

Seznam příloh

Příloha 1 – Otázky do dotazníku pro žáky

Příloha 2 – Otázky pro rozhovory s influencery

Příloha 3 – Otázky pro rozhovory s rodiči

Příloha 4 – Otázky pro rozhovory s učiteli

Příloha 5 – Otázky pro rozhovory s odborníky

Příloha 6 – Otázky pro rozhovor se žákem

Příloha 7 – Informovaný souhlas pro účastníky výzkumu

Příloha 8 – Ukázka otevřeného kódování v prostředí software MAXQDA

Příloha 9 – Ukázka využití myšlenkových map při kategorizaci dat a formulaci výsledků výzkumu

Příloha 1 – Otázky do dotazníku pro žáky

Ahoj, rád bych se tě zeptal na pár otázek. Tvoje odpovědi mi pomohou pochopit, jak děti jako ty přemýšlejí o různých věcech, které vidí na internetu.

Proč odpovídat na otázky?

Když odpovíš na otázky v tomto dotazníku, pomůžeš nám zjistit, jak internet funguje a jak nás ovlivňuje. Tvoje odpovědi budou úplně tajné a nikdo se nedozví, co jsi mi řekl/a.

Co se bude dít s mými odpověďmi?

Tvoje odpovědi spočítáme s odpověďmi jiných dětí a vytvoříme z nich obrázek o tom, jak děti vnímají svět kolem sebe. Tvoje jméno nikde neuvedeme, takže nikdo nebude vědět, co jsi odpověděl/a.

Mohu kdykoli přestat?

Ano, můžeš. Pokud se ti některá otázka nebude líbit, nemusíš na ni odpovědět. A pokud budeš chtít, můžeš kdykoli přestat odpovídat úplně.

Chceš se na něco zeptat?

Pokud máš nějaké otázky, klidně se zeptej. Rád/a ti na ně odpovím.

-

Souhlasím s tím, že budu odpovídat na otázky.

1. Jsem...*

-

Kluk

-

Holka

-

Jiné:

2. Je mi...*

-

6-9 let

-

10 let

-

11 let

-

12 let

3. Do které školy chodíš? (Nepovinná otázka, nemusíš vyplňovat)

4. Používáš některou z těchto aplikací? (Lze vybrat více možností)*

-

Facebook

-

Instagram

-

TikTok

-

Youtube

-

Twitch

-

WhatsApp

-

Nepoužívám žádnou z těchto aplikací

-

Jiné:

5. Kdy trávíš čas na počítači, telefonu, tabletu nebo televizi? (Lze vybrat více možností)*

-

Ráno před školou (5 - 8 hodin)

-

O přestávkách ve škole (8 - 14 hodin)

-

Hned po příchodu ze školy (14 - 16 hodin)

-

Odpoledne po návratu z kroužku/po napsání úkolů (16 - 18 hodin)

-

Večer (18 - 20 hodin)

-

Těsně před spaním (20 - 22 hodin)

-

V noci (22 - 5 hodin)

-

O víkendu

6. Chtěl bys nějakým způsobem okomentovat trávení svého času na počítači, telefonu, tabletu nebo televizi? (Například pravidelnost, dobu,...)

7. Co na počítači, případně telefonu obvykle děláš?(lze vybrat z více možností)*

-

Koukám na videa

-

Píšu si s kamarády

-

Hraji hry

-

Jiné:

8. Sleduješ na internetu influencery?*

-

Ne

-

Ano, jednoho

-

Ano, více

9. Můžeš napsat jeho jméno/jejich jména? (Pokud jsi v předchozí otázce odpověděl/a ne, nemusíš odpovídat)

10. Co tě na tvém oblíbeném influencerovi zaujalo? (Lze vybrat více možností) (Pokud jsi v předchozí otázce odpověděl/a ne, nemusíš odpovídat)

-

Je zábavný

-

Řeší problémy, které mě zajímají

-

Umí něco, co bych taky chtěl umět

-

Jiné:

11. Zkoušel/a jsi někdy dělat to, co jsi viděl/a na internetu?*

-

Ano

-

Ne

-

Ano, vícekrát

12. Co jsi zkoušel/a? (Pokud jsi v předchozí otázce odpověděl/a ne, nemusíš odpovídat)

13. Chtěl/a jsi mít něco, co jsi viděl u influencera, například ve videu?*

-

Ano, jednou

-

Ne

-

Ano, vícekrát

14. Co to bylo? (Pokud jsi v předchozí otázce odpověděl/a ne, nemusíš odpovídat)

15. Sdílíš názory s některým tvým oblíbeným influencerem?*

-

Ano

-

Ne

16. Jaké názory to jsou? (Pokud jsi v předchozí otázce odpověděl/a ne, nemusíš odpovídat)

17. Zúčastnil/a jsi se někdy akce pořádané tvým oblíbeným influencerem nebo jinou osobností, kterou znáš z internetu,, kde jsi se s ní/m mohl setkat?*

-

Ano

-

Ne

Příloha 2 – Otázky pro rozhovory s influencery

Jak jsi se k práci influencera dostal/a?

Je to tvé plnohodnotné zaměstnání?

Jak často vystupuješ na sociálních sítích?

Využíváš ke svému působení více sociálních sítí?

Používáš nějaké strategie, abys byl úspěšný? Jaké?

Jakým způsobem cílíš na diváky?

Podle čeho hodnotíš úspěch své práce?

Na co jsi ve své kariéře nejvíce hrdý?

Mrzí tě něco, co jsi během své kariéry udělal?

Jak reaguješ na své diváky/ sledující?

Příloha 3 – Otázky pro rozhovory s rodiči

Kolik času denně tráví vaše dítě na internetu?

Používá vaše dítě sociální sítě?

Věnujete se nějakým způsobem tomu, co vaše dítě zajímá na internetu?

Má oblíbený kanál/oblíbeného influencera?

Zaznamenal/a jste nějaké změny v chování dítěte ve spojitosti s používáním sociálních sítí?

Chtělo po vás někdy dítě něco specifického spojeného s influencerem?

Co si vy myslíte o influencerech?

Má vaše dítě nějaké omezení v používání sociálních sítí?

Jsou tato omezení (případná) podložena předchozí zkušeností?

Příloha 4 – Otázky pro rozhovory s učiteli

Pozorujete ve třídě u dětí zájem o influencery/sociální sítě?

Jak se to projevuje?

Řešil/a jste to s rodiči?

Řešil/a jste to nějakým způsobem ve třídě?

Jaký je váš názor na influencery?

Máte doporučení, jak s touto problematikou pracovat?

Řešili jste tuto problematiku i s ostatními kolegy?

Příloha 5 – Otázky pro rozhovor s odborníky

Otázky pro odborníci na školní prostředí a speciálně pedagogickou podporu žáků

Vnímáte úroveň mediální gramotnosti u dětí mladšího školního věku za dostatečnou pro jejich využívání internetu?

Považujete za vhodné, aby se děti tohoto věku pohybovaly na sociálních sítích/Youtube?

Jak vnímáte influencers ve vztahu k dětem mladšího školního věku?

Shledáváte nějaké problémy, když se dítě zhlédne v influencerovi? Jaké?

Jak byste s dítětem tímto způsobem ovlivněným pracovala?

Jak často se s takovým dítětem ve své práci setkáváte?

Co byste v takovém případě doporučil/a rodičům?

Co byste v takovém případě doporučil/a škole?

Jaký je podle Vás vhodný způsob pro zlepšení mediální gramotnosti dětí?

Otázky na odborníka na mediální vzdělávání

Jak se vyvíjí fenomén influencerů v kontextu dětské kultury?

Jaké jsou nejčastější rizika spojená se sledováním influencerů pro děti?

Jaké jsou nejnovější poznatky z výzkumu v oblasti vlivu sociálních médií na děti?

Jaké jsou klíčové kompetence mediální gramotnosti, které by měly děti získat?

Jakým způsobem může škola přispět k rozvoji mediální gramotnosti žáků?

Jaké jsou nejúčinnější metody výuky mediální gramotnosti?

Jakou roli hrají rodiče při rozvoji mediální gramotnosti dětí?

Jaké strategie mohou rodiče využít ke komunikaci s dětmi o sociálních médiích a influencerech?

Jaké preventivní programy existují pro ochranu dětí před negativními vlivy sociálních médií?

Jak pracovat s dětmi, které mají problémy související se sledováním influencerů?

Jaké jsou nejlepší postupy pro školy při řešení problémů spojených s používáním sociálních médií žáky?

Jaká je role škol, rodičů, médií a tvůrců politik při řešení problematiky vlivu influencerů na děti?

Jaká je podle vás ideální spolupráce mezi školou a rodinou v oblasti mediální výchovy?

Příloha 6 – Otázky pro rozhovor se žákem

Kdy obvykle býváš na počítači, televizi, nebo telefonu a co tam obvykle děláš?

Koho sleduješ nejraději na internetu?

O čem nejčastěji mluví tvůj oblíbený influencer?

Jak často se díváš na videa svého oblíbeného influencera?

Co se ti na něm/ní líbí nejvíce?

Zkusil/a jsi někdy něco nového, protože to udělal tvůj oblíbený influencer?

Ovlivnil/a tě nějaký influencer v tom, jak se oblékáš nebo jak se chováš?

Co bys chtěl/a být, až vyrosteš? Ovlivnil/a tě v tom někdo, koho sleduješ na internetu?

Jaké hodnoty jsou pro tebe důležité? Myslíš, že se to nějak shoduje s tím, co říkají influenceři, které sleduješ?

Jak poznáš, jestli je to, co říká influencer, pravda nebo ne?

Myslíš si, že všichni influenceři říkají pravdu? Proč?

Cítíš se někdy hůře, když vidíš, jak vypadají nebo co mají jiní lidé na sociálních sítích?

Porovnáváš se někdy s influencery, které sleduješ?

Příloha 7 – Informovaný souhlas pro účastníky výzkumu

Informovaný souhlas pro výzkum vlivu influencerů na děti

Název výzkumu: Vliv influencerů na děti mladšího školního věku

Výzkumník: Pavel Cidlinský, student PedF UK, obor Učitelství pro I. stupeň ZŠ

Účel výzkumu: Cílem tohoto výzkumu je lépe porozumět tomu, jakým způsobem děti vnímají influencerů a jaký vliv mají tyto osobnosti na jejich chování, postoje a hodnoty. Výsledky tohoto výzkumu mohou přispět k lepšímu pochopení vlivu sociálních médií na děti a mohou být využity pro vývoj programů na podporu mediální gramotnosti dětí.

Vaše účast: Vaše účast na tomto výzkumu bude spočívat v účasti v rozhovoru s výzkumníkem.

Výhody účasti: Vaše účast může přispět k získání důležitých poznatků o vlivu sociálních médií na děti.

Rizika: Účast na tomto výzkumu není spojena s žádnými významnými riziky. Mohli byste se setkat s otázkami, které se Vás dotknou, ale máte právo kdykoliv přerušit rozhovor nebo odmítnout odpovědět na některou z otázek.

Důvěrnost: Se všemi informacemi, které nám poskytnete, budeme zacházet s maximální důvěrností. Vaše identita bude chráněna a výsledky výzkumu budou prezentovány v anonymizované formě. Zvukové záznamy z rozhovorů budou uchovávány zabezpečeným způsobem a budou přístupné pouze výzkumnému týmu. Stejně tak přepisy rozhovorů.

Práva účastníka: Máte právo:

- Kdykoli se rozhodnout, že v účasti na výzkumu nebudete pokračovat.
- Odmítnout odpovědět na jakoukoliv otázku, která Vás znepokojuje.
- Získat odpovědi na všechny otázky týkající se výzkumu.

Použití dat: Data získaná v rámci tohoto výzkumu budou použita výhradně pro vědecké účely a budou prezentována v anonymizované formě v diplomové práci výzkumníka.

Souhlasím s účastí na výzkumu:





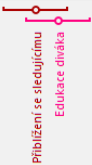

Potvrzuji, že jsem si pečlivě přečetl/a tyto informace a rozumím jim. Souhlasím s účastí na výzkumu a poskytnutím požadovaných informací.

Jméno a příjmení účastníka

Datum

Podpis

Příloha 8 – Ukázka otevřeného kódování v prostředí software MAXQDA

23	 <p>Sledování trendů</p>	Influencer 1	<p>No tak určitě následování trendů, který člověk získa tak, že právě sleduje TikTok, který mi přijde, že je o něco víc napřed než třeba jako český Instagram, že tam ty trendy se objeví mnohem dřív. Trendy prostě pomáhají těm tvůrcům, aby aby rostli, aby měli ty jejich videa lepší dosahy. Znamená to, že trendy je konkrétní písnička a člověk musí dát do toho videa tu písničku, aby to video mělo větší dosah, takže vlastně na tom si trůfnu říct, že jsem vyrostla a že jsem opravdu následovala tyhle trendy i songy, no ale teďka, spíš se vopravdu zaměřuju hodně na jako informace, že už dávám přednost, mluvím videím, kdy teda v nákych 90 sekundách se snažím předat co nejvíc informací a už ty trendy jdou trošku do pozadí.</p>
25		Pavel	
26	 <p>Využití převleků</p>	Pavel	<p>Já to ještě trošku rozšřím. Vím totiž, že u tvé tvorby bylo i dost podstatné se správně obléct třeba abys předala nějakou tu zprávu. Narážím teď na videa, o literátech, jestli tohle bys mohla trošku rozvést?</p>
27		Influencer 1	
28	 <p>Jedinečné pojetí obsahu Využití převleků Zábavná forma pojetí Zábavná forma pojetí</p>	Influencer 1	<p>To si zas myslím, že to mi pomohlo v tom, že jsem vypočila od třeba jiných tvůrců, že tím, že jsem si na sebe navlékla ty černý šaty ala Božena, nebo namalovala ten knír ala Karel Havlíček Borovský, tak mě to líšilo a taky si myslím, že mi to dost pomohlo kombinace právě těch trendů, a tohodle zase jiného. Jiný formy zábavy. Tak tak vlastně to byl asi ten koktejl toho mého úspěchu v tu chvíli. No přišlo mi to důležité, protože samotnou mě nebavilo, třeba když se bavíme čistě o videích, o literatuře pozorovat a dívat se pouze jako na gratiky různý zpracovány. Kde je ten tvůrce, nemá obličeje, nebo jenom přesně mluvící hlavy, tak jsem si řekla, že to trošku odlehčím a že sama se převléknu za ty spisovatele a uvidím, co to udělá.</p>
29		Pavel	
30	 <p>Sledování trendů Jedinečné pojetí obsahu</p>	Pavel	<p>Takže vlastně krom toho držet se s trendy sis našla i něco, čím budeš unikátní a tím jsi chtěla oslovit? Chápu to dobře. Jakým způsobem cílíš na své diváky? A jestli je ještě něco jiného krom těch videí?</p>
31		Influencer 1	
32	 <p>Přiblížení se sledujícímu Edukace diváka</p>	Influencer 1	<p>No, tak vždycky je důležité třeba jednat na tom instagrame, především si myslím odkrývat něco i ze svého osobního života tím, že jsem, že píšu knihy, že jsem autorka několika knih, tak na sociálních sítích se kromě jako edukativních čistě videí odkrývám i vlastně život spisovatele seznamují, je s procesem psaní knih a to myslím, že ta moje cílovka, že jí to taky hodně zajímá, takže to jsou takový moje dvě hlavní témata, popularizace literatury a život spisovatele.</p>
33		Pavel	
34		Pavel	<p>Supr díky moc a podle čeho hodnotíš úspěch ve ve své práci, že si řekneš, tohle se mi povedlo, nebo naopak? Tady jsem to nezvláda.</p>
35		Influencer 1	
36	 <p>Počet zhlédnutí Schopnost prodat vlastní produkt</p>	Influencer 1	<p>No, tak tím jedním faktorem je samozřejmě dosah. Počet zhlédnutí, počet lajků, počet komentářů to je takový, co je vidět na první dobrou a myslím, že se jako se podle toho řídí jako všichni tvůrci a berou to za svůj úspěch, ale pak je tam ten jiný úspěch. A to jsou ty zpětné vazby a to je to setkávání přímo se sledujícími a s fanoušky. Vlastně schopnost toho tvůrce, jestli dokáže prodat ten svůj produkt, jestli ty lidi chodí na besedy, jestli si ty lidi přečtou tu knihu, nebo jestli to jenom prostě bez duše sledují, lajkují, aniž by si s tebou vytvořili nějaký vztah. Takže já si myslím, že ten druhý, že to, co jsem opsala jako druhý, je mnohem důležitější a myslím, že to se mi stále daří. Stále mám besedy vyprodané, stále prodávám dost knih, za což jsem teda strašně ráda, ať to mezni vychloubáčně. Ale je pravda, že třeba ty dosahy, jak ty sociální sítě už pracují jinak. Algoritmy se různě mění, lidi už třeba nemusíte, nemusíš je bavit jako furt, že jo, tak ty dosahy jsou horší, ale ty lidi co zasáhnu tak je stále dokážu stáhnout, takže si vytvořím pevnou vazbu mezi sebou. Což je pro mě úspěch.</p>

Příloha 9 – Ukázka využití myšlenkových map při kategorizaci dat a formulaci výsledků výzkumu

