

# ONLINE SVĚT V DĚTSKÝCH DOMOVECH

**Kamil KOPECKÝ**

Výzkum Online svět v dětských domovech, který vznikl ve spolupráci Pedagogické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci a sdružení CZ.NIC, se zaměřuje na prostředí dětských domovů s ohledem na rizikové formy komunikace, které v online prostředí zažívají jejich dětské klienti. V našem výzkumu tedy mapujeme, jaké rizikové situace děti z dětských domovů zažívají, jaká preventivní opatření dětské domovy realizují, jaká témata s dětmi jejich vychovatelé řeší, jakým způsobem je v dětských domovech regulována práce s internetem (s ohledem na časové limity, omezování obsahu apod.) a jaká je vlastně přístupnost dětí k internetové síti právě z prostředí dětských domovů apod.

Do výzkumu se zapojilo celkem **166** pracovníků dětských domovů ze všech krajů České republiky a **197** klientů dětských domovů.

## Internet a jeho restrikce v dětských domovech

**99,39 % pracovníků dětských domovů (vychovatelů) uvedlo, že v dětském domově mají k dispozici internet.** 94,58 % vychovatelů také uvedlo, že děti mají k internetu přístup, a to prostřednictvím wifi. To potvrzují i klienti dětských domovů – 48,73 % se k internetu dostane pouze přes Wi-Fi, 47,72 % přes Wi-Fi či kabel, 3,55 % pouze přes kabel.

**83,13 % pracovníků dětských domovů uvedlo, že omezují přístup dětí k internetu.** 78,92 % pracovníků uvedlo, že děti

---

mají omezený přístup k internetu v předem určených hodinách, 7,23 % dětí má pak přístup k internetu za odměnu – např. pokud si splní své povinnosti. Pouze 13,25 % pracovníků uvedlo, že děti mají k internetu neomezený přístup (24 hodin denně).

K dalším způsobům, jak zajistit bezpečnost dětí v online prostředí, patří omezení obsahu, který se k dětem dostává prostřednictvím internetu. 22,29 % vychovatelů uvedlo, že internetový obsah svým dětským klientům neomezují. Naopak **46,99 % uvedlo, že obsah omezují všem dětem v dětském domově.**

Samotné omezení obsahu je realizováno ve většině případů **ústní dohodou s dítětem, při které vychovatel provádí důslednou kontrolu.** Tento způsob omezení obsahu potvrzuje 36,75 % pracovníků dětského domova. Na dalších místech je pak ústní dohoda bez provádění kontroly, následují technická řešení (nastavení konkrétní služby do režimu určeného dětem, zabezpečení antivirem, nastavením routeru apod.). 4,22 % pracovníků uvedlo, že využívají písemné dohody s dítětem. **8,43 % respondentů uvedlo, že dětem obsah nijak neomezují.**



## **Rizikové situace, které prožily děti z dětských domovů (pohledem vychovatelů)**

Děti z dětských domovů využívají aktivně internet, kde přirozeně zažívají celou řadu rizikových incidentů. Téměř polovina dětí (48,19 %) z dětského domova zažila situaci, kdy jim někdo slovně ublížil a využil k tomu internet či mobilní telefon. Stejně tak téměř třetina dětí potvrdila, že někdo pomocí IT nástrojů šířil jejich ponižující či zesměšňující fotografie. 22 % dětí také zažilo v online prostředí vyhrožování či zastrašování, 21,69 % zažilo situaci, kdy se bez jejich svolení někdo dostal do jejich online účtu. Vydírání pak zažilo 7,83 % dětí.

**35,53 % klientů z dětských domovů potvrdilo, že se na internetu baví z neznámými lidmi, které neznají osobně.** 64,47 % pak striktně odmítlo, že by se na internetu s neznámými

---

lidmi bavili. Komunikaci s neznámými lidmi pak provází celá řada specifik, na která se zaměříme v samostatných částech tohoto textu. Více než 62 % klientů dětského domova potvrdilo, že by si přidali neznámého člověka z internetu mezi své přátele.

**V další části výzkumu jsme zjišťovali, zda byli klienti dětského domova osloveni svým internetovým kamarádem, aby udrželi jejich vzájemnou komunikaci v tajnosti. Snaha udržet komunikaci v tajnosti může být průvodním jevem celé řady rizikových fenoménů (kybergrooming), proto je dobré přemýšlet o tom, proč by někdo chtěl, abychom komunikaci udrželi v tajnosti. 18,27 % klientů dětského domova skutečně potvrdilo, že tuto žádost od svého internetového známého obdrželo.**

## **Schůzky s internetovými známými**

V kontextu rizikového chování nás také zajímalo, zda by byli klienti dětského domova ochotni jít na schůzku s internetovým známým (kterého neznají z reálného světa), pokud by je o schůzku požádal. Jak již bylo řečeno, internetový známý nemusí automaticky znamenat internetový predátor, děti se samozřejmě seznamují i s vrstevníky. **14,21 % klientů by bylo ochotno na schůzky jít**, 63,96 % by nabídku tohoto typu odmítlo.

