

Působení sociálních sítí na sociální vztahy v reálném životě u mladé generace

Bc. Tereza Opletalová, DiS.

Diplomová práce
2020



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta humanitních studií

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta humanitních studií

Ústav pedagogických věd

Akademický rok: 2019/2020

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Bc. Tereza Opletalová, DiS.**
Osobní číslo: **H180091**
Studijní program: **N7507 Specializace v pedagogice**
Studijní obor: **Sociální pedagogika**
Forma studia: **Kombinovaná**
Téma práce: **Působení sociálních sítí na sociální vztahy v reálném životě u mladé generace**

Zásady pro vypracování

Zpracování rešerše a studium odborné literatury.
Vymezení terminologie a teoretických východisek z oblasti digitálních technologií, vývojové psychologie období adolescence a mezilidských vztahů.
Příprava metodiky empirické části, zpracování projektu výzkumu a stanovení výzkumného problému.
Realizace kvantitativního výzkumu formou dotazníkového šetření.
Zpracování a vyhodnocení získaných dat, včetně jejich interpretace.
Prezentace výsledků výzkumu, jejich shrnutí a doporučení pro praxi.

Rozsah diplomové práce:
Rozsah příloh:
Forma zpracování diplomové práce: **Tištěná/elektronická**

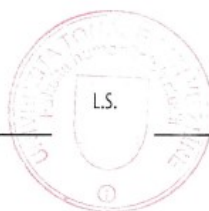
Seznam doporučené literatury:

AMICHAI-HAMBURGER, Yair, ed. *The social net: understanding our online behavior*. 2nd ed. Oxford: Oxford University Press, 2013. xiv, 280 s. ISBN 978-0-19-963954-0.
BLINKA, Lukáš a kol. *Online závislosti: jednání jako droga?: online hry, sex a sociální sítě: diagnostika závislosti na internetu: prevence a léčba*. Praha: Grada, 2015. 198 s. Psyché. ISBN 978-80-210-7975-5.
KOPECKÝ, Kamil. *Moderní trendy v e-komunikaci*. Olomouc: Hanex, 2007. 98 s. ISBN 978-80-85783-78-0.
SPITZER, Manfred. *Kybernemoc! jak nám digitalizovaný život ničí zdraví*. Překlad Iva Zündorf. Brno: Host – vydavatelství, s.r.o., 2016. 388 s. ISBN 978-80-7491-792-9.
TURKLE, Sherry. *Alone together: why we expect more from technology and less from each other*. New York: Basic Books, 2012. xvii, 360 s. ISBN 978-0-465-03146-7.
ZIMBARDO, Philip G. a COULOMBE, Nikita D. *Odpojený muž: jak technologie připravuje muže o mužství a co s tím*. Překlad Libuše Čížková a Kateřina Klabanová. Praha: Grada Publishing, a.s., 2017. 280 s. ISBN 978-80-247-5797-1.

Vedoucí diplomové práce: **Mgr. Karla Hrbáčková, Ph.D.**
Ústav pedagogických věd

Datum zadání diplomové práce: **4. října 2019**
Termín odevzdání diplomové práce: **24. dubna 2020**

Mgr. Libor Marek, Ph.D.
děkan



doc. Mgr. Jakub Hladík, Ph.D.
ředitel ústavu

Ve Zlíně dne 8. ledna 2020

PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby¹⁾;
- beru na vědomí, že diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k nahlédnutí;
- na moji diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3²⁾;
- podle § 60³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60³⁾ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že

- elektronická a tištěná verze diplomové práce jsou totožné;
- na diplomové práci jsem pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně 28. 2.

1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydávalečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlášení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výtisky, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, ušije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpovídá-li autor takového díla udělit svolení bez vádného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení obyčejného profevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užit či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z vřdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlíáde k vřší vřdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Diplomová práce se zabývá problematikou sociálních vztahů v reálném životě (offline vztahy) a na sociálních sítích (online vztahy) u věkové kategorie 18-25 let, která tak představuje mladou generaci. Teoretická část práce se zabývá sociálními vztahy v kontextu teorie sociální motivace a sociálního učení, dále zpracovává složky sociálních vztahů, osamělost a proměny vztahů v době digitální. Dále se věnuje problematice sociálních sítí, jejich vývoji, specifickým a dopadu z hlediska neurobiologického a psychologicko-sociálního. Rovněž popisuje cílovou skupinu, která je zařazena do období adolescence a mladé dospělosti. Empirická část práce zahrnuje výsledky kvantitativního šetření, jehož cílem bylo zjistit souvislost mezi offline a online vztahy a také zjistit souvislost mezi pocity osamělosti s offline a online vztahy. Výzkumné šetření bylo provedeno metodou dotazníku.

Klíčová slova: sociální vztahy, sociální sítě, adolescenti, mladá dospělost, osamělost

ABSTRACT

The diploma thesis deals with the issue of social relationship in real life (offline relationships) and on social networks (online relationships) in the age category of 18-25 years, which represents the young generation. The theoretical part of the thesis deals with social relationships in the context of the theory of social motivation and social learning, it also deals with the components of social relationships, loneliness and changes in relationships in the digital age. It also deals with the issue of social networks, their development, specifics and impact of neurobiological and psychological-social point of view. It also describes the target group, which is included in the period of adolescence and young adulthood. The empirical part of the work includes the results of a quantitative survey, which aimed to determine the connection between offline and online relationships and also to determine the connection between feelings of loneliness with offline and online relationships. The research was carried out using the questionnaire method.

Keywords: social relationships, social networks, adolescents, young adulthood, loneliness

Ráda bych poděkovala Mgr. Karle Hrbáčkové Ph.D. za odborné vedení, cenné rady, vstřícný přístup a pomoc při psaní diplomové práce. Rovněž bych chtěla poděkovat mojí rodině a přátelům, kteří mě podporovali a byli mi oporou po celou dobu studia.

„Jediným přepychem jsou lidské vztahy.“

(Antoine de Saint-Exupéry)

Čestné prohlášení:

Prohlašuji, že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD	10
I TEORETICKÁ ČÁST	12
1 SOCIÁLNÍ VZTAHY	13
1.1 SOCIÁLNÍ MOTIVACE – POTŘEBA SOCIÁLNÍCH VZTAHŮ	13
1.2 VÝZNAM SOCIÁLNÍCH VZTAHŮ NA ZÁKLADĚ TEORIE SOCIÁLNÍHO UČENÍ.....	15
1.3 SOCIÁLNÍ INTERAKCE, SOCIÁLNÍ PERCEPCE A SOCIÁLNÍ KOMUNIKACE	16
1.3.1 Sociální interakce	16
1.3.2 Sociální percepce	17
1.3.3 Sociální komunikace	18
1.4 OSAMĚLOST	21
1.5 PROMĚNY SOCIÁLNÍ VZTAHŮ V DOBĚ DIGITÁLNÍ.....	22
2 SOCIÁLNÍ SÍTĚ	25
2.1 VÝVOJ SOCIÁLNÍCH SÍTÍ	28
2.2 VYBRANÉ SOCIÁLNÍ SÍTĚ	30
2.2.1 Facebook	30
2.2.2 Instagram.....	32
2.3 SPECIFICKÉ RYSY ONLINE PROSTŘEDÍ.....	34
2.4 NEUROBIOLOGICKÝ POHLED NA SOCIÁLNÍ SÍTĚ.....	36
2.5 PSYCHOLOGICKO-SOCIÁLNÍ POHLED NA SOCIÁLNÍ SÍTĚ.....	38
3 CHARAKTERISTIKA MLADÉ GENERACE	40
3.1 ADOLESCENCE	40
3.2 MLADÁ DOSPĚLOST	43
3.3 VYNOŘUJÍCÍ SE DOSPĚLOST	46
3.4 SHRnutí TEORETICKÉ ČÁSTI	48
II PRAKTICKÁ ČÁST	49
4 DESIGN VÝZKUMU	50
4.1 VÝZKUMNÝ PROBLÉM	50
4.2 CÍL VÝZKUMU	50
4.3 VÝZKUMNÉ OTÁZKY A HYPOTÉZY.....	51
4.4 VÝZKUMNÉ ŠETŘENÍ A METODA SBĚRU DAT.....	51
4.4.1 Popis a administrace dotazníku	52
4.5 VÝZKUMNÝ SOUBOR	54
4.6 ZPŮSOB ZPRACOVÁNÍ DAT.....	56
5 ANALÝZA DAT	57

5.1	DRUHY VYUŽÍVANÝCH SOCIÁLNÍCH SÍTÍ	57
5.2	ÚČELY VYUŽÍVÁNÍ SOCIÁLNÍCH SÍTÍ.....	58
5.3	OFFLINE VZTAHY	60
5.4	ONLINE VZTAHY – KLADY A ZÁPORY SOCIÁLNÍCH SÍTÍ.....	62
5.5	ONLINE VZTAHY – VNÍMÁNÍ SOCIÁLNÍCH SÍTÍ A TRÁVENÍ ČASU	64
5.6	ONLINE VZTAHY – PROŽÍVÁNÍ A CHOVÁNÍ NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH	66
5.7	POCITY OSAMĚLOSTI	68
5.8	SOUVISLOST OFFLINE A ONLINE VZTAHŮ A POCITŮ OSAMĚLOSTI.....	70
6	INTERPRETACE DAT A SHRNU TÍ VÝSLEDKŮ	74
7	DOPORUČENÍ PRO PRAXI.....	79
	ZÁVĚR	80
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	82
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	90
	SEZNAM OBRÁZKŮ	91
	SEZNAM TABULEK.....	92
	SEZNAM GRAFŮ	93
	SEZNAM PŘÍLOH.....	94

ÚVOD

Dnešní doba s sebou přináší obrovský pokrok v oblasti digitálních technologií, které se každým dnem více a více zdokonalují. Nicméně i celkové tempo a životní styl společnosti se začal měnit v souladu s rytmem vývoje těchto technologií. Možnosti internetu jsou takřka neomezené, lidé mají neustálý přísun informací, stále se vyvíjejí nějaké nové aplikace „usnadňující“ život. Samozřejmě technologie zasáhly i do oblasti lidských vztahů.

Podoba sociálních vztahů se dnes mění. Stačí se jen podívat do hromadných dopravních prostředků, snad každý druhý vyplňuje svoji cestu odepisováním na zprávy v Messengeru, prohlížením fotek na Instagramu, hraním her s cílem dostat se do vyšších úrovní, prohlížením příběhů svých přátel, apod. Možná je to troufalé tvrzení, ale dělá to každý z nás...ale-
spouň někdy.

Člověk je již od přírody tvor společenský, lidský kontakt vyhledává, přímo jej potřebuje. Dříve se lidé sdružovali do svých komunit třeba ve své vesnici, městě. Generace našich rodičů neměla takové technologické možnosti jako nyní, proto trávili mnoho času venku se svými vrstevníky. Nyní máme sociální sítě, které vstoupily do životů většiny lidí na celém světě. Virtuální prostředí je pro mnohé velice atraktivní, lákavé. Člověk zde může editovat svoje sdělení za pomoci několika kliknutí. Rovněž kontroluje svoji sebe prezentaci, tím jaké příspěvky zveřejňuje, komentuje, aj. U komunikace v tváři tvář to však praktikovat nelze. Zůstává však otázkou, jakým způsobem a do jaké míry se tento druh komunikace promítá do sociálních vztahů v reálném životě, tedy při komunikaci v tváři v tvář. Během reálné konverzace se lidé musí bavit na „první dobrou“ a do hry ještě vstupuje spousta faktorů, jako je nonverbální komunikace, momentální duševní a fyzický stav, apod. Dalo by se to přirovnat k rozdílu mezi elektronickou knihou a knihou fyzickou, kterou lze vnímat všemi smysly.

V poslední době jsou sociální sítě spojovány s takovými fenomény jako je kyberšikana, nenávistné komentáře od tzv. haterů, fakenews, sexuální predátoři, kteří svým skrytým jednáním obtěžují děti a mládež. To vše se může objevit na sociálních sítích, kde jsou lidé skrytí za druhou stranou své obrazovky. Nicméně diplomová práce se neubírá tímto směrem. Chce se především zaměřit na podobu sociálních vztahů v dnešním světě – virtuálním i reálném.

Diplomová práce je členěna na teoretickou a empirickou část, přičemž část teoretická je rozdělena do tří kapitol.

Úvodní kapitola se věnuje obecně sociálním vztahům, které probíhají v reálném životě. Zpracovává problematiku některých teorií z oblasti sociální psychologie jako je teorie sociální motivace a sociálního učení A. Bandury a J. Rottera. Taktéž se zaměřuje na složky sociálních vztahů – sociální interakci, percepci a komunikaci. V první kapitole je zmíněna i problematika osamělosti a nejsou vynechány ani proměny sociálních vztahů v době digitální.

Druhá kapitola se zaměřuje na sociální sítě, kde se zabývá těmi nejvyužívanějšími a popisuje jejich charakteristiky. Kapitola rovněž zmiňuje specifické rysy vyskytující se v online prostředí. Na sociální sítě je zde nazíráno z pohledu neurobiologické a psychologicko-sociálního.

Závěrečná kapitola, která uzavírá teoretickou část, se zabývá cílovou skupinou, tedy mladou generací. Pro účely diplomové práce je vybrána skupina ve věku 18-25 let, která má se sociálními sítěmi již bohatou zkušenost. Někteří se do digitální doby již narodili a zbývající se postupně vyrůstali do technické doby a snáze se tak adaptovali na nové podmínky.

Cílem výzkumu je zjistit souvislost mezi virtuálními sociálními vztahy (online) a reálnými sociálními vztahy (offline) u mladé generace. Rovněž je důležité pochopit, jak fungují sociální vztahy v digitální prostoru a v reálném životě. Zda lze najít nějaké rozdíly mezi přátelstvím na sociálních sítích a v reálném životě. Co lidé na sítích prožívají, jak se chovají a zda více preferují osobní kontakt či jim více vyhovuje komunikace skrze sociální sítě.

Výše stanovené cíle budou zkoumány prostřednictvím kvantitativní strategie výzkumu za pomoci metody dotazníkového šetření.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 SOCIÁLNÍ VZTAHY

Každý systém je složen ze skupiny vzájemně propojených prvků. Nejinak je tomu i u společnosti, která je tvořena sítí vnitřních vztahů odehrávajících se mezi jedinci (Urban, 2017, s. 111). Tyto vztahy jsou označovány jako sociální. Pod sociálními vztahy si lze představit vztahy mezi rodiči a dětmi, vztahy mezi sourozenci, partnery, přáteli, manželi, pracovní vztahy, vztahy ve skupinách, atd. (Křivohlavý, 2013, s. 31).

Pro oblast sociálních vztahů je typická sociální interakce a komunikace. Než se však přejde k samotné charakteristice těchto pojmů, je zapotřebí jít až k úplné podstatě sociálních vztahů – tedy již k samotné lidské potřebě společenského kontaktu. Tato potřeba bude vysvětlena na základě teorie sociální motivace a teorie sociálního učení, které jsou nezbytné pro oblast učení se sociálním dovednostem.

1.1 Sociální motivace – potřeba sociálních vztahů

Již Sigmund Freud hovořil o tom, že lidé musí být součástí skupin a vztahů, avšak při potřebě vztahů vycházel především ze sexuální touhy lidí či z vazby mezi rodiči a dětmi (Baumeister, Leary, 1995, s. 497).

Potřeba lásky a sounáležitosti je již zakotvena ve velmi dobře známé Maslowově pyramidě potřeb. Nachází se v polovině pyramidy a následuje za uspokojením fyziologických potřeb a potřeby bezpečí (Janoušek, Slaměník, 2019, s. 117). Potřeba společenského kontaktu je dána evolucí. Lidé jsou již od přírody společenští, mají potřebu přicházet do kontaktu s druhými lidmi, mluvit s nimi, spojovat se do skupin, společně sdílet názory a diskutovat o nich (Hayesová, 2013, s. 9). Potřeba k někomu či někam patřit tzv. need to belong patří z pohledu sociální psychologie mezi základní sociální motivační sílu (Diener in Křivohlavý, 2013, s. 32).

Autor Jaro Křivohlavý (2013, s. 32) hovoří, že jejím uspokojováním, je člověk spokojenější a šťastnější. Potřebu druhého člověka dokazují čtyři základní pozitiva – hodnota pro přežití vyplývající již z historického hlediska, uvědomění si faktu, že nejsme na světě sami, přijetí a připoutání se k někomu, kupříkladu i ke skupině a zvýšení pozitivních emocí při kontaktu s druhými lidmi (2013, 32-33).

Rovněž autoři Janoušek a Slaměník (2019, s. 117-118) zmiňují několik podob potřeby sociálního kontaktu. Může se jednat o pouhou potřebu obklopovat se lidmi se stejnými zájmy, idejemi a hodnotami či může jít o zcela náhodné, krátkodobé a dlouhodobé mezilidské

vztahy vyznačující se různým stupněm důvěrnosti a těsnosti. Avšak daná potřeba se může objevit i ve formě spoluúčasti (oslava narozenin, výpomoc při práci, atd.). Participace představuje pro člověka uspokojení už jen z pouhé přítomnosti druhé osoby, taktéž ze společných zážitků i z předpokládané pozitivní reakce od druhého.

Až John Bowlby však přišel s myšlenkou, že sounáležitost je zvláštní potřeba a začal se věnovat jeho teorii attachmentu, tzv. připoutání se, která má základ v citové vazbě. Další představitelkou dané teorie je M. Ainsworthová. Oba autoři zkoumali především vztah mezi matkou a dítětem. Bowlby v tomto ohledu hovoří o potřebě vyhledávat a udržovat těsné vztahy ke svým opatrovatelům, která je dítěti vlastní již od narození. Attachment se vyznačuje pocitem jistoty a bezpečí, člověk tedy ve svém životě potřebuje navazovat blízké sociální vztahy (Janoušek a Slaměník, 2019, s. 118).

Potřebu k někomu patřit či potřebu sounáležitosti považují za nejdůležitější autoři Roy Baumeister a Mark Leary, kteří ji dokonce srovnávají s uspokojováním základních fyziologických potřeb. Jak již bylo naznačeno výše, potřeba k někomu patřit byla pro člověka zásadní již od nepaměti. V dobách, kdy lidé lovili zvěř, hledali přístřeší či bojovali proti nepřítelům, bylo často místo ve skupině jedinou šancí pro přežití. Autoři dále zkoumali emoční, kognitivní a fyzické aspekty této potřeby. Dle autorů lze sociální vazby vytvářet poměrně jednoduše. Často jsou lidé rozrušeni jen z představy, že by se s někým měli rozloučit, například po absolvování školy. Raději si slíbí, že budou udržovat kontakt na dálku. Z hlediska kognitivní složky mají lidé tendenci vidět vztahy mezi lidmi, i přestože nemusí existovat, tzn., že dochází ke kategorizaci informací o vztazích. Emoce jsou významnou součástí všech vztahů. Pokud si lidé najdou nového přítele, zamilují se, vstoupí do nějaké nové skupiny, mají z toho pocit štěstí a radosti. Autoři rovněž dávají do souvislosti celkovou životní spokojenost s počtem vztahů, jejich stabilitou a uspokojením. Dalo by se tedy říci, že lidé mají kvalitnější a zdravější život, pokud jsou součástí podporujících a pečujících vztahů. Naopak nedostatek těchto vztahů způsobuje psychické až fyzické problémy (více viz podkapitola Osamělost). Samozřejmě autoři upozorňují na fakt, že každý má v sobě jinou potřebu navazovat vztahy s druhými, proto vytvořili měřítko Need to Belong Scale měřící individuální potřebu k někomu patřit. Ty osoby, které dosáhnou vysokého skóre, si přejí být přijati do sociálních interakcí a bojí se sociálního vyloučení, naopak lidé s nižším skóre už tolik nepotřebují blízkých vztahů (Baumeister, Leary, 1995, 497-529).

1.2 Význam sociálních vztahů na základě teorie sociálního učení

Člověk si v průběhu svého života osvojuje určité způsoby reagování a chování. Většinou se učí chovat tak, aby naplnil své potřeby. Právě zde hraje významnou roli sociální učení, které je neodmyslitelně spjato s procesem socializace. Ze sociální psychologie byly vybrány dvě teorie sociálního učení – Juliana Rottera a Alberta Bandury.

Teorie sociálního učení J. Rottera pracuje s interakcí člověka s prostředím, na základě které vysvětluje jeho chování. Rotter hovoří o tom, že když jedinec vstupuje do různých sociálních situací, rozvíjí tak své chování a zároveň uspokojuje svoje potřeby. Jeho teorie se zakládá na čtyřech proměnných pro predikci chování:

- potenciál chování – vychází z toho, že každá situace může představovat několik způsobů chování a potenciál chování tedy zahrnuje pravděpodobnost volby určitého typu chování,
- očekávání – vzniká na základě minulé zkušenosti, jedná se o osobní pravděpodobnost, kdy určité chování povede k nějakému výsledku,
- hodnota posílení – člověk preferuje takové posílení, které pro něj bude mít vyšší hodnotu,
- psychologická situace – i přestože nezapadá do schématu k odhadu chování, stejná situace mnohdy může být z pohledu různých lidí interpretována odlišným způsobem (Sollárová, 2019, s. 50).

Teorie sociálního učení A. Bandury pracuje s několika faktory, které ovlivňují chování člověka. Jedná se o faktory spojené s jedincem – kognitivní, biologické, osobnostní procesy a obsahy, dále faktory spojené s prostředím a chováním (Tyrlik, 2004, s. 31). Bandura se zaměřil především na proces napodobování a kognitivního zpracování sociálních zážitků u dětí a dospělých. Sledoval, jakým způsobem se tyto procesy promítnou do jejich chování (Sollárová, 2019, s. 50-51). Mnohé, co se v životě naučíme je získáno příkladem, pozorováním druhých lidí a následků jejich chování. Daným způsobem se lze naučit jednodušší jednání od čištění zubů až po ty složitější jako je vyjádření úcty, apod. (Vacek, 2010, s. 11-12). Dle Bandury musí napodobování obsahovat čtyři prvky:

- pozornost – schopnost udržet pozornost na pozorovaném objektu závisí na mnoha faktorech (moc a přitažlivost modelu, podmínky, atd.)
- retenci - jevy, které jsou sledovány, musí být uchovány a poté vybaveny v paměti v podobě obrazu či slovních symbolů,

- reprodukování – symbolická představa se musí spojit do vhodných činností, které byly podobné modelovému chování, čím jednodušší činnosti, tím úspěšnější nápodoba,
- posílení – vyžaduje dostatečnou motivaci, aby byla modelovaná činnost napodobena (Sollárová, 2019, s. 51).

1.3 Sociální interakce, sociální percepce a sociální komunikace

Součástí a předpokladem vzniku sociálního vztahu jsou tři významné složky – jedná se o sociální interakci, percepce a komunikaci. Následující část vymezí všechny jmenované složky.

1.3.1 Sociální interakce

Jak již bylo zmíněno výše, člověk je tvor společenský a má potřebu lidského kontaktu. Dalo by se tak říci, že je závislý na interpersonálních, tedy mezilidských vztazích. Aby se však jednalo o interpersonální vztah, je zapotřebí alespoň občasné interakce mezi dvěma lidmi, která mezi nimi vzbudí například nějaký dojem, ať už kladný či záporný, motivaci k novému setkání nebo naopak, dávku porozumění či neporozumění, atd. Interakci lze chápat jako sociální událost, která je časově ohraničená a může probíhat při náhodném setkání či již v trvajícím vztahu, přičemž vztahem se zde myslí vazba mezi dvěma lidmi charakteristická určitými vlastnostmi a historií. Pokud má nějaký vztah trvat, je nezbytné vstupovat do interakcí (Slaměník, 2011, s. 99).

Sociolog Anthony Giddens hovoří, že sociální interakce je „jakákoliv forma setkání mezi jedinci“ (1999, s. 553) a dále rozvádí, že „ (...) interakce s jinými lidmi, do nichž vstupujeme, strukturují a utvářejí naše chování. Z jejich studia se můžeme dozvědět ledacos o nás samotných jako sociálních tvorech a o sociálním životě vůbec“ (1999, s. 87).

Slaměník (2011, s. 110) dodává, že sociální síť každého člověka může být opravdu pestrá a nabývat mnoha podob – lidé v průběhu života navazují povrchní známosti, pracovní vztahy, sousedské vztahy, vztahy s užší i širší rodinou, přátelské vztahy, partnerské či manželské vztahy. I přestože každý z těchto vztahů v sobě nese jistou důležitost, pro duševní zdraví člověka jsou nejvýznamnější těsné vztahy. „Těsnost (v angličtině closeness) vztahu lze charakterizovat interakcemi, jež se vyznačují vzájemnou péčí, odpovědností a důvěrou, a v nichž je chování partnerů vzájemně vysoce závislé a s důsledky pro oba partnery“ (Slaměník, 2011, s. 99).

Zejména přátelské vztahy hrají podstatnou roli v empirické části práce, proto zde budou v krátkosti přiblíženy.

Bliezsner a Roberto (in Vágnerová, 2007, s. 61) definují přátelství jako neformální dobrovolný vztah zahrnující intimitu, symetrii, sdílené zájmy a interakce, které jsou lidem příjemné či uspokojují jejich psychické potřeby. Právě možnost svobodné volby představuje jednu z hlavních předností přátelství v porovnání se vztahy v rodině či zaměstnání (Plaňava, 2005, s. 91).

Slaměník podotýká, že přátelství „může vznikat mezi stejným i opačným pohlavím, má asexuální charakter a vzájemná závislost krystalizuje na základě sympatie přecházející ve vztah mít rád a přinášející potěšení ze společných aktivit“ (2011, s. 106). I přestože bylo řečeno, že přátelství neobsahuje sexuální vztah, mezi přáteli vzniká tzv. přátelská intimita, která může být i trvalejší v porovnání s intimitou mezi partnery. Přátelská intimita je založena na vzájemné důvěře, respektu, sdílení přítomnosti, atd. (Vágnerová, 2007, s. 62). Přátelé si mezi sebou mohou často sdělovat i takové důvěrnosti, o kterých neví ani samotný partner (Slaměník, 2011, s. 106).

Rovněž Soudková hovoří o významu přátel, se kterými rádi trávíme čas, cítíme se s nimi dobře, poskytují nám sociální oporu, lze se s nimi řešit vzájemné problémy, najít u nich útěchu i pochopení, důvěru i pomoc (2006, s. 46).

Plaňava (2005, s. 90-91) přehledně shrnuje šest znaků či kvalit charakteristických pro přátelství – otevřenost, důvěra, porozumění, soucítění, společná činnost, symetričnost. Dle autora by v přátelství neměla figurovat žárlivost, závist a soutěživost.

Problematicke přátelství se věnovala i Řeháková, která provedla studii, kde mimo jiné zjišťovala, co respondenti hledají u svých blízkých přátel. Respondenti měli vybírat ze čtyř předložených rysů (inteligence, ochota pomoci, porozumění a být příjemným společníkem) a přiřadit k nim míru důležitosti. Za zvláště důležitou, což je nejvyšší možná hodnota, považuje 71 % respondentů rys porozumění, které se objevuje i mezi základními znaky přátelství dle Plaňavy (Řeháková, 2003, s. 516-517).

1.3.2 Sociální percepce

Neoddělitelnou složkou každého sociálního vztahu je sociální percepce, kterou lze definovat jako „proces pozorování, vnímání a poznávání druhých osob (skupin, komunit, ale také so-

ciálních institucí a organizací) doprovázený vytvářením interpersonálních (sociálních) hodnotících soudů“ (Urban, 2017, s. 112). Proces vnímání lidí a mezilidských vztahů je spjat i s vnímáním sebe sama, tedy s vlastním sebepojetím, které tento proces samozřejmě ovlivňuje (Moslerová, 2004, s. 65). Na utváření celkového dojmu posuzované osoby (percipovaného) i posuzovatele (percipienta) má vliv velké množství faktorů, které lze členit na dvě skupiny:

I. v roli percipienta – při posuzování druhé osoby hraje roli psychický stav, ať už krátkodobý (očekávání) či stabilnější v podobě stereotypů, význam mají i schémata sociálních skupin a rolí, dále autoprojekce (promítání vlastních snů i negativních vlastností do druhých), představivost, sociální zkušenosti, apod.

II. v roli percipovaného – lze hovořit o tzv. chybách v percepci, přičemž budou zmíněny jen vybrané:

- efekt primárnosti – na utváření dojmu mají větší vliv rysy, které jsou zaznamenané jako první než ty následující,
- efekt novosti – naopak později vnímané informace mají větší vliv na utváření dojmu než ty první,
- efekt rozptýlení – pokud je informace předkládaná v kontextu dalších informací, je vliv na utvářený dojem menší, než když je předložena samostatně,
- haló efekt – tzv. efekt prvního dojmu, kdy jedna výrazná vlastnost/informace může odvést pozornost od dalších,
- nápadné chování či vzhled – negativní či extrémní chování má silný vliv na utváření dojmu podobně jako nápadný fyzický vzhled (Baumgartner, 2019, s. 142-143; Urban, 2017, s. 112).

1.3.3 Sociální komunikace

Moslerová sociální komunikaci označuje za „interakční proces mezilidského dorozumívání“ (2004, s. 26). Dle Janouška (2019, s. 167) lze sociální komunikaci vnímat jako proces či formu spojení mezi lidmi, mezi nimiž dochází ke sdělování významů. U vzájemné komunikace se předpokládá, že vzniká jakýsi komunikační vztah mezi participanty. Sociální komunikace má povahu činnostní (souvisí s kooperací a vzájemným působením), interakční (mezi lidmi) a vztahovou (společenské vztahy).

„O mezilidské komunikaci hovoříme jako o celkovém způsobu, kterým lidé k sobě vyjadřují vztah, kterým ovlivňují své chování, vzájemně se akceptují, inspirují, povzbuzují, anebo si naopak nerozumějí a občas se přivádějí k psychickým poruchám“ (Černý, V., 2007, str. 15).

Rovněž Sherry Turkle (2015, s. 3) vyzdvihuje význam sociální komunikace a konverzace, když hovoří, že konverzace v tváři v tvář je tou nejlidštější věcí, kterou děláme a co dělá člověka člověkem. Plnou přítomností k sobě navzájem se učíme naslouchat. Skrze konverzaci rozvíjíme schopnost empatie. Rovněž přitom prožíváme radost z toho, být slyšeni a chápáni. Konverzace navíc rozvíjí schopnost sebereflexe, přičemž právě rozhovory se sebou samým jsou základním kamenem naše vývoje a pokračují po celý zbytek života.

Obecně lze říci, že každý člověk má v sobě motivaci ke komunikaci, nicméně každý člověk je jiný a míru motivace může mít nastavenou rozdílným způsobem. Záleží na mnoha faktorech, kupříkladu jedním z nich může být sympatie/antipatie k dané osobě, náš aktuální psychologický i fyzický stav, zda jsme unavení, jazyková bariéra, naše očekávání vzájemného porozumění či nikoli a řada dalších. Vybíral uvádí několik druhů motivace ke komunikaci kupříkladu – motivace kognitivní (cílem sdělení poznání, myšlenky, atd.), sdružovací (potřeba bližšího kontaktu, navazování vztahů), sebestpotvrzovací (potvrzení, jaký jsem, jakou mám hodnotu), existenciální (spočívá v samotném smyslu života, naplňuje jeho existenci) a další. Vybíral rovněž uvádí pět základních funkcí, které má komunikace naplňovat. Lze také hovořit o smyslu či účelu komunikace. Jedná se tedy o funkci informovat, instruovat, přesvědčit, vyjednat či domluvit se a pobavit. Samozřejmě každá komunikace může plnit jednu i více funkcí zároveň (Vybíral, 2009, s. 31-35).

Dle Urbana (2017, s. 114) lze komunikaci dělit na komunikaci interakční (vzájemná) a neinterakční (jednosměrná skrze masmédiá), dále pak na komunikaci přímou (přímý sociální kontakt) a nepřímou (zprostředkovaně opět skrze masmédiá).

V obecné rovině se však komunikace nejčastěji člení dle počtu osob na komunikaci:

- interpersonální (meziosobní),
 - intrapersonální (k sobě samým),
 - skupinovou,
 - masovou (celospolečenská),
- (Janoušek, 2019, s. 167).

Vzhledem k zaměření práce je nejdůležitější právě interpersonální komunikace a rovněž skupinová, které nemohou probíhat bez sociálního kontaktu.

Moslerová (2004, s. 23) označuje **interpersonální komunikaci** za komunikaci v tváři v tvář neboli face to face (z angličtiny). Zároveň však upozorňuje na rozšiřování daného termínu vlivem rozvoje technologií. Dnes je již naprosto běžné, že lidé spolu komunikují i na velké vzdálenosti. I přestože může být daný typ komunikace vnímán za méně osobní, připouští, že tomu tak nemusí být vždy. Janoušek (2019, s. 167-176) podotýká, že se interpersonální komunikace vyznačuje rozhovorem. Obsahuje zejména verbální složku, ale svoje místo zaujímá i komunikace neverbální.

O **skupinové komunikaci** lze hovořit, pokud se odehrává mezi více než dvěma účastníky. Daný typ komunikace se může vyznačovat různými komunikačními sítěmi. S nástupem a vývojem technologií se vytváří tzv. počítačové sítě – hovoří se tak o computer mediated communication (CMC) neboli počítačově zprostředkované komunikaci. Jedná se tak elektronickou poštu, konference, skupinové činnosti, apod. CMC pomáhá zlepšit efektivnost skupinové komunikace a možnosti spolupráce v týmu, které si mohou být geograficky či organizačně vzdáleni (Janoušek, 2019, s. 167-176).

Obzvláště významná je **komunikace neverbální (nonverbální)**, která má přímo nezastupitelné místo v přímé sociální komunikaci. Právě neverbální komunikace nejvíce chybí při komunikaci na sociálních sítích v online prostředí.

Nonverbální komunikace může mít hned několik funkcí – používá se jako podpůrný prostředek k řeči (například k jejímu zdůraznění), rovněž jako náhrada řeči (symbolicky, ilustrativně), využívá se zejména pro vyjádření a zvládnutí emocí, k vyjádření postojů v komunikaci (míra sympatie či antipatie, dominance), k sebe prezentaci. Své postavení zaujímá i v různých oblastech, kde působí již ustáleným způsobem a stala se tak nedílnou součástí života – ceremoniály, rituály, umění, demonstrace (Vybíral, 2009, s. 90).

Specifické jsou vedle neverbální komunikace i parajazykové projevy, do nichž se řadí hlasové projevy mimo mluvenou řeč mající spíše emocionální charakter (Janoušek, 2019, s. 171). Dle Vybírala (2009, s. 110-111) se jedná o znaky, které doprovázejí slovní komunikaci. Hovoří se tedy o tempu řeči, tónu hlasu a jeho posazení, intonace, pomlky v řeči, artikulace i tzv. slovní tiky jako je známé „ehm“, „ééé“, aj. Komunikace na papíře či na obrazovce počítače nedokáže tyto projevy dost dobře zaznamenat.

1.4 Osamělost

Autoři M. Hewstone a W. Stroebe (2006, s. 428) hovoří, že osamělost je jeden „z nejvidentnějších a nejzřejmějších příznaků nedostatku afiliace a uspokojení potřeby navazovat a udržovat sociální vztahy“. Baumgartner (2019, s. 625) vymezuje osamělost jako „subjektivní prožívání nedostatku sociálních kontaktů, které mohou být pociťovány jak v nepřítomnosti lidí, tak i v přítomnosti mnoha lidí, přičemž však chybí adekvátní kontakt“. Müller (2011, s. 13) v této souvislosti dodává, že i přes velké množství kontaktů se někteří lidé mohou cítit osaměle. Tzn., že lidé mohou mít více sociálních kontaktů, ale mohou být povrchnější, nicméně pro pocit uspokojení je rozhodující spíše kvalita než kvantita.

Osamělost je dlouhotrvající pocit pramenící z toho, že člověk nemá dostatek uspokojujících vztahů. Člověk může přicházet do kontaktu s mnoha lidmi, ale i přesto se cítí osaměle. Aby byla uspokojena potřeba k někomu patřit, musí sociální interakce nabývat dlouhodobých vztahů. Pokud jsou lidé vyloučeni ze skupin či sociálních vztahů, zažívají mnoho negativních emocí od úzkosti, až po deprese či žárlivost. Už i malé dítě zažívá úzkost, když je po nějakou dobu odloučeno od matky. Tyto přetrvávající stavy se mohou promítnout i do somatické oblasti. Je známo, že osamělí lidé mají častěji nemoci jako je chřipka a nachlazení a celkově mají oslabenější imunitní systém. Rovněž manželé mají lepší zdraví než jedinci svobodní, rozvedení či ovdovělí (Baumeister, Leary, 1995, s. 528-529).

Je však nutné pochopit rozdíl mezi samotou a osamělostí. Samotu často vyhledává člověk záměrně, aby si srovnal myšlenky, přemýšlel o řešení svých problémů, načerpával novou energii, apod. To je zcela přirozený jev. Ovšem někteří lidé mohou začít vyhledávat samotu z obavy ztráty podpory svého sociálního prostředí, ať už k tomu mají oprávněné důvody či jsou to pouze domněnky. Rovněž může nastat situace, kdy se jedinec začne vědomě stranit jeho okolí z důvodu odhalení nepříjemných stránek v jeho chování, osobnosti. Lze rozlišovat sociální a emocionální izolaci. V prvním případě se jedná o stav osamění, který vyplývá z nedostatku sociálních kontaktů, kupříkladu z důvodu přestěhování do nového města za práci, partnerem, studiem aj. Většinou je tedy spojena se sociální změnou, kdy se odejde z prostředí, které je nám důvěrně známo. Sociální izolace může mít za následek psychické problémy, člověk touží navazovat těsnější a dlouhodobější vztahy. Druhý typ nastává v případě, kdy člověk necítí důvěrný vztah k druhé osobě, i přestože je obklopen rodinou, přáteli,

apod. Postrádá tedy emocionální uspokojení, které vyplývá ze vztahu porozumění si s blízkou osobou, sdílením podobných názorů, radostí i strastí, poskytující sociální oporu (Slaměník, 2019, 189-190).

Rovněž Willerton odkazuje na studie záměrné izolace, ze kterých jednoznačně vyplynulo, že lidé mají až extrémní potřebu utvářet vztahy s ostatními. Dokazuje to i na příběhu admirála R. E. Byrda již z roku 1938, který byl půl roku sám na Antarktidě. I přestože byl po celou dobu v radiovém spojení se svou základnou, již po třech týdnech se u něj začaly objevovat pocity samoty, ztracenosti a osamění. Tyto pocity posléze přešly do depresí, halucinací, apod. Tématem nedobrovolného osamění se zabývá i známý film *Trosečník*. Willerton ke studiím dodává, že lidé stavy osamění rozhodně nevyhledávají, přičemž zdůrazňuje, že lidé potřebují lidi (2012, s. 25).

1.5 Proměny sociální vztahů v době digitální

Autorka knihy *Digitální detox* sdílí její reflexi doby digitální, když hovoří: „Žijeme veřejně a prezentujeme upravenou verzi sebe sama. Máme radost z tisíců virtuálních přátel, s nimiž jsme digitálně propojeni, ale s kolika skutečnými přáteli jsme se poslední dobou spojili nebo s nimi mluvili, aniž bychom použili Snapchat, FaceTime nebo Skype? Neustále zápasíme s tím, abychom zůstali v kontaktu jak s naší skutečnou rodinou, tak s naší digitální rodinou přes Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, Tumblr, Vine a Pinterest, kde všechny informujeme o tom, co právě zažíváme. Ve skutečnosti studie ukázaly, že naše reálná zkušenost se sociálními sítěmi vytváří novou formu sociální izolace“ (Fielding, 2018, s. 11). Samozřejmě Fielding se již zaměřuje na až extrémní případy lidí využívající technologie v opravdu velkém měřítku. Nicméně i pouhým pozorováním lidí v každodenním životě lze vidět proměny lidské společnosti. Už jen v prostředcích hromadné dopravy, lidé čekající na zastávkách s jejich chytrými telefony často nevnímající okolní svět.

Na proměnu sociálních vztahů ve společnosti poukazuje také Greenfield (2016, s. 35-36), která hovoří o kuchyni či obývacím pokoji jako o místě, kde se scházela nejužší rodina, byla místem pro komunikaci členů rodiny a představovala časový harmonogram dne. V minulosti rovněž ložnice rodičů sloužila jako místo, kde si dítě odpykávalo svůj trest za nevhodné chování a rozhodně danou místnost nevnímalo jako místo pozitivní, na rozdíl od dnešní mládeže. S přílivem mobilních telefonů a obrazovek se dané poměry mění – mění se normy a hodnoty, tempo, zábava, rodina se již méně setkává u společného jídla. Samozřejmě to souvisí s celkovým nastavením dnešní společnosti, lidé více pracují, více se rozvádí, apod.

I přestože jsou lidé spolu, třeba i v jedné místnosti, věnují se raději svým telefonům, než aby komunikovali spolu navzájem. Využíváním sociálních sítí, textových zpráv a dalších forem digitální komunikace se vytrácí skutečné propojení mezi lidmi, tyto formy komunikace z nás činí lidi méně přemýšlející a upřímné (Fielding, 2018, s. 11). Problematice digitálních technologií a jejich vlivu na sociální vztahy se již dlouho let věnuje klinická psycholožka a socioložka Sherry Turkle. Zmíněné téma mimo jiné zpracovává ve své knize „Alone Together“ s příhodným podtitulem „Why we expect more from technology and less from each other“. Turkle například hovoří, že sice trávíme čas s přáteli a rodinou, ale stěžejí jim věnujeme celou naši pozornost (2012, s. 164). Patrné je to nejen u dospívajících osob, ale dokonce i u rodičů, kteří nepřivítají své dítě při vyzvednutí ze školy, aniž by odtrhli zrak od svých smartphonů (2012, s. 167). S příchodem mobilních telefonů však naráží na ještě větší „nešvar“, kdy je během rozhovoru každý člověk v podstatě „přerušitelný“ (v angličtině pausable), pokud mu zazvoní telefon, což může iritovat mnoho lidí, jak je patrné z výpovědí respondentů (Turkle, 2012, s. 161).

Moderní doba výrazně ovlivnila i způsob seznamování se s lidmi. Ještě před časem bylo běžné, že se lidé seznamovali nejčastěji v tváři tvář. Většinu našich nejbližších přátel zřejmě budou tvořit lidé, které jsme poznali ve škole, na pracovišti či z vedlejší vesnice. Dnes však moderní technologie nabízejí daleko více prostředků k seznámení se s lidmi. Často tak může dojít k seznámení nejprve v online prostředí, které může posléze vyústit v osobní setkání (Willerton, 2012, s. 55). V této souvislosti Zimbardo a Coloumb přináší zajímavé zamyšlení: „Budeme my, lidé, nadále potřebovat jeden druhého, když pokročilá technologie, umělá inteligence a virtuální realita budou čím dál sofistikovanější a zaměnitelnější se skutečností? Pomůže nám technologický vývoj k tomu, abychom se mezi sebou navzájem snadněji propojili (...)?“ (2017, s. 201). S tím souvisí i dnešní trávení volného času. Zatímco dříve si děti chodily hrát na pole, běhaly v lesích, proplétaly se různými městskými zákoutími a hrály si na vše možné (Greenfield, 2016, s. 39), dnes si většinou technologie nosíme stále při sobě, ať se jde kamkoli. V praxi to tedy znamená, že děti sice tráví čas venku, ne však se svými přáteli, ale se svými telefony (Turkle, 2012, s. 155).

Na druhou stranu, je nutné pohlížet na dobu digitální i z jiného úhlu pohledu. Doba digitální nám rovněž otevřela neskutečné možnosti, už jen to, že se lze spojit s přáteli na druhém konci světa či šířit dobré nápady, osvětu kupříkladu skrze sociální sítě. Jak Turkle podotýká, technologie je vhodné vnímat spíše z pohledu jejich složitosti a síly, než v rovině pozitivní

a negativní. Turkle ve skutečnosti nabádá k jejich zkoumání a využívání, které se však pojí s vlastní sebereflexí o jejich dopadu na člověka (Turkle in Zimbardo, Coulomb, 2017, s. 79).

2 SOCIÁLNÍ SÍŤE

Pojem sociální sítě pochází z angl. slova social network či community network. Jelikož funguje v prostředí internetu, lze sociální síť chápat jako online službu umožňující registraci uživatele a následné vytvoření jeho profilu. Prostřednictvím svého profilu je možné komunikovat s ostatními, sdílet informace, fotky, videa a mnoho dalšího (Sociální sítě, ©2018). Bednář (in Pavlíček, 2010, s. 125) si pod sociální sítí představuje veškeré systémy, díky nimž lze vytvořit a udržovat seznamy kontaktů. Nicméně rovněž podotýká, že pod daný termín spadají i systémy, které mají více funkcí.

Boyd a Ellison (2007, s. 211) definují sociální sítě jako webové služby, které umožňují uživateli vytvořit veřejný či částečně veřejný profil v rámci sítě. V rámci svého profilu si může uživatel vymezit vlastní seznam kontaktů a také procházet seznamy kontaktů jiných uživatelů. Haythornthwaite (in Boyd, Ellison, 2007, s. 211) rovněž zmiňuje, že unikátnost sociálních sítí netkví v tom, že se jejich uživatelé mohou seznámit s cizími lidmi, ale spíše umožňují uživatelům vytvářet a zviditelnit jejich vlastní sociální síť.

Kopecký (2015, s. 3) vysvětluje termín sociální sítě, který se někdy může prolínat s pojmem servery komunitních služeb. Uvádí hned několik základních znaků sociálních sítí:

- obsah je vytvářen uživateli,
- prostřednictvím sociálních sítí lze navazovat sociální vztahy,
- součástí jsou citlivá data a osobní údaje, které si spravují samotní uživatelé (šíří a zveřejňují),
- sdílení informací probíhá efektivním a snadným způsobem.

Pro objektivní posouzení sociálních sítí je však nutné si uvést jejich kladné i negativní stránky (viz Tabulka 1).

Tabulka 1: Klady a zápory sociálních sítí

+ Pozitiva	- Negativa
Nástroj k navazování interpersonálních vztahů	Mnoho osobních údajů - zneužitelné
Prostředek pro překonání sociální izolace	Snadný nástroj pro kyberšikanu, sexuální predátory, kyberstalking, aj.
Možnost reklamy na přesnou cílovou skupinu	Internetové podvody
Poskytují poučení	Spojitosť s majetkovou kriminalitou

Poskytují zábavu	Vznik nebezpečných technologií pro účely sociálních sítí – např. automatické tagování (obličeje jsou na fotkách označovány automaticky)
	Cílem internetových útoků spojených s únikem osobních údajů

(Kopecký, 2015, s. 3)

Český statistický úřad hovoří, že sociální sítě „slouží převážně ke sdílení informací, komunikaci a propagaci“ (ČSÚ, 2019). V České republice používá sociální sítě (Facebook, Twitter, Instagram) 54 % osob starších 16 let, což je více než 4,7 milionů lidí. Mezi lety 2009 až 2012 dochází k prudkému nárůstu uživatelů sociálních sítí z původních 5 % na 31 % (ČSÚ, 2019). V těchto datech je spatřována jistá korelace, která by se mohla vázat na větší nárůst dotykových telefonů od roku 2009. „Nové verze operačních systémů a aplikací jsou uzpůsobené pro ovládání prstem - nebo i více prsty najednou, protože displej mnohých telefonů je vícedotykový. Pohyby prstů tak lze snadno listovat seznamem, prohlížet internetové stránky, zvětšovat obrázky“ (Týden.cz, 2009).

Někteří lidé si přes sociální sítě zajišťují ubytování či spolujízdu. Sociální sítě jsou oblíbené i pro svou funkci sdílení obsahu od různých statusů, komentářů, tweetů až po různé fotky, videa a audiovizuální obsah. Ze statistik je patrné, že 38 % osob starších 16 let přidalo na internet některý z těchto příspěvků. Ze statistik rovněž vyplývá, že nejvyšší podíl uživatelů tvoří osoby ve věku 16-24 let, z nichž 96 % je alespoň na jedné sociální síti. Co se týče oblíbenosti v používání sociálních sítí, Česko je spolu s Dánskem na prvním místě a to v této věkové kategorii (ČSÚ, 2019).

Na využívání sociálních sítí se lze podívat i ze světového měřítká. Server We Are Social přináší rozsáhlý přehled informací o celkovém využívání digitálního prostoru (aktuální data pochází z ledna roku 2020). Celkově se zvýšil počet uživatelů internetu na 59 % (4,54 bilionu lidí), což je o 7 % (298 milionů nových uživatelů) více oproti datům z ledna 2019. Celosvětově rovněž stoupl i počet lidí využívajících sociální média, kam spadají i sociální sítě – z ledna 2019 o více než 9 % (3,80 bilionu lidí = 49 %). Zajímavým ukazatelem je i čas strávený online, který se však výrazně liší u každé země. Průměrně lidé tráví na internetu každý den 6 hodin a 43 minut, což je o 3 minuty méně než minulý rok. Nicméně i tak trávíme 40 % času na internetu, pokud spíme kolem 8 hodin. Nejvíce času na internetu tráví lidé na Filipínách neuvěřitelných 9 hodin a 45 minut, naopak nejméně je to v Japonsku a to 4 hodiny a 22 minut. Server rovněž zpracovává data o druhu činnosti a času stráveném na mobilních aplikacích. V průměru lidé tráví čas na svých mobilních zařízeních 3 hodiny a 40 minut

každý den, z toho nejvíce tráví čas na sociálních a komunikačních aplikacích (až 50 %). Z hlediska času pak za sociálními aplikacemi následují videa a další zábavné aplikace, ale již pouze z 21 %. Průměrně 19 % osob tráví čas užíváním jiných druhů aplikací a na posledním místě se řadí hraní her s 9 % (viz Příloha P I). Opět jsou zde patrné rozdíly mezi jednotlivými zeměmi (We Are Social: Digital 2020, ©2008-2020).

Co se týče využívání konkrétních sociálních sítí, stále dominuje sociální síť Facebook, i přestože je nabídka sociálních sítí poměrně pestrá. Hned za ním následuje Youtube, WhatsApp, FB Messenger, Wechat, Instagram, Tiktok a další (viz Příloha P I) (We Are Social: Digital 2020, ©2008-2020).

Pro srovnání zde budou uvedena i některá zajímavá data týkající se digitálního prostředí v České republice. V Česku je až 87 % (9,31 milionu) obyvatel uživateli internetu, z nichž 53 % (5,70 milionu) využívá sociální média (viz Příloha P II). Nárůst počtu uživatelů v období mezi dubnem 2019 a lednem 2020 je o 6,7 %. Data jsou uváděna z marketingového pohledu, tedy informují o potencionálním počtu lidí, které marketéři mohou oslovit reklamou. V ČR činí nejvyšší zastoupení sociální síť Facebook (viz Příloha P II), až 4,9 milionu lidí (53 % ve srovnání s celkovou populací) ve věku 13+. Nejčastěji se uživatelé připojují přes mobilní telefon (93,7 %) (We Are Social: Digital 2020, ©2008-2020). Podle Světového projektu o internetu (Lupač, Chrobáková a Sládek, 2014, 22-23) tráví čeští uživatelé (15+) každý den nejvíce času online komunikací a sociálními sítěmi. Získaná data z projektu ukazují, že dva z pěti uživatelů se alespoň jednou denně přihlásí na sociální síť, z toho 25 % i několikrát za den. Rovněž 39 % uživatelů využije „chat“ s druhými lidmi alespoň jedenkrát denně. Denně 24 % uživatelů komentuje obsah na sociálních sítích a 15 % sdílí vlastní příspěvky (N=1041 uživatelů).

Statistiky rovněž poukazují na aktivitu uživatelů – kupříkladu je zaznamenán počet „lajků“ k nějakému příspěvku za poslední měsíc. Na běžného uživatele tak v průměru vychází 12 lajků za měsíc, apod. Dále pak počet uživatelů Instagramu, na které mohou marketéři zacílit reklamou, je k lednu 2020 2,4 milionu lidí, což je 26 % k celkové populaci. Rovněž je v poměrně velké míře zastoupena i specializovaná sociální síť LinkedIn, zahrnuje 1,7 milionu lidí (19 % k celkové populaci) ve věku 18+. Následuje Snapchat s 855 tisíci uživateli (9,3 %) a v Česku si nestojí špatně ani sociální síť Twitter s 586,5 tisíci uživateli (6,4%) (We Are Social: Digital 2020, ©2008-2020).

Kohout a kol. (2019, s. 28) předkládají základní kategorizaci sociálních sítí, které člení do pěti skupin:

1. Sociální sítě založené na profilu – zde patří sociální sítě jako Facebook, Biadu Tieba (čínská), VKontakte (ruská), LinkedIn (profesní),
2. Sociální sítě založené na obsahu – YouTube.com, Instagram, Snapchat, Last.fm, Pinterest,
3. Virtuální sociální sítě – Second Life, World of Warcraft, World of Tanks (uživatelé si vytváří své avatary a navazují interakci s lidmi po síti),
4. Micro-blogovací sociální sítě – Twitter, Jaiku (finská),
5. Komunikační služby – Facebook Messenger, WhatsApp, Viber.

2.1 Vývoj sociálních sítí

Za první internetovou sociální síť je považována síť s názvem **classmates.com**, které se později stala vzorem pro českou verzi Spolužáci.cz. S její realizací přišel roku 1995 letecký inženýr Randy Conrad z USA, jehož hlavní motivací bylo se spojit se svými spolužáky. Tento typ komunitní sítě se stal velmi brzy populární (Pavlíček, 2010, s. 132). I v Česku byla její napodobenina hojně využívána, nicméně kvůli evropskému nařízení o ochraně osobních údajů (GDPR) se ji rozhodla společnost Seznam.cz k 1. září 2018 definitivně zrušit (Novinky.cz, ©2003-2020 Borgis a.s.).

První sociální síť, která se blíží podobě dnešních sociálních sítí, byla **SixDegrees.com**, jejíž vznik je datován do roku 1997 (Jones, 2015, ©History Cooperative 2020). Do té doby samozřejmě existovaly sítě, ve kterých si uživatel mohl vytvořit svůj profil, seznam přátel (AIM, ICQ, Classmates.cz, seznamky). Avšak v SixDegrees.com se poprvé spojují všechny výše zmíněné možnosti dohromady (Boyd a Ellison, 2007, s. 214). Zajímavý je i původ jejího názvu vycházející z „šesti stupňové teorie odloučení“ (six degrees of separation), která říká, že každý člověk na světě je spojen s jiným člověkem přes maximálně šest vzájemně známých lidí. Na danou sociální síť se lidé mohli přihlásit skrze svůj emailový účet, vytvářet vlastní profily a přidávat přátele do své osobní sociální sítě. Počet uživatelů se pohyboval kolem 3,5 milionu. V roce 2000 však byla uzavřena (Jones, 2015, ©History Cooperative 2020).

Za další významnou sociální síť je třeba zmínit **Friendster**, která byla založena o několik let později, v roce 2002. Měla stejné funkce jako SixDegrees.com, navíc však svým uživatelům

nabízela možnost sdílet vlastní fotografie, videa, zprávy s ostatními uživateli a také zanechávat komentáře na ostatních profilech, pokud byl daný uživatel součástí osobní sítě ostatních lidí (Jones, 2015, ©History Cooperative 2020). Cílem této sítě bylo propojit osoby, které se již znají. Avšak technické vybavení sítě nebylo příliš dobře připraveno na velký nárůst uživatelů a to způsobilo i sociální důsledky – uživatelům se náhle zobrazovali i spolužáci či kolegové z práce, kteří již nebyli přátelé v pravém slova smyslu. Někteří tak začali „sbírat“ velké množství přátel a mohli tak prohlížet nejenom jejich profily, ale i profily jejich přátel, což umožňovalo přidávání i zcela neznámých lidí a původní myšlenka byla rázem pryč. Hlavními sběrateli byly falešné profily celebrit a dalších komunit (tzv. Fakesters), které začal Friendster mazat (Boyd a Ellison, 2007, s. 215-216). Nicméně v roce 2015 pozastavil svoje služby a 1. ledna v roce 2019 tato síť oficiálně ukončila svoji činnost (Jones, 2015, ©History Cooperative 2020).

Od roku 2003 začíná období, kdy sociální sítě získávají na popularitě a stávají se vyhledávanou záležitostí. Některé z nich cílí pouze na určitou skupinu uživatelů – MyChurch na křesťanskou komunitu, Couchsurfing spojující cestovatele, profesní síť LinkedIn a jiné. Díky vysokému nárůstu daného fenoménu, mnoho stránek sdílejících pouze mediální obsah časem zařadila i prvky sociálních sítí a staly se tak samotnými sociálními sítěmi jako je např. Flickr (sdílení fotek) nebo celosvětově známé YouTube (sdílení videa). Mezi výraznější sociální síť patří i **MySpace**, které vzniklo roku 2003. Úspěchu této sociální sítě zpočátku výrazně napomohla spolupráce s hudebními kapelami, které zde prezentovaly vlastní tvorbu a jejich fanouškovské základny rovněž jistě přispěly k jejímu růstu (Boyd a Ellison, 2007, s. 216-217). MySpace často byla vyhledávána mladými lidmi, kterým nabízela možnost zřízení vlastního profilu, jejich zájmů a především kontakt s ostatními lidmi. Nicméně především rodiče a některé další skupiny měli obavy ze sexuálních predátorů, kterým mohou být mladí lidé vystaveni. MySpace se tak v roce 2006 rozhodla detekovat a mazat profily registrovaných sexuálních delikventů. S nástupem Facebooku se popularita sítě oslabila a proto se roku 2009 MySpace proměnila primárně na hudební síť (Myspace, ©2020 Encyclopædia Britannica, Inc.).

Za zmínku rovněž stojí i sociální síť LinkedIn. I přestože se jedná o síť specializovanou, tedy profesní, využívá ji více než 645 milionů lidí z 200 zemí a oblastí po celém světě. Tato profesní síť byla založena v obýváku Reida Hoffmana mezi lety 2002-2003. Její hlavní cíl spočívá v propojení odborníků po celém světě a tím tak zvýšit efektivnost a produktivitu v jejich kariéře (O společnosti LinkedIn, ©LinkedIn Corporation 2020).

Některé sociální sítě byly zaměřeny poněkud odlišným způsobem, kde se již nemohl zaregistrovat každý, kdo například splňoval věkovou podmínku, ale vyžadovaly schválení registrace ze strany ostatních uživatelů. Takovým příkladem je sociální síť BeautifulPeople. Pokud její uživatelé shledají nového zájemce dostatečně „krásného“, zaslouží si členství v komunitě (Pavlíček, 2010, s. 134). Daná síť funguje do dnešních dob, přičemž její stránky zvolávají, že jde o největší internetovou seznamku pro krásné lidi sloužící k nalezení perfektní shody jejich členů. Nedefinují krásu, ale pouze poskytují jasnou představu o tom, jaký je společenský ideál krásy podle jejích členů (BeautifulPeople.com, ©2001-2020).

Nicméně popularita u většiny výše zmíněných sociálních sítí byla poněkud upozaděna s nástupem Facebooku, Twiteru, Instagramu a dalších sociálních sítí.

2.2 Vybrané sociální sítě

Online prostředí mísí mnoho prvků jiných virtuálních prostředí a spojuje je do jedné platformy. Rovněž jsou přidávány i nové funkce, které mají vlastní psychologický účinek. Pro představu, sociální síť Facebook kupříkladu nabízí nekonečné možnosti, jak upravovat svůj profil, fotografie a videa, aktualizovat svůj status, pracovní pozici, a tím vším utvářet dojem o sobě samém, ale i na ostatní uživatele. Na YouTube si lze vytvořit vlastní kanál třeba s nějakým tématem (tutoriály, zvířecí videa, taneční, atd.). I přestože sociální sítě začínaly jako prostředek ke kontaktu s rodinou a přáteli, nyní jsou využívány společnostmi, neziskovými organizacemi, pro politické kampaně, aktivistické skupiny a řadu dalších (Wallace, 2016, s. 12-13).

V následující podkapitole bude věnována pozornost sociální síti Facebook a Instagram, které jsou hojně využívány a jejichž primárním zaměřením jsou sociální vztahy – kontakt s přáteli, sdílení obsahu, sebezprezentace vlastní osoby a jiné.

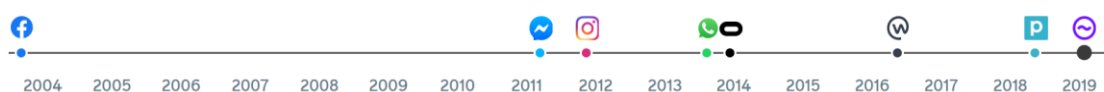
2.2.1 Facebook

Facebook se prostřednictvím vývoje jejích aplikací a technologií snaží propojovat lidi z celého světa. Na jejích stránkách uvádějí svoje hlavní poslání: "Dávat lidem moc vytvářet komunity a přivést svět blíže k sobě."¹ (Facebook, ©2020).

¹ volně přeloženo

Za počátky Facebooku stojí studenti Harvardské univerzity Mark Zuckerberg a Edduard Severin, kteří v roce 2004 spustili stránku theFacebook.com určenou pouze pro studenty univerzity, která však nedisponovala takovými funkcemi, jaké nabízí v dnešní době. Postupem času stránka získávala velké ohlasy a začala se rozšiřovat na další univerzity a poté i do zahraničí. Od srpna roku 2006 byl Facebook přístupný pro všechny, ale podmínkou registrace byl věk 13+. Už za pouhý rok (září 2006-září 2007) se stránka stala 7. nejnavštěvovanější stránkou světa z původní 60. pozice. Od roku 2008 je dostupná i česká jazyková mutace (Kohout a kol., 2019, s. 101).

Facebook postupem času vyvíjel i další aplikace, kupříkladu v roce 2011 na trh vstoupila komunikační služba Facebook Messenger, která rovněž zprostředkovává kontakt s přáteli a funguje na principu textových zpráv. Významným mezníkem je i odkoupení sociální sítě Instagram v roce 2012 (více viz Instagram). V roce 2014 firma Facebook získala další komunikační službu WhatsApp, také vyvinula virtuální realitu Oculus, Workplace k propojení lidí na pracovišti a mnoho dalších (About Facebook: Company info, ©2020). Obrázek 1 zobrazuje časovou osu všech produktů Facebooku.



Obrázek 1: Časová osa Facebooku a dalších produktů

Zaregistrováním na sociální síť Facebook se uživatelé nabízí pestrá škála možností a služeb, které může využít. V první řadě může pracovat se svým profilem – přidávat fotografie, videa, informace o vlastní osobě (rodinný stav, zaměstnání, kontaktní údaje, datum narození, apod.) navazovat kontakty nebo vytvářet reklamy (Pavlíček, 2010, s. 138-144). Na Facebooku tedy mohou být uživatelé v kontaktu již s přáteli, které znají či se mohou seznámit s naprosto novými lidmi, které si přidají do seznamu svých přátel. Facebook rovněž svým uživatelům „podsouvá“ návrhy přátel, které by dotyčný mohl znát, většinou se tak děje na základě spojení přes někoho již ze seznamu přátel. S přáteli může uživatel chatovat, vytvářet skupinové konverzace, vytvářet události k různým akcím a zvat tak své přátele, apod. Rovněž jsou velice využívané různé skupiny, komunity dle zájmů, témat, které mohou být veřejné (dohledatelné) či uzavřené (lze dohledat, ale je nutné požádat o přístup). Specifikem jsou skupiny tajné, které nelze vyhledat, a vyžadují povolení ze strany administrátora skupiny.

Obzvláště podstatným prvkem Facebooku jsou příspěvky uveřejněné na jeho hlavní zdi, kam uživatel může psát veškeré svoje pocity, nálady, sdílet fotografie ze svého života, videa,

apod. Tyto příspěvky se poté zobrazují jeho přátelům, kteří na ně mohou reagovat (Pavlíček, 2010, s. 139). Součástí hlavní stránky je i kanál vybraných příspěvků, jenž se průběžně aktualizuje a zobrazují se zde příspěvky přátel či stránek, které uživatel sleduje – označeny („To se mi líbí“). V praxi to tedy znamená, že jsou zobrazeny i příspěvky, kdy přátelé zareagovali na nějaký příspěvek lidí, které uživatel nemá ve svém okruhu přátel či příspěvky veřejných skupin. Kanál vybraných příspěvků je založen na chytrém mechanismu, který sleduje v podstatě každý krok uživatele, jeho aktivitu, spojení s přáteli, počet komentářů, druh příspěvku (fotka, video), apod. (Centrum nápovědy Facebook, ©2020). Facebook tak uživateli „naservíruje“ atraktivní a zábavný obsah, aby se cítil dobře a trávil zde co nejvíce času. Každému tedy vybere příspěvky šité přímo na míru, proto se často v News Feedu (kanálu vybraných příspěvků) zobrazují příspěvky přátel a rodiny. To stejné platí pro diskuse ve skupinách či pro krátké příběhy našich přátel, tzv. Stories (Losekoot, 2019, s. 56).

2.2.2 Instagram

„Zapomeňte na Facebook a Twitter“, říká hned v úvodu nizozemský dokument, který tak označuje Instagram za sociální médium dnešní doby s 1 miliardou uživatelů (Why fake accounts dominate Instagram, ©VPRO Backlight November 2018).

Instagram zahájil svou činnost v roce 2010, původně jako aplikace určená pouze ke sdílení fotografií a videa pro chytré telefony. Jeho zakladateli jsou Kevin Systrom a Mike Krieger. Nicméně vývoj šel kupředu a tak se rozvíjely i další funkce Instagramu. V roce 2012 jej společnost Facebook koupila za přibližně 1 miliardu dolarů v hotovosti a akciích (Jones, 2015, ©History Cooperative 2020).

Jedná se o obsahově založenou sociální síť, kde hlavní roli sehrávají fotografie uživatelů, případně krátká videa. Textu je zde tedy méně a tím pádem poskytuje poněkud odlišný způsob prezentace vlastní osoby oproti Facebooku (Kohout a kol., 2019, s. 102). Nicméně i Instagram nabízí možnost založení si vlastního profilu, sdílení fotografií a videí s použitím různých filtrů pro úpravu příspěvku, dále umožňuje posílat přímé zprávy svým přátelům (Instagram Direct), využívat videochat, sdílet svůj příběh. Důležitým pojmem Instagramu je hashtag a follower, jenž má vliv na výběr a pořadí příspěvků v hlavním kanálu Instagramu. Podobně jako u Facebooku je založen na algoritmech, důležité je datum zveřejnění příspěvku, pravděpodobný zájem o příspěvek, atd. (Centrum nápovědy Instagram, ©2020).

Zákulisí Instagramu a jeho nekalé praktiky jsou detailněji přiblíženy v nizozemském dokumentárním filmu s názvem #FollowMe z roku 2018. Základní proměnnou na Instagramu je

slovo follower neboli sledující a samozřejmě se v jeho prostředí pracuje i se „srdíčky“ neboli „lajky“ a hashtagy, jak již bylo zmíněno výše. Hned v úvodu dokumentu jedna uživatelka hovoří, že Instagram je celý její život a i přestože si uvědomuje, že je to zřejmě špatné, líbí se jí využívat tuto sociální síť. Měřítkem úspěchu a slávy je tedy počet followerů a „lajků“. Čím více má daný uživatel followerů, tím se zvyšuje jeho prestiž a může se stát influencerem² (Why fake accounts dominate Instagram, ©VPRO Backlight November 2018).

Vše tedy začíná dobrou fotkou, jak podotýká módní influencer. K tomu, aby však získal svoji dokonalou fotografii, která mu zajistí vysoký počet „srdíček“ a další nové followery, neváhá nakoupit nové oblečení, najít perfektní místo, pózu a použít příslušný filtr pro závěrečnou úpravu fotografie. Jeho životním cílem je stát se influencerem, přičemž nejefektivnější je přidávat nové příspěvky nejlépe každý den. V dokumentu je uvedena i marketingová agentura IMA, která se zaměřuje na influencers s nejvíce sledujícími a využívá je pro reklamní účely. Influencer manažerka si myslí, že tito lidé chtějí mít svobodu a sdílet vášeň s ostatními a opravdu se tento byznys v dnešní době stále více rozmáhá. Navíc propagují značky takovým způsobem, aby nebylo poznat, že za to mají peníze. Tento typ reklamy může v lidech vzbuzovat více důvěryhodnosti a být více osobní. Jelikož na Instagramu je slavný ten, kdo má více followerů, začalo se podvádět. Je to poměrně jednoduché, kupříkladu pro začátek si lze koupit 10 tisíc followerů za 35 eur. Existují i firmy, které se specializují na vytváření falešných profilů. Stačí jen dobře zaplatit a během pár minut se v profilu objeví klidně 10 či 20 tisíc nových sledujících, jejichž jména mohou být zcela počítačem smyšlená či se naklonují fotky a jména již existujících uživatelů sociálních sítí. Tudíž je možné, že Vaše jméno je teď někde součástí skupiny sledujících u kompletně cizího člověka, o čemž nemáte tušení. I profily slavných celebrit jako je Katy Perry Justin Bieber, Adriana Grande a další jsou z části postaveny na falešných profilech, u americké zpěvačky Katy Perry je to až z 20 %, což už není zanedbatelné číslo. Avšak ještě více zarážející je fakt, že v Holandsku má tato firma každý měsíc přes tisíce objednávek tohoto typu a jejich klientela je opravdu široká – od dětí ze základních či středních škol a dokonce i z řad rodičů, kteří sledující kupují pro své děti (Why fake accounts dominate Instagram, ©VPRO Backlight November 2018).

² Influencer je člověk, který má vysoké procento sledovanosti v určité oblasti jeho zájmu (např. v módě, cestování, podnikání, apod.) a může tak ovlivnit velký počet lidí. Často se tak hovoří o youtuberech, instagramech, aj. (Kdo je to influencer?, ©2018).

V závěru dokumentu travel influencerka dodává zajímavou myšlenku o budoucím směřování a dopadu těchto metod na další generace. Prostřednictvím podvodů ohledně kupování falešných followerů se tak mladá generace učí, že je naprosto v pořádku podvádět a chovat se nečestně. Bohužel podvody se již v dnešní době stávají normou Instagramu a pro některé lidi je Instagram důležitou součástí života. Samotný Instagram snad již v této věci podniká patřičné kroky (Why fake accounts dominate Instagram, ©VPRO Backlight November 2018).

2.3 Specifické rysy online prostředí

S příchodem internetu přichází i nepřehledné množství možností. Na jednom místě lze najít informace, zábavu, inspiraci a mnoho dalšího. Převládajícím důvodem, proč lidé chodí na internet, je komunikace a zejména sociální sítě v této oblasti hrají velkou roli (Blinka, 2015, s. 179-180). Rovněž Subrahmanyam et al. (2008, s. 420) řadí sociální sítě mezi populární online komunikační formy nejčastěji využívané ke spojení se s přáteli a rodinou v období adolescence a vnořující se dospělosti (viz 3. kapitola).

Zajímavým zjištěním bylo dotazování ohledně preference online komunikace, kdy bylo respondentům předloženo několik výroků, kupříkladu „Raději potkávám lidi na Internetu než osobně“, „Na Internetu odhaluji i soukromé detaily ze svého života, které v běžném životě nesděluji“, „Na Internetu se mi lépe vyjadřují mé emoce (pocity, city)“ a další. Možnosti „Určitě ano“ a „Spíše ano“ volili především nejmladší dotazovaní ve věku 15-29 let (Lupač, Chrobáková a Sládek, 2014, 23-24). Během online komunikace se člověk nemusí bát svých projevů, jakými je červenání se, nelibozvučnost hlasu a další. Na druhou stranu nelze registrovat důležité signály, které by mohly napovědět reakci druhé osoby (Greenfield, 2016, s. 137). Lidé se na sociálních sítích mohou vydávat za někoho lepšího, zajímavějšího, dále se mohou vyhnout trapným situacím, jelikož mají svá slova pod kontrolou a mohou je stylizovat tak, aby ničeho nelitovali (Greenfield, 2016, s. 115).

Jak již bylo zmíněno v první kapitole, lidé mají potřebu se sdružovat. Nejinak je tomu i ve virtuálním prostředí. Je však až zarážející, jak komunikace v prostředí internetu může být otevřená a intimní oproti komunikaci v tváři v tvář (Šmahel, 2003, s. 151). Daný fakt dokládá i Sulerovo tvrzení: „Je dobře známo, že lidé říkají a dělají v kyberprostoru věci, které by v normálním světě tváři v tvář druhým nedělali. Uvolní se tu, cítí se víc disinhibovaní a vyjadřují se otevřeněji“ (in Vybíral, 2009, s. 280). Dokladem míry sebeodhalování, otevřenosti

a celkově ztráty zábrán v prostředí internetové komunikace, může být i projekt Ester Geislerové a Josefiny Bakošové s názvem Terapie sdílením. Autorky projektu začaly na svém Instagramovém profilu uveřejňovat úryvky konverzací, kterými se lidé rozcházejí v online prostoru. Projekt byl natolik úspěšný, že z něj vznikly dvě knihy a aktuálně i představení za spolupráce s psychoterapeutem Janem Vojtkem. Zatímco první kniha se věnovala rozchodům, druhá kniha se již více zaměřuje na sociální vztahy v dnešní době (Ester a Josefina, ©2020). Vybrané ukázky konverzací jsou k dispozici v Příloze P II.

Nicméně je třeba podotknout, že zejména anonymní prostředí vytváří skvělé podmínky pro vyjadřování odvážných názorů, účast v diskusích a prosazování vlastních názorů (Vybíral, 2009, s. 275). Na sociálních sítích již uživatelé vystupují pod svým profilem, avšak i zde si lze založit falešný profil, což například souvisí s problematikou sexuálních predátorů.

Za další charakteristický rys online komunikace lze chápat i proměny v oblasti jazyka, které se mohou vyznačovat zjednodušeným a deformovaným stylem vyjadřování (překlepy, používání zkratk, absence diakritiky, omezená slovní zásoba, aj.), do jazykových proměn lze zařadit i využívání emotikonů (lidově řečeno „smajlíci“), které pomáhají vyjádřit neverbální složku, emoce a vztahy a rovněž se mohou využít ke komentování sdělovaného. Nicméně i tak často dochází k nedorozuměním, sdělení za pomoci mimiky tváře je přece jen při osobním kontaktu přesnější (Vybíral, 2009, s. 281-284).

Z uvedeného lze říci, že virtuální komunikace proměnila naše komunikační návyky, chování – dnes se posílá více zpráv druhým lidem, rovněž se to odráží i v kvalitě psaní, často se však text v psané konverzaci snaží přiblížit tomu, co se v běžné komunikaci sděluje gesty, intonací, mimikou. Celkově se proměnilo tempo komunikace, tím jak se lidé naučili očekávat rychlé odpovědi (Vybíral, 2009, s. 272). Hlavní rozdíly mezi komunikací v reálném životě a komunikací v online prostředí shrnul přehledně Kopecký v tabulce 2.

Tabulka 2: Rozdíly mezi offline a online komunikací

Offline komunikace (v reálném životě)	Online komunikace (elektronická komunikace)
Základní prostředek komunikace – mluvený jazyk	Základní prostředek – především psaný jazyk či mluvený přes Skype, apod.
Uživatel není anonymní.	Možnost být anonymním uživatelem.
Omezený počet osob při komunikaci, ve skupinách.	Možnost komunikace s větším počtem osob (chat).
Časové a prostorové omezení.	Žádné časové a prostorové omezení.

Použití neverbální komunikace (gesta, mimika, haptika, aj.)	Neverbální komunikace nahrazena emotikony, akronymy...
Přímý sociální kontakt s druhým člověkem.	Zprostředkovaný sociální kontakt.
Komunikace (synchronní) bez předchozí přípravy.	Komunikace (synchronní) po přípravě.
Možnost využití asynchronní komunikace (dopisy, hlasové zprávy) v omezené míře. Časově náročné (délka doručení), obtížná oprava.	Možnost využití asynchronní komunikace poměrně snadným způsobem. Není časově omezena (email, chat, aj.). Informace lze jednoduše opravit.
Pro komunikaci není zapotřebí specifické zařízení.	Pro komunikaci je zapotřebí hardwarové a softwarové zařízení.

(volně převzato dle Kopecký, 2007, s. 9-10)

2.4 Neurobiologický pohled na sociální síť

Je nesmírně důležité si vysvětlit samotné fungování sociálních sítí, přičemž pro tuto odpověď je třeba zajít hluboko pod povrch až do světa neurobiologie. Právě neurobiologie se zabývá tím, jak mozek funguje a co se s ním děje, kupříkladu ve světě obklopeném moderními technologiemi.

Karolína Presová, autorka projektu Replug me³, se v jedné ze svých přednášek zmiňuje o tom, jak jsou technologie založeny na třech základních lidských instinktech, o kterých hovořil již Huxley ve 30. letech minulého století. Jedná se o instinkt sociální, který naplňuje například přidávání komentářů k příspěvkům, oblíbenost (like), aj. Dalším instinktem je instinkt informační, který nám sociální síť naplňuje pouhým scrollováním příspěvků neboli sledováním příspěvků ostatních uživatelů například na síti Facebook či zprávy o světovém dění. Lidé ve skutečnosti potřebují vědět, co se kolem nich neustále děje, což se pojí s pocitem bezpečí. Nesmí se opomenout instinkt inovační, kdy lidé potřebují neustále nové podněty a k tomu mohou vhodně posloužit různé notifikace ze strany sociálních sítí. Jen tak pro zajímavost, například sociální síť Instagram naplňuje všechny tři zmíněné instinkty (Presová, 2020, přednáška).

Od sociálních sítí neočekává nic dobrého neurolog Martin Jan Stránský, který rovněž vysvětluje princip sociálních sítí z pohledu neurologie a neurofilozofie. Autor hovoří o tzv. neuroevolučních prioritách, které byly zásadní pro člověka již v době před 200 tisíci lety –

³ Replug me – projekt zaměřující se na nalezení rovnováhy ve světě digitálních technologií. Pořádají různé workshopy pro školy, rodiče i širokou veřejnost (Replug me, [2020]).

poznat pravdu (zda nás něco ohrožuje) a být součástí skupiny, společnosti. Jelikož však dnešní generace žije převážně v blahobytu, zůstala stěžejní právě druhá potřeba. Sociální sítě jsou programovány tak, že využívají návykový mechanismus, tím že podporují nárůst dopaminu neboli hormonu štěstí prostřednictvím odměn (Hroch, ©1997-2020, Český rozhlas). Rovněž datový analytik František Vrábel hovoří o zneužití neurovědy konkrétně v prostředí sociální sítě Facebook: „Na tom je postaven systém „lajků“, lidé dostávají odměnu s každou návštěvou. Mozek nerozlišuje mezi malou a velkou odměnou, takže je snazší jít si na Facebook pro „lajk“ než třeba vystudovat vysokou školu, když to přeženu. Odměna pro mozek je ale stejná. Normálně byste dostal třeba jednu odměnu denně, ale na Facebooku jich dostanete desítky, někdo stovky, tisíce. Mozek je z toho úplně vedle.“ (Golís, ©1997-2020 Český rozhlas).

Rovněž Greenfieldová (2016, s. 117-118) naráží na uvolnění dávky dopaminu, vzrušení, když člověku zabliká jméno v „chatovém okénku“ a může tak očekávat okamžitou zpětnou vazbu od někoho z kyberprostoru. V podstatě je vše zakořeněno již od dětství, kdy dítě očekává uznání, pozitivní zpětnou vazbu, cítí se tak v bezpečí a chráněné. Postupem času se dané reakce dožadujeme i od svého okolí, přičemž potřeba uznání neslábne ani v dospělosti. Sociální sítě jsou tedy v hodným nástrojem, jak toho dosáhnout.

Nicméně Stránský se zabývá základní otázkou, k čemu ve skutečnosti sociální sítě jsou a neshledává na nich nic přínosného. V této souvislosti dokonce zmiňuje výsledky studií, které dokazují až 70 % nárůst úzkosti, deprese a sebevražd u evropsko-americké generace ve věku od 13 do 18 let. Autor vidí obrovský problém celkově v kybernetickém prostoru, který nás navzájem od sebe vzdaluje a i přestože víme, co dotyčný dělá, příliš ho ve skutečnosti neznáme. „Hlavně potřebujeme vidět a dotýkat se, aby náš mozek interpretoval vše, co dovede interpretovat. Teď během rozhovoru vidíte, co dělám s rukama, slyšíte mojí intonaci, koukáte se mi do očí; poznáte podle nonverbální komunikace, jestli se nudím. Mám věty, které obsahují 25 slov. Nic z toho v kybernetickém světě neexistuje. Je to plošný svět, který odebírá nutnost používat všechny mozkové schopnosti, které máme na základě těch 200 tisíc let k dispozici“. Dle něj se tak jedná o naprosto nepřirozený proces. Pokud lidé tráví na sociálních sítích více jak pět hodin denně, ochabují některé spoje v mozku. Celkově se tak narušuje proces přemýšlení, chybí diskuse, sebereflexe (Hroch, ©1997-2020 Český rozhlas).

2.5 Psychologicko-sociální pohled na sociální sítě

Vybíral se zaobírá obecně psychologickým a sociálním rozměrem internetu na lidskou psychiku, přičemž výhodu internetu vidí v rychlosti zprostředkování kontaktu, v jeho informační dostupnosti, prostupnosti a interaktivnosti při předávání zpráv. Autor nicméně zmiňuje i nevýhody spojené s jeho užíváním, ke kterým patří změny v kvalitě řeči a myšlení jako je roztěkanost, snížení slovní zásoby, atd. a změny v životním stylu společnosti (2009, s. 271). Zimbardo ve své knize odkazuje na autora jednoho z průzkumu Bernarda Carducciho, který říká, že „...změny v technologii ovlivňují povahu mezilidské komunikace tak, že se více setkáváme se strukturovanou elektronickou interakcí a spontánní sociální interakce, při kterých máme možnost rozvíjet a procvičovat dovednosti, jakými jsou například vyjednávání, umění konverzace, porozumění řeči těla, gestikulaci a mimice, což je velmi důležité při navazování nových přátelství a pro jejich následné udržení, se dostávají do pozadí“ (Carducci in Zimbardo, Coloumb, 2017, s. 221). S tím souhlasí i psychoterapeutka Alžběta Protivanská, která rovněž hovoří, že při komunikaci v tváři v tvář se člověk učí navazovat a udržovat lidské vztahy. Do kontaktu tak vstupují sociální dovednosti, které však nejsou na sociálních sítích potřebné (Brezina, 2019). Při komunikaci v tváři v tvář nelze tak úplně skrýt naše pocity, náladu, empatii, ze které vyrůstá důvěra mezi lidmi. Pokud by člověk dával přednost komunikaci na sociálních sítích, mohla by být projevem větší nedůvěra k lidem, snížení schopnosti vcítění se do druhých a celkově by to mohlo ohrozit navazování hlubších mezilidských vztahů (Greenfield, 2016, s. 146-149). Protivanská zastává názor, že lidé se čím dál více uzavírají vlivem používání sociálních sítí. Dané tvrzení dokládá na běžném pozorování společnosti – třeba již běžné pozdravení dnes není tak časté, lidé se přestávají ptát na cestu, vést konverzaci ve vlaku, apod. I když se sejdou přátelé v hospodě, lze si všimnout, že jsou často na mobilu (Brezina, 2019).

Vztahy na sociálních sítích se odlišují tím, že ukazují pouze to, co uživatelé chtějí ukázat, často jde o seznamy věcí, které se nám líbí či nelíbí. Nicméně na síti není nikdy poukázáno na ty méně zřejmé skutečnosti, kupříkladu jak řešíme problémy, vyrovnáváme se se stresem, reálné věci (Greenfield, 2016, s. 146). Z příspěvků na sociálních sítích se nám lidé mohou jevit jako úspěšní a šťastní, což vede ke srovnávání s našimi životy. Člověk se pak může cítit méněcenný až frustrovaný (Brezina, 2019). I Turkle v této souvislosti zmiňuje, že lidé si na sociálních sítích mohou vytvářet „lepší já“, svůj lepší obraz sebe sama. Lidé zde mohou experimentovat se svojí identitou, která je obzvláště pro období adolescence velmi významná (Turkle, 2012, s. 160).

Greenfield rekapituluje často prezentované výhody sociálních sítí jako je přímý marketing, seznamky, budování kariéry, kontakt s již starými přáteli (2016, s. 55). Rovněž mohou být zdrojem informací o světových problémech a tím povzbudit povědomí o nich, podpořit humanitární organizace, start-up projekty a další aktivity či jen podněcovat k přemýšlení o daných problémech (Greenfield, 2016, s. 155). Autorka se však zamýšlí i nad jejich negativy v závislosti na intenzitě jejich používání – pokud jsou užívány nadměrně či na úkor reálných vztahů, mohou mít dopad na vnímání svých přátel, přátelství i vlastní osoby (2016, s. 55).

3 CHARAKTERISTIKA MLADÉ GENERACE

Vzhledem k výběru cílové skupiny (18-25 let), na kterou se zaměřuje empirická část diplomové práce, je třeba se seznámit s jejími specifiky zejména z hlediska vývojové psychologie a pedagogiky. Hned v úvodu kapitoly je však nutno podotknout, že její charakteristiku nebude jednoduché vystihnout už jen z důvodu, že zahrnuje dvě vývojová období – adolescenci a mladou dospělost. Z větší části však zasahuje do období mladé dospělosti, proto jí bude věnována větší pozornost.

3.1 Adolescence

Dle Macka (2003, s. 9-10) je adolescence vymezována mezi 15. - 20. (22.) rokem. Biologická kritéria při konci adolescence již nehrají příliš velkou roli, jelikož již většinou dochází k ukončení tělesného růstu. Za daleko významnější je považováno měřítko psychologické, jakým je proces dosažení autonomie, dále pak pedagogické v podobě mezníku vstupu na VŠ/do zaměstnání a sociologické v převzetí role dospělého. Dané období lze členit do tří fází:

- časná adolescence – zhruba 10 (11) -13 let,
- střední adolescence – 14-16 let,
- pozdní adolescence – 17-20 let či více, na danou etapu se zaměřuje i diplomová práce, proto bude rozpracována především poslední etapa, i přestože se leckdy etapy prolínají a je obtížné je jasně stratifikovat.

Období pozdní adolescence lze zasadit do období studia na střední škole. Dané období je spojeno zejména se sociálními změnami (Janošová, 2016, s. 100). Pro pozdní fázi je charakteristické posilování potřeby někam patřit, sdílet něco s ostatními, spolupodílet se. Dospívající se rovněž zamýšlí nad vlastním směřováním zahrnující budoucí cíle a plány, co se týče osobního i profesního života. Míra změn u dospívajících se odvíjí od jejich situace, zda se kupříkladu rozhodnou jít na vysokou školu, odstěhovat se od rodičů, vstoupit do manželství a další (Macek, 2003, s. 36).

Významným nejenom právním, ale i sociálním mezníkem je pro dospívající dosažení osmnácti let. Na jednu stranu se dospívající chtějí rychle stát dospělými a získat tak větší práva a nezávislost, ale na straně druhé mají problém s přijetím povinností a zodpovědnosti (Vágnerová, 2012, s. 368). S tím souvisí i prodlužování doby mezi biologicky danou dospělostí a skutečným přijetím dospělých rolí – studenti na středních a často i vysokých školách jsou

ekonomicky podporování rodiči ve srovnání s přírodními společnostmi, u kterých dochází k přijetí dospělých rolí dříve (Janošová, 2016, s. 100). Vágnerová uvádí (2012, s. 371), že právě ekonomická nezávislost je v naší společnosti chápána jako znak dospělosti. Studenti na vysokých školách tak nemusí splňovat všechny atributy dospělého, jelikož nejsou osamostatněni ve všech oblastech.

Thorová označuje adolescenci za období pozdního dětství, které trvá od 12./13. – 19. let. Ústředním tématem daného období je **vytvoření identity**, která adolescentovi pomůže v odpoutání se od rodičů a určité samostatnosti (2015, s. 414-416). Již E. H. Erikson členil vývoj člověka do celkem osmi fází, přičemž pro každou z nich je typický určitý vývojový úkol. Právě identita neboli vytvoření vlastního já (ego, identita) je dle něj charakteristická pro páté stadium – adolescenci (in Macek, 2003, s. 18-19). Adolescent si v tomto období často pokládá otázky typu „kdo jsem, kam směřuji, kam patřím, jaké jsou mé hodnoty“, snaží se přijmout sám sebe, včetně nedostatků, poznává své hranice, důležitou roli zde hraje i vzhled (Langmeier, Krejčířová, 2006, s. 160-162).

Právě vzhled může být pro mnohé adolescenty důležitým prostředkem vyjádření vlastní identity. Dospívající mají potřebu líbit se ostatním a tak si určitým způsobem potvrzovat svoji hodnotu a sociální prestiž. Zejména dívky mohou v tomhle ohledu jít cílevědomě za svým ideálem krásy (Vágnerová, 2012, s. 376). Rovněž Thorová podotýká, že někdy mohou adolescenti svůj vzhled využít k upoutání pozornosti už jen tím, jak se líčí, nosí vyzývavé oblečení, apod. (2015, s. 425). S tím souvisí i prezentování fotografií na sociálních sítích, které pak mohou vést ke srovnávání s ostatními.

Dospívající si rovněž utváří svůj vztah k okolnímu světu, často využívá sebereflexi a introspekci, zkoumá tak svoje pocity a myšlenky, bilancuje a přemýšlí o své budoucnosti. Nicméně dle fází vývoje identity, které popsala Ruthellen Josselson, se adolescent ve věku osmnácti let a výše, nachází v poslední fázi identity, kde se upevňuje vztah k sobě samému, jeho názory k sobě i ke světu a taktéž si utváří pocit vlastní jedinečnosti a autonomie. James Marcia, který se rovněž věnoval stadiím identity, chápe dosažení identity jako projev zralé osobnosti. Pokud však jedinec ustrne v některé z předchozích fází (převzatá, difuzní, moratorium), následkem by mohlo být nižší sebevědomí a problémy ve vztazích (Thorová, 2015, s. 419-421).

Formování identity úzce souvisí i s **vrstevnickými vztahy**, které jsou pro dané období velice významné. Práním adolescenta je navázat přátelské vztahy se svými vrstevníky, které budou

založeny na vzájemném respektu, rovnocenné komunikaci a důvěře. Vrstevnické vztahy umožňují dospívajícímu porovnávat svoje názory s ostatními, dostávat zpětnou vazbu, sociální oporu a budovat tak skupinovou identitu, která mu pomáhá překonat období hledání své osobní identity (Thorová, 2015, s. 421-422). Adolescent se tak musí vypořádat nejenom s rolí dospívajícího, jež je dána biologicky, ale i s rolí člena party (postupně slábne), rolí předprofesní a profesní, rolí blízkého kamaráda a pro některé i s partnerskou rolí. Některé role jsou pro adolescenta úplně nové, jiné se již rozvíjejí z rolí předchozích, většinou však nebývají stabilní a jedinec se stále svým způsobem hledá (Vágnerová, 2012, s. 398). Tím, že se dospívající více osvobozuje od rodiny, vztahy s přáteli pro něj znamenají jistotu a připravují ho na budoucí vztahy v dospělosti (Langmeier, Krejčířová, 2006, s. 154).

Potřebu sociálního kontaktu lze naplňovat nejen na základě osobních vztahů v tváři v tvář, ale i prostřednictvím sociálních sítí na internetu. Často se tak může jednat o různá členství ve virtuálních skupinách, které podporují skupinovou sounáležitost a mohou rovněž přispět k utváření identity (Upton in Janošová, 2016, s. 107). Thorová zmiňuje internet jakožto součást společenského života dospívajících (2015, s. 423). V pozdní adolescenci se komunikační styl více blíží komunikaci dospělých, oproti pubescentní, která byla hlučnější, teatrálnější. Adolescenti se s dospělými snaží domluvit a touží po rovnocenné komunikaci, která je charakteristická tykáním, i přestože vykání je znakem změny sociálního statusu z dítěte na dospělého (Vágnerová, 2012, s. 445).

Adolescent již nepřemýšlí pouze černobíle, ale o názorech logicky uvažuje a více je zpochybňuje. V daném období taktéž často filozofuje a přemýšlí o složitějších a často existenciálních otázkách života vlivem rozvoje abstraktního **myšlení**. Nicméně stále ještě nemá dostatek životních zkušeností a nadhledu, a proto se často dostává do střetu s realitou (Thorová, 2015, s. 428-429). Co se týče přístupu k řešení problému, často se může jednat o zcela nová a originální řešení, někdy však příliš rychlá a neodpovídající dané situaci. Opět zde hraje roli nedostatek životních zkušeností a kritičnost k názorům ostatních. Úsudek je rovněž často ovlivněn emocionálním nábojem – nadšením, smutkem, vztekem, apod. (Vágnerová, 2012, s. 384).

Emoční projevy v období dospívání ovlivňují hormonální proměny především v jeho začátcích, jsou to výkyvy nálad, přecitlivělé reakce, vznětlivost, vzpoura vůči autoritám, atd. (Vágnerová, 2012, s. 390). V pozdní adolescenci se upevňují nejen emoce, ale i sebepojetí, oblast hodnot a vztahy k ostatním lidem. Starší dospívající mají své emoce více pod kontro-

lou, dokonce i ve vypjatých situacích, které mohou brát jako výzvu či vybrat vhodnou strategii ke zvládnutí situace z vlastních zdrojů nebo ji hledat u sociální opory (Janošová, 2016, s. 100).

3.2 Mladá dospělost

Dle Thorové vymezení pojmu dospělost v podstatě nelze definovat. Lze říci, že člověk se stává „oficiálně“ dospělým dovršením osmnácti let a to mu dovoluje pít alkohol, vstoupit do manželství, jít k volbám, atd. To však ještě neznamená, že je z něj osobnostně vyzrálý člověk. Zralost není vázána na věk, ale spíše na zkušenosti, události v životě a jejich řešení. Proto také lidé, kteří jsou postaveni před různě závažné životní situace jako je rozvod rodičů, smrt blízkého člena rodiny, ale i narození dítěte, mají tendenci dozrát rychleji než je tomu například u studentů (2015, s. 433-434).

Nicméně přechod do dospělosti lze posuzovat na základě splnění určitých kritérií, které zastupují vnější charakteristiky, jako je věk, založení rodiny, vlastní domácnost, ekonomická nezávislost a stabilní zaměstnání a vnitřní charakteristiky, zejména zodpovědnost za vlastní rozhodnutí a chování (Ježek a kol., 2016, s. 9). Dnešní moderní společnost je však nastavena jiným směrem, než tomu bylo dříve – lidé mají možnost více cestovat, studovat, pracovat v zahraničí a odkládají manželství a rodičovství na později, což může mít za následek dosažení osobní zralosti až ve vyšším věku (Thorová, 2015, s. 433). Rovněž Vágnerová v této souvislosti podotýká, že se u mladých dospělých objevuje převaha individualismu, kdy musí vztahy i profese vyhovovat především samotnému jedinci (Vágnerová, 2007, s. 11).

Z hlediska vývojové psychologie je období mladé dospělosti ohraničeno delším časovým úsekem ve srovnání s adolescencí a samozřejmě do ní zasahuje. Vybraná cílová skupina tedy z části spadá i do období mladé dospělosti. Kupříkladu Thorová (2015, s. 440-442) období mladé dospělosti vymezuje v rozmezí od 20 do 35 let, které vede k proměně ve zralou osobnost, přičemž kognitivní a fyzický vývoj je v zásadě ukončený. Dalo by se říci, že se jedinec postupně připravuje na zásadnější roli a tím je rodičovství, která vyžaduje tu nejvyšší míru zodpovědnosti. Mladý dospělý se rovněž ocitá ve výkonnostní fázi života a těší se dobré psychické i fyzické kondici. Pro mladou dospělost je charakteristické vzdělávání a touha po seberealizaci, proto často studují či mění zaměstnání a tak sbírají zkušenosti. Někteří mohou odkládat nástup do zaměstnání i cestováním či dalším studiem, jak již bylo zmíněno výše. Míra nezávislosti tedy nastupuje postupně – nezávislost postojová, emoční, fyzická, ekonomická.

Thorová pro lepší přehled přináší základní charakteristiky zralé dospělosti:

- „samostatnost fungování, nezávislost, ekonomická soběstačnost;
- efektivní pracovní a společenské uplatnění;
- zralé fungování v mezilidských vztazích (formálních, přátelských, intimních);
- schopnost adaptace na nové životní situace;
- odolnost vůči zátěži, kontrola emocí;
- schopnost reálného plánování budoucnosti“ (2015, s. 435).

Langmeier s Krejčířovou (2006, s. 170) ovšem podotýkají, že zřejmě málokdo naplňuje všechna zmíněná kritéria mladé dospělosti v plném měřítku. Spíše se jedná o jakýsi ideál, kterého se člověk v menší či větší míře snaží dosáhnout. Autoři rovněž zmiňují některé další charakteristiky dospělosti, které se na podobných seznamech kritérií nemusely objevit. Z pohledu autorů se tedy jedná především o překonání konfliktů z dětství a dospívání, kladný vztah k rodičům, i přestože by na nich měl být jedinec nezávislý, navazování hlubších a trvalejších partnerských svazků, udržení přátelských vztahů, rovnováha mezi pracovními a volnočasovými aktivitami. Jedinec by se neměl ani podceňovat, ale ani přeceňovat, měl by být sám sebou a nedělat se lepším ve světle druhých.

Pro lepší pochopení mladé dospělosti je třeba ji zasadit do kontextu vývojových úkolů dle Eriksona. „Ústředním tématem“ období mladé dospělosti neboli jejím vývojovým úkolem je dosažení **intimity** v oblasti vztahů. Důležitým pojmem je tedy láska. Pokud však jedinec nebude schopen navázat intimní vztahy, hrozí riziko vzniku izolace a jedinec se tedy začne stranit jakémukoli intimnímu kontaktu (Millová, 2010, s. 170-171). Jedná se tedy o navázání důvěrného, stabilního a spolehlivého vztahu, jenž by pro jedince mohl představovat jistotu a bezpečí i pro jeho budoucí vývoj (Vágnerová, 2007, s. 15). Avšak autoři Ježek a kol. (2016, s. 10) upozorňují na skutečnost, že i vývojové úkoly nemusí být striktně splněny v konkrétním vývojovém období. Demonstrují to na příkladu identity, jejíž vytvoření nemusí být nutně spjata pouze s obdobím dospíváním, ale může se rozvíjet i v dalších obdobích. Obdobně tomu může být i s intimitou, která může vznikat již v prvních partnerských vztazích v období pozdní adolescence. Některé vývojové úkoly tedy mohou být z části naplňovány již dříve či se propojovat s dalšími.

Důležitou součástí života mladých dospělých jsou přátelé, s kterými tráví mnoho času a tak mohou rozvíjet jejich psychosociální dovednosti. Nicméně **přátelské vztahy** se v daném období vyznačují velkou početností, což může mít za následek větší povrchnost vztahů

a méně důvěry (Thorová, 2015, s. 441). Jak ukazuje německý longitudinální výzkum, postupné navyšování sociální sítě, mimo rodinné vztahy, je zaznamenáno od období adolescence do přibližně 25. roku věku, pravděpodobně kvůli tomu, jak se jedinec dostává do nových sociálních rolí – studenta, zaměstnance, spolubydlícího, spolužáka apod. V období mladé dospělosti tak množství sociálních kontaktů nabývá zdaleka největšího rozsahu z celého vývojového období člověka (Wagner et al. in Millová, 2016, s. 124-125).

Přestože jsou pro dospělého člověka více významné právě hluboké a blízké přátelské vztahy, tak i množství širších a povrchnějších sociálních kontaktů může být pro jedince v danou chvíli přínosné, kupříkladu mohou sdílet nějakou volnočasovou aktivitu a tím uspokojovat osobní potřebu. Navíc díky těmto vztahům sbírají mladí dospělí více zkušenosti ať už v pozitivním slova smyslu jako je získání sociální opory, rad, společnosti či v negativním smyslu ve formě zklamání, nepochopení, apod. (Vágnerová, 2007, s. 61-62). Jak Vágnerová (2007, s. 26) rovněž podotýká „pro mnoho lidí je vědomí, že jsou součástí blízkého, oboustranně citově uspokojujícího vztahu nebo komplexu vztahů, nejvýznamnější součástí identity. Nemusí být rozhodující, zda jde o partnerský, resp. manželský vztah, či přátelství. Významné je spíš vědomí, že je člověk ostatními ceněn a je pro ně důležitý“.

Zkušenosti získávané prostřednictvím vztahů ať už se jedná o dyadické či skupinové, mají prokazatelný vliv na rozvoj osobnosti i socializaci jedince. Pokud má jedinec uspokojivý partnerský vztah, lze pozorovat pozitivní účinek na osobnost jedince a tento dopad přetrvává, i přestože vztah nevydrží. Rovněž prožívání intimity s druhým člověkem se projeví ve schopnosti porozumění druhým lidem a v rozvoji sebepoznání. Jak již bylo zmíněno výše, přátelské a partnerské vztahy v daném období hrají větší roli v oblasti sociální opory a pozitivních emocí, než primární rodina, která je mobilizována především v případě nouze (Vágnerová, 2007, s. 33-35).

Se sociálními vztahy úzce souvisí i oblast **emočního prožívání** v období mladé dospělosti. Je však nutné upozornit, že každý jedinec má různé prožívání. Nicméně pro většinu lidí je charakteristický realismus a převaha extroverze pojící se s navazováním sociálních kontaktů, což je rozdíl oproti převážně introvertně zaměřené adolescenci. Mladý dospělý se začíná soustředit na svůj životní plán, drží se již více při zemi a jedná pragmatičtěji, dále si je vědom svých omezení i silných stránek. Rovněž jeho sebehodnocení je stabilnější (Langmeier, Krejčířová, 2006, s. 177). Thorová taktéž uvádí, že emoce mladých dospělých nejsou tak intenzivní ve srovnání s adolescenty a vyznačují se větší sebekontrolou. Po psychické stránce nejsou mladí dospělí ještě úplně stabilní. Vývoj mozku není zcela dokončen a rozvíjí se

schopnost sebeovládání, což se může projevat větší impulzivností, soutěživostí a v předvádění se před ostatními. Mladí dospělí mají obzvláště rádi vzrušení ve formě adrenalinu, který přímo vyhledávají, často tak experimentují a riskují. Může se stát, že leckdy neodhadnou své vlastní dovednosti (2015, s. 440).

Za významnou součást identity je považována **pracovní oblast**, která představuje jedno z psychosociálních kritérií dospělosti. Pro jedince může zároveň znamenat zdroj sebedůvěry a sebepotvrzení, rovněž jej kategorizuje k určité sociální vrstvě. Profesní role může pomáhat mladému jedinci naplňovat základní psychické potřeby – potřebu změny a získání nových zkušeností, potřebu sociálního kontaktu, seberealizace, smyslu života, samostatnosti a nezávislosti, profesní rozvoj (budoucí plány). Počátek pracovního procesu však může být spojen s poněkud nereálnou představou, často velmi zidealizovanou, která pramení z nedostatku zkušeností. Dalším problémem by mohla být změna pracovních návyků a pravidla na pracovišti, na které dosud jedinec nebyl zvyklý. Záleží, do jaké míry se jedinec adaptuje na nové pracovní prostředí (Vágnerová, 2007, s. 49-54).

3.3 Vynořující se dospělost

Je důležité si uvědomit, že člověk se nestane dospělým ze dne na den, kupříkladu dovršením svých osmnáctých narozenin. Jedná se o složitý proces, ve kterém jedinec postupně přijímá roli dospělého a u každého se tak děje v různém čase i tempu (Langmeier, Krejčířová, 2006, s. 170).

Nicméně se již několik desítek let sleduje, že přechod do dospělosti zabírá poněkud delší časový úsek, než tomu bylo v přechozích generacích a prodlužuje se mnohdy až na konec období mladé dospělosti. I přestože tedy mladý člověk dosáhne právní plnoletosti, dlouhou dobu se nemusí cítit a chovat jako dospělý. Z pohledu sociologie se hovoří o generaci Y či tzv. millennials (mileniálech), v psychologii se lze setkat s termínem emerging adulthood (vynořující se dospělost), který je spojován se jménem amerického psychologa Jeffreyho Jensea Arnetta. Jeho teorie je však ze strany vědecké obce přijímána s rozporuplnými reakcemi, proto je zde popsána jen okrajově (Ježek a kol., 2016, s. 9).

Arnett (2000, s. 469-477) provedl rozhovory s 300 mladými lidmi a přišel tak s novou teorií vývoje, která se soustředí na mladé lidi mezi 18-25 lety, přičemž připouští kulturní a etnické

odlišnosti. Arnett dané vývojové období považuje za období stojící samostatně mezi adolescencí a mladou dospělostí. Jedná se však o přibližné rozmezí, někteří lidé spadají do dané kategorie i v 29 letech.

Millová (2016, s. 130) v souvislosti s danou problematikou uvádí, že se jedná spíše o psychosociální konstrukt ve srovnání s ostatními vývojovými obdobími, které jsou založeny na biologické rovině. Vynořující se dospělost se vyskytuje zejména v ekonomicky vyspělých zemích, jenž se pojí s odložením sňatku, založením rodiny, ale i delší profesní přípravou.

Arnett (2004, s. 8-17) charakterizoval dané období pěti znaky:

- věk zkoumání identity – možná nejstěžejnější rys daného období, kdy mladí lidé objevují jejich možnosti, zejména v oblasti vztahů a pracovní oblasti,
- věk nestability – i přestože má člověk v daném období vytvořen jakýsi plán, cestu, kterou se bude ubírat, v průběhu často dochází k mnoha „revizím“. Kupříkladu se člověk rozhodne po ukončení studia nastoupit do zaměstnání, ale najednou zjistí, že se potřebuje ještě více vzdělávat, tudíž mění plán. S každou úpravou jeho životního plánu, se člověk dozvídá mnoho o sobě. Nicméně zkoumání je vždy spojeno s určitou nestabilitou,
- věk zaměření na sebe sama (self-focused) – ve vývoji člověka nelze najít období, které by zaměřovalo více na vlastní osobu, jako v případě vynořující se dospělosti. Soustředění se na vlastní osobu, rozvoj každodenních dovedností, porozumění, kdo ve skutečnosti jsem, co chci od života, neznamená nic špatného. Arnett dokonce dodává, že je to normální, zdravé a dočasné. Cílem je stát se soběstačným, naučit se být sám, apod. Dle Arnetta je tento krok nezbytný pro trvalé vztahy v práci i soukromém životě,
- věk „pocitů mezi“ (feeling in-between) – v tomto období nemá jedinec ujasněno, zda se cítí být již dospělý či nikoli, Arnett uvádí, že okolo 60 % respondentů ve věku 18-25 se necítilo být plně dospělými (ano i ne, tudíž něco mezi)
- věk možností – je to období velkých očekávání a nadějí a široké škály možností, nicméně je to i příležitost k přeměně sebe sama, učinění svých vlastních rozhodnutí o tom, kým chtějí být a jak si přejí žít, jednoduše řečeno se jedná věk možnosti ke změně.

Moderní vývoj společnosti proměňuje načasování převzetí role dospělého, což se projevuje v prodlužování délky studia, odkladu manželství a rodičovství, apod. Na druhou stranu však

společnost více toleruje individuální načasování jedince pro přestěhování se, sňatek, založení rodiny a další (Langmeier, Krejčířová, 2006, s. 170).

3.4 Shrnutí teoretické části

První kapitola hovoří o významu společenského kontaktu z pohledu teorie sociální motivace a sociálního učení. Člověk má již od narození potřebu někam patřit (tzv. need to belong). Na základě sociální interakce vstupují lidé do vztahů, ve kterých probíhá komunikace mezi jedinci či skupinami. Neoddělitelnou součástí sociálních interakcí je i vnímání a pozorování sebe sama i druhých lidí. Tento proces je označován jako sociální interakce. Lidé prožívající nedostatek kvalitních sociálních vztahů mohou trpět pocitem osamělosti, který se může objevit, i přestože je člověk obklopen mnoha lidmi. Vlivem doby digitální došlo k proměně podoby sociálních vztahů – lidé mají techniku neustále při sobě, děti tráví čas venku, ale ne spolu, apod. Na druhé straně se lze propojit a udržovat kontakt s lidmi, kteří jsou od nás vzdáleni i tisíce kilometrů. Druhá kapitola definuje sociální síť jako webovou službu, na které si lze vytvořit vlastní profil. Mezi nejvyužívanější sociální sítě patří Facebook, Youtube, WhatsApp, FB Messenger, Wechat, Instagram, Tiktok a další. V ČR jednoznačně vede Facebook. Lidé využívají sociální sítě zejména pro komunikaci s přáteli. Za specifické rysy online prostředí lze považovat používání emotikonů, editaci a stylizaci sdělení, absenci nonverbálních projevů (červenání se, mimika, atd.) a další. Z hlediska neurobiologie jsou sociální sítě založeny na principu odměn neboli „lajků“, které aktivují hormon štěstí (dopamin). Pohled psychologicko-sociální vidí v sociálních sítích klady (podpora kontaktu s přáteli) i záporny (na sítích nepotřebují sociální dovednosti). Rozhodujícím faktorem je doba užívání sociálních sítí, při nadměrném užívání mají dopad na vnímání přátelství i sebe sama. Poslední kapitola zařadila mladou generaci (18-25 let) do období adolescence a mladé dospělosti. Významným tématem v období adolescence je budování identity a v případě mladé dospělosti jde o dosažení intimity v oblasti sociálních vztahů.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 DESIGN VÝZKUMU

Empirická část práce se zaměřuje na hledání souvislostí mezi sociálními vztahy v reálném životě a vztahy odehrávající se v prostředí sociálních sítí u mladé generace. Pro jednodušší pojmenování je v průběhu praktické části pracováno s termíny online a offline, kde pojem online představuje vše, co se odehrává na sociálních sítích, včetně sociálních vztahů. Pojem offline pak zastupuje vše, co se odehrává v reálném životě. Se zmíněným rozdělením přichází řada autorů jako například Boyd (2007), Greenfield (2016) uváděné již v teoretické části práce.

V následujícím oddílu bude představen výzkumný problém, cíle výzkumu a výzkumné otázky včetně stanovených hypotéz, pojetí výzkumu a metoda sběru dat včetně způsobu jejich zpracování.

4.1 Výzkumný problém

Dnešní svět lze označit za dobu digitální, ve vyspělých zemích má již drtivá většina „chytré telefony“, počítače, notebooky, tablety a další technické vymoženosti, které s sebou daná doba přinesla. Je tak nesmírně zajímavé si pokládat otázky, zda se daná doba promítla i do oblasti mezilidských vztahů. Konkrétně je třeba se zaměřit na virtuální sociální sítě, kde probíhá komunikace mezi lidmi a je dnes často vyhledávanou formou kontaktu. Upřednostňují lidé online komunikaci prostřednictvím sociálních sítí či preferují spíše osobní setkání? Jak vůbec fungují sociální sítě? Jsou v nich rozdíly či se zde lidé chovají úplně stejně jako v reálném životě? Na výše uvedené otázky byly hledány odpovědi za pomoci dotazníkového šetření.

4.2 Cíl výzkumu

Hlavním cílem výzkumu je zjistit, zda existuje souvislost mezi offline a online vztahy u mladé generace. Výzkumné šetření si rovněž klade za cíl zjistit, zda existuje souvislost mezi pocity osamělosti s offline a online vztahy. Za pomoci dílčích cílů bude zjišťováno, jaké druhy a k jakému účelu respondenti využívají sociální sítě. Zbylé dílčí cíle zkoumají, jak respondenti vnímají offline a online vztahy, v čem vidí klady a zápory sociálních sítí, jak často na nich tráví svůj čas a v poslední řadě se snaží proniknout i do chování a prožívání respondentů na sociálních sítích.

4.3 Výzkumné otázky a hypotézy

Pro výzkumné šetření byly zvoleny tři hlavní výzkumné otázky (relační), pro které byly stanoveny i jednotlivé hypotézy. Výzkum zahrnuje i několik dílčích otázek (deskriptivní), na základě nichž budou zodpovězeny hlavní výzkumné otázky.

Hlavní výzkumné otázky:

HVO1: Jaká je souvislost mezi offline a online vztahy u respondentů?

H1: Existuje souvislost mezi offline a online vztahy.

HVO2: Jaká je souvislost mezi pocity osamělosti a offline vztahy?

H2: Existuje negativní souvislost mezi pocity osamělosti a offline vztahy.

HVO3: Jaká je souvislost mezi pocity osamělosti a online vztahy?

H3: Existuje pozitivní souvislost mezi pocity osamělosti a online vztahy.

Dílčí výzkumné otázky:

DVO1: Jaké sociální sítě respondenti využívají?

DVO2: K čemu respondenti využívají sociální sítě?

DVO3: Jak respondenti vnímají offline vztahy?

DVO4: Jak respondenti vnímají online vztahy v oblasti jejich kladů a záporů?

DVO5: Jak respondenti vnímají sociální sítě a čas trávený online?

DVO6: Jak respondenti vnímají sociální sítě v oblasti prožívání a chování?

DVO7: Jak respondenti vnímají pocity osamělosti?

4.4 Výzkumné šetření a metoda sběru dat

K realizaci empirické části práce byla zvolena strategie kvantitativního výzkumu. Pro kvantitativní výzkum je charakteristické, že využívá číselných hodnot, které lze zpracovat matematicko-statistickými metodami, kupříkladu je možné vyjádřit je v procentech, sčítat je, vypočítat z nich směrodatnou odchylku, korelační koeficient a další. Využívá se tehdy, pokud je zapotřebí zjistit množství, rozsah, frekvenci či míru výskytu určitého jevu. Cílem výzkumníka v kvantitativním výzkumu je tedy nejprve třídit získané údaje, na jejichž základě se pak vysvětlují příčiny existence či změny zkoumaných jevů. Důležitým rozdílem oproti kvalita-

tivnímu šetření je nestrannost a odstup výzkumníka od zkoumané problematiky, kterou zajišťuje práce s číselnými údaji. Navíc při použití některých kvantitativních metod výzkumu, jako je metoda dotazníku, není nutné přijít do osobního kontaktu se zkoumanými osobami, což byl případ i daného výzkumného šetření (Gavora, 2000, s. 31-32).

Pro sběr dat byl využit dotazník, který slouží k získávání údajů od velkého počtu respondentů, za pomoci dotazníku tak lze zjistit velké množství informací za poměrně krátký čas (Gavora, 2000, s. 99). „Samotný dotazník je soustava předem připravených a pečlivě formulovaných otázek, které jsou promyšleně seřazeny a na které dotazovaná osoba (respondent) odpovídá písemně“ (Chrásky, 2016, s. 158). Nicméně Chrásky (2016, s. 158, 169) podotýká, že metoda dotazníku je často předmětem diskusí, jelikož zjišťuje, jak se respondenti vidí nebo chtějí vidět namísto zjišťování, jací jsou ve skutečnosti. Velice kladně však hodnotí anonymitu dotazníku, která zamezuje zneužití dat respondentů a může mít vliv na větší pravdivost odpovědí respondentů. Avšak v anonymitě lze najít i stinnou stránku, která se může projevit v nezodpovědném vyplňování dotazníku a znamenat tak pro respondenty určitý druh zábavy.

4.4.1 Popis a administrace dotazníku

Pro výzkumné šetření byl vytvořen dotazník vlastní konstrukce (Příloha P IV), který se člení do několika oblastí. Poslední část dotazníku, zjišťující pocity osamělosti, byla převzata a přeložena z již existujícího dotazníku (Hays, DiMatteo; Russell in Lo, Guo and Bradley, 2018, s. 2109).

V dotazníku jsou využity uzavřené položky zjišťující demografické údaje o respondentech – pohlaví, sociální status. Rovněž je zjišťován věk respondentů za pomoci otevřené otázky. Jedna položka v dotazníku je výčtová s cílem zjistit, jaké druhy sociálních sítí respondenti využívají. Respondenti si tak mohou vybrat z několika nabízených možností či doplnit jinou variantu. Zbylé položky jsou škálového typu, konkrétně je použita Likertova škála obsahující sedmibodovou stupnici. Dle Chrásky jsou Likertovy škály jsou využívány k vyjádření míry souhlasu či nesouhlasu respondentů k danému tvrzení (2016, s. 161).

Dotazník je strukturován do několika oblastí, které se vztahují ke stanoveným výzkumným otázkám. Začátek dotazníku seznamuje respondenty s jeho účelem a anonymitou. První tři položky identifikují respondenty z hlediska věku, pohlaví a sociálního statusu (pracují x studující). Poté již následují položky vázající se k výzkumným otázkám, z nichž jediná výčtová

zjišťuje, jaké konkrétní sociální sítě respondenti využívají (Facebook, Instagram, YouTube a další). Respondenti mohli vybírat i více možností.

Další oblast dotazníku mapuje, k jakým účelům respondenti využívají sociální sítě. Respondenti mohli vybírat na škále 1-7 (1 = nikdy až 7 = vždy) zjišťující četnost dané aktivity. Daná položka je nezbytná pro zodpovězení první dílčí výzkumné otázky.

Následující oblast se zaměřuje na zjišťování vnímání offline vztahů u respondentů. Zde je použita Likertova škála. Respondenti tak měli zaznamenávat na škále 1-7 (1 = naprosto nesouhlasím až 7 = naprosto souhlasím). Daná oblast obsahuje celkem 14 výroků, přičemž jedna položka je reverzní. Daná sada byla nezbytná k vyhodnocení dílčí otázky a hlavní výzkumné otázky, zjišťující souvislost mezi online a offline vztahy a rovněž pro zjištění souvislosti mezi offline vztahy a pocity osamělosti.

Následující tři části se zaměřují na online vztahy. Ve všech oblastech se respondenti rozhodovali na škále Likertova typu 1-7 (1 = naprosto nesouhlasím až 7 = naprosto souhlasím). Konkrétně první oblast zjišťuje, v čem respondenti spatřují klady a zápory sociálních sítích. Sada se člení na 9 položek, z nichž 2 položky jsou reverzní. Další oblast online vztahů zjišťuje, jak respondenti vnímají sociální sítě a množství tráveného času na sociálních sítích. Obsahuje celkem 9 položek, z nichž reverzní je pouze jedna. Poslední část online vztahů zkoumá chování a prožívání respondentů na sociálních sítích. Je strukturována do celkem 14 položek a neobsahuje žádnou reverzní položku. Všechny tři dané oblasti byly zásadní pro zodpovězení hlavních i dílčích výzkumných otázek.

Poslední oblast dotazníku se zaměřuje na zjišťování pocitů osamělosti respondentů. Respondenti měli možnost vybírat na škále 1-7 (1 = nikdy až 7 = vždy), která zaznamenává četnost pocitů. Sada obsahuje 7 položek, z nichž dvě jsou reverzní. Poslední oblast byla rovněž významná pro vyhodnocení výzkumných otázek.

Co se týče samotné administrace, dotazník byl zpracován v elektronickém nástroji Formuláře Google, který umožňuje jeho velmi snadné sdílení za pomoci vygenerovaného odkazu. Tento odkaz byl posléze využit pro šíření dotazníku mezi respondenty. Dotazník byl distribuován zejména prostřednictvím sociální sítě Facebook. Tento způsob sběru dat zaručoval, že respondenti budou uživateli sociálních sítích, což byla důležitá podmínka vedoucí ke zjištění dat o zkoumaném souboru. V opačném případě by se ze získaných dat nedalo nic významného usuzovat. Dotazník byl umístěn do několika studijních a zájmových skupin, jejíž je autorka členem a pak také do několika uzavřených skupin, u kterých bylo vyžadováno

povolání ke vstupu. Někteří respondenti byli osloveni přímo při osobním kontaktu a následně jim byl zaslán elektronický odkaz k vyplnění dotazníku.

Sběr dat probíhal od ledna do března roku 2020, přičemž odpovědi byly získávány nepravdělně. Veškerá získaná data byla zaznamenávána do nástroje Formuláře Google, ze kterého byl následně proveden export dat do programu Microsoft Excel.

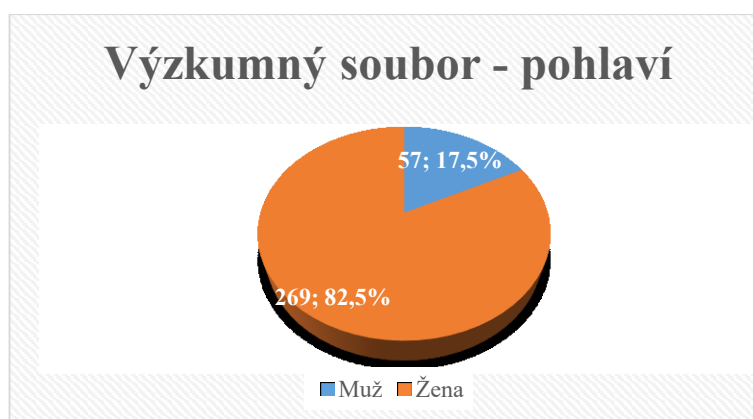
4.5 Výzkumný soubor

Cílovou skupinu výzkumného souboru představuje mladá generace, pod kterou byli zahrnuti lidé ve věku 18-25 let. Vymezení a charakteristika cílové skupiny je součástí 3. kapitoly teoretické části práce. Konkrétní cílová skupina byla vybrána z důvodu, že se respondenti do doby digitální již přímo narodili či se na ni adaptovali během jejich vývoje. Navíc mnoho lidí v daném věku studuje na střední a vysoké škole, kde sociální sítě mohou využívat pro osobní účely, tak i pro komunikaci se svými spolužáky, apod.

Výzkumný soubor byl vybrán záměrným způsobem, kde hlavním rozhodovacím kritériem byl věk 18-25 let. Jak již bylo zmíněno výše, většina respondentů byla oslovena skrze sociální sítě. Celkový počet respondentů činil 445 osob v rozmezí od 13 do 55 let věku. Jelikož však bylo stanoveno věkové kritérium 18-25 let, do výzkumného šetření bylo nakonec zařazeno celkem 326 respondentů. Na základě druhu výběru respondentů je nutné si uvědomit, že získaná data nelze zobecňovat na celou populaci, ale je třeba je vztahovat pouze na výzkumný soubor.

Charakteristika výzkumného souboru zahrnující pohlaví, věk a sociální status je uvedena níže.

Graf 1: Výzkumný soubor - pohlaví



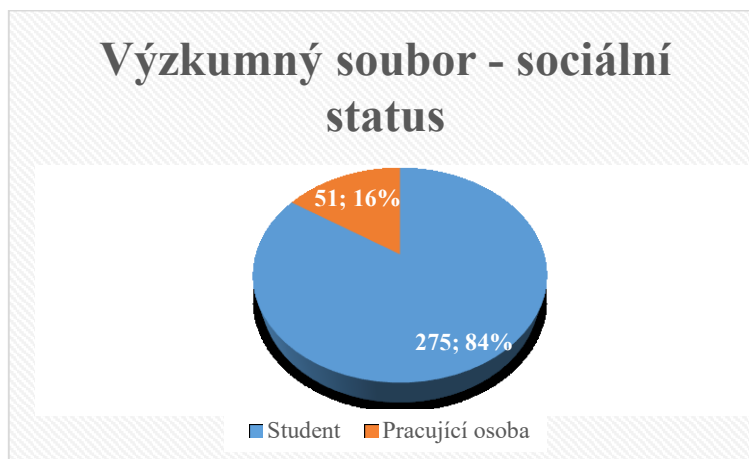
Z grafu 1 je patrné, že v zastoupení respondentů z hlediska pohlaví vedou jednoznačně ženy. Z celkového počtu 326 respondentů jsou ženy zastoupeny v počtu 269, což je 83 %. Muži jsou zastoupeni v počtu 57 (17 %).

Tabulka 3: Výzkumný soubor – počet respondentů ve věku 18-25 let

Věk respondentů	Absolutní četnost		Relativní četnost (%)	
18	24		7,4%	
19	30		9,2%	
20	17		5,2%	
21	28		8,6%	
22	39		12,0%	
23	64		19,6%	
24	78		23,9%	
25	46		14,1%	
Celkový počet respondentů	M	SD	MIN	MAX
N=326	22,34	2,15	18	25

Tabulka 3 se zaměřuje na počty respondentů v kategorii 18-25 let, na kterou byl výzkum cílen. Tabulka zobrazuje absolutní a relativní četnost věkového rozložení respondentů. Z tabulky četností je na první pohled zřejmé, že nejvíce je zastoupena kategorie respondentů ve věku 24 let v počtu 78 (23,9 %). Naopak nejméně je zastoupena kategorie respondentů ve věku 20 let v počtu 17 (5,2 %). Průměrný věk všech respondentů (n=326) je 22,34 let (M=22,34, SD=2,15).

Graf 2: Výzkumný soubor – sociální status



Graf 2 uzavírá základní identifikační údaje o výzkumném souboru. Jak lze sledovat, z grafu 2 vyplývá větší zastoupení studentů v počtu 275, což činí 84 %. Respondentů, kteří se řadí mezi pracující osoby je početně 51, tedy 16 %. Z uvedeného by tak mohlo plynout, že ve výzkumném souboru představující mladou generaci, převažují studující lidé, kteří se připravují na výkon povolání.

4.6 Způsob zpracování dat

Jak již bylo zmíněno výše, veškerá data byla sesbírána za pomoci online nástroje Google Formuláře. Po ukončení sběru dat byla data dále tříděna a zpracována v programu Microsoft Excel. Zde se nejprve vyseletovala cílová skupina (respondenti ve věku 18-25 let), provedl se výpočet četnosti, ze 7-stupňové Likertovy škály byl vypočten aritmetický průměr a směrodatné odchylky pro jednotlivé položky i oblasti dotazníku. Pokud se jednalo o reverzní položky, bylo nutné je překódovat, tedy zanést do tabulek opačnou hodnotu (Oblast 1 Offline vztahy – položka č. 13; Oblast 2 Online vztahy – položka č. 1 a 9; Oblast 3 Online vztahy – položka č. 4; Oblast 5 Osamělost – položka č. 3 a 5). Veškeré získané a zpracované výsledky jsou představeny za pomoci grafů a tabulek v popisné části práce. Popisná statistika prezentuje výsledky na jednotlivé dílčí výzkumné otázky.

Ke zjištění souvislostí mezi online a offline vztahy a souvislostí pocitů osamělosti s offline či online vztahy byl využit Pearsonův koeficient korelace, který se využívá pro analýzu metrických dat a pomáhá odhalovat těsnot vztahu mezi proměnnými.

5 ANALÝZA DAT

Daná kapitola analyzuje data, která byla získána za pomoci dotazníkového šetření. Data jsou vždy rozdělena do jednotlivých oblastí obsahující několik položek, u kterých respondenti museli vyjádřit míru souhlasu či nesouhlasu k danému tvrzení na škále 1-7 (naprosto nesouhlasím-naprosto souhlasím) či na škále 1-7 (nikdy-vždy) vyjadřující četnost. Respondenti tak vyjadřovali postoje k daným tvrzením, které hovořily ve prospěch offline či online vztahů, zjišťovaly chování a prožívání respondentů na sociálních sítích, míru tráveného času online, pocity osamělosti, apod. V závěru analýzy jsou ověřovány stanovené hypotézy za pomoci Pearsonova koeficientu korelace. Získaná data pro každou oblast jsou vyjádřena aritmetickým průměrem a doplněna směrodatnou odchylkou, vyjma druhů využívaných sociálních sítí, které jsou zobrazeny za pomoci tabulky četností. Data pro oblast offline a online vztahů včetně pocitů osamělosti, jsou nejprve vyjádřeny celkovou průměrnou hodnotou z celé konkrétní oblasti a poté jsou přehledně zaneseny do tabulek jednotlivé průměrné hodnoty vždy od nejvyšších po nejnižší.

5.1 Druhy využívaných sociálních sítí

Následující položka v dotazníku zjišťovala, jaké druhy sociálních sítí respondenti nejvíce využívají (za pomoci vyjádřené absolutní a relativní četnosti). Pořadí v tabulce 4 přehledně zobrazuje žebříček od nejvíce po nejméně využívané sociální sítě. K dané položce se vztahuje i první dílčí výzkumná otázka.

DVO1: Jaké sociální sítě respondenti využívají?

Tabulka 4: Pořadí a četnost – Druhy využívaných sociálních sítí

Pořadí	Sociální síť	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)
1.	Facebook	324	99,4
2.	YouTube	271	83,1
3.	Instagram	252	77,3
4.	WhatsApp	160	49,1
5.	Google+	45	13,8
6.	Snapchat	28	8,6

7.	Tiktok	21	6,4
8.	Jiné	13	4,0
9.	Lide.cz	4	1,2

Z tabulky jednoznačně vyplývá, že mezi nejvyužívanější sociální sítě respondentů patří Facebook, který využívá 324 respondentů, což je 99,4 %. O něco méně pak respondenti používají Youtube v počtu 271 (83,1 %), která se primárně orientuje na audiovizuální obsah (videa, hudba, apod.). Hojně užívanou sociální sítí je i Instagram, kterou navštěvuje 252 respondentů (77,3 %). V počtu 160 (49,1 %) respondenti rovněž využívají sociální síť WhatsApp, která funguje jako komunikační nástroj za pomoci telefonního čísla. Nedisponuje však stejnými možnostmi jako například Facebook, slouží jako messenger pro posílání zpráv s přáteli. V daleko menším měřítku respondenti využívají Google+ (13,8 %), Snapchat (8,6 %), TikTok (6,4 %) a Lide.cz (1,2 %). Respondenti však uvedli i některé další využívané sociálních sítě, které mohli uvést do kategorie „Jiné“. Jednalo se například o sociální síť Viber, LinkedIn, Tinder, Messenger, Pinterest, Plurk a další. Respondentů, kteří uvedli i jinou sociální síť, však bylo pouze 13, což činí 4 %.

Z pořadí uvedeného v tabulce 4 lze jasně vyvodit, že mezi třemi nejčastěji využívanými sociálními sítěmi se řadí Facebook, YouTube a Instagram.

5.2 Účely využívání sociálních sítí

Jedná se o první oblast v dotazníku, kde museli respondenti odpovídat na škále 1-7 (nikdy-vždy). Hodnoty ukazují, že čím vyšší hodnoty, tím častěji respondenti vyhledávají danou aktivitu na sociálních sítích. Jednotlivé hodnoty jsou zachyceny za pomoci průměrných hodnot z celkového počtu respondentů ($n = 326$) a seřazeny sestupně od nejvyšších po nejnižší. Za pomoci průměrných hodnot lze zodpovědět druhou dílčí výzkumnou otázku.

DVO2: K čemu respondenti využívají sociální sítě?

Tabulka 5: Účely využívání sociálních sítí

Pořadí	Tvrzení v dotazníku	M	SD
1.	komunikace s přáteli	5,97	1,45
2.	sledování příspěvků	4,89	1,66
3.	sledování videí	4,73	1,69
4.	získávání informací, které potřebuji	4,54	1,68
5.	členství v zájmových skupinách (např. fotografové, bydlení, apod.)	3,65	1,76
6.	kalendář akcí	3,52	1,86
7.	přidávání fotografií, příspěvků, atd.	3,40	1,72
8.	prezentace svých názorů	2,25	1,48
9.	komentování příspěvků, názorů ostatních	2,09	1,26
10.	hraní her	1,83	1,20

Z tabulky 5 vyplývá, že nejčastěji respondenti využívají sociální sítě ke komunikaci s přáteli ($M = 5,97$, $SD = 1,45$). Daná hodnota by tak mohla korespondovat s hodnotami, které ukazuje předchozí tabulka 4 představující nejčastěji využívané sociální sítě. Právě Facebook a Instagram, WhatsApp se řadí mezi komunikační sociální sítě.

Respondenti rovněž ve větším měřítku sledují příspěvky na sociálních sítích ($M = 4,89$, $SD = 1,66$) a pak také videa ($M = 4,73$, $SD = 1,69$). Sledování videí je charakteristické například pro sociální síť Youtube, která se umístila na druhém místě ve výčtu využívaných sociálních sítích.

Mírně nadprůměrná hodnota ($M = 4,54$, $SD = 1,68$) ukazuje, že respondenti rovněž na sociálních sítích získávají informace, které potřebují. Již méně často respondenti na sociálních sítích hledají členství v zájmových skupinách ($M = 3,65$, $SD = 1,76$), používají je jako kalendář různých akcí ($M = 3,52$, $SD = 1,86$) a přidávají fotografie a další příspěvky ($M = 3,40$, $SD = 1,72$).

Nejméně však respondenti využívají sociální sítě ke hraní her ($M = 1,83$, $SD = 1,20$). O něco více pak respondenti na sociálních sítích prezentují své názory ($M = 2,25$, $SD = 1,48$) a komentují příspěvky a názory ostatních ($M = 2,09$, $SD = 1,29$).

Z výše uvedeného tak vyplývá, že respondenti nejčastěji využívají sociální sítě ke komunikaci s přáteli a nejméně pak ke hraní her, které sociální sítě nabízejí.

V následující části budou popsána data jednotlivých oblastí, kde jsou využívány opět průměrné hodnoty, které jsou zasazeny do tabulek a seřazeny sestupně od nejvyšších po nejnižší. Průměrné hodnoty pak vhodněji vystihují trendy, které se u dané problematiky nejčastěji objevují.

5.3 Offline vztahy

V následující oblasti museli respondenti vybírat míru souhlasu/nesouhlasu k danému tvrzení na škále 1-7. Tabulka 6 zobrazuje celkovou průměrnou hodnotu, směrodatnou odchylku a minimální a maximální hodnotu ze všech položek dané oblasti. Celková hodnota vystihuje preferenci a významnost offline vztahů v životě respondentů.

DVO3: Jak respondenti vnímají offline vztahy?

Tabulka 6: Celkové hodnoty offline vztahů

Offline vztahy (n=326)	M	SD	MIN	MAX
	5,73	1,00	4,18	6,43

Celková vyšší průměrná hodnota ($M = 5,73$, $SD = 1,00$) tak ukazuje, že respondenti inklinují k offline vztahům, které hrají v jejich životě velkou roli.

Nicméně ke zjištění významnějších trendů je zapotřebí se více podívat na jednotlivé položky první oblasti, které zobrazuje tabulka 7. Průměrné hodnoty vyšší než 4 naznačují, že respondenti vyjadřují preference k offline vztahům. Naopak, hodnoty menší než 4 vypovídají o nižším zájmu o offline vztahy. Střední hodnoty, tedy 4, zaujímají neutrální postoj respondentů k offline vztahům. Průměrné hodnoty v tabulce 7 jsou opět seřazeny od nejvyšší po nejnižší.

Tabulka 7: Offline vztahy

Pořadí	Tvrzení v dotazníku	M	SD
1.	14. Většinu mých přátel, se kterými se stýkám, mám i na sociálních sítích.	6,43	1,22
2.	2. Rád trávím čas s mými přáteli, se kterými se vídám.	6,35	1,18
3.	8. S mými přáteli, se kterými se scházím osobně, jsem sám/sama sebou.	6,11	1,31
4.	7. S přáteli, se kterými se vídám, se cítím v bezpečí.	6,03	1,35
5.	4. Mým přátelům, se kterými se stýkám, můžu důvěřovat.	6,01	1,31
6.	1. Vždy si udělám čas na své přátele, se kterými se osobně stýkám.	5,98	1,30
7.	5. Vyhledávám osobní kontakt s mými přáteli.	5,93	1,42
8.	11. Mí přátelé, se kterými se stýkám, mi naslouchají a poskytují mi zpětnou vazbu.	5,80	1,45
9.	10. Když potřebuji pomoc, mí přátelé jsou ochotni mi přijít pomoci.	5,75	1,42
10.	13. Dokážu si představit život bez mých přátel, se kterými se scházím. *	5,60	1,79
11.	3. Důležité problémy řeším vždy s přáteli osobně.	5,44	1,49
12.	9. Jsem spokojen/á s časem, který věnuji svým přátelům osobně.	5,32	1,57
13.	12. Mí přátelé si na mě vždy udělají čas osobně.	5,30	1,45
14.	6. Seznamování s novými lidmi mi nedělá problém.	4,18	1,81
Souhrn		5,73	1,00

* reverzní položky

Z tabulky 7 jednoznačně vyplývá, že respondenti mají většinu svých offline přátel i na sociálních sítích (otázka č. 14). Dané tvrzení respondenti označili v průměru nejvyšším počtem bodů ($M = 6,43$, $SD = 1,22$). Respondenti tak pro komunikaci se svými offline přáteli využívají i sociální síť.

Za velmi pozitivní lze považovat, že respondenti rádi tráví čas se svými offline přáteli ($M = 6,35$, $SD = 1,18$), cítí se s nimi sami sebou ($M = 6,11$, $SD = 1,31$), v bezpečí ($M = 6,03$, $SD = 1,35$) a mohou jim důvěřovat ($M = 6,01$, $SD = 1,31$). Ve prospěch offline vztahů tedy hovoří vyšší nadprůměrné hodnoty (otázky č. 2, 8, 7, 4).

Vyšší průměrné hodnoty rovněž ukazují, že si respondenti udělají čas na své přátele v průměru ($M = 5,98$, $SD = 1,30$) a vyhledávají s nimi osobní kontakt ($M = 5,93$, $SD = 1,42$), což opět hovoří ve prospěch offline vztahů.

Rovněž většina respondentů vnímá, že jejich offline přátelé jim naslouchají a poskytují zpětnou vazbu ($M = 5,80$, $SD = 1,45$). Taktéž se na své offline přátele mohou spolehnout, v případě, kdy potřebují pomoci ($M = 5,75$, $SD = 1,42$). Obě tvrzení tak kladně hodnotí míru sociální opory od offline přátel.

Za velice významné lze považovat, že jen nízký počet respondentů si dokáže představit život bez jejich offline přátel ($M = 5,60$, $SD = 1,79$). Daná reverzní položka hovoří o významnosti offline vztahů.

Vyšší průměrné hodnoty ukazují, že důležité problémy řeší respondenti vždy při osobním kontaktu s offline přáteli ($M = 5,44$, $SD = 1,49$). Taktéž jsou spokojeni s časem, který věnují svým přátelům ($M = 5,32$, $SD = 1,57$) a rovněž si myslí, že si na ně offline přátelé udělají vždy čas ($M = 5,30$, $SD = 1,45$).

Poměrně neutrální postoj mají respondenti k tvrzení, které mapuje, jak snadno či obtížně se respondenti seznamují s novými lidmi při osobním kontaktu ($M = 4,18$, $SD = 1,81$). Z položky tak nelze usuzovat žádný významnější trend. Daná položka by se mohla stát předmětem dalšího zkoumání v souvislosti s extravertizací či intravertizací respondentů, což však nebylo předmětem zkoumání.

Následující 3 oblasti se zaměřují na online vztahy. Jelikož žijeme v době digitální a většina lidí využívá sociální sítě, je nutné proniknout více do hloubky jejich fungování, pokusit se zjistit, jakou roli hrají sociální sítě v životech respondentů, jak je vnímají a jak se na nich chovají a cítí.

5.4 Online vztahy – klady a zápory sociálních sítí

První oblast zaměřující se na online vztahy zkoumá, v čem respondenti mohou spatřovat klady či zápory sociálních sítí, co jim nabízejí a co jim naopak mohou brát. Získaná data dané oblasti byla opět vyjádřena za pomoci aritmetického průměru a směrodatné odchylky. Vyšší průměrné hodnoty vypovídají o větším ztotožnění se s daným tvrzením, což svědčí o kladu či záporu sociálních sítí z pohledu respondentů. Průměrné hodnoty kolem 4 vyjadřují spíše neutrální postoj respondentů k danému tvrzení.

DVO4: Jak respondenti vnímají online vztahy v oblasti jejich kladů a záporů?

Tabulka 8: Online vztahy – klady a zápory sociálních sítí

Online vztahy – klady a zápory (n=326)	M	SD	MIN	MAX
	4,18	0,85	2,47	5,97

Celková průměrná hodnota ($M = 4,18$, $SD = 0,85$) vytvořená z celé sady vypovídá spíše o neutrálním postoji respondentů k oblasti zachycující klady a zápory sociálních sítí. Znamenalo by to tedy, že se respondenti spíše nemohou rozhodnout, zda v dané oblasti, funkci sociální sítě vidí spíše pozitivum či negativum. Nicméně mezi maximální a minimální hodnotou je poměrně velké rozpětí, tudíž zajímavější zjištění by mohly přinést až jednotlivé položky dané oblasti.

Tabulka 9: Online vztahy - klady a zápory

Pořadí	Tvrzení v dotazníku	M	SD
1.	4. Sociální sítě mi pomáhají v komunikaci s přáteli.	5,97	1,36
2.	1. V budoucnu si deaktivuji svůj účet na sociálních sítích. *	4,97	1,74
3.	7. Na sociálních sítích hledám zábavu.	4,56	1,76
4.	2. V užívání sociálních sítích vidím spíše klady než zápory.	4,27	1,35
5.	8. Líbí se mi možnosti, které mi sociální sítě nabízejí (hry, reklamy, chat, aj.)	4,07	1,70
6.	9. Dělá mi problém přidávat příspěvky na sociální sítě. *	4,02	1,97
7.	5. Na sociálních sítích můžu otevřeně projevovat své názory.	3,63	1,76
8.	3. Sociální sítě mi umožňují navazovat nová přátelství.	3,61	1,87
9.	6. Věřím, že na sociálních sítích získávám pravdivé informace.	2,47	1,35
Souhrn		4,18	0,85

* reverzní položky

Z nejvyšší průměrné hodnoty lze konstatovat, že sociální sítě pomáhají respondentům zejména v komunikaci s jejich přáteli ($M = 5,97$, $SD = 1,36$). Daná hodnota tak opět potvrzuje vysoké procento využívání především komunikačních sociálních sítí jako je Facebook

a Instagram. Dalo by se tak říci, že právě v možnosti komunikace s přáteli, vidí respondenti největší benefit sociálních sítí. Ve srovnání s ostatními položkami dané oblasti vykazuje významně vyšší průměrnou hodnotu.

První reverzní položka (otázka č. 2) rovněž ukazuje, že respondenti si spíše neplánují deaktivovat svůj účet na sociálních sítích ($M = 4,97$, $SD = 1,74$). I přestože z celkové průměrné hodnoty a jednotlivých položek vychází, že respondenti zastávali neutrální postoj a nedokázali tak zcela rozhodnout, zda v sociálních sítích vidí spíše klady než zápory, spíše se přiklání k možnosti nezrušit si jejich účet na sociálních sítích.

Lehce nadprůměrná hodnota hovoří, že respondenti na sociální sítě chodí také za zábavou ($M = 4,56$, $SD = 1,76$). Nicméně na základě spíše průměrné hodnoty vyplývá, že se respondenti nemohou rozhodnout, zda v jejich užívání vidí spíše klady než zápory ($M = 4,27$, $SD = 1,35$). Rovněž nelze jednoznačně určit, zda se respondentům líbí možnosti, které jim sociální sítě nabízí ($M = 4,07$, $SD = 1,07$). Obdobně se respondenti nemohli rozhodnout, zda jim dělá problém přidávat příspěvky na sociální sítě, což dokazuje průměrná hodnota druhé reverzní položky v této oblasti ($M = 4,02$, $SD = 1,97$). Z lehce podprůměrných hodnot lze říci, že si respondenti spíše nemyslí, že na sociálních sítích mohou otevřeně projevat vlastní názory ($M = 3,63$, $SD = 1,76$) a umožňují jim navazovat nová přátelství ($M = 3,61$, $SD = 1,87$). Z průměrných hodnot však nelze usuzovat žádný výraznější trend.

Velmi pozitivní trend ukazuje nejnižší průměrná hodnota ($M = 2,47$, $SD = 1,35$), se kterou se respondenti významně neztotožnili při srovnání s ostatními hodnotami. Z nízké průměrné hodnoty lze usuzovat, že většina respondentů nevěří, že na sociálních sítích získávají pravdivé informace, což je velice pozitivní ukazatel v době tzv. fakenews neboli nepravdivých zpráv, které se mohou právě snadno šířit skrze sociální sítě.

5.5 Online vztahy – vnímání sociálních sítí a trávení času

Daná oblast zjišťuje, jak respondenti vnímají sociální sítě, jakou roli hrají v jejich životě, a také zkoumá množství času tráveného na sociálních sítích. Hodnoty jsou opět vyjádřeny aritmetickým průměrem a doplněny směrodatnou odchylkou. Čím nižší hodnota, tím respondenti s danou položkou nesouhlasili a naopak. Průměrná hodnota kolem 4 opět vyjadřovala neutrální postoj respondentů k danému tvrzení.

DVO5: Jak vnímají respondenti sociální sítě a čas trávený online?

Tabulka 10: Online vztahy - vztah k sociálním sítím a trávení času

Online vztahy – vztah k sociálním sítím a trávení času (n=326)	M	SD	MIN	MAX
	4,00	0,98	3,22	5,86

Celková průměrná hodnota ($M = 4,00$, $SD = 0,98$) opět jako v předchozím případě ukazuje průměrnou hodnotu, která tedy vypovídá o neutrálním postoji ohledně vztahu a trávení času na sociálních sítích. Nicméně i zde je nutné se podívat na jednotlivé položky, které mohou výrazněji ukázat rozdílné hodnoty.

Tabulka 11: Online vztahy - vztah k sociálním sítím a čas

Pořadí	Tvrzení v dotazníku	M	SD
1.	5. Na sociální sítě chodím několikrát za den.	5,86	1,35
2.	6. Sociální sítě mi zabírají volný čas.	4,74	1,77
3.	1. Rád/a trávím čas na sociálních sítích.	4,46	1,55
4.	2. Sociální sítě jsou v mém životě důležité.	3,99	1,53
5.	7. Jsem spokojený/á s časem, který věnuji sociálním sítím.	3,67	1,74
6.	3. Dokážu si představit život bez sociálních sítí. *	3,52	1,82
7.	8. Každý den jsem online více jak 6 hodin.	3,27	2,11
8.	4. Na sociálních sítích dokážu trávit čas klidně i celý den.	3,25	1,88
9.	9. O víkendu trávím na sociálních sítích více času.	3,22	1,91
Souhrn		4,00	0,98

* reverzní položky

Z nejvyšší průměrné hodnoty lze konstatovat, že respondenti chodí na sociální sítě několikrát za den ($M = 5,86$, $SD = 1,35$).

Druhou nejvyšší hodnotu lze zařadit do kategorie lehce nadprůměrných položek vyjadřující mírný souhlas s daným tvrzením. Dalo by se tak říci, že sociální sítě respondentům zabírají volný čas ($M = 4,74$, $SD = 1,77$). Což je velice zajímavé v kontrastu s další položkou (otázka

č. 1), která je rovněž vyjádřena lehce nadprůměrnou hodnotou. I přestože respondenti spíše tvrdí, že jim sociální zabírají volný čas, rovněž spíše souhlasí, že na nich tráví rádi svůj čas ($M = 4,46$, $SD = 1,55$). Následující položka (otázka č. 2) vyjadřuje neutrální postoj respondentů. Lze tak usuzovat, že se respondenti nedokáží rozhodnout, zda jsou sociální sítě v jejich životě důležité ($M = 3,99$, $SD = 1,53$).

Lehce podprůměrná hodnota (otázka č. 5) naznačuje, že respondenti jsou spíše nespokojeni s časem, který věnují sociálním sítím ($M = 3,67$, $SD = 1,74$). Z jediné reverzní položky v této oblasti (otázka č. 3) vychází, že si respondenti spíše dokážou představit život bez sociálních sítích, což lze považovat za pozitivní trend. Dané zjištění by tak mohlo hrát ve prospěch offline vztahů. Nicméně se nejedná o žádnou hraniční hodnotu, tudíž nelze usuzovat příliš významný trend ($M = 3,52$, $SD = 1,82$).

Spíše podprůměrné hodnoty (otázka č. 8, 4) vyjadřují, že respondenti na sociálních sítích netráví více jak 6 hodin denně ($M = 3,27$, $SD = 2,11$) ani na nich nevydrží celý den ($M = 3,25$, $SD = 1,88$).

Z nejnižší průměrné hodnoty vyplývá, že respondenti netráví na sociálních sítích více času o víkendu ($M = 3,22$, $SD = 1,91$).

5.6 Online vztahy – prožívání a chování na sociálních sítích

Poslední oblast v dotazníkovém šetření se zaměřovala zejména na prožívání a chování respondentů v online prostředí. Položky byly směřovány zejména ke zjištění, zda se respondenti chovají na sociálních sítích jinak než v reálném světě. Hodnoty jsou opět vyjádřeny za pomoci aritmetického průměru a doplněny směrodatnou odchylkou. Vyšší průměrná hodnota u jednotlivých položek znamená, že se respondenti s daným tvrzením více ztotožňují a naopak. Hodnoty kolem 4 vyjadřují neutrální postoj k tvrzení.

DVO6: Jak respondenti vnímají sociální sítě v oblasti prožívání a chování?

Tabulka 12: Online vztahy – prožívání a chování

Online vztahy – prožívání a chování (n=326)	M	SD	MIN	MAX
	3,04	0,98	1,94	4,17

Z celkové nižší průměrné hodnoty ($M = 3,04$, $SD = 0,98$) vyplývá, že respondenti spíše zaujímají nesouhlasný postoj k tvrzením vystihující chování a prožívání na sociálních sítích.

Nižší celková hodnota tedy směřuje k tomu, že se respondenti na sociálních sítích spíše necítí rozdílněji než v reálném životě. Minimální a maximální hodnoty konkrétní oblasti však ukazují poměrně zajímavý rozptyl hodnot, tudíž je vhodné je blíže rozebrat.

Tabulka 13: Online vztahy – prožívání (emoce) a chování na sociálních sítích

Pořadí	Tvrzení v dotazníku	M	SD
1.	9. Při jiných aktivitách mám zapnutou sociální síť v pozadí.	4,17	1,99
2.	10. Často odejdu z neukončené konverzace s mými online přáteli.	3,98	1,97
3.	8. Na sociálních sítích jsem vždy k dispozici.	3,76	1,89
4.	1. Na sociálních sítích se cítím svobodně.	3,74	1,76
5.	3. Na sociálních sítích mám vždy společnost.	3,39	1,74
6.	11. Mezi mými online přáteli jsou i lidé, které příliš neznám.	3,30	1,92
7.	7. Často řeším problémy s mými online přáteli.	3,08	1,88
8.	2. Na sociálních sítích se cítím v bezpečí.	2,93	1,54
9.	4. Na sociálních sítích se cítím sebevědomější.	2,75	1,67
10.	14. Komunikace na sociálních sítích má pro mne stejnou hodnotu jako komunikace v reálném životě.	2,65	1,66
11.	6. Na sociálních sítích se cítím více společenský.	2,61	1,69
12.	12. Na sociálních sítích se chovám jinak než v reálném životě.	2,24	1,55
13.	5. Na sociálních sítích se často zapojuji do diskusí.	2,01	1,35
14.	13. Svým online přátelům věnuji více času než svým přátelům, se kterými se stýkám v reálném životě.	1,94	1,49
Souhrn		3,04	0,98

Nejvyšší hodnota celé oblasti popisuje chování respondentů na sociálních sítích, která vyjadřuje neutrální postoj k jejich chování ($M = 4,17$, $SD = 1,99$). Respondenti tedy přesně nevědí, zda mají zapnutou sociální síť v pozadí i při jiných aktivitách. Ze zjištěného tak nelze vyvozovat žádné závěry související kupříkladu s rozptýlenou pozorností, pokud se člověk dané aktivitě nevěnuje naplno. Respondenti také přesně nevědí, zda často odchází z ještě

neukončené konverzace se svými přáteli ($M = 3,98$, $SD = 1,97$). Opět tak vyjadřují neutrální postoj k danému tvrzení (otázka č. 10). Kupříkladu při konverzaci v běžném životě je tato možnost naprosto vyloučena. Nelze však poukazovat na výraznější trend.

Respondenti si rovněž spíše nemyslí, že jsou na sociálních sítích vždy k dispozici ($M = 3,76$, $SD = 1,89$). Hodnota má lehce klesající tendenci, nicméně však nelze usuzovat významnější trend. Obdobně se respondenti na sociálních sítích spíše necítí svobodně, nicméně z lehce podprůměrné položky to nelze jasně prokázat ($M = 3,74$, $SD = 1,76$). Na základě podprůměrných hodnot si respondenti spíše nemyslí, že mají na sociálních sítích vždy společnost ($M = 3,39$, $SD = 1,74$) a rovněž mezi jejich online přáteli nemají lidi, které moc dobře neznají ($M = 3,30$, $SD = 1,92$).

Položky s pořadím 7-14 svými podprůměrnými hodnotami vykazují daleko větší nesouhlas respondentů s daným tvrzením a je z nich možné vyčíst poměrně zajímavé informace. Respondenti tak spíše nejsou toho názoru, že svoje problémy často řeší s jejich online přáteli ($M = 3,08$, $SD = 1,88$). Rovněž se na sociálních sítích necítí v bezpečí ($M = 2,93$, $SD = 1,54$), necítí se na nich sebevědomější ($M = 2,75$, $SD = 1,67$). Za velice pozitivní je pokládána nízká průměrná hodnota, ze které vyplývá, že respondenti nepřikládají online komunikaci stejnou váhu jako komunikaci offline, což hovoří ve prospěch offline vztahů ($M = 2,65$, $SD = 1,66$). Podobně klesající trend, který zjišťuje, zda se respondenti chovají jinak v online prostředí než v reálném životě, lze zaznamenat i u zbývajících položek. Na sociálních sítích se respondenti necítí více společenšší ($M = 2,61$, $SD = 1,69$). Respondenti se na sociálních sítích nechovají jinak než v reálném životě, což dokazuje velmi nízká podprůměrná hodnota ($M = 2,24$, $SD = 1,55$). Respondenti se taktéž často nezapojují do diskusí probíhajících na sociálních sítích ($M = 2,01$, $SD = 1,35$). Pozitivně vychází i poslední položka dané oblasti, ze které vychází, že respondenti nevěnují více času svým online přátelům než offline přátelům, což jednoznačně hovoří ve prospěch offline vztahů a přátelství.

5.7 Pocity osamělosti

Daná sada položek byla převzata a přeložena z anglické verze dotazníku, která zjišťuje míru osamělosti respondentů (Hays, DiMatteo; Russell in Lo, Guo and Bradley, 2018, s. 2109). V následující části budou opět popsány průměrné hodnoty jednotlivých položek, nicméně oproti předchozím sadám vyjadřují, jak často se respondenti podle daných tvrzení cítí na škále od 1-7 (nikdy-vždy). Průměrné hodnoty kolem čísla 4 budou vypovídat spíše o neut-

rálním postoji respondentů, v daném kontextu to tedy bude znamenat, že někdy mohou zažívat takové pocity. Vyšší průměrné hodnoty vyjadřují spíše častější výskyt těchto pocitů a naopak nižší hodnoty naznačují spíše nižší četnost těchto pocitů. Poslední oblast položek bude následně využita ke zjištění souvislosti pocitů osamělosti s offline a online vztahy.

DVO7: Jak respondenti vnímají pocity osamělosti?

Tabulka 14: Pocity osamělosti

Pocity osamělosti (n=326)	M	SD	MIN	MAX
	3,56	0,99	2,94	4,11

Celková průměrná hodnota hovoří spíše o neutrálním postoji respondentů k daným tvrzením, což značí, že se u respondentů takové pocity objevují jen někdy či se skoro neobjevují. Opět je vhodné si rozebrat jednotlivé položky.

Tabulka 15: Pocity osamělosti

Pořadí	Otázky v dotazníku	M	SD
1.	6. Jak často se cítíte stydlivě?	4,11	1,69
2.	7. Jak často máte pocit, že lidé jsou okolo vás, ale nejsou s Vámi?	3,83	1,70
3.	5. Jak často cítíte, že můžete vyhledat společnost, kdykoliv ji chcete? *	3,76	1,58
4.	1. Jak často cítíte, že vám chybí společnost?	3,61	1,46
5.	3. Jak často se cítíte společenšší a přátelšší? *	3,45	1,35
6.	4. Jak často se cítíte být izolováni od ostatních?	3,25	1,49
7.	2. Jak často máte pocit, že tu není nikdo, na koho se můžete obrátit?	2,94	1,62
Souhrn		3,56	0,99

* reverzní položky

Již na první pohled je zřejmé, že se i jednotlivé položky pohybují spíše v průměrných až podprůměrných hodnotách.

Nejvyšší průměrná hodnota zjišťuje, jak často se respondenti cítí stydlivě. Nicméně z průměrné hodnoty nelze jednoznačně říci, že se respondenti často cítí stydlivě či naopak

($M = 4,11$, $SD = 1,69$). Lze však usuzovat, že se pocity stydlivosti mohou u respondentů někdy objevit a někdy také ne.

Lehce klesající tendence ukazující pocity, že jsou lidé kolem nich, ale nejsou s nimi, zažívají respondenti v menším měřítku ($M = 3,83$, $SD = 1,70$). Nicméně nelze vyvozovat jednoznačné závěry. Další položka, která je reverzní, hovoří, že respondenti častěji zažívají pocit, že mohou vyhledat společnosti kdykoli chtějí ($M = 3,76$, $SD = 1,58$).

Respondenti rovněž spíše nezažívají pocit, že jim chybí společnost, což lze vnímat za pozitivní trend ($M = 3,61$, $SD = 1,46$).

Další reverzní hodnota hovoří, že respondenti se spíše cítí společenšší a přátelšší ($M = 3,45$, $SD = 1,35$).

Z druhé nejnižší průměrné hodnoty ($M = 3,25$, $SD = 1,49$) vyplývá, že respondenti spíše nezažívají pocity izolace od ostatních.

Nejnižší podprůměrná hodnota hovoří o tom, že respondenti velmi zřídka zažívají pocit, že tu pro ně není nikdo, na koho se mohou obrátit ($M = 2,94$, $SD = 1,62$).

5.8 Souvislost offline a online vztahů a pocitů osamělosti

Jak již bylo zmíněno v metodologické části, hlavním výzkumným cílem je zjištění souvislosti mezi offline a online vztahy. Za další výzkumný cíl, u kterého je zjišťována souvislost, jsou pocity osamělosti ve vztahu k offline a online vztahům. Ze stanovených výzkumných cílů pak byly vytvořeny výzkumné otázky a sestaveny hypotézy, které jsou ověřovány za pomoci Pearsonova koeficientu korelace.

1) HVO1: Jaká je souvislost mezi offline a online vztahy u respondentů?

H0: Neexistuje souvislost mezi online a offline vztahy.

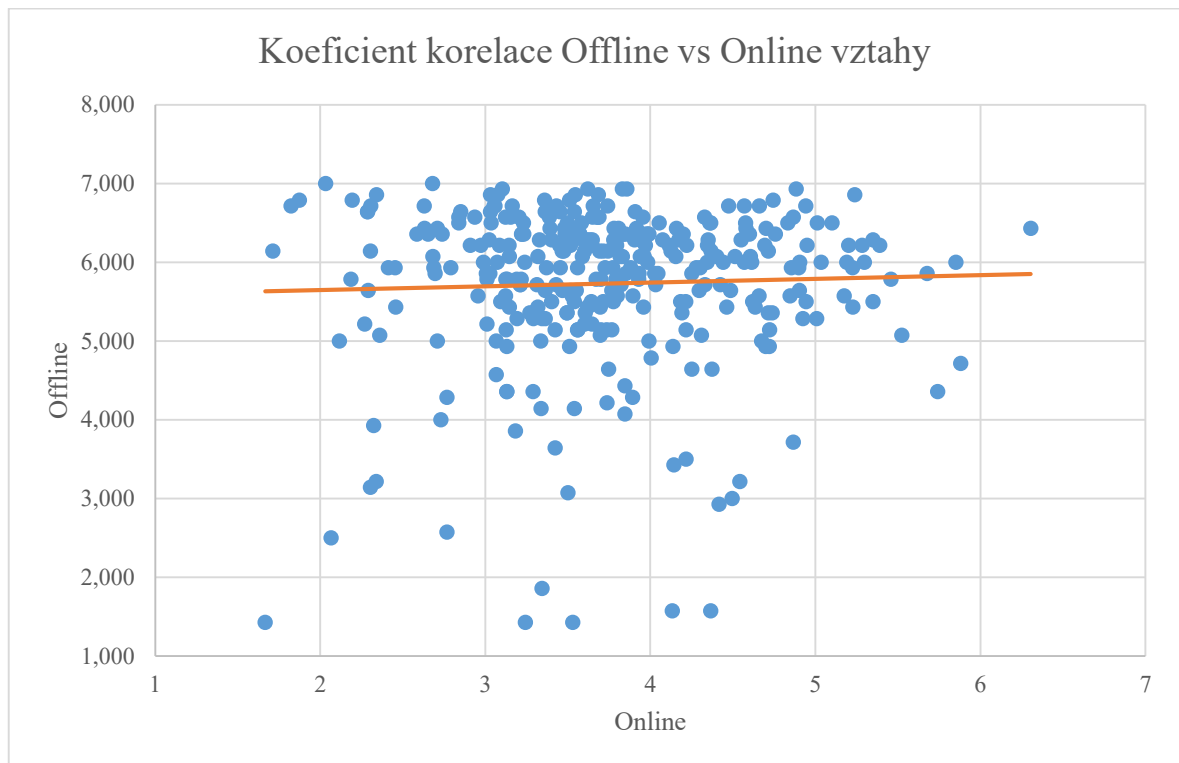
HA: Existuje souvislost mezi online a offline vztahy.

Tabulka 16: Koeficient korelace offline vztahy a online vztahy

Proměnné	M	SD	Offline vztahy	Online vztahy (3 oblasti)
Offline vztahy	5,730499562	1,004584477	0,03843128	
Online vztahy (3 oblasti)	3,738095238	0,810280939		0,03843128

$p < 0,05$

Graf 3: Koeficient korelace Offline vs. Online vztahy



Z uvedených výsledků zobrazených v tabulce 16 a grafu 3 vyplývá, že hodnota korelace ($r = 0,038$) je menší než stanovená hladina významnosti ($p < 0,05$). To znamená, že nelze statisticky zamítnout nulovou hypotézu na zvolené hladině významnosti 0,05. Ze zjištěných hodnot v tabulce 16 tedy vyplývá, že nelze prokázat pozitivní souvislost mezi offline a online vztahy u respondentů. Na základě zjištěných skutečností tak lze zamítnout alternativní hypotézu.

2) HVO2: Jaká je souvislost mezi pocity osamělosti a offline vztahy?

H0: Neexistuje negativní souvislost mezi pocity osamělosti a offline vztahy.

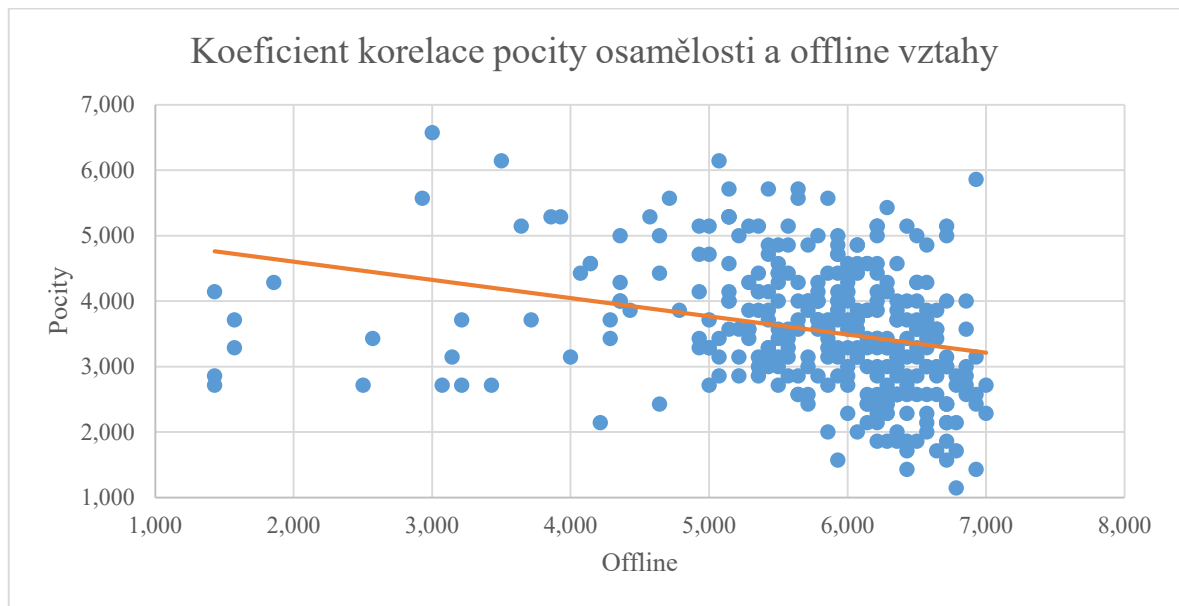
HA: Existuje negativní souvislost mezi pocity osamělosti a offline vztahy.

Tabulka 17: Koeficient korelace pocity osamělosti a offline vztahy

Proměnné	M	SD	Offline vztahy	Pocity osamělosti
Offline vztahy	5,730499562	1,004584477	-0,281430688	
Pocity osamělosti	3,564855390	0,993603866		-0,281430688

$p < 0,05$

Graf 4: Koeficient korelace pocity osamělosti a offline vztahy



Z uvedených hodnot v tabulce 17 a grafu 4 vyplývá, že hodnota korelace ($r = -0,281$) v absolutní hodnotě je větší než stanovená hladina významnosti ($p < 0,05$). Zmíněné tedy znamená, že lze zamítnout nulovou hypotézu, jelikož mezi pocity osamělosti a offline vztahy byla nalezena negativní souvislost. Mezi pocity osamělosti a offline vztahy je nepřímá úměrnost, což odpovídá vztahu – čím vyšší je hodnota offline vztahů, tím menší je hodnota pocitů osamělosti. Naopak čím nižší je hodnota offline, tím vyšší je hodnota pocitů osamělosti. Nelze tedy zamítnout alternativní hypotézu na hladině významnosti 0,05.

Tento jev lze chápat, že čím více člověk zažívá sociální interakce v reálném životě, tím méně zažívá pocitů osamělosti.

3) HVO3: Jaká je souvislost mezi pocity osamělosti a online vztahy?

H0: Neexistuje pozitivní souvislost mezi pocity osamělosti a online vztahy.

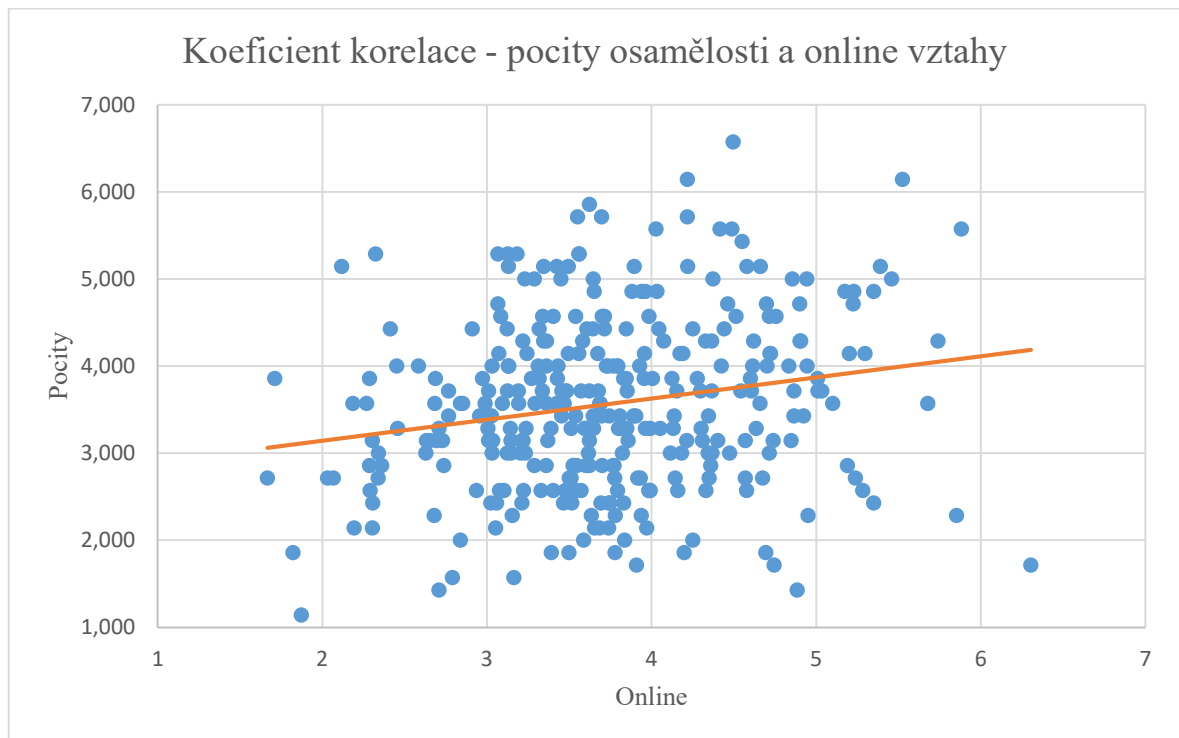
HA: Existuje pozitivní souvislost mezi pocity osamělosti a online vztahy.

Tabulka 18: Koeficient korelace pocity osamělosti a online vztahy

Proměnné	M	SD	Online vztahy	Pocity osamělosti
Online vztahy	3,738095238	0,810280939	0,19792374	
Pocity osamělosti	3,564855390	0,993603866		0,19792374

$p < 0,05$

Graf 5: Koeficient korelace pocity osamělosti a online vztahy



Z tabulky 18 a grafu 5 je zřejmé, že hodnota korelace ($r = 0,197$) je větší než stanovená hladina významnosti ($p < 0,05$). Lze tedy zamítnout nulovou hypotézu. Mezi pocity osamělosti a offline vztahy byl nalezen pozitivní vztah, což vysvětluje přímá úměrnost – čím vyšší hodnoty online vztahů, tím vyšší hodnoty pocitů osamělosti. Naopak čím nižší hodnoty online vztahů, tím nižší hodnoty pocitů osamělosti. Nelze tedy zamítnout alternativní hypotézu na hladině významnosti 0,05.

Pozitivní korelace mezi online vztahy a pocity osamělosti ukazuje, že čím více respondenti tíhnou k online vztahům, tím větší může být tendence k nárůstu pocitů osamělosti.

6 INTERPRETACE DAT A SHRnutí VÝSLEDKŮ

Výzkumného šetření se zúčastnilo celkem 326 respondentů ve věku 18-25 let na základě předem stanoveného kritéria představující mladou generaci. Za metodu sběru byl zvolen dotazník, který byl umístěn do několika skupin na sociálních sítích. Rovněž byli cíleně osloveni respondenti splňující kritérium věku. Získaná data pak byla zpracována v programu Microsoft Excel, kde byla nejdříve všechna seříděna, rozdělena do jednotlivých oblastí, vypočteny četnosti, aritmetický průměr a směrodatné odchylky. Na závěr byl ve stejném programu, za pomoci příslušné funkce, vypočten i Pearsonův koeficient korelace, který ověřoval stanovené hypotézy.

Za hlavní výzkumné cíle bylo stanoveno zjistit souvislost mezi offline a online vztahy a také zjistit souvislost mezi pocity osamělosti a offline a online vztahy. Na základě hlavních cílů pak byly vytvořeny dílčí cíle výzkumu, které budou jednotlivě rozebrány níže.

Dotazník byl strukturován do několika oblastí, na základě nichž byly zjišťovány odpovědi na výzkumné otázky.

Ze zjištěných dat vyplynulo, že mezi tři **nejčastěji využívané sociální sítě** se řadí Facebook, (99,4 %), na druhém místě se umístila sociální síť YouTube (83,1 %) a na třetím místě Instagram (77,3 %). Ostatní zmíněné sociální sítě využívali respondenti v již menším měřítku (WhatsApp, Google+, Snapchat, Tiktok a další). Zjištěná data lze srovnat s daty pocházejícími z Českého statistického úřadu, ze kterých vyplývá, že sociální síť Facebook, Twitter a Instagram využívá 54 % osob ve věku 16+. Jen tak pro zajímavost, v rozmezí let 2009-2012 lze spatřit prudký nárůst uživatelů sociálních sítí z 5 % na 31 %, což již není zanedbatelné číslo (ČSÚ, 2019). Nejinak je tomu při porovnání se světovým měřítkem, kde opět dominuje sociální síť Facebook, dále uživatelé využívají YouTube, WhatsApp, FB Messenger, Instagram a další (We Are Digital, 2020).

Ke zjištění **účelů využívání sociálních sítí** byly využity škály od 1-7 (nikdy-vždy), které zachycovaly četnost užívání stanovených aktivit. Analýza dat ukázala, že respondenti využívají sociální sítě nejčastěji ke komunikaci se svými přáteli, pak také ke sledování příspěvků, o něco méně na nich sledují videa a získávají potřebné informace. V nejmenším měřítku je pak využívají ke hraní her. Studie zaměřující se na online a offline sociální sítě a používání sociálních sítí z pohledu období vynořující se dospělosti (což věkově odpovídá zvolené cílové skupině), uvádí jako hlavní důvod užívání sociálních sítí propojení se s ostatními, kontakt s jejich přáteli, rodinou a příbuznými. Rovněž zde tráví čas čtením a psaním

komentářů/zpráv a jejich odpovídáním na ně, prohlížením profilových stránek jejich přátel, apod. (Subrahmanyam et al., 2008, s. 431).

Následující část shrnuje výsledky ze zbývajících několika oblastí, která byla stěžejní pro zodpovězení hlavních výzkumných otázek a ověření hypotéz.

Z analyzovaných dat ohledně **vnímání offline vztahů** (vztahy v reálném životě) respondentů vychází velice pozitivní trend, což hovoří ve prospěch offline vztahů. Respondenti rovněž uváděli, že většinu svých offline přátel mají i na sociálních sítích. Zmíněné by mohlo svědčit o posílení kontaktu se svými offline přáteli i skrze sociální sítě. Z výzkumu vyplynulo, že respondenti velice rádi tráví čas se svými offline přáteli, cítí se s nimi sami sebou, v bezpečí, mohou jim důvěřovat, vyhledávají s nimi osobní kontakt a vždy si na ně udělají čas. Stejně tak respondenti velice kladně hodnotili sociální oporu, kterou jim jejich přátelé poskytují (naslouchají jim, vyjadřují zpětnou vazbu, mohou s nimi řešit svoje problémy). Již z definic přátelství dle Soudkové (2006, s. 46) vyplývají právě atributy významnosti přátelství zahrnující společné trávení času, sociální oporu, důvěru či Plaňava (2005, s. 90-91) hovoří o otevřenosti, porozumění, společné činnosti, apod. Lze tak dojít k závěru, že offline vztahy mají v životech respondentů nezastupitelné místo a většina respondentů si bez nich nedokáže představit svůj život.

Následující část, zaměřující se na online vztahy, měla za cíl lépe proniknout do problematiky online vztahů prostřednictvím **zjišťování jejich pozitiv a negativ, vnímání sociálních sítí a množstvím tráveného času** a pak také pochopit **prožívání a chování respondentů** na sociálních sítích. Největší přínos spatřují respondenti v komunikaci s jejich přáteli. Na sociálních sítích hledají respondenti rovněž zábavu. Nicméně se respondenti jednoznačně nedokáží rozhodnout, zda v nich vidí klady či zápory, ale spíše se přiklánějí k tomu, že si svůj účet na sociálních sítích nezruší. Z analýzy rovněž vyplynulo, že si respondenti spíše nemyslí, že jim sociální sítě umožňují navazovat nová přátelství. Výzkum z roku 2008 hovoří, že si respondenti nehledají ani nepřidávají cizí osoby na jejich sociální sítě, nicméně dodávají, že někteří jejich nejbližší online přátelé se odlišují od jejich nejbližších offline přátel. Autoři výzkumu však shrnují, že respondenti nevyužívají sociální sítě za účelem seznámení a vytváření sítě přátel s cizími lidmi (Subrahmanyam et al., 2008, s. 431-432).

Ze zjištěných dat vyplynulo, že v poměrně velkém měřítku respondenti chodí na sociální sítě několikrát za den, což však ještě nevyhovává o **množství času tráveném na sítích**. Respon-

denti se však spíše nepřiklánějí k názoru, že jsou online více jak 6 hodin denně a ani o víkendech zde netráví více času. Daná tvrzení by se dala označit za velice pozitivní ukazatel zejména ve spojitosti s výrokem neurobiologa Jana Stránského, který hovoří, že trávení času na sociálních sítích více jak 5 hodin denně má velmi negativní vliv na proces přemýšlení, schopnost diskuse a sebereflexe (Hroch, ©1997-2020). Webový portál We Are Digital, opět přináší poměrně zajímavá data ohledně množství trávení času na sítích. Dle dat ze serveru vychází na každou osobu v průměru 2 hodiny a 24 minut denně pro sociální média, pokud se sečtou mobilní i počítačová zařízení (We Are Digital, 2020). Světový projekt o internetu představuje další data, když uvádí, že Češi ve věku 15+ stráví nejvíce času online komunikací a sociálními sítěmi, přičemž 25 % ze zkoumaného vzorku je navštíví i několikrát za den (Lupač, Chrobáková a Sládek, 2014, 22-24). V roce 2010 a 2012 vyšly zajímavé studie dávající do korelace množství času tráveného na sociálních sítích v souvislosti se ztrátou empatie. I přestože se dané studie zaměřovali na osmileté až dvanáctileté dívky v prostředí sociální sítě Facebook, zjištěné výsledky mohou být velice znepokojující. Autoři studií hovoří o sociálním chování, kterému se lze naučit při mezilidském kontaktu. Pokud však dívky tráví více času před jejich obrazovkami než osobně například s jinými kamarádkami, tím větší mají ztrátu empatie (Pea et al.; Richards et al. in Spitzer, 2016, s. 261). Ze zjištěných dat bylo rovněž zajímavé pozorovat, že sociální sítě respondentům spíše zabírají volný čas. Nicméně další data ukazují, že i přes tuto skutečnost zde spíše rádi tráví čas. O něco méně jsou však spokojeni s množstvím času tráveném na sociálních sítích, což by mohlo mít souvislost s omezováním volného času, jak již bylo řečeno. Z uvedeného se lze domnívat, že respondenti hledají určitý balanc mezi rozdělením svého volného času mezi své aktivity a sociální sítě. Respondenti rovněž nemohli jednoznačně usoudit, zda sociální sítě hrají v jejich životech nějaký význam. V dnešní době vychází spousta knih a projektů zabývajících se problematikou digitálního detoxu, jelikož je svět obklopen digitálními technologiemi ze všech stran. Avšak respondenti by se bez sociálních sítí zřejmě obešli, což lze vnímat za velice pozitivní zjištění.

Poslední oblast zabývajících se online vztahy, zjišťovala, **co respondenti na sociálních sítích prožívají a jak se chovají**. Cílem bylo zejména zjistit, zda se respondenti chovají jinak v prostředí online než v reálném životě. Z analýzy dat se spíše nepotvrzuje, že se respondenti na sociálních sítích chovají odlišně než v reálném životě. Sociální sítě jim tak nedávají větší pocit svobody a taktéž nezastávají názor, že tu mají vždy společnost. Rovněž tu často neřeší

své problémy s online přáteli a necítí se zde sebevědomější a více společenští. Zde se objevuje poněkud nesoulad s tím, co uvádí teorie. Jak Greenfield i Turkle podotýká, uživatelé sociálních sítí na nich chtějí prezentovat tzv. lepší „já“ a mohou zde vystupovat za někoho mnohem zajímavějšího a lepšího než jsou ve skutečném životě (2016, s. 115; 2012, s. 160). Zmíněné tedy teorii spíše nepotvrzuje. Z analýzy vyplývá, že se respondenti na sociálních sítích spíše necítí v bezpečí a spíše zde nemají osoby, které příliš neznají. V době, kdy se objevují sexuální predátoři (viz dokument V síti z roku 2020) a další nástrahy, dané zjištění lze vnímat za velice pozitivní ukazatel. V tomto případě by bylo možná zajímavé zkoumat pocit bezpečí na sociálních sítích v korelaci s věkem a informovaností o nebezpečí vyskytujícím se na sociálních sítích. Poměrně překvapujícím zjištěním také bylo, že se respondenti nezapojují do diskusí. Z teoretických poznatků však spíše vyplývá, že se lidé v kyberprostoru chovají jinak, dělají a říkají věci, které by při komunikaci face to face zřejmě nikdy neřekli (Suler in Vybíral, 2009, s. 280). Nicméně tento fakt se může více pojit s anonymním prostředím, na kterém sociální sítě nejsou založeny. Samozřejmě si lze založit falešný profil a fungovat pod ním. Respondenti rovněž nevnímají komunikaci online a offline ve stejném poměru a nepřikládají jim stejnou hodnotu. Z předchozích výsledků vyplývá, že se zde nechovají jinak než v reálném životě, což dokazuje i jejich vlastní pohled na danou skutečnost. Ze zjištěných výsledků pozitivně vyplynula preference offline vztahů, jelikož jim věnují více času než online vztahům.

Cílem výzkumného zjištění bylo rovněž zjišťovat **pocity respondentů v oblasti sociálních vztahů**. Z analyzovaných dat vyplynulo, že se respondenti mohou někdy cítit stydlivě, nicméně spíše nezažívají pocit, že se nemají na koho obrátit či jim chybí společnost. Taktéž se cítí spíše přátelště a společenště, což lze vnímat za kladný jev. Stejně tak jako, že respondenti spíše nemají problém vyhledat společnost, kdykoli ji potřebují. Celkově tak výsledky z analýzy vykazují spíše pozitivní hodnoty, z čehož lze usuzovat, že se respondenti spíše necítí osaměle.

Veškeré výše získané a popsané výsledky přispěly ke zjištění **souvislosti mezi offline a online vztahy a pak také mezi pocity osamělosti s online a offline vztahy**. Na základě cílů výzkumu byly stanoveny hypotézy, jejichž ověření za pomoci Pearsonova koeficientu korelace, odhalilo pozitivní či negativní souvislost mezi proměnnými.

Nejprve byla zkoumána **souvislost mezi offline a online vztahy**, jejichž oblasti tvořily většinou část dotazníku určeného respondentům. Na základě výsledků nebyla prokázána souvislost mezi online a offline vztahy, čímž se zamítla stanovená hypotéza. Na dané téma již

proběhla řada výzkumů, což je i poměrně logické. Se stále narůstajícím využíváním sociálních sítí a digitálních technologií se vědci přirozeně ptají, zda zde hledat souvislost či nikoli. Nicméně řada výzkumů se často soustřeďuje na jednu sociální síť, jinou věkovou skupinu či hledají souvislosti s dalšími proměnnými (jako je kupříkladu osamělost, pocity úzkosti, apod.). Ke zkoumání problematiky digitálních technologií obecně (zahrnující i sociální sítě) a jejího vlivu na lidské vztahy se významně zasloužila Sherry Turkle. Nicméně i ona vidí v technologiích mocný nástroj, který je nutný se naučit dobře používat, aniž by nás ovládnul. Rovněž Greenfield zkoumá pozitiva i negativa sociálních sítí, přičemž jejich negativa závisí na intenzitě používání sociálních sítí (2016, s. 55). Existují však výzkumy, které ukazují, že sociální sítě spíše nemají negativní vliv na sociální vztahy (Reich, Subrahmanyam a Espinoza, 2012; Mazourová, 2017 a další). Bylo by tedy vhodné danou problematiku i nadále sledovat a porovnávat ji s odstupem času, jelikož už nyní se liší výsledky, které vznikly těsně po vzniku sociálních sítí ve srovnání s aktuálnějšími v době jejich velkého využívání.

V neposlední řadě je třeba se podívat i na zbylé hypotézy, které hledaly **souvislost mezi pocity osamělosti s offline vztahy a pak také s online vztahy**. První hypotéza, která se zaměřovala na offline vztahy ukázala negativní souvislost. Což znamená, že čím více budou lidé vstupovat do sociálních interakcí s ostatními lidmi v jejich reálném životě, tím méně pocitů osamělosti budou zažívat. Rovněž Greenfieldová v této souvislosti hovoří o účincích online komunikace, pokud by byla respondenty preferována před osobním kontaktem. Časem by tak mohlo hrozit riziko v podobě nedůvěry k lidem, snížení pocitu empatie (viz výše) či k horšímu navazování sociálních vztahů obecně (Greenfield, 2016, s. 146-149). Nicméně lze na to podívat i z jiného úhlu pohledu. Kupříkladu pozitivní účinky využívání sociální sítě Facebook na nižší míru deprese, úzkosti a vyšší životní spokojenost ukázal jiný výzkum, nicméně se vztahoval na jedince trpící sociální úzkostí (Grieve et al., 2013, s. 608-609).

Co se týče hledání souvislosti mezi **pocity osamělosti a online vztahy**, z výsledků vyplynula pozitivní souvislost. Znamená to tedy, že čím více lidé preferují online vztahy, tím více to povede k pocitům osamělosti. Nebylo tak možné zamítnout stanovenou hypotézu prokazující pozitivní vztah mezi zkoumanými jevy. Studie z roku 2013 se zaměřovala na zkoumání souvislosti mezi používáním sociální sítě Facebook ve vztahu k subjektivní pohodě (kam tedy určitě nezapadají pocity osamělosti). Výzkum ukázal negativní vliv používání Facebooku na pocity subjektivní pohody, nicméně opačný vliv prokázán nebyl (Kross a kol. in Spitzer, 2016, s. 146-147). Nicméně z uvedených výsledků se lze domnívat, že lidský kontakt je jedním z faktorů životní spokojenosti jedince.

7 DOPORUČENÍ PRO PRAXI

Na základě zjištěných poznatků, které poskytla analýza dat lze nabídnout konkrétní doporučení, které se vážou k dané problematice.

I přestože výzkumné šetření neprokázalo souvislost mezi offline a online vztahy, bylo by vhodné i nadále působit na mladé lidi v oblasti nácviku sociálních dovedností a rovněž s nimi řešit problematiku sociálních sítí i v rovině sociálních vztahů. Samozřejmě tato problematika je významná již v raném věku, kde by se měla odrážet v sociálních vztazích v rodině. V případě školního prostředí mohou učitelé využít širokou škálu metod a technik k nácviku sociálních dovedností (diskuse, metody dramatické výchovy, atd.). Inspiraci mohou najít rovněž v Metodickém portálu RVP. Nicméně daleko problematičtější je to u mladých lidí, konkrétně u osob ve věku 18-25 let. Daná kategorie již není pod tak velkým vlivem jiných autorit, přebírají již dospělé role a postupně se osamostatňují. Tím snad nejzákladnějším doporučením je udělat si čas na své přátele a dostatečně se s nimi scházet, pak také smysluplně využívat volný čas. Dále je důležité se nebát vstupovat do sociálních interakcí (např. rada na cestu, občasný small talk i s neznámými lidmi), zkrátka je někdy zapotřebí vykročit ze své komfortní zóny.

Dnešní doba rovněž nabízí nepřehledné množství workshopů, kurzů a přednášek na téma komunikace, mezilidských vztahů, apod. Lidé by se měli rovněž naučit mít digitální technologie více pod kontrolou. Na tomto poli vznikl velice zajímavý projekt Replug me, zmiňovaný již v teoretické části práce. Projekt pořádá různé semináře, workshopy pro školy, rodiče i širokou veřejnost. Právě různé kurzy a přednášky mohou být skvělým prostředkem, jak se něco dozvědět a především, jak navázat sociální vztahy.

K získání většího přehledu o problematice sociálních sítí, sociálních vztahů i v souvislosti s osamělostí, lze využít některé další výzkumy, videa na TED Talks či YouTube.

ZÁVĚR

Doba digitální se sebou přinesla změny zasahující do mnoha sfér lidského života. Celkově se změnil životní styl, všechno je dnes zrychlené a uspěchané, rovněž je kladen velký důraz na výkon a produktivitu člověka. I přestože mají dnes lidé neomezený přístup k informacím, jsou jimi přesyceni a obklopeni množstvím podnětů. Diplomová práce se zaměřovala na jednu sféru lidského života, dalo by se říci snad tu nejzákladnější – sociální vztahy. Konkrétně se zabývala problematikou sociálních vztahů v reálném životě (tzv. offline vztahy) v souvislosti se vztahy na sociálních sítích (tzv. online vztahy).

V teoretické části práce byl vymezen zejména význam sociálních vztahů v reálném životě a poukázáno na proměny těchto vztahů v době digitální. Významná část práce je věnována oblasti sociálních sítí a jejich dopadu z hlediska neurobiologie a psychologicko-sociálního hlediska. Poslední část teoretické části se zabývá mladou generací, která je vymezena věkovým rozmezím 18-25 let. Praktická část již zpracovávala samotné výzkumné šetření, pro které byla zvolena kvantitativní strategie výzkumu s využitím metody dotazníku.

Cílem práce bylo zjistit, zda existuje souvislost mezi offline a online vztahy a rovněž zda lze najít souvislost mezi pocity osamělosti s offline a online vztahy. V prvním případě v rámci výzkumného šetření nebyla prokázána souvislost mezi offline a online vztahy. Daleko zajímavější výsledky přinesla druhá část výzkumu. Mezi pocity osamělosti a offline vztahy byl nalezen negativní vztah, který tedy vyzdvihuje význam sociálních vztahů v souvislosti s pocitem osamělosti. Pokud budou lidé vstupovat do sociálních interakcí, mohou se tak cítit méně osaměle. Naopak mezi pocity osamělosti a online vztahy výzkum prokázal pozitivní vztah, což by znamenalo, že čím více budou lidé využívat online vztahy, tím větší nárůst osamělosti. I přestože nebyl výzkumný soubor příliš velký a výsledky tak nelze zobecňovat na celou populaci, byl rozhodně přínosný.

Jelikož se technologie neustále vyvíjejí, má určitě smysl se danou problematikou zabývat. Komunikace v tváři v tvář probíhala mezi lidmi od nepaměti a je tedy přirozenou součástí života společnosti. Moderní technologie se stále vyvíjejí a je nutné si pokládat otázku, zda nějak působí na mezilidské vztahy a další sféry života.

I přestože daný výzkum neprokázal souvislost mezi offline a online vztahy, s odstupem času by mohla data ukázat daleko větší rozdíly vlivem vývoje sociálních sítí i zvýšením jejich globálního využívání.

Je však důležité si uvědomit, že na sociální sítě nelze pohlížet pouze z jedné perspektivy – že jsou špatné či dobré. Nic není černobílé. Sociální sítě jsou velice efektivní nástrojem k propojování lidí. Nicméně je nutné se je naučit ovládat a mít pod kontrolou, aby sociální sítě neovládly nás a naše vztahy.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] ARNETT, Jeffrey Jensen, 2000. Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469-480. ISSN 0003-066X. Dostupné z: http://jeffre yarnett.com/ARNETT_Emerging_Adulthood_theory.pdf
- [2] ARNETT, Jeffrey Jensen, 2004. *Emerging adulthood: the winding road from the late teens through the twenties* [online]. New York: Oxford University Press [cit. 2020-03-27]. Dostupné z: <http://site.ebrary.com/lib/natl/Doc?id=10103683>.
- [3] BAUMEISTER, Roy F., Mark R., LEARY, 1995. The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497-529. ISSN 0033-2909. Dostupné z: <https://psyc-net.apa.org/record/1995-29052-001>
- [4] BAUMGARTNER František, 2019. Sociální poznávání. In: VÝROST, Jozef, ed., Ivan SLAMĚNÍK, ed. a Eva SOLLÁROVÁ, ed. *Sociální psychologie: teorie, metody, aplikace*. Praha: Grada, s. 140-150. ISBN 978-80-247-5775-9.
- [5] BAUMGARTNER František, 2019. Sociální psychologie osamělosti. In: VÝROST, Jozef, ed., Ivan SLAMĚNÍK, ed. a Eva SOLLÁROVÁ, ed. *Sociální psychologie: teorie, metody, aplikace*. Praha: Grada, s. 624-634. ISBN 978-80-247-5775-9.
- [6] BLINKA, Lukáš a kol., 2015. *Online závislosti: jednání jako droga?: online hry, sex a sociální síť: diagnostika závislosti na internetu: prevence a léčba*. Praha: Grada. ISBN 978-80-210-7975-5.
- [7] BOYD, Danah. M., Nicole B. ELLISON, 2007. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13: 210-230. ISSN 1083-6101 doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x. Dostupné také z: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- [8] ČERNÝ, Vojtěch, 2007. *Řeč těla: [neverbální komunikace pro obchodníky i běžný život]*. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-1658-6.
- [9] FIELDING BANKS, Orianna, 2018. *Digitální detox: zbavte se závislosti na mobilu a internetu*. V Brně: CPress. ISBN 978-80-264-1804-7.

- [10] GAVORA, Peter, 2000. *Úvod do pedagogického výzkumu*. Brno: Paido. ISBN 8085931796.
- [11] GEISLEROVÁ, Ester a Josefína, BAKOŠOVÁ, 2019. *Terapie sdílením. Vol. 2, #valentynskaedice*. Praha: Euromedia. ISBN 978-80-7617-248-7.
- [12] GIDDENS, Anthony, 1999. *Sociologie*. Praha: Argo. ISBN 80-7203-124-4.
- [13] GREENFIELD, Susan, 2016. *Změna myšlení: jak se mění naše mozky pod vlivem digitálních technologií*. V Brně: BizBooks. ISBN 978-80-265-0450-4.
- [14] GRIEVE, Rachel et al., 2012. Face-to-face or Facebook: Can social connectedness be derived online?. *Computers In Human Behaviour*, 29(3), 604-609. ISSN 0747-5632 Dostupné z:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563212003226>
- [15] HAYES, Nicky, 2013. *Základy sociální psychologie*. Vyd. 7. Praha: Portál. ISBN 9788026205340.
- [16] HEWSTONE, Miles, ed. a Wolfgang, STROEBE, ed., 2006. *Sociální psychologie: