráni respondenti ve věkové kategorii 12–15 let, kteří mají profil na sociální síti Instagram a aktivně tuto platformu využívají. Výzkumu se zúčastnilo 9 dětí z různých částí České republiky. Autorka práce se snažila o rovnoměrné zastoupení obou pohlaví. Z důvodu zachování anonymity byly změněny jména respondentů. Seznam respondentů s dalšími základními údaji je sepsán v tabulce 2.

Jméno	Věk	Bydliště
Kristýna	13	Nová Paka
Ema	12	Hořice
Kateřina	13	Jičín
Adéla	14	Nová Paka
Alexandra	15	Praha
Martin	15	Hořice
Jakub	12	Praha
Vojtěch	13	Praha
Adam	14	Jičín

Tabulka 2 - Seznam respondentů

I když je oficiální věkovou hranicí k založení účtu na Instagramu 13 let, běžně se stává, že děti při registraci o svém věku lžou. To dokazuje například studie České rady dětí a mládeže, která potvrzuje, že téměř 60 % adolescentů někdy při registraci uvedlo nepravdivé údaje. Téměř tři čtvrtiny z těchto respondentů falešné údaje uvedly proto, že musely nahlásit vyšší věk, aby k registraci mohlo dojít. Dalších 36 % nechtělo uvádět své pravé údaje z důvodu bezpečnosti.³⁴ Data dvanáctiletých dětí jsou tedy výjimečná v tom, že je nemá ani samotná platforma, respektive platforma neví skutečný věk svých uživatelů, takže dochází ke zkreslení.

2.2.2.1 Etické aspekty výzkumu

Keith F. Punch ve své publikaci Úspěšný návrh výzkumu uvádí: „*Etická odpovědnost zahrnuje všeobecné principy akademické integrity a poctivosti a respekt k ostatním lidem, kteří se na výzkumu podílejí.*“³⁵ Před samotným zahájením výzkumu byli tedy všichni jeho účastníci, včetně rodičů, obeznámeni s tím, že rozhovory budou nahrávány a poté zanalyzovány k potřebám této bakalářské práce. Respondenti byli ujištěni, že jejich anonymita je zaručená.

³⁴ Česká rada dětí a mládeže. *DĚTI A SOCIÁLNÍ SÍŤE: Výsledky rychlého reprezentativního šetření ke zvyšování věkové hranice nutné pro registraci z důvodu GDPR* [online].

³⁵ PUNCH, Keith F. *Úspěšný návrh výzkumu*, s. 86 [online].

Před samotným výzkumem byl v souladu se zákonem o GDPR zajištěn také informovaný souhlas od zákonných zástupců respondentů podpisem souhlasu o provedení, nahrání a použití rozhovoru k účelům této bakalářské práce. Vzor souhlasu je v příloze č. 1.

*„Etické požadavky se při plánování a provádění výzkumu soustředí na přístup, souhlas a ochranu účastníka.“*³⁶ Autorka si je vědoma možné citlivosti soukromých informací, které respondenti sdělovali. Průběžně vnímala, jak se respondenti při výzkumu cítí a dbala na kontinuální konsens.

2.2.3 Metoda analýzy dat

Na získaná data z rozhovorů bylo aplikováno otevřené kódování dat s tematickou analýzou. Také byly provedeny doslovné transkripce rozhovorů a po přepsání byla data dál analyzována.

Otevřené kódování je obecně aplikováno při průchodu textem. Cílem této fáze je tematické rozkrytí analyzovaného textu. Anselm Strauss ve své publikaci *Základy kvalitativního výzkumu postupy a techniky metody zakotvené teorie* definuje otevřené kódování jako: *„část analýzy, která se zabývá označováním a kategorizací pojmů pomocí pečlivého studia údajů.“*³⁷ Po rozdělení údajů do tematických celků byla témata připravena k následné analýze.

Díky transkripci rozhovorů bylo jednoduché zmapovat několik kategorií z výpovědí respondentů, které byly vytvořeny na základě četnosti a souvislosti odpovědí. Těmto jednotlivým tematickým okruhům byl následně přidělen kód – v tomto případě věta. V rámci této bakalářské práce bylo díky otevřenému kódování hloubkových rozhovorů objeveno šest hlavních tematických okruhů:

- Instagram je spolu s TikTokem mezi adolescenty nejvyužívanější sociální sítí.
- Negativní pocity při používání Instagramu se objevují spíše u dívek.
- Mladiství rizika na Instagramu vnímají.
- Motivací k založení účtu na Instagramu jsou pro dospívající vrstevníci a informace.
- Mladiství jsou spíše pasivními uživateli a konzumenty obsahu na Instagramu.
- Největším pozitivem Instagramu je pro adolescenty zdroj informací.

2.3 Vyhodnocení výzkumu

V části vyhodnocení výzkumu autorka popisuje šest hlavních tematických okruhů, které byly objeveny díky aplikované metodě analýzy dat. Každá podkapitola se zabývá jedním okruhem a nachází se zde výpovědi respondentů, ze kterých autorka práce čerpala.

³⁶ PUNCH, Keith F. *Úspěšný návrh výzkumu*, s. 87 [online].

³⁷ STRAUSS, Anselm a Juliet CORBINOVÁ. *Základy kvalitativního výzkumu: Postupy a techniky metody zakotvené teorie*, s. 43 [online].

2.3.1 Instagram je spolu s TikTokerem mezi adolescenty nejvyžívanější sociální sítí

Autorka se respondentů ptala, jaké sociální sítě používají, na které z nich tráví nejvíce času a kolik hodin denně to přibližně je. Respondenti tedy uváděli, na kterých sociálních sítích mají profil. Odpovědi byly různé, ale každý z respondentů má profil na TikToku a Instagramu, přičemž tyto sociální sítě zároveň patří k platformám, na které denně tráví nejvíce času. Další často zmiňovanou sociální sítí byl Snapchat a WhatsApp, mezi méně časté se řadil Facebook, YouTube, BeReal nebo například Pinterest.

Denní průměr strávený na Instagramu či TikToku se u každého z respondentů liší. Například Adéla uvedla: „*Nejvíce času denně strávím na TikToku a radši ani nechci vědět, kolik to je... ale třeba minimálně okolo tří hodin to bude určitě.*“ Podobně jako Adéla to má Alexandra: „*Nejvíce závislá jsem na TikToku a snad ani nemůžu říct, kolik hodin denně to je, každopádně přibližně tři až čtyři hodiny za den to budou.*“

Respondentka Ema uvedla: „*Telefon mi ukazuje, že nejvíce závislá jsem na Instagramu a trávím na něm přibližně hodku a půl denně.*“ I chlapci potvrzují oblíbenost Instagramu. Participant Jakub odpověděl: „*Asi Instagram, si myslím. Dřív to byl TikTok, ale teď už spíš Instagram. Ale nevím, kolik času denně to je přesně, řekl bych, že tak hodina.*“ Respondent Adam uvedl: „*Určitě nejvíce času trávím na Instagramu, přijde mi to tam nejlepší a nejobtavnější. Strávím tam tak dvě hodiny denně.*“

Z odpovědí vyplývá, že se většina respondentů shoduje na tom, že doba, kterou denně stráví online, je velmi dlouhá. To dokazuje i odpověď Vojtěcha, který se svůj pobyt na sociálních sítích snaží omezit: „*Nejvíce času trávím na TikToku, dřív to bylo okolo tří až čtyř hodin denně, což je hrozný. Tak jsem si na mobilu nastavil limit, aby mě to upozorňovalo, až tam budu hodinu a půl, abych nebyl tak závislej.*“

2.3.2 Negativní pocity při používání Instagramu se objevují spíše u dívek

Jedna z otázek se týkala pocitů, které adolescenti prožívají, pokud zrovna jsou na Instagramu. Odpovědi zde u dívek a u chlapců byly diametrálně odlišné. Zatímco většina dívek odpověděla, že převažují negativní pocity, stejná odpověď se u chlapců vyskytla jen zřídka.

Mezi odpověďmi dívek se často objevovaly pocity méněcennosti, nižší sebedůvěry nebo například ovlivnění percepce sebe samotné. Respondentka Kateřina uvedla: „*Ve mně převládají spíš negativní pocity, protože vždycky, když projíždím ten Instagram, tak se mi zdá, že všichni lidi jsou ve všem lepší než já. Jsou úplně takoví dokonalí.*“ Respondentka Kristýna uvedla: „*No jakoby mám i dobrý i špatný pocity. Pozitivní hlavně když tam vidím třeba nějaký vtipný video nebo se něco dozvím, ale taky si často kvůli fotkám ostatních připadám míň hezká třeba.*“

Respondentce Emě se pocity při používání Instagramu postupem času změnily: *„Teď už mám spíš pozitivní pocity, ale dřív to hodně byly ty negativní. Sledovala jsem tam hodně influencerek a prostě když dávaj svoje fotky, tak pak mám pocit, jakože nejsem tak dokonalá, jako ony. Takže jsem jich docela hodně prostě přestala sledovat, ať to na mě tak často nevyskakuje.“*

Jakub uvedl: *„Pozitivní.“* Po doptání autorky, proč nebo díky čemu jsou způsobeny pozitivní pocity, odpověděl: *„Nevím. Protože tam vždycky objevím něco nového o tématu, co mě zajímá.“* Respondent Martin uvedl: *„Vůbec jsem se nikdy necítil třeba nějak méněcenně, to fakt ne. Spíš, jak říkám, jakože když tam sleduju ty svoje oblíbený profily, tak mi to přináší zábavu a informace, takže z toho mám dobrý pocity. Někdy se ale dokážu vytočit, třeba když vidím, jaký blbosti tam lidi píšou.“*

2.3.3 Mladiství rizika na Instagramu vnímají

Výzkum ukázal, že adolescenti si uvědomují, že se používáním sociálních sítí, v tomto případě konkrétně Instagramu, vystavují určitým rizikům. Každý respondent vnímá hrozby v jiných formách, nejčastěji se však mluvilo o kyberšikaně nebo zneužití osobních informací.

Kristýna uvedla: *„No, jakože určitě se na Instagramu vystavuji rizikům. Třeba tomu, že každej tam může všechno použít proti vám. Všechno, co na ten Instagram dám, tak se stahuje do nějakých těch databází.“* Respondentka Ema uvedla: *„První, co mě u týchle otázky napadlo, je, jakože si myslím, že si lidi kolikrát neuvědomují, že když maj veřejnej účet, tak se na tebe může kouknout kdokoli a kolikrát to jsou fakt divný lidi. I tím si o nás můžou zjistit celkem dost informací.“* *„No určitě tam nějaký rizika jsou, třeba že ti někdo hackne účet a může zjistit tvoje osobní údaje. Nebo se za tebe pak vydává a ty kontakty může zjišťovat i u mých kamarádů,“* řekl Adam.

Kateřina odpověděla: *„Může tě tam kdokoli najít a psát ti třeba nevhodný věci nebo může dojít ke kyberšikaně. S tou jsem se naštěstí nesetkala.“* Martin jmenoval stejné riziko: *„Někdo mi skrz Instagram může ubližovat nějakým způsobem, psát mi hnusný věci, ponižovat mě a prostě šikanovat. Nejhorší je, že to pak ten šikanovanej kolikrát nikomu neřekne, protože se třeba stydí.“*

Někteří z respondentů by také uvítali, pokud by se o určitých rizicích mohli dozvědět například ve škole. Konkrétně Kristýna řekla: *„Mně třeba přijde škoda, že to ve škole skoro vůbec neřešíme. Jakože občas něco málo, ale že by to bylo dostatečný, to si fakt nemyslím.“*

Většina respondentů také jako riziko či negativní vliv Instagramu uvedla strávený čas online a závislost. Například Vojtěch řekl: *„Asi že tam trávím moc času, to je na nic. Uvědomuju si, že tam jsem fakt hodně a mohl bych místo toho dělat něco jiného.“* Martin uvedl: *„Riziko je pro mě i to, že tam během dne kolikrát strávím moc času. A k tomu zbytečně, v podstatě.“*

Respondentka Alexandra zmínila: „*Určitě tam vnímám rizika a negativa. Třeba jsem se přistihla, že mě Instagram jakoby donutil dát tam něco, co se mi třeba až tak nelíbilo. Jakože jsem to vlastně asi úplně nebyla já a přetvařovala jsem se. Taky bych řekla, že je riziko to, že na mobilu trávím víc času a nejsem víc venku.*“

2.3.4 Motivací k založení účtu na Instagramu jsou pro dospívající vrstevníci a informace

Součástí výzkumu byly také otázky ohledně důvodů, díky kterým si respondenti založili profil na Instagramu. Nejčastěji participanti zmiňovali, že to byla komunikace se svými přáteli nebo možnost, jak se dozvědět spoustu informací. Někteří si Instagram stáhli, aby mohli sledovat své oblíbené sportovce nebo jiné celebrity.

Všichni respondenti uvedli jako alespoň jeden z důvodů, že Instagram si založili především kvůli svým kamarádům. Respondentka Alexandra uvedla: „*Všichni moji kámoši Instagram měli a říkali mi, ať si to taky založím, abychom tam spolu mohli komunikovat.*“ Téměř stejná odpověď přišla od Kateřiny, jež uvedla, že si Instagram založila kvůli kamarádům a díky platformě s nimi může být neustále v kontaktu. Obdobné odpovědi byly ještě u dvou respondentek, konkrétně Kristýny: „*No asi proto, že to používali všichni, tak jsem si to taky nainstalovala a pak to taky začala používat,*“ a Adély: „*Úplně na začátku to byli moji kamarádi, kteří Instagram měli dřív než já a psali si tam třeba. Tak mě to taky lákalo, ta komunikace a taky přehled obecně, nejen o těch kamarádech.*“

Celkový přehled zmínil také Adam: „*...lákalo mě, že se tam můžu dozvědět spoustu informací a díky tomu mám přehled o dění ve světě.*“ Martinova motivace k založení profilu rovněž zahrnuje přístup k informacím: „*Instagram jsem si založil hlavně kvůli ostatním kamarádům. Ale věděl jsem, že tam můžu začít sledovat moje oblíbený fotbalisty a profily, díky kterým zjišťuju hodně informací a mám přehled, takže to v tom taky hodně hrálo roli.*“

Většina chlapců ve svých důvodech k založení profilu na Instagramu také přidala možnost sledovat sportovce, které obdivují. Jakub řekl: „*...chtěl jsem sledovat moje oblíbený fotbalisty a jiný sportovce, to mě hodně lákalo, přijde mi totiž fakt hustý, že můžu vidět, co dělá třeba můj největší fotbalový vzor Cristiano Ronaldo.*“ Příležitost sledování svých idolů zmínil také Vojtěch: „*...chtěl jsem sledovat hokejisty, protože hokej hraju a baví mě, že můžu sledovat životy hvězd, na který se koukám v televizi, když hrajou zápas. Ale sleduju například i rappery, který poslouchám.*“

2.3.5 Mladiství jsou spíše pasivními uživateli a konzumenty obsahu na Instagramu

Otázky výzkumu se zaměřovaly také na způsob používání platformy. Autorku zajímalo, zda jsou adolescenti spíše aktivními nebo naopak pasivními uživateli. Téměř všichni respondenti momentálně Instagram používají hlavně pasivně a obsah především konzumují.

Tento fakt dokazuje například odpověď Adama: „Určitě pasivně, vůbec nic tam nepřidávám.“ Martin odpověděl: „No já tam obsah jen konzumuju, jsem určitě pasivní uživatel a ani si teď nevybavuju, kdy jsem někam něco přidal.“

Participant Vojtěch občas nějaký obsah na Instagram či TikTok přidá, ale jen zřídkakdy. „Sem tam dám nějaký video s kámošema na TikTok nebo něco na Instagram na story, fakt málokdy dám fotku na Instagram. A když už, tak je to jen z hokeje. Ale jako celkově rozhodně obsah víc konzumuju.“ Obsah, který Vojtěch přidá, je především pro něj samotného či pro jeho nejbližší okolí. „To, co tam dávám, je jen pro mě a pro moje kamarády. Rád používám Close Friends, tam přidávám asi nejvíc.“

Podobně jako Vojtěch to má Adéla: „Rozhodně obsah na Instagramu a celkově na sociálních sítích víc konzumuju. Na svůj profil přidám něco opravu jen jednou za čas, a to většinou jen do Close Friends. Ani jsem si Instagram nezakládala z toho důvodu, abych se tam jakože nějak prezentovala.“

Jedna respondentka, konkrétně Kateřina, uvedla, že je i producentem obsahu na Instagramu. „Mám to tak napůl, jasně, že obsah hodně konzumuju, ale dost často obsah na Instagramu i vytvářím. Celkem hodně přidávám fotky, koláže nebo různé videa hlavně do Stories. Baví mě to vytvářet a hrát si s tím, jak to bude vypadat, až to přidám. Navíc to tam pak mám jako vzpomínky.“

2.3.6 Největším pozitivem Instagramu je pro adolescenty zdroj informací

Autorka se respondentů ptala také na pozitiva a příležitosti, které na sociální síti Instagram vnímají. Rovněž v této části byly odpovědi dospívajících různorodé, nejčastěji se však opakovala příležitost k získání důležitých informací, také se objevila pozitiva jako například inspirace či zábava.

Participant Adam řekl: „Můžu tam sledovat účty, díky kterým se něco nového naučím a dozvím. A prostě se dozvídám ty aktuality, co se dějou, myslím, že jinak bych se to nedozvěděl.“ Ema odpověděla: „Cokoliv chci, tak tam můžu dát a zároveň cokoli potřebuju vědět, to si tam můžu najít. Pro mě je to velký zdroj informací. Jako pozitivum vnímám taky to, že se tam může rychle rozšířit mezi lidi třeba nějaká petice nebo informace o důležitých tématech. Teď na Instagramu hodně kolovala petice proti tomu, aby se na Aljašce těžila ropa.“

Možnost šíření důležité informace oceňuje rovněž Jakub: „...taky to může změnit pohled lidí na nějaký důležitý věc, který nejsou správný třeba pro naši planetu.“ Adéla zase zmínila všeobecný přehled: „Pro mě je to rychlá možnost k získání informací a díky tomu mám přehled. Já tam sleduju hlavně třeba profil ČT24 a tak.“ Taktéž Martin pozitivně vnímá především přístup k informacím: „Jo, tak jako dozvídám se tam spoustu věcí a důležitých informací, což je určitě pozitivní. Pokud člověk chce, tak to fakt může být zdroj, díky kterému

může mít přehled o tom, co se ve světě děje. Taky jako pozitivum vnímám to, že tam má člověk prostor pro nějaký zviditelnění nebo třeba možnost výdělků.“

Kateřina pozitivum Instagramu vnímá skrz možnost začlenění: *„Je dobrý, že se tam můžu seznámit s novými lidmi. To jsem vlastně řekla i jako riziko, ale přijde mi dobrý, že se tam můžu propojit s lidmi, co je baví stejné věci třeba. Zároveň jako pozitivum vnímám to, že si tam vždycky najdu něco, co mě baví.“*

Respondentka Alexandra řekla: *„Super je, že tam vždycky najdu inspiraci úplně pro cokoli. Ať už je to oblékání, doplňky do pokojíčku nebo třeba make-up.“* Stejný důvod uvedl i Vojtěch: *„Pro mě je to především inspirace a motivace. Když vidím příspěvky svých oblíbených hokejistů, tak mi to dodává motivaci. Koukám na ně vždycky, když se mi nechce na trénink a hodně mě to inspiruje.“*

Dalším pozitivem pro některé respondenty byla zábava, konkrétně Kristýna uvedla: *„Pro mě je to především zábava, ta je zaručená. Ale třeba když tam sleduju anglické profily nebo influencery, tak mě to určitě přiučí, to mi taky přijde jako velký plus.“*

2.4 Diskuze

Na základě poznatků zjištěných z hloubkových rozhovorů vyplývá, že Instagram je mezi adolescenty jednou z nejoblíbenějších a nejvyužívanějších sociálních sítí. Respondenti jsou na platformě Instagram aktivní každý den a tráví na ní hodně času. Toto zjištění koresponduje s již zmiňovaným výzkumem EU Kids Online IV, který říká, že téměř pro tři čtvrtiny dotazovaných dětí v České republice je trávení času na sociálních sítích denní rutinou. Celkově online jsou v průměru 3 hodiny za den.

Výzkum *The analysis of advantages and disadvantages of use of social media in European Union*³⁸ z roku 2017 ukázal, že hlavní příčinou pro používání sociálních sítí je kontakt s přáteli, což se provedeným výzkumem potvrdilo rovněž u Instagramu. Ve výzkumu *Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age*³⁹ od P. Sheldon a K. Bryant byly zjištěny čtyři hlavní důvody k využívání aplikace – Přehled, Dokumentace, Coolness a Kreativita. Tři z těchto čtyř motivací se objevily i ve výpovědích respondentů, kteří zmínili, že Instagram využívají proto, aby měli přehled, co dělají jejich kamarádi (Přehled), také že si zde mohou najít lidi, se kterými sdílí stejné zájmy (Kreativita), stejně jako že si uchovávají vzpomínky na různé události v jejich životě (Dokumentace). Jedinou kategorií, o níž v provedeném výzkumu nebyla ani zmínka, je kategorie Coolness. Naopak dalšími důvody k používání Instagramu, které respondenti zmiňovali, jsou zábava nebo zjišťování informací a zpráv ze světa.

Věková skupina, jež byla zařazena do tohoto výzkumu, používá široké spektrum sociálních sítí, nicméně konkrétně využití Instagramu společně s TikTokem vyčnívá nad ostatními platformami. To potvrzují i statistiky od společnosti Statista⁴⁰ z ledna 2023, které říkají, že nejvíce aktivních uživatelů měsíčně má Facebook, následuje ho YouTube a na pomyslné třetí příčce se nachází Instagram. TikTok se v žebříčku nachází těsně za ním. Statistiky tedy naznačují, že Facebook pro mladistvé už není prioritní platformou, což se ve výpovědích respondentů taktéž objevilo.

Na výzkumnou otázku, která byla v rámci této bakalářské práce stanovena, se autorce podařilo najít odpověď. Z výzkumu vyplývá, že jsou si dospívající vědomi příležitostí, stejně jako negativ. Příležitosti a rizika, které autorka popsala v teoretické části, se shodují s příležitostmi a riziky, jež vyjmenovali respondenti výzkumu. Nejčastěji zmiňovaným rizikem u respondentů byla kyberšikana a zneužití dat. Naopak nejvíce podotýkané pozitivum bylo v podobě přístupu k informacím nebo možnosti vzdělávání.

³⁸ DRAHOŠOVÁ, Martina a Peter BALCO. *The analysis of advantages and disadvantages of use of social media in European Union* [online].

³⁹ SHELDON, Pavica a Katherine BRYANT. *Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age* [online].

⁴⁰ DIXON, S. *Global social networks ranked by number of users 2023* [online].

Dále z výzkumu vyplývá, že děti si uvědomují, že nejen na Instagramu, ale obecně na sociálních sítích, tráví hodně času a vnímají to jako velmi negativní aspekt. Strávený čas na Instagramu je mnohdy delší, než by sami respondenti chtěli, avšak pouze zlomek respondentů podnikl kroky, aby tomu tak nebylo.

2.4.1 Limitace výzkumu

I přes přínosnost zjištěných poznatků je výzkum v několika aspektech limitován. Všeobecná limitace kvalitativního výzkumu je možná změna chování nebo odpovědí respondentů v momentě, kdy se dozví, že jsou součástí výzkumu. Steven Tenny to ve své studii popisuje jako „*Efekt očekávání pozorovatele: Někteří účastníci změni své chování nebo reakce, aby uspokojili výzkumníka, který si přeje dosáhnout požadovaného efektu.*“⁴¹

Autorka si je vědoma, že vzorek respondentů, kteří byli zahrnuti v tomto výzkumu, není dostatečně rozsáhlý, aby z něj bylo možné vyvozovat významnější závěry, které by se daly generalizovat na celou populaci adolescentů v České republice. Přesto je autorka přesvědčena, že výzkum objevil několik zajímavých zjištění, z nichž se některá lišila od obecného trendu a jiná se s ním naopak shodovala.

⁴¹ TANNY, Steven, Janelle M. BRANNAN a Grace D. BRANNAN. *Qualitative Study* [online].

Závěr

Sociální sítě jsou čím dál větší součástí života mladistvých, na což několikrát poukázala i tato práce. Bakalářská práce se zabývala vnímáním sociální sítě Instagram adolescenty ve věku 12–15 let. Cílem práce bylo zjistit, jak dospívající ve vybraném věkovém rozpětí vnímají používání sociální sítě Instagram, zdali si jsou vědomi možných hrozeb či příležitostí na internetu a jaké hrozby či příležitosti to v jejich očích jsou.

Z výzkumu vyplývá, že mladiství vnímají Instagram jako platformu, jež jim přináší jak rizika, tak i pozitivní stránky či příležitosti. Na jedné straně byla identifikována rizika spojená s používáním Instagramu jako například negativní vliv na sebevědomí a percepci sebe samého nebo závislost, kdy respondenti uváděli, že na Instagramu a obecně na internetu tráví více času, než by sami chtěli. Dále nevhodné chování v podobě kyberšikany či například možný kontakt s neznámými lidmi.

Rovněž bylo zjištěno, že Instagram pro dospívající nabízí také pozitivní stránky a příležitosti. Mezi tyto pozitivní stránky patří možnost přístupu k informacím, propojení se s lidmi, kteří mají podobné zájmy, což souvisí i se získáním podpory od své komunity. Instagram může také poskytnout inspiraci, zábavu, a může být nástrojem pro sebevyjádření nebo vyjádření své kreativity.

Celkově lze tedy konstatovat, že Instagram je pro mladistvé ve věku 12–15 let ambivalentní platformou, která přináší jak rizika, tak i pozitivní stránky. Je důležité, aby rodiče, pedagogové a další dospělí poskytovali mladistvým adekvátní vzdělání a podporu, aby se dospívající dokázali vyrovnávat nejen s potenciálními nástrahami, což zmínili i někteří respondenti. Autorka se domnívá, že vzdělávání o digitální gramotnosti a ochraně soukromí online by mělo být součástí výchovy mladých lidí a jejich přístupu k sociálním sítím jako je například Instagram.

Fenomén využívání sociálních sítí je především mezi dospívajícími čím dál rozšířenější a je jasné, že v budoucnu vznikne mnoho dalších studií a výzkumů v souvislosti s tímto tématem, jelikož je zde řada otázek, na které zatím nebylo zodpovězeno. Autorka tak věří, že toto téma bude i nadále předmětem řady výzkumů, zejména v oblasti bezpečnosti dětí na internetu nebo například samotného vzdělávání v této oblasti.

Téma sociálních sítí ve spojení s mladistvými je velmi aktuální a přináší řadu zajímavých otázek. Budoucí výzkumy by mohly ověřit zjištěné výsledky tohoto výzkumu kvantitativně, aby byl vzorek respondentů reprezentativní. Další možností je zahrnout více respondentů do výzkumu s kvalitativním přístupem. To by pomohlo k tomu, aby byla data lépe podložena. Zároveň by bylo vhodné zkoumat efektivní metody, jak se případným rizikům na sociálních sítích co nejvíce bránit.

Summary

Social networking is increasingly a part of teenagers' lives, as this paper has pointed out several times. This bachelor thesis explored the perceptions of the social network Instagram by adolescents aged 12-15. The aim of the thesis was to find out how adolescents in the selected age range perceive the use of the social network Instagram, whether they are aware of possible threats or opportunities on the Internet and what they perceive these threats or opportunities to be.

The research shows that teens perceive Instagram as a platform that presents them with both risks and positive stands or opportunities. On the one hand, risks associated with Instagram use were identified, such as negative effects on self-esteem and self-perception, or addiction, with respondents reporting that they spend more time on Instagram and the internet in general than they would like to. Furthermore, inappropriate behavior in the form of cyberbullying or, for example, possible contact with strangers.

It was also found that Instagram also offers positive aspects and opportunities for teens. These positives include the ability to access information, connect with people who have similar interests, which is also related to gaining support from their community. Instagram can also provide inspiration, entertainment, and can be a tool for self-expression or expressing one's creativity.

Overall, it can be concluded that Instagram is an ambivalent platform for adolescents aged 12-15 years old, which brings both risks and positives. It is important for parents, educators and other adults to provide adequate education and support to teens so that they are able to cope not only with the potential traps, which was also mentioned by some respondents. The author believes that education about digital literacy and online privacy should be part of young people's education and their access to social networking sites such as Instagram.

The phenomenon of social networking use, especially among adolescents, is becoming more and more widespread and it is clear that many more studies and research will be produced in the future in relation to this topic, as there are many questions that have not yet been answered. Thus, the author believes that this topic will continue to be the subject of much research, especially in the area of child safety on the Internet or, for example, education itself in this area.

The topic of social networking in connection with adolescents is very current and raises several interesting questions. Future research could verify the findings of this research quantitatively to ensure that the sample of respondents is representative. Another option is to include more respondents in the research with a qualitative approach, this would help to

make the data more grounded. At the same time, it would be useful to explore effective methods to counter potential risks on social media as much as possible.

Zdroje

Elektronické zdroje

BEDROŠOVÁ M., HLAVOVÁ R., MACHÁČKOVÁ H., DĚDKOVÁ L., & ŠMAHEL D. (2018). *České děti a dospívající na internetu: Zpráva z výzkumu na základních a středních školách*. Projekt EU Kids Online IV – Česká republika. Brno: Masarykova univerzita. [online]. [cit. 2023-04-03]. Dostupné z: https://irtis.muni.cz/media/3137006/eu_kids_online_report_2018_cz_main.pdf

BLYSTONE, Dan. *Instagram: What It Is, Its History, and How the Popular App Works*. Investopedia [online]. 2022, 22. 10. 2022 [cit. 2023-03-01]. Dostupné z: <https://www.investopedia.com/articles/investing/102615/story-instagram-rise-1-photo0sharing-app.asp>

BRANHART, Ben. *Everything you need to know about social media algorithms*. Sproutsocial.com [online]. 26. 3. 2021 [cit. 2023-03-11]. Dostupné z: <https://sproutsocial.com/insights/social-media-algorithms/>

Česká rada dětí a mládeže. *DĚTI A SOCIÁLNÍ SÍŤE: Výsledky rychlého reprezentativního šetření ke zvyšování věkové hranice nutné pro registraci z důvodu GDPR*. In: Česká rada dětí a mládeže [online]. 2018 [cit. 2023-04-11]. Dostupné z: <https://crdm.cz/download/publikace/CRDM-Zprava-Deti-a-socialni-site.pdf>

DIXON, S. *Countries with the most Instagram users 2023*. In: Statista [online]. 15. 2. 2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>

DIXON, S. *Global social networks ranked by number of users 2023*. Statista [online]. 14. 2. 2023 [cit. 2023-03-10]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

DIXON, S. *Instagram: distribution of global audiences 2023, by age and gender*. In: Statista [online]. 14. 2. 2023 [cit. 2023-03-02]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/248769/age-distribution-of-worldwide-instagram-users/>

DOLLARHIDE, Maya E, 2021. *Social Media*. Investopedia [online]. 2023-01-25. Dostupné z: <https://www.investopedia.com/terms/s/social-media.asp>

DRAHOŠOVÁ, Martina a Peter BALCO. *The analysis of advantages and disadvantages of use of social media in European Union* [online]. Prosinec 2017 [cit. 2023-04-12]. Dostupné z: doi:10.1016/j.procs.2017.05.446

INSTAGRAM. *Správa účtu: Registrace a jak začít*. In: Help.instagram.com [online]. [cit. 2023-04-15]. Dostupné z: https://help.instagram.com/424737657584573?cms_id=424737657584573

KEMP, Simon. *INSTAGRAM STATISTICS AND TRENDS*. Datareportal.eu [online]. [cit. 2023-02-20]. Dostupné z: <https://datareportal.com/essential-instagram-stats>

KEPIOS. *GLOBAL SOCIAL MEDIA STATISTICS*. In: Datareportal [online]. February 2023 [cit. 2023-03-10]. Dostupné z: <https://datareportal.com/social-media-users>

LENHART, Amanda. *Teens, Technology and Friendships: Pew Research Center* [online]. 6. 8. 2015 [cit. 2023-04-01]. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/internet/2015/08/06/teens-technology-and-friendships/>

MATTERN, Joanne. Instagram. In: MATTERN, Joanne. *Instagram* [online]. North Mankato, Minnesota: Abdo Publishing, 2017 [cit. 2023-03-01]. ISBN 9781680775754. Dostupné z: https://books.google.cz/books?hl=cs&lr=&id=0BvPDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=instagram+information&ots=Ay2WjUsODt&sig=lxMVaWU1yL6bx5iaO5xSiddqnb4&redir_esc=y#v=onepage&q&f=true

McLACHLAN, Stacey a Karolina MIKOLAJCZYK. *2023 Instagram Algorithm Solved: How to Get Your Content Seen*. Hootsuite [online]. 20. 7. 2022 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://blog.hootsuite.com/instagram-algorithm/>

MERTEN, Klaus. *Typologie metod obsahové analýzy* [online]. [cit. 2023-04-09]. Dostupné z: <https://web.archive.org/web/20070807102125/http://web.ff.cuni.cz/~rada/taoa/~RTFverze/METOBSAN.rtf>

MOSSERI, Adam. *Shedding More Light on How Instagram Works*. Instagram [online]. [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://about.instagram.com/blog/announcements/shedding-more-light-on-how-instagram-works>

OBAR, J.A. and Wildman, S., 2015. *Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue*. Telecommunications policy, 39(9), 745-750. [online]. 2023-01-25. Dostupné z: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2663153

OCHRANA, František. *Metodologie, metody a metodika vědeckého výzkumu* [online]. Praha: Karolinum, 2019 [cit. 2023-04-10]. ISBN 987-80-246-4204-8. Dostupné z: <https://www.bookport.cz/e-kniha/metodologie-metody-a-metodika-vedeckeoho-vyzkumu-1215224/#>

PEREZ, Juan Carlos. Forrester: *Social Media Content Creators Down in U.S.* PCWorld [online]. 28. 9. 2010 [cit. 2023-03-20]. Dostupné z: <https://www.pcworld.com/article/503525/article-2867.html>

PUNCH, Keith F. *Úspěšný návrh výzkumu* [online]. Praha: Portál, 2015 [cit. 2023-04-16]. ISBN 978-80-7367-468-7. Dostupné z: https://books.google.cz/books?hl=cs&lr=&id=GXgnEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA51&dq=etické+aspekty+výzkumu&ots=Dxc0zd7iEU&sig=KiYLvZZ7E6YUdWhXx85UChQlxzw&redir_esc=y#v=onepage&q=etické%20aspekty%20výzkumu&f=false

SHELDON, Pavica a Katherine BRYANT. *Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age* [online]. 21. 12. 2015 [cit. 2023-04-05]. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563215303307>

STRAUSS, Anselm a Juliet CORBINOVÁ. *Základy kvalitativního výzkumu: Postupy a techniky metody zakotvené teorie* [online]. Brno: Albert, 1999 [cit. 2023-04-11]. ISBN 80-85834-60-X. Dostupné z: <https://ndk.cz/view/uuid:7e5b1090-a830-11e2-b6da-005056827e52?page=uuid:243cb2c0-c541-11e2-9592-5ef3fc9bb22f>

ŠEVČÍKOVÁ, Anna. *Děti a dospívající online: Vybraná rizika používání internetu* [online]. Praha: Grada Publishing, 2014 [cit. 2023-04-03]. ISBN 978-80-247-9645-1. Dostupné z: <https://www.bookport.cz/e-kniha/deti-a-dospivajici-online-1215207/#>

ŠVAŘÍČEK, Roman a Klára ŠEĐOVÁ. *KVALITATIVNÍ VÝZKUM V PEDAGOGICKÝCH VĚDÁCH* [online]. Praha: Portál, 2007 [cit. 2023-04-09]. ISBN 978-80-7367-313-0. Dostupné z: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwirivHygrH-AhXI_7sIHaaPAv0QFnoECCIQAQ&url=https%3A%2F%2Fd1.cuni.cz%2Fpluginfile.php%2F627031%2Fmod_folder%2Fcontent%2F0%2FSVARICEK_ROMAN_SEDOVA_KLARA--1.pdf%3Fforcedownload%3D1&usg=AOvVaw3RzEAKvfMxzM1-yVH6TRIF

TANNY, Steven, Janelle M. BRANNAN a Grace D. BRANNAN. *Qualitative Study* [online]. 22. 12. 2017 [cit. 2023-04-12]. 29262162. Dostupné z: <https://europepmc.org/article/NBK/nbk470395>

UNICEF, 2021 [online]. *Cyberbullying: What is it and how to stop it: 10 things teens want to know about cyberbullying*. [cit. 2023-04-05]. Dostupné z: <https://www.unicef.org/end-violence/how-to-stop-cyberbullying>

VÁGNEROVÁ, Marie a Lidka LISÁ. *Vývojová psychologie*. In: *Vývojová psychologie: Dětství a dospívání* [online]. Praha: Karolinum, 2022, s. 715-1010 [cit. 2023-03-30]. ISBN 978-80-246-5024-1. Dostupné z: <https://www.bookport.cz/e-kniha/vyvojova-psychologie-1241118/>

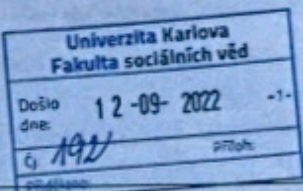
WAASDORP, T.E. & BRADSHAW, C.P. (2015). *The overlap between cyberbullying and traditional bullying*. *Journal of Adolescent Health*, 56(5), 483–8. [cit. 2023-04-05]. Dostupné z: [https://www.jahonline.org/article/S1054-139X\(14\)00758-7/fulltext](https://www.jahonline.org/article/S1054-139X(14)00758-7/fulltext)

Knižní zdroje

PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální sítě*. Praha: Oeconomia, 2010. ISBN 978-80-245-1742-1.

Teze bakalářské práce

SCHVÁLENO

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce	
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:	
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Wagenknechtová Anna	Razítko podatelny: 
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2020/2021	
E-mail diplomantky/diplomanta: 97486097@fsv.cuni.cz	
Studijní obor/forma studia: Komunikační studia – specializace Mediální studia, bakalářské studium, prezenční	
Název práce v češtině: Instagram a jeho rizika a pozitivní stránky vnímané očima mladistvých ve věku 12-15 let	
Název práce v angličtině: Instagram and its risks and positives as perceived by adolescents aged 12-15	
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013): (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve po dvou semestrech</u> od schválení tezi) LS 2022/2023	
Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků): Ve své bakalářské práci bych se ráda zaměřila na sociální síť Instagram. Konkrétně pak na vnímání této platformy mladistvými ve věku mezi 12 a 15 lety. Nejprve bych ze sociologického hlediska popsala mnohou vybranou cílovou skupinu a také její vztah k internetu a sociálním sítím. Dále bych se zaměřila na samotný Instagram a popsala jeho vznik, základní princip fungování a funkce. Následovaly by hloubkové rozhovory s vybranými respondenty dané věkové kategorie. Rozhovory budou analyzovány otevřeným kódováním a následnou tematickou analýzou. Hlavním cílem práce je zjistit, jaké výhody či rizika na Instagramu cílová skupina vnímá.	
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):	
A) Úvod B) Teoretická část <ul style="list-style-type: none"> • představení a vymezení věkové skupiny – vztah této skupiny k sociálním sítím a obecně internetu • sociální síť Instagram – vznik, vývoj, uživatelé, funkce, principy C) Empirická/ praktická část <ul style="list-style-type: none"> • metodologie výzkumu – popis zvolené metody, výzkumné otázky • analýza hloubkových rozhovorů – otevřené kódování, tematická analýza a následné vyvození závěrů D) Závěr	
Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období jeho analýzy): Práce bude vycházet hlavně z odpovědí v rozhovorech, které budou provedeny s mladistvými ve věku 12-15 let.	
Postup (technika) při zpracování materiálu: Teoretická část: studium odborné literatury, rešerše Praktická část: hloubkové rozhovory	
Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a způsobu jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):	

LIVINGSTONE, S.; HADDON, L. *Kids online: opportunities and risks for children*. Policy Press, 2009. ISBN 18-4742-438-4

Projekt EU Kids Online zkoumá neustále se měnící rizika a nástrahy na internetu, kterým děti dennodenně čelí.

