

BLOG JAKO CESTA K POROZUMĚNÍ DOSPÍVAJÍCÍM¹

Eva Lusková, Lukáš Blinka, David Šmahel

Abstrakt

Článek se zaměřuje na psychologické aspekty využívání blogů (online deníků) v období mladší a střední adolescence. Ptali jsme se, co blogování dospívajícím přináší, jaké jsou motivace, co a komu dospívající prostřednictvím blogu sdělují. Zdrojem dat byly polostrukturované rozhovory s 8 dospívajícími chlapci a dívkami ve věkovém rozmezí 13- 17 let. Pro analýzu rozhovorů byla použita metoda zakotvené teorie. Bylo zjištěno, že adolescenti zakládají blogy především s úmyslem prezentovat se jejich prostřednictvím před čtenáři z řad vrstevníků. Ti jim poskytují sociální oporu a zpětnou vazbu, která ovlivňuje jejich sebepojetí a sebehodnocení. Pro vztahy vznikající v blogosféře mezi adolescenty je klíčová podobnost v zájmech a názorech. Z hlediska volby tématu jsou zajímavé např. „pro ana“ blogy, tedy blogy o hubnutí, které v některých případech mohou podporovat tendenci k chorobnému hubnutí. V článku představujeme blogy jako možný nástroj, který může pomoci porozumět tématům, jež jsou nyní pro adolescenty důležité.

Klíčová slova: adolescence, blogy, kvalitativní metodologie, výzkum adolescentů

BLOG AS A WAY TO UNDERSTAND ADOLESCENTS

Abstract

The paper focuses on psychological aspects of blogging in the period of early and middle adolescence – it deals with the motivation of bloggers, their benefits of blogging as well as with the subjects and objects of their communication via blogs. Semi-structured interviews with 8 adolescent bloggers in the age between 13 and 17 years were conducted and analysed via grounded theory method. The results suggest that adolescents set up blogs with the intent to present themselves through their blogs in front of the peer readers. The peer readers give them social support and feedback which affects bloggers self-concept and self-esteem. Similarity in interests and opinions is also very important for adolescent relationships rising in the blogosphere. Furthermore, the particularity of pro ana blogs – a community of bloggers supporting themselves in pathological eating habits which may lead to anorexia - was mentioned. In our article, we present blogs as a possible tool which can contribute to understanding issues of the utmost importance for adolescents.

Keywords: adolescence, weblog, qualitative methodology, research on adolescents

*Došlo do redakce: 21.7.2008
Schváleno k publikaci: 15.9.2008*

¹Studie vznikla s podporou grantu GAAV (KJB708140702) "Weblog: okno do duše adolescenta" a výzkumného záměru "Psychologické a sociální charakteristiky dětí, mládeže a rodiny, vývoj osobnosti v době proměn moderní společnosti" (MSM0021622406), který probíhá na FSS MU.

1. ÚVOD

Internet se stal součástí životů mnoha dospívajících i dospělých. Naskytá se zde mnoho využití, ať už pro vzdělání či práci, nebo pro volný čas. Kromě jiného je zde možné komunikovat na dálku s jinými uživateli internetu, vytvářet vlastní webové stránky, „blogy“ nebo se prezentovat jinými způsoby. Slovo blog vzniklo jako zkratka z výrazu „web log“. Jedná se o aplikaci podobnou webové stránce sestávající z datovaných zápisů seřazených v obráceném chronologickém pořádku shora dolů od nejnovějšího po nejstarší. Zásadním rozdílem je to, že k jeho založení není potřeba znát programovací jazyk, ve kterém se webové stránky píší. Tato aplikace je dostupná i pro naprostého laika a umožňuje každému, kdo má připojení na internet, vytvořit si vlastní blog bez ohledu na věk nebo pohlaví (Huffaker, Calvert, 2005). Blokující jsou v angličtině často označováni jako „bloggers“, v češtině zde také používáme slovo „blogger“. Uživatelé internetu ve věku 12 až 28 let používají především aplikace, které umožňují komunikativní, kreativní a společenské využití. Právě mladí lidé výrazně více než starší uživatelé mimo jiné vytvářejí blogy (Lenhart, Madden, 2005): pokud vezmeme v úvahu samotné teenagery, 19 % z nich si vytvořilo blog, což je ve srovnání s pouhými 7 % u dospělých téměř trojnásobek. Zároveň lze říci, že převážná většina adolescentů v USA (87 %) ve věku 12- 17 let užívá internet a v České republice je situace obdobná: u lidí do 20 let se míra využívání internetu přibližně pohybuje mezi 85 až 90 % (Šmahel, Konečný, 2006). Předkládaný výzkum si klade za cíl prozkoumat, jaké jsou motivace adolescentů pro vytváření blogů a jaké funkce a potřeby blogy plní v jejich životech. Ptali jsme se také, jakému publiku jsou blogy adolescentů určeny a jak se liší vytváření vztahů ve virtuálním světě proti běžnému životu.

2. TEORETICKÉ KONCEPTY

Adolescenti a blogy

Stále více mladých lidí získává přístup k nezbytným nástrojům a dovednostem potřebným pro práci s internetem. Webové stránky, chatovací místnosti a blogy vytvořené dospívajícími jsou významnou součástí online prostředí. Weblogy jsou pro adolescenty „prominentními“ prostředky, jak se prezentovat online textovým a multimediálním způsobem zároveň (Scheidt, 2006). Prostřednictvím svých blogů sdělují svoje osobní i všední zážitky a poskytují nám tak občasně, avšak opakované náhledy do svého každodenního života, myšlenek a starostí. Z blogů dospívajících je možné dozvědět se mnohé o jejich kultuře a životním stylu. Častými tématy, o nichž adolescenti píší na blozích, je školní život, život doma, osobní myšlenky, pocity a vztahy. Blog není pouze pohledem do vnitřního emocionálního života mladého autora, ale poskytuje i řadu všudypřítomných demografických detailů a informace o současných trendech, jako je například móda, hudební styly, filmy a seriály apod. (Grimes, 2003).

V průzkumu provedeném v USA bylo zjištěno, že 19 % teenagerů ve věku 12-17 let si vytvořilo vlastní blog a 38 % uvedlo, že čtou blogy. V porovnání s výsledky z podobného výzkumu dospělých, z nichž pouze 7 vytvořilo blog a 27 % čte blogy, je zřetelné, že adolescenti mají k blogování oproti dospělým blíže. Pro většinu adolescentů plní blog funkci osobního deníku, který slouží jako fórum pro komunikaci s přáteli, psaní nápadů a sdílení osobních zážitků. Informace, které na blozích adolescenti prezentují (např. osobní údaje jako věk, město, ve kterém bydlí či škola, kterou navštěvují) jsou jen výjimečně smyšlené (Blinka, Šmahel, 2008), což odkazuje právě na tendenci psát blog pro své skutečné přátele (spolužáky atd.), než pro anonymní a neznámé lidi z virtuálního prostoru. Blogy

jsou pro dospívající právě způsobem, jak uchovat nebo rozšířit vytvořené vztahy s ostatními. Většina dospívajících uvedla (62 %), že čtou pouze blogy těch, které znají, 36 % čte blogy známých i neznámých lidí (Lenhart, Madden, 2004). Tím, že jsou adolescenti pod určitou sociální kontrolou svých vrstevníků-kamarádů-čtenářů, si nemohou dovolit lhát, čímž se ovšem blogy stávají relevantním a unikátním zdrojem dat pro výzkumníky.