Jak již bylo řečeno, děti se v online prostředí seznamují jak se svými vrstevníky, tak i dospělými uživateli online služeb. Indikátorem toho, jak schůzka proběhla, mohou být emoce, které děti na schůzce prožily. Proto jsme se na toto zeptali dětských klientů. Výsledky zachycuje následující grafika.



**Pokud se schůzka uskutečnila, v drtivé většině na ni dorazili vrstevníci dětí. 10,9 % dětí (8 z 73) uvedlo, že na schůzku dorazila dospělá osoba, kterou dítě předtím neznalo.**

## **Komunikace s neznámými lidmi přes webkameru**

---

**18,27 % klientů dětských domovů potvrdilo, že komunikují s cizími lidmi na internetu prostřednictvím webkamer.** 26,4 % klientů dětského domova také potvrdilo, že byli neznámým člověkem z internetu vyzváni, aby si webkameru pustili.

**23,86 % klientů dětských domovů navštěvuje videochaty typu Omegle, Ome.tv či Chatroulette.** 16,24 % klientů potvrdilo, že se v prostředí těchto videochatů setkali se sexuálním obsahem (pornografií), 14,21 % také potvrdilo, že v tomto prostředí s někým komunikovali.

Stejně tak nás zajímalo, zdali by byli klienti dětského domova ochotni komunikovat prostřednictvím webové kamery s přitažlivou dívkou či chlapcem, který/á by se jim ukázal/a na webkamerě. 13,20 % klientů uvedlo, že ano, 69,04 % sdělilo, že by s tímto člověkem komunikovat odmítli.

## **Sexting u klientů dětského domova**

V našem výzkumu jsme se také zaměřili na to, zda klienti dětského domova někomu v online prostředí poslali svou vlastní provokativní erotickou fotografii či video, na kterém jsou zachyceni nazí. **7,11 % klientů uvedlo, že sexting provozují a čas od času svou vlastní intimní fotografii někomu zašlou, 12,18 % uvedlo, že to udělali jednou.** 70,56 % uvedlo, že nikdy nikomu nic podobného nezaslali. Nejčastěji tyto materiály zasílají bývalému příteli či přítelkyni (39,47 %), současnému příteli či přítelkyni (26,32 %), případně člověku, se kterým se znají na internetu (18,42 %). Dále krátké známosti (15,79 %) a člověku, který se jim líbil a chtěli s ním chodit (15,79 %). 18,42 % klientů, kteří provozují sexting, uvedlo, že byli k sextingu donuceni.

**15,74 % (31 z 197) klientů dětského domova také potvrdilo, že dostali nabídku, aby poskytli své intimní materiály výměnou za finance či dárky. 2 % klientů této nabídky vyhověla.**

**3 % klientů dětských domovů potvrdilo, že se před někým obnažovali prostřednictvím webkamery.** Nejčastěji šlo o bývalé přátele či kamarády. K obnažování pak došlo především na Facebooku, Facebook Messengeru, Instagramu, Snapchatu,



# Preventivní aktivity v dětských domovech

Dětské domovy realizují celou řadu preventivních opatření, jejichž cílem je snížit riziko vzniku rizikové situace, případně minimalizovat dopad již existujícího incidentu na dítě. **Dominujícím preventivním opatřením je rozhovor s dítětem, kdy vychovatel dítě učí, jak se v online prostředí chovat bezpečně (89,16 %).** Další oblíbenou formou prevence je **opět rozhovor, který však funguje inverzně - dítě učí vychovatele a vychovatel na něj reaguje (52,41 %)**. Více než polovina respondentů také využívá pro prevenci zhlédnutí preventivně zaměřeného filmu (57,23 %), téměř polovina také aktivně organizuje přednášky zaměřené na prevenci rizikového chování na internetu (47,59 %).

Dětské domovy řeší v rámci prevence celou řadu témat - dominantní je především komunikace s neznámými lidmi (89,16 %), ochranu osobních údajů na internetu (86,75 %), seznamování v online prostředí (84,34 %), agresi na internetu - především kyberšikanu či vyhrožování (76,51 %), rizikové sexuální chování na internetu (72,29 %) apod.

Kamil Kopecký & René Szotkowski  
Univerzita Palackého v Olomouci

Další informace naleznete v [prezentaci](#) či samostatné [výzkumné zprávě](#).

{loadposition reklamagoogle2}