OCHRANA, František. *Metodologie, metody a metodika vědeckého výzkumu*. Karolinum, 2019. ISBN 978-80-246-4204-8.

Titul se zabývá formami výzkumu, popisuje typy metod, jejich výhody i limity. Zmiňuje jejich možnosti uplatnění, zabývá se také časovou náročností provedení.

PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální sítě*. Praha: Oeconomica, 2010. ISBN 978-80-245-1742-1.

Titul zaměřený na nová média a sociální sítě. Popisuje nejen jejich vznik a historii, ale zaměřuje se také na definice a odborný výklad. Nalezneme zde jak teoretické výklady, tak jejich praktické aplikace.

SHELDON, Pavica a Katherine BRYANT. *Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age* [online]. 21. 12. 2015 [cit. 2022-01-04]. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563215303307>

V práci autoři zkoumají motivaci uživatelů k používání sítě Instagram. Ve výzkumu byly zjištěny čtyři hlavní důvody k využívání platformy. Výzkum se uskutečnil na 239 studentech.

ŠEVČÍKOVÁ, Anna. *Děti a dospívající online: Vybraná rizika používání internetu*. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-246-2153-1.

Autorka píše o rizicích spojenými s užíváním internetu u dětí a dospívajícími. Kniha zmiňuje nejen problémy s nadměrným používáním internetu, ale také o navazování online kontaktů a o soukromí na sociálních sítích.

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

NAVRÁTILOVÁ, Tereza. *Vnímání TikToku dětmi narozenými mezi léty 2003–2006*. Praha, 2021. 72 s. Bakalářská práce (Bc). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra marketingové komunikace a PR. Vedoucí diplomové práce Mgr. Ing. Jana Rosenfeldová

NGUYEN, Nhu Anh. *Vnímání aktivismu na Instagramu příslušníky generace Z*. Praha, 2021. 111 s. Bakalářská práce (Bc). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra marketingové komunikace a public relations. Vedoucí bakalářské práce Mgr. Ing. Marek Vranka.

PICHLEROVÁ, Klára. *Role influencerů na Instagramu v životě teenagerů*. Praha, 2018. 78 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Mgr. Markéta Zezulková, Ph.D., MA, PGCE

Datum / Podpis studenta/ky

29. 8. 2022

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

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

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

Odstrčilová Klára, Mgr.

12.9.2022

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNÝ FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO OBORU.

Seznam obrázků, grafů a tabulek

Graf 1: Popularita sociálních sítí v lednu 2023

Graf 2: Uživatelé na Instagramu podle věku

Obrázek 1: Uživatelské rozhraní Instagramu (obrázek pořízený autorkou práce, 2023)

Obrázek 2: Seznamování teenagerů online (Pewresearch.org)

Obrázek 3: Způsoby komunikace mezi dospívajícími (Pewresearch.org)

Tabulka 1: Metodické kroky při použití obsahové analýzy (Metodologie, metody a metodika vědeckého výzkumu, online)

Tabulka 2: Seznam respondentů

Seznam příloh

Příloha č. 1: Informovaný souhlas

Příloha č. 2: Otázky k hloubkovým rozhovorům

Přílohy

Příloha č.1: Informovaný souhlas

Vážený rodiče,

jmenuji se Anna Wagenknechtová a jsem studentkou třetího ročníku Mediálních studií na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy. V rámci své bakalářské práce provádím výzkum, který se zaměřuje na vnímání sociální sítě Instagram očima mladistvých ve věku 12-15 let.

V rámci výzkumu potřebuji realizovat hloubkové rozhovory s dětmi ve věku 12-15 let. Cílem rozhovoru je zjistit, jak mladiství Instagram vnímají, jaká rizika či příležitosti na platformě vidí či co je motivovalo k tomu, aby si založili profil na této platformě. K vypracování praktické části potřebuji zvukový záznam, a proto budou jednotlivé rozhovory nahrávány na mobilní telefon. Rozhovory budou uskutečněny v souladu s etickými a legálními pravidly výzkumu s dětmi a nezletilými. Veškerý pořízený materiál bude sloužit pouze pro potřeby tohoto výzkumu a výsledná zjištění budou zcela anonymní.

Pokud s účastí svého dítěte Vy i on/ona souhlasíte, odevzdejte prosím zpět vyplněný a podepsaný informovaný souhlas. V případě jakýchkoli dotazů se na mě neváhejte obrátit.

Já, souhlasím, aby se můj syn/moje dcera..... (jméno a datum narození), zapojil/a do kvalitativního výzkumu pro účely bakalářské práce na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy.

Tímto potvrzuji, že jsem byl/a seznámen/a s cílem a průběhem výzkumu a souhlasím s účastí svého dítěte v tomto rozsahu:

- Online rozhovor: ANO / NE
- Audio nahrávka rozhovoru: ANO / NE

V..... dne.....

Podpis zákonného zástupce:

Příloha č.2: Otázky k hloubkovým rozhovorům

1. Jaké sociální sítě používáš?
2. Na které z nich trávíš nejvíce času? + kolik denně cca?
3. Jaký byl důvod pro to, abys začal/a používat Instagram?
4. Jsi spíše aktivní nebo pasivní uživatel? Víc obsah konzumuješ, nebo produkuješ?
5. Používáš Instagram hlavně pro komunikaci s přáteli nebo spíše pro zábavu/ inspiraci?
6. Popiš Instagram vlastními slovy. Co pro tebe představuje?
7. Domníváš se, že používáním Instagramu se vystavuješ nějakému riziku? Jakému?
8. A naopak, vidíš na Instagramu i něco pozitivního? Myslíš si, že ti přináší něco dobrého do života?
9. Vidíš na něm nějaké příležitosti? Jaké?
10. Myslíš si, že tě Instagram v něčem ovlivnil pozitivně? V čem?
11. Měl/ má na tebe Instagram i naopak špatný vliv? Jaký/ v čem?
12. Když jsi na Instagramu, jaké pocity v tobě převládají? Pozitivní x negativní?