Některé technické vlastnosti blogů jsou zvláště důležité pro konstruování online identity. Možnost archivovat příspěvky v blogu vytváří způsob, jak zároveň uchovat předchozí dojmy, vyjádření a reflexe. Konstruování identity se tak stává pro adolescenty kontinuálním procesem. Blog podporuje utváření vztahů mezi vrstevníky, což je další důležitý aspekt pro rozvoj adolescentů. Prostřednictvím blogů můžeme poznat způsoby, jak se adolescenti prezentují online, především jejich sebevyjádření a vztahy mezi vrstevníky, jež oba mají vliv na konstrukci identity (Huffaker, Calvert, 2005).

Typy blogů a demografické charakteristiky

Můžeme rozlišit tři základní typy blogů podle jejich obsahu. Jako filtry („filters“) jsou označeny blogy, jejichž obsah je vůči blogerovi externí (například o událostech ze světa). Důvodem, proč jsou označeny jako filtry, je to, že bloger je tím, kdo rozhoduje, které události jsou podle něho důležité a které uveřejní na svém blogu. Naopak osobní deníky („personal journals“) obsahují události z blogerova života, jeho myšlenky a vnitřní stavy. Posledním typem jsou znalostní blogy („k(nowledge)-(b)logs“), které slouží jako zdroj informací a pozorování typicky technického rázu. Objevují se i smíšené typy, které jsou kombinacemi dvou nebo všech tří uvedených typů (Herring et al., 2004a). Rozdělení blogů na tyto základní typy však začíná být některým blogům poněkud „těsné“. Kromě kombinací uvedených typů se objevují zvláště u dospívajících autorů blogy, které se dají obtížně zařadit do některého z výše uvedených typů. Například tzv. „pro ana blogy“ (blogy o hubnutí, které píše především dospívající dívky) sice připomínají osobní deník, ale svým úzkým zaměřením na hubnutí pod dohledem ostatních návštěvnic blogu se z tohoto zařazení vymykají. Někdy by se zase v rámci jednoho typu daly rozlišit určité subtypy. Příkladem filtrových blogů mohou být „fan blogy“, které jsou věnovány nějaké celebritě nebo celebritám.

Největší počet blogů, které jsou vytvářeny jako osobní deníky, píše dospívající dívky. U mužů všech věků převažuje tvorba filtrů, k-logů a smíšených blogů, které obsahují prvky filtrů nebo k-logů (Herring et al., 2004a). K podobným výsledkům došli i J. Schler et al. (2006). Dívky do sedmnácti let měly v blogování nad chlapci značnou převahu (63 %). Mužští blogeři všech věků píše v porovnání se ženami stejného věku více o politice, technice a penězích, tedy o vnějších událostech, kterým přiřkládají význam. Ženy spíše probírají na blozích svůj osobní život a používají osobnější styl psaní. Také Subrahmanyam (2007) ukazuje převahu blogujících dívek nad chlapci: ve výzkumném vzorku anglicky psaných blogů autorů ve věku 14 až 17 let byla drtivá většina psána dívkami (86 %), chlapci byli autory u 4,3 % a u zbývajících blogů se tento údaj nepodařilo zjistit. Nejvíce se v příspěvcích projevoval narativní a reflexivní styl, tj. šlo o popis, co dělali během dne, nebo o zamyšlení se nad určitou myšlenkou či událostí. Častými tématy byli vrstevníci (73 %), příhody z běžného života (65 %) a rodina (48 %). Většina příspěvků neměla žádné komentáře (51 %) a 38 % příspěvků mělo pouze 1 až 4 komentáře (Subrahmanyam, 2007). Podobné charakteristiky má i české rozvrstvení adolescentních blogů. Vzorek vybraný náhodně s využitím stratifikovaného výběru tvořilo 90 % dívek, průměrný věk pak byl 14,7 let (Blinka, Šmahel, 2008).

Psychologické aspekty blogování, motivace

Podle A. Miury a K. Yamashity (2007) spočívá přínos blogování mimo jiné v rozvíjení vztahů s ostatními. Pro vztahy s ostatními je důležitá komunikační funkce blogu, kdy mohou čtenáři blogu a jeho autor spolu navazovat bližší kontakty a utvářet prostřednictvím blogu komunitu. Toto a následná akceptace ze strany ostatních přináší blogerovi užitek. Skutečná míra těchto přínosů ovlivňuje blogerovu satisfakci se psaním blogu a tedy i toho, zda bude v této činnosti pokračovat. Podle jejich výzkumu při pozitivní zpětné vazbě od čtenářů motivuje tato sociální podpora autora pokračovat ve psaní blogu. V případě negativní zpětné vazby však dojde k negativnímu ovlivnění satisfakce vyplývající z akceptace od druhých.

Blogy jsou podle B. A. Nardiho et al. (2004) manifestací různých sociálních motivů a zápisy do blogu vyjadřují specifické sociální cíle vůči ostatním lidem. Nejčastějšími motivy pro blogování ve výše zmíněném výzkumu bylo:

- 1) Informovat ostatní o svých aktivitách a místě pobytu. Jedná se o zápis těch událostí v životě blogera, o kterých by rád zpravil i ostatní. Jde o jakousi „dokumentaci vlastního života“.
- 2) Vyjádřit názory k ovlivnění ostatních. Blogy jsou někdy používány k veřejnému vyjádření vlastních názorů. Může jít také o odkaz na zajímavé stránky, komentář nějaké záležitosti, nebo psaní o tom, co se mu líbí a co naopak odmítá.
- 3) Získat názory a zpětnou vazbu od ostatních. Pro blogera může být důležité, jak na danou věc nahlízejí ostatní nebo hledá podporu pro své názory.
- 4) Utříbení myšlenek při psaní.
- 5) Uvolnit emocionální napětí. Na blogu se může člověk odreagovat a ventilovat emocionální přetlak, ovšem s ohledem na přítomnost publika.

3. METODA A VÝZKUMNÝ VZOREK

Pro výzkum jsme zvolili kvalitativní metodu, kterou lze využít k získání nových názorů na jevy, o kterých již bylo něco zjištěno (Strauss, Corbin, 1999). Respondenti byli vybíráni z řad dospívajících blogujících, jejichž blog již nějakou dobu funguje a je dostatečně často aktualizován. Jako minimální délku existence blogu jsme si stanovili 3 měsíce. Při výběru respondentů do vzorku bylo dbáno na to, aby se jejich blogy lišily v obsahu a byly zde blogy, které mají široký záběr témat včetně internetových deníků, a také blogy s užším a specifitějším zaměřením. Základem pro výběr respondentů byly jejich blogy, obsah těchto blogů a základní údaje, které zde o sobě blogeři uváděli. Blogeři byli osloveni na základě kontaktů uvedených na blozích. Roli zde tedy hrála metoda samovýběru, tedy to, zda oslovení blogeři souhlasili s rozhovorem a tím zařazením do výzkumu. Je tedy možné, že osobnostní profily respondentů měly společné rysy vstřícnosti a otevřenosti a že výsledky mohly být zkresleny vyšší sociabilitou respondentů.

Výzkumný vzorek tvořilo osm respondentů: šest dívek a dva chlapci, což přibližně odpovídá struktuře blogujících dospívajících v ČR (Blinka, Šmahel, 2008). Věkové rozmezí respondentů bylo 13-17 let, zahrnuje tedy období rané a střední adolescence.

Většina respondentů měla blog na serverech blog.cz a lide.cz. Data byla získávána pomocí polostrukturovaných rozhovorů, šest rozhovorů bylo realizováno prostřednictvím internetu (s využitím IM), dva rozhovory běžným způsobem s využitím diktafonu.

Tabulka 1. Přehled účastníků výzkumu a jejich charakteristiky

Respondent	Pohlaví	Věk	Téma blogu
Tereza	žena	13	Tokio hotel
Tom	muž	13	deník
Barushka	žena	14	deník, punk
Lenka	žena	14	celebrity
Milla	žena	14	deník, hudební skupiny
Nina	žena	15	různé
Honza	muž	16	deník
Sisi	žena	17	pro-ana

Pro analýzu dat byla použita metoda zakotvené teorie. „Zakotvená teorie je teorie induktivně odvozená ze zkoumání jevu, který reprezentuje.“ (Strauss a Corbin, 1999, s. 14). To znamená, že data jsou sbírána bez předchozí formulace hypotéz a slouží k odhalení klíčových pojmů a jejich vztahů. Spíše než hypotézami začíná výzkum pozorováním reality, snaží se nalézt určité vzorce a na jejich základě vytvořit teorii (Babbie, 2001).

Jádrem zakotvené teorie je tzv. kódování, kdy dochází k tvorbě teorie ze získaných údajů. Pomocí kódování jsou údaje rozebrány, konceptualizovány a opět složeny novými způsoby. Konceptualizace je interpretativním postupem, při kterém se snažíme k popisovanému jevu vytvořit určitý základní výklad umožňující jeho kvalitnější, hlubší uchopení (Miovský, 2006). V analýze podle zakotvené teorie existují 3 základní typy kódování: otevřené, axiální a selektivní (Strauss a Corbin, 1999). Proces zpracování dat se částečně překrýval a ovlivňoval s procesem získávání dat tak, jak to stanovuje použitá metoda. Příklad postupu otevřeného kódování je uveden v tabulce 2:

Tabulka 2. Otevřené kódování - konceptualizace údajů

Výrok	Jev
Občas si davam na icq odkaz na muj blog,takze si ymslim ze kdyz se nekdo nudi z mejch pratel nebo z lidi co mam na icq tak se na nej mrkne.	Propagace Zábava pro přátele a známé
řekl jsem že se lépe vyjadřuju písmenama, to neznamená, že se nedokážu z něčeho vypovídat, je to jak kde a jak s kým, někdy s jem radši sám, ale někdy bych nejradši byl s někým, záleží hlavně na situaci	Lepší v písemném vyjádření Vliv situace na svěřování

Již v průběhu sběru dat jsme se snažili získané pojmy seskupovat podle jejich blízkosti a podobnosti do větších celků (kategorií). Ty jsme v celém procesu několikrát přeskupili podle toho, co nového vnesly do výzkumu další rozhovory. V tabulce 3 lze nalézt takový příklad kategorizace:

Tabulka 3. Kategorizace údajů

Kategorie	Pojmy
Kreativita	Povídky a básně; literární pokusy, zdokonalit se ve psaní; fansfiction (= vymyšlené příběhy o oblíbené kapele/zpěvákovi), zábava vymýšlet příběhy; vytváření diplomů, soutěže, vymyšlení bleskovek, „řetězáků“; tvorba grafiky
Sebeodhalení	O sobě - vnější události; selektivita v tom, co zveřejní ze svého soukromí; lepší vyjádření písmem než slovem; pocit nedokonalosti vlastního psaní; při obavě říct něco do očí

Některé kategorie obsahovaly nakonec velké množství pojmů, a tak byly tyto pojmy v rámci kategorie rozříděny do subkategorií, zatímco překrývající se kategorie byly sloučeny do jedné společné kategorie. Snažili jsme se brát v úvahu také souvislosti mezi kategoriemi a jejich vzájemné podmiňování. Tento krok odpovídá axiálnímu kódování. Závěrečným krokem v rámci selektivního kódování bylo hledání centrální kategorie, ke které se vztahují všechny zbývající kategorie.

4. VÝSLEDKY

Interakce a motivace blogování

Kategorii interakce jsme určili jako ústřední jev, protože se v různých podobách vyskytovala ve výpovědích všech respondentů. Pojem interakce se zčásti překrývá s pojmem komunikace, zahrnuje však širší oblast různých projevů vztahování se (Vybíral, 2005). Obsahuje v sobě různé způsoby kontaktu mezi blogerem a návštěvníky jeho blogu. Nyní se budeme věnovat motivacím adolescentů pro vytváření blogů.

Jedním z důvodů, který dospívající uváděli pro rozhodnutí založit a vést blog na internetu, je snaha upoutat ostatní, získat si jejich pozornost. Adolescenti potřebují vědět či mít pocit, že jsou vrstevníky vnímáni a oceňováni, protože to posiluje jejich vlastní pozici a pocity významnosti (Macek, 2003). Návštěvnost blogu má tedy vliv na akceptaci ze strany ostatních a na sociální prestiž, která hraje významnou roli v adolescentově sebepojetí a ovlivňuje jeho sebehodnocení. Při návštěvnosti blogu (tedy počtu lidí, kteří si jeho deník přečetli), která je adolescentem vnímána jako dostatečně vysoká, získává pocit, že „je v něčem dobrý“, což vede k pozitivnějšímu sebehodnocení. Respondenti shodně uváděli, že chtějí, aby si ostatní přečetli, o čem blogují, a proto zpřístupňují svůj blog na internetu, ať už pojali blogování jako deník nebo jako psaní o věcech, které je zajímaví. Rozdíl je však v míře snahy přilákat potencionální čtenáře na svůj blog a ve způsobu tohoto počínání. Ti, jejichž blogy mají spíše rysy filtrů (tj. obsah jejich blogu je vůči autoru externí), se snaží dosáhnout velkého množství čtenářů, a to nejen kvalitou svého blogu, ale i různými formami propagace, jako je například uvedení adresy blogu v komentáři jiného blogu.

Blogeri u cílového publika předpokládají více méně obdobné zájmy. Výběr obsahu však přizpůsobují také předpokládaným zájmům čtenářů jak např. sdělila respondentka Lenka, která má blog věnovaný celebritám:

„Já se právě snažím, aby na tom blogu, aby nebyl specifikovanej jenom na jednu věc, ale aby si tam každej našel něco svého, něco, co ho zajímá.“

U blogu s takovýmto širším zaměřením lze předpokládat, že může zaujmout více čtenářů a že budou tvořit ve svých zájmech heterogennější skupinu, než v případě, že by Lenka blogovala jen o jedné svojí nejoblíbenější celebritě.

Oblíbenou zábavou dospívajících blogerů jsou různé soutěže, tzv. „bleskovky“ pořádané na blozích. „Bleskovky“ probíhají většinou tak, že bloger vymyslí jednoduché otázky nebo kvíz na určité téma a umístí ho na svůj blog. „Bleskovky“ jsou dobrým způsobem, jak zvýšit návštěvnost blogu. Jak uvedla opět Lenka:

„Tak já jsem bleskovky založila [na svém blogu] vlastně proto, že mi tam chodilo strašně málo lidí. Tak jsem si říkala, že třeba když udělám bleskovky, tak tam třeba někdo začne chodit.“

Někteří blogeři ale neusilují o tak velké zviditelňování a stačí jim „komornější“ publikum. Možná je to dáno tím, že blog pojali více jako deník na internetu, a proto ho nechtějí tak „masově“ propagovat. Také může hrát roli to, že tito adolescenti čerpají svoji sebejistotu spíše z jiných zdrojů, než jsou názory či obliba vrstevníků. Blogeři, kteří mají deník na internetu, jsou také rádi, že někdo čte jejich zápisy, ale chtějí, aby si k nim čtenáři sami našli cestu. Přílišná propagace jim připadá nepřirozená (například Milla):

„ze ten svůj blog považují za strasne dulezitej, snazi se tam jen nahnat lidi vsemoznymi zpusioby a pak se ruzni blogari mezi sbou hadaji a tak...pride mi to neprirozeny“

I pro Millu je důležité, aby její blog získal popularitu, ale nechce se lidem podbízet. Je spíše toho názoru, že „dobré zboží se prodává samo“:

„a ja sem rada, kdyz mi na muj blog prijde co nejvic lidi, ale hodne lidi mi tam zacalo chodit teprve nedavno, chtela bych aby lidi chodili na muj blog, protoze se ji mtam libi, a aby na to prisli sami...“

Záleží na subjektivním pocitu blogera, jaká návštěvnost bude z jeho pohledu dostatečná vzhledem k pocitu pozitivního sebehodnocení.

Blogující dospívající dále uváděli, že je baví číst komentáře ke svým článkům a pravidelně sledují, jestli jim nepřibyl nějaký nový komentář. Mnozí z nich by si přáli, aby dostávali od ostatních více komentářů. Jednak je to projev zájmu o blog ze strany ostatních - že někdo jiný zaregistroval existenci blogu mezi velkým množstvím ostatních blogů, že si ho prohlédl a něco ho na něm upoutalo. Dále komentáře slouží blogerovi jako zpětná vazba, jaký mají ostatní názor na článek a jak hodnotí blog jako celek, případně co si myslí přímo o autorovi. Převážnou většinu čtenářů adolescentních blogů tvoří vrstevnické skupiny, které plní v adolescenci unikátní funkci komunikační a interakční platformy při vzájemném poskytování názorů a „zkoušení“ bez větších závazků (Macek, 2003). Zpětná vazba od vrstevníků je důležitou součástí sebepojetí. Podle Cooleye (1902; in Hayes, 2007) jsou domněnky o tom, jak o nás smýšlejí druzí lidé, základním kamenem mínění o sobě. Pro dospívající jsou vrstevníci důležitým zdrojem informací a porozumění (Širůček, Širůčková, 2006). Vrstevníci tak poskytují blogerovi sociální oporu, a to především hodnotící, která je relevantní pro sebehodnocení. Komentáře mohou mít také podobu emocionální či informační opory v případě poskytování rad (House, 1981; in Šolcová, Kebza, 1999). Komentáře jsou také častým důvodem, proč se adolescenti rozhodli psát veřejný blog a ne soukromý deník. Blog se tak stává pro adolescenta místem, kde může testovat své názory, postoje a hodnoty.

Zajímavé je, že blogeři často uvítají i odlišné názory a negativní hodnocení svého blogu. Lze říci, že blogeři mají velice demokratický přístup k názorům ostatních, pokud jsou smysluplné a nemají za cíl ranit blogera svou útočností a vulgaritou. Jak sdělil jeden z chlapců v rozhovoru:

*„měl by obsahovat negativní myšlenku, ale podat ji nevulgárně, prostě svůj názor, ale ne takový jako je například "celé to zruš de*ile, je to hrůza", takový komentář je o ničem člověk nenapíše, co mu vadí.“*

Blogeři tedy přijímají věcné komentáře a konstruktivní kritiku od ostatních. Respondenty motivovala ke zlepšování jejího blogu pozitivní i negativní zpětná vazba. Díky kladnému hodnocení blogu se stále snaží o jeho vylepšení a kritické připomínky je motivují ke změnám:

„pochvala me urcite potesi a snazim se aby byl muj blog jeste lepsi, a kritika, pokud je primerena, mi nevadi a spis me nakopne k tomu abych neco zmenila“

Tímto způsobem zde dochází k saturování dvou základních potřeb sebepojetí: jednak blogger dostává od ostatních prostřednictvím pozitivně hodnotících komentářů pozitivní zpětnou vazbu, zatímco negativní (avšak konstruktivní) zpětná vazba je brána jako výzva pro rozvoj vlastního potenciálu a schopností, čímž je uspokojována druhá potřeba, tedy potřeba sebeaktualizace (Rogers, 1961; in Hayes, 2007).

Někteří respondenti však přistupovali ke kritice v komentářích s jistou rezervou a nenechávají se tolik ovlivnit hodnocením druhých:

„Prvně zvážím, jestli má ten člověk pravdu a pak to teprve může mít nějaký vliv....Mám rád pozitivní komentáře, potěší mě a ty kritické komentáře většinou podle mě nemají pravdu, tak je nechám plavat, i když někdy dokážou i zkazit náladu“

Přestože charakter výzkumu nám neumožňuje obecné soudy, byly to spíše dívky, kdo byl v našem výzkumném souboru otevřenější ke kritice a více se řídily připomínkami v komentářích. Oba zástupci mužského pohlaví ve výzkumu podle svých slov příliš na kritiku nedají. Vysvětlením by mohlo být, že dívky se podle některých výzkumů (Dusek, Flaherty, 1985; in Macek, 2003) hodnotí jako citlivější a vstřícnější, což se odráží i vlastního jednání na základě zpětné vazby (v našem případě pak od čtenářů blogu).

V této souvislosti je zajímavá komunita tzv. „pro ana“ blogů, tedy blogů, jejichž hlavním tématem je hubnutí, respektive držení diet. Tyto typy blogů se ukazují být v poslední době u adolescentů velmi populární. U tohoto typu blogů se nabízí další možné využití komentářů, a to jako intervence ze strany odborníků - jako určitá možnost, jak ovlivnit mladé dívky toužící po zhubnutí, aby nezhazovaly se svým zdravím. Je ovšem otázkou, zda by taková intervence byla účinná. Následující ukázka je z rozhovoru s dívkou, jež má založený „pro ana“ blog. Z rozhovoru je patrná určitá „hluchost“ vůči těm, kteří ji odrazují od zahrávání si s anorexií, ať už formou nadávek, ale i slušných komentářů (Sisi):

Eva: *A co ti tak píšou?*

Sisi: *Někdy pozitivně, jako že mě podporují a tak .. A jindy zase nadávají, že jsem kráva a dokonce anorektička a podobně...*

Eva: *A jak se pak cítíš, když ti tam někdo začne takhle nadávat? Co si o těchto komentářích myslíš?*

Sisi: *myslím si své.. Už jsem si za tu dobu zvykla, ale zamrzí to.. To je jasné ...*

Eva: *Proč myslíš, že to dělají?*

Sisi: *Nevím.. Třeba záviděj, že mám tu vůli nebo netuším... Jsou mezi náma aji zlí lidé :-)*

Eva: *Píše ti třeba taky někdo, kdo tě odrazuje od toho, co děláš, ale slušnou formou?*

Sisi: *Ano*

Eva: *Co říkáš těmto komentářům?*

Sisi: *Ale jo vezmu ho na vědomí.. Vím co se mi může s tát a tak podobně , ale chci za každou cenu zhubnout, tak nereaguju“*

Sisi na odrazující komentáře nereaguje, protože toto sdělení ji nemotivuje k tomu, aby správně a systematicky zpracovala argumenty obsažené v komentáři. Naopak u ní došlo k navození obranné motivace, která odráží touhu uchovat si postoje a přesvědčení, které jsou v souladu s existujícími centrálními postoji a hodnotami (Hewstone, Stroebe, 2006), zde tedy vyjadřujícími touhu zhubnout a zlepšit tak vlastní sebehodnocení skrze dosahování tělesné „dokonalosti“. To u ní vede patrně k tomu, že ačkoli ví o rizicích, nepřipouští si je a bagatelizuje varování, aby posílila pocit, že ji nic nehrozí. Obranná motivace je navíc posílena podporujícími nebo dokonce obdivnými komentáři, takže varování mezi nimi nevypadají tak hrozivě.

Na otázku, jak blogeré odhadují čtenáře jejich blogu, odpovídali respondenti, že jejich blog navštěvují zejména lidé, které znají z reálného života a dále lidé známí z virtuální reality. Např. Barushka bere v úvahu spíše lidi, kteří při návštěvě zanechají na blogu vzkaz, a o zbývající „mlčící“ návštěvníky se příliš nestará:

„ja tam mam shouboard a do toho vetsinou pisou lidi co znam... nekdy kdyz pisu komentar na jiny blog tak tam uvedu adresu svyho blogu aby se na nej ostatni podivali (tak to ostatne delaj asi vsichni blogari) :-D takze tam nekdy zabloudi i nekdo koho neznam, ale vetsinou to sou ale asi lidi ktery znam“

Je také důležité, aby si adolescent s pravidelnými návštěvníky svého blogu rozuměl. Jednak je předpokládána shoda názorů a zájmů blogera a publika, ale také jde většinou o stejného pohlaví, např. Lenka uvádí:

Já si myslím, že to čtou víc holky než kluci, protože kluci na blogování moc nejsou, a tak nějak okolo patnácti, myslím. Možná jako aji míň, jako třeba 11 až 16...když je to hodně zajímavá.

Čtenářským jádrem jsou pro blogery lidé, kteří jsou jim podobní v demografických charakteristikách, jako je pohlaví a věk, a v zájmech, kterým je blog věnován. Jako okrajové publikum jsou vnímáni ti, kteří na blog „zabloudí“ čistě náhodou za účelem propagace vlastního blogu. Blog je tedy většinou určitým komunikačním nástrojem pro vrstevníky a v tomto smyslu je možno ho chápat jako jedinečnou příležitost proniknutí do světa vrstevnických komunit, které adolescenti vytváří.

Vztahy mezi blogy

Adolescenti používají výraz „spřátelené blogy“ pro blogy, na které mají uvedený odkaz na svém blogu. Někdy je spřátelení blogů považováno pouze za vzájemné propagování cizího blogu na vlastním blogu. Takto chápe spřátelení blogů například Nina:

„sprateleni me prijde jako propagace blogu toho druheho, nic jineho v tom nevidim. a myslim ze blog si muzou propagovat i sama:-) a enpotrebuju k tomu ostatni. pratelstvi? duvera v toho kamarada, pocit bezpeci, muzeme se sverit upokud je to opravdovy kamarad...pratelstvi se hodne lisi od sprateleni blogu.“

Někteří také používají výraz „spřátelit (blogy)“ a ne „spřátelit se“, což vyjadřuje, že je navázána vazba mezi dvěma blogy, ale již nejde o vztah mezi autory těchto blogů. S pohledem, že spřátelení má především propagační význam, jsem se však setkala spíše u blogerů, kteří mají blogy teprve několik měsíců, a tak si nestihli vytvořit hlubší vazby s ostatními blogery. Později obvykle dospívající navazují prostřednictvím blogů i silnější přátelské vazby, kdy z původního velkého množství povrchních vazeb se vykrystalizuje několik silnějších na blogy, které si dospívající oblíbí a které pravidelně navštěvuje:

„Já třeba těch spřátelených blogů mám 30 a chodím teď už třeba jen na 3, protože ty ostatní, to pak už časem vyšumí, tam už tolik nechodím. Třebas si aji už zruší ty blogy.“

Podobně Milla uvedla, že někdy spřáteluje blogy jen ze zdvořilosti, protože jí přijde hloupé odmítnout nabídku na spřátelení, i když se jí blog nelíbí. Je to z její strany spíš formální akt veřejného vyhovění pod normativním sociálním vlivem, aby odmítnutím neurazila toho, kdo spřátelení nabízí, a nezanechala v něm špatný dojem:

„...a ohledne spratelenych blogu, když me nekdo pozada o sprateleni, tak je mi to blby odmítnout a tak ho zverejnim“

Milla dále sdělila, že pokud chce opravdu spřátelit blogy, musí ji takový blog něčím zaujmout, nebo se jednat o blog nějaké její kamarádky z reálného života. Reálné přátelství tak často vede ke „spřátelení“ blogů, což je ale jen odrazem vztahu v reálném životě. Pro přátelství má význam fyzická blízkost, která vede k častějším kontaktům (Festinger, Schachter, Back, 1950; in Hayes, 2007), takže tolik nezáleží na odlišnosti v zájmech, zatímco při navazování vztahů ve virtuální realitě hraje roli to, jestli blog toho druhého zaujme, a také podobnost v zájmech a názorech (Byrne, 1961; in Hayes, 2007).

Komunita

S výraznějšími znaky indikujícími existenci virtuální komunity jsme se setkali ve dvou případech, přičemž se jednalo o blogy s tématy, které jsou v současnosti mezi adolescenty mimořádně oblíbeny. Např. v případě Terezy, která má blog o populární skupině Tokio Hotel, se vytváří komunita právě v rámci „fanynekových“ blogů:

„Tak kapela nás asi určitě hodně spojuje. A právě ostatní lidi, kteří tu kapelu nesnášej, tak nás jako by přehlížej nebo prostě od sebe, vůbec nechťej brát vážně.“

Z pohledu ostatních, kteří nejsou fanoušky této kapely, se zde projevuje tzv. out-group homogeneity effect (Quattrone, Jones, 1980; in Hewstone, Stroebe, 2006), spočívající ve stereotypu, že „všechny fanky“ Tokio Hotel nelze brát vážně bez ohledu na jejich další charakteristiky.

Druhou, poněkud odlišnou weblogovou komunitou, je již zmíněná „pro ana“ komunita hubnoucích dívek. Společným poznávacím znakem pro ana dívek, tedy dívek podporujících hubnutí, je červený náramek, který v realitě nosí. Blogující dívky si v rámci této komunity poskytují vzájemně podporu, které se jim v jejich počínání nedostává od okolí. Prostřednictvím blogu se dostávají do kontaktu s ostatními stejně smýšlejícími dívkami a vymaňují se tak ze sociální izolace:

„Hladovím já , hladoví také .. Vím, že nejsem sama“ (Sisi)

Díky pro ana komunitě na internetu již dívky nemají pocit, že jsou samy, ale stávají se plnohodnotnými členkami sociální skupiny, kde je posedlost hubnutím normou, a ne něčím, co ostatní odsuzují a pokládají za nesprávné. Z toho také pramení blízkost mezi těmito dívkami, které pro sebe mají vzájemné pochopení. Následující ukázka je z rozhovoru se Sisi, která tvrdí, že jí nikdo kromě ostatních členek pro ana komunity tak dobře nerozumí:

Eva: Svěřuješ se s tím trápením na blogu?

Sisi: Ano

Eva: S čímkoli, nebo si něco necháváš pro sebe?

Sisi: Většinou s čímkoli

Eva: nemáš před nimi tajemství?

Sisi: Nemám

Eva: Co kámošky v reálu, máš?

Sisi: Ano ale ty mi ani trochu nerozumíš... říkají, že mi to sluší a nepotřebuju hubnout a že jsem na hlavu

Eva: Takže jsou ti asi ty holky hodně blízké?

Sisi: Moc blízkéMám je ráda

Tyto dívky se svými virtuálními kamarádkami sdílejí zájmy, které nemohou sdílet v realitě. Na internetu se skupina lidí se stejným specifickým zájmem hledá mnohem snadněji než v reálném životě (Šmahel, Konečný, 2006; Černá, Šmahel, 2009). Pro ana komunita má na svoje členky velký sociální dopad - podle teorie sociálního dopadu (Latané, 1981; in Aronson, Wilson, Akert, 2005) pravděpodobnost konformního chování závisí na třech proměnných: a) síle skupiny, b) počtu osob ve skupině, c) blízkosti skupiny. Všechny tři proměnné zde vytváří sociální vliv na členku, neboť skupina je pro ni velice významná a pozitivně referenční, je dostatečně početná a díky velké frekvenci kontaktu se skupinou, ačkoli pouze ve virtuální realitě, je splněna i podmínka blízkosti.

Na jednu stranu je potěšující, že „pro ana“ dívky mají mezi sebou tak dobré vztahy, ale na druhou stranu se takto utvrzují v něčem, co pro ně může mít v budoucnu velmi negativní následky. Pokud členka pro ana komunity poruší dietu, což pro ni znamená osobní selhání a zároveň porušení sociální normy pro ana komunity, cítí se dívka provinile mimo jiné i vůči ostatním členkám komunity, že je tím zrazuje.

V rámci pro ana komunity dochází k tomu, že mentální anorexie, kterou okolí definuje jako nemoc, je touto komunitou předefinována na životní styl, jehož vyznavačky mají pevnou vůli, dokáží se kontrolovat a tímto způsobem dosahují dokonalosti. Podle E. Taylorové (2002) pro ana weby podporují hrdost a pocit přináležitosti ke komunitě. Členky komunity se nepokládají ze nemocné, ale jsou elitou, která má kontrolu nad vlastním tělem. Lidé a především dospívající vytvářející „pro ana“ komunitu blogů se tak tedy do určité míry podporují ve svém úsilí, dávají si vzájemně sociální podporu, což může mít velmi negativní důsledky pro realistické zhodnocení jejich situace, případně nabídnutí odborné pomoci těm, kteří se již pohybují na hraně mentální anorexie. Podobný efekt podpůrné komunity můžeme sledovat v blozích dospívajících, kteří píšou o sebepoškozování, jak popisuje Černá a Šmahel (2009).

Na závěr této kapitoly uvádíme pro přehlednost tabulku znázorňující nejpodstatnější aspekty blogování, jak se projeví v našem výzkumu:

Tabulka 4. Stručný přehled výzkumných zjištění

Interakce a motivace	Míra návštěvnosti blogu - vliv vrstevnického publika na sebehodnocení blogera
	Zpětná vazba prostřednictvím komentářů- vliv na sebestvrzení blogera a možný zdroj sociální podpory
Vztahy mezi blogy	Vzájemná propagace blogů (např. prostřednictvím tzv. „spřátelení“)
	Podobnost (vkus, zájmy...)
Komunita	Společný zájem a zároveň znak odlišující členy komunity od ostatních, stanovení vlastních sociálních norem

5. DISKUZE A ZÁVĚR

V kvalitativní analýze byla jako nejdůležitější kategorie určena kategorie interakce. Pro blogery je důležité, že se prostřednictvím blogu dostávají do kontaktu s publikem, které tvoří převážně vrstevníci s podobnými zájmy. Nejde však, alespoň primárně, o navazování přátelství, spíše je to pro adolescenta možnost, jak účinně figurovat v rámci vrstevnické arény, tedy platformy, na níž se sledují a srovnávají, mohou se vyjadřovat, mohou poslouchat a s druhými „rezonovat“ a získávat zpětnou vazbu týkající se různých aspektů sebehodnocení. Je zřejmé, že tato funkce blogů odráží potřeby adolescentů v reálném životě, které popisují vývojové teorie (např. Macek, 2003; Bee, 1998; Brown, 2004). Vrstevnická skupina, se kterou je adolescent v kontaktu mimo jiné prostřednictvím blogu, má referenční význam a slouží dospívajícímu jako základ pro porovnání zkušeností, poskytuje mu zpětnou vazbu. Dospívající si ve skupině může ověřovat svoje zkušenosti a názory, může srovnávat vlastní chování, postoje a pocity s chováním a pocity vrstevníků. To vede adolescenta k uvědomění si podobnosti či odlišnosti od ostatních. Poznatky tohoto druhu jsou základem lepšího sebepoznání a reálnějšího sebehodnocení.

Dostatečně vysoká návštěvnost a kladné hodnocení blogu přispívá k pozitivnímu sebehodnocení adolescenta, což je zvláště v tomto vývojovém období důležité v rámci vytváření identity vlastního já, které je s tímto obdobím tradičně dáváno do souvislosti (Macek, 2003). Rozdílnost v míře snahy přilákat na blog návštěvníky lze vykládat kromě účelu blogu (blogy jako osobní deníky jsou více „komorní“ než tzv. filtry, tedy informační blogy) i osobnostními charakteristikami blogujících, např. kdy někteří jsou raději středem pozornosti než jiní, případně vyzrálostí adolescenta. Snahu o vysokou návštěvnost blogu je možno chápat jako snahu o sebepotvrzení, získání pocitu, že adolescent něco umí, že je pro ostatní zajímavý. Na druhou stranu ve výzkumu S. Nowsona, J. Oberlandera a A. J. Gilla (2005) nebyly shledány signifikantní rozdíly v úrovni extroverze blogerů, což by mohlo napovídat, že z hlediska osobnostního nebudou mezi blogujícími velké rozdíly. Návštěvnost je pro adolescenty sociálním ziskem, přínosem pro vlastní osobu, která je motivuje v pokračování ve psaní blogu, ačkoli jde o činnost časově náročnou. To je v souladu s kauzálním modelem, který A. Miura a K. Yamashita aplikovali na blogy (2007) – jedná se o zpětnovazebnou vzájemnou podporu mezi pisatelem blogu a jeho čtenáři, která je založena na pozitivních reakcích v komentářích.

Blog je také možností, jak být v kontaktu s lidmi, kteří mají podobné zájmy a názory. Již v předchozích výzkumech bylo zjištěno, že pro atraktivitu ve virtuálním prostředí je důležitá podobnost (Šmahel, Veselá, 2005). Adolescentovo vědomí, že našel podobně smýšlející lidi, kteří pro něho mohou být v reálném životě obtížně dostupní, u něho vyvolává pocit začlenění a spolupatřičnosti. To posiluje sociální aspekt identity (Macek, 2003).

Důležitým aspektem vytváření blogů adolescenty se ukázalo, že v některých případech vznikají komunity, které se týkají určitého tématu společného zájmu. Nejvýraznější se v našem výzkumu ukázala být komunita týkající se tématu hubnutí – „pro ana“ blogy. Podobné komunity však tvoří fanoušci různých subkultur (např. emo, gothic), či dívky demonstrující téma sebepoškozování (Černá, Šmahel, 2009). Běžně adolescenti udávají spíše nahodilé vztahy s blogery či blogy, které se v některých případech zakládaly na vztazích z reálného života. Někdy se také jedná o slabé vazby naznačující nízkou skupinovou soudržnost. „Pro ana“ komunita se však vymyká, vazby zde jsou mnohem intenzivnější povahy, alespoň podle výpovědi jedné z respondentek. Členství v komunitě poskytuje základní sociální podporu jinak izolované člence a současně normalizuje

a podporuje touhu po hubnutí. Komunity vytvářející se v rámci blogů se tak ukazují být velmi významným fenoménem – poskytují sociální podporu především adolescentům, kterým se této podpory dostává v menší míře v realitě – což se často děje právě v tématu hubnutí, či sebepoškozování, ale i v případě různých subkultur (emo, gothic, fanoušci specifických skupin jako Tokio Hotel atp.). Tento fenomén vzájemné sociální podpory však může být potenciálně velmi nebezpečný, jelikož může uzavírat cestu k odborné pomoci. Právě ke specifickým subkulturám a tématům (hubnutí atp.) by měl směřovat další výzkum. Blogy se ukazují být vhodným prostředkem, který by mohl pomoci výzkumníkům porozumět dospívajícím a jejich aktuálním tématům. Blog jako prostředník výzkumu, ať již v obsahové analýze nebo jako způsob kontaktování dospívajícího, tak může přispět ke zkoumání specifických oblastí, kde jsou například jiná data obtížně dostupná. Data nacházející se na blozích jsou zároveň jedinečná svojí „přirozeností“ a aktuálností, výzkumník má možnost skutečně nahlédnout „pod polštáře“ dospívajících, neboli do deníků současných adolescentů.

V budoucím výzkumu by bylo také vhodné se zaměřit na jednotlivé aspekty blogování podrobněji a brát v úvahu i další charakteristiky blogujících adolescentů a jejich blogů, například z pohledu osobnostních charakteristik, k čemuž se nabízí využití kvantitativní metodologie. Vliv na blogování má také jistě délka zkušenosti s touto činností, nejen věk a pohlaví, které svou roli rovněž hrají. Dalším tématem by mohl být výzkum skupinové dynamiky komunit, které se blogováním zabývají, jejich vlivu na jedince a propojení s již existujícími psychologickými poznatky. Nabízí se také využití blogů pro možnou prevenci – možná právě blogy zabývající se hubnutím jsou velmi vhodným místem, kde by se odborníci mohli pokusit vysvětlit dospívajícím nebezpečí mentální anorexie - je ovšem otázkou, jak by byl takový odborník v komunitě přijat, jeho postup by musel být přinejmenším velmi opatrný. Právě praktické otázky využití poznatků z blogů by měly být cílem dalších výzkumů, či projektů. Další možností by mohlo být vystupovat v takové skupině pod skrytou identitou, k čemuž je anonymní prostředí internetu ideálním místem. Odborník zde tedy nevystupuje jako někdo nadřazený, kdo pouze rozdává rady, ale spíše jako „obyčejný“ návštěvník blogu. Může si tak získat větší důvěru v blogové komunitě a tím mít možnost ji pozitivně ovlivňovat. Šlo by o obdobu tzv. peer programů např. v oblasti prevence drogových závislostí.

Předložený výzkum je třeba chápat jako explorativní sondu, která ukazuje na možná témata, jež se na blozích adolescentů vynořují. Jelikož počet respondentů byl poměrně nízký, neklademe si nárok na úplnost tohoto zkoumání. Naším cílem zde bylo především poukázat na blog jako možný nástroj, který pomáhá porozumět tématům, které jsou pro adolescenty v dnešní době důležité. V tomto článku jsme naznačili jen některé z těchto témat a věříme, že jsme tak naznačili možnou cestu dalšímu výzkumu. Zároveň je třeba brát v úvahu, že svět internetu se vyvíjí velmi rychle a vznikají nová a nová online prostředí, ve kterých se mohou mladí lidé prezentovat. Dalšími místy pro prezentaci mohou být vznikající sociální sítě jako Facebook, MySpace, Youtube atd. Tato nová online prostředí přináší výzkumníkům další výzvy a možnosti.

Literatura

- Aronson, E., Wilson, T.D., & Akert, R.M. (2005). *Social Psychology*. Upper Saddle River, Prentice Hall.
- Babbie, E. (2001). *The Practise of Social Research*. Wadsworth Publishing Company.
- Bee, H. (1998). *Lifespan development*. New York: Longman.
- Blinka, L. & Šmahel, D. (2008) Matching reality and virtuality: Are adolescents lying on their weblogs? In Sudweeks, F., Hrachovec, H., Ess, C. (eds.), *Cultural attitudes towards technology and communication 2008*. Murdoch: Murdoch university.
- Brown, B. B. (2004). Adolescents' relationships with peers. In M. R. Lerner, & L. Steinberg (Eds.), *Handbook of adolescent psychology. Second edition*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Černá, A. & Šmahel, D. (2009 – v rec. řízení). Sebepoškozování v adolescenci: blog jako prostředek vytváření komunity. *Československá psychologie*.
- Grimes, S. M. (2003). All About the Blog: Young People's Adoption of Internet Technologies and the Marketers Who Love Them. *Computers and society*, 33(1).
- Hayes, N. (2007). *Základy sociální psychologie*. Praha, Portál.
- Herring, S. C., Kouper, I., Scheidt, L. A., & Wright, E. (2004). Women and children last: The discursive construction of weblogs. In L. Gurak, S. Antonijevic, L. Johnson, C. Ratliff, & J. Reyman (Eds.), *Into the Blogosphere. Rhetoric, Community, and Culture of Weblogs* [online]. [cit. 2007-07-01]. Dostupný z WWW: <http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/women_and_children.html>.
- Hewstone, M., & Stroebe, W. (2006). *Sociální psychologie*. Praha, Portál.
- Huffaker, D. A., & Calvert, S. L. (2005). Gender, identity, and language use in teenage blogs. *Journal of Computer-Mediated Communication* [online]. 10(2), article 1. [cit. 2007-07-01]. Dostupný z WWW: <<http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue2/huffaker.html>>.
- Lenhart, A., & Madden, M. (2005). *Teen Content Creators and Consumers* [online]. [cit. 2007-10-01]. Dostupný z WWW: <http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Teens_Content_Creation.pdf>.
- Macek, P. (2003). *Adolescence*. Praha, Portál.
- Miovský, M. (2006). *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. Praha, Grada Publishing.
- Miura, A., & Yamashita, K. (2007). Psychological and social influences on blog writing: An online survey of blog authors in Japan. *Journal of Computer-Mediated Communication* [online]. 12(4), article 15. [cit. 2007-08-01]. Dostupný z WWW: <<http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/miura.html>>.
- Nardi, B. A., Schiano, D. J., & Gumbrecht, M. (2004). Blogging as social activity, or, would you let 900 million people read your diary? *Proceedings of the 2004 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work*, (pp. 222-231). Chicago, IL: ACM. [cit. 2007-08-01]. Dostupný též z WWW: <<http://home.comcast.net/~diane.schiano/CSCW04.Blog.pdf>>.
- Nowson, S., Oberlander, J. & Gill, A. J. (2005). Weblogs, genres, and individual differences. In *Proceedings of the 27th Annual Conference of the Cognitive Science Society*, s.1666-1671, Stresa, Italy, July 21-23, 2005. [cit. 2007-08-01]. Dostupný též z WWW: <<http://www.ics.mq.edu.au/~snowson/papers/nowson-cogsci.pdf>>.
- Scheidt, L. A. (2006). Adolescent diary weblogs and the unseen audience. In D. Buckingham & R. Willett (Eds.), *Digital Generations: Children, Young People, and New Media*. London: Lawrence Erlbaum. [cit. 2007-08-01]. Dostupný též z: <http://ella.slis.indiana.edu/~lscheidt/publishing/Adolescent_Diary_Weblogs_and_the_Unseen_Audience.pdf>.

Schler, J., Koppel, M., Argamon, S., & J. Pennebaker. (2006). *Effects of Age and Gender on Blogging* [online]. In AAAI 2006 Spring Symposium on Computational Approaches to Analysing Weblogs, Stanford University, 2006. [cit. 2007-08-01]. Dostupné z WWW: <<http://lingcog.iit.edu/doc/springsymp-blogs-final.pdf>>.

Strauss, A., & Corbin, J. (1999). *Základy kvalitativního výzkumu*. Albert, Boskovice.

Subrahmanyam, K. (2007). Adolescent Online Communication: Old Issues, New Intensities. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace* [online]. [cit. 2007-04-01]. Dostupný z: <<http://cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2007070701>>.

Širůček, J., & Širůčková, M. (2006). Vývoj a zkoumání vrstevnických vztahů. In Macek, P., Lacinová, L. (eds.), *Vztahy v dospívání*. Brno, Barrister & Principal, s. 41- 54.

Šmahel, D., & Konečný, Š. (2006). Vztahy na internetu: fantazie a zklamání. In Macek, P., Lacinová, L. (eds.), *Vztahy v dospívání*. Brno, Barrister & Principal, s. 161- 174.

Šmahel, D., & Veselá, M. (2006). Interpersonální atraktivita ve virtuálním prostředí. *Československá psychologie*, 2, s. 174-186.

Šolcová, I., & Kebza, V. (1999). Sociální opora jako významný protektivní faktor. *Československá psychologie*, 43, 1, s. 19-38.

Taylor, E. (2002). *Totally In Control- The rise of pro-ana/ pro-mia websites* [online]. Social Issues Research Centre. [cit. 2007-12-01]. Dostupný z: <http://www.sirc.org/articles/totally_in_control2.shtml>.

Vybíral, Z. (2005). *Psychologie komunikace*. Praha, Portál.

Bc. Eva Lusková absolvovala r. 2008 bakalářské studium na Fakultě sociálních studií Masarykovy univerzity, obor psychologie-sociologie. Zaměřuje se na psychologii internetu a vliv médií na výskyt agresivního chování z hlediska psychologického a právního.
E-mail: 134565@mail.muni.cz

Mgr. Lukáš Blinka pracuje v Institutu výzkumu dětí, mládeže a rodiny na Fakultě sociálních studií MU. Zaměřuje se na problematiku vlivu internetu na psychiku jednotlivců, skupin a společnosti.
E-mail: blinka@fss.muni.cz

Doc. PhDr. David Šmahel, Ph.D. pracuje v Institutu výzkumu dětí, mládeže a rodiny na Fakultě sociálních studií MU. Zabývá se problematikou psychologie internetu, především pak v období adolescence. Další články autora je možno nalézt na jeho webových stránkách: <http://www.terapie.cz/smahelen>
E-mail: smahel@fss.muni.cz

Adresa: IVDMR, FSS MU, Joštova 10, Brno, 602 00

Lusková, E., Blinka, L., & Šmahel, D. (2008). Blog jako cesta k porozumění dospívajícím. *E-psychologie* [online]. 2(3), 1–15 [cit. vložit datum citování]. Dostupný z WWW: <<http://e-psycholog.eu/pdf/luskovaetal.pdf>>. ISSN 1802-8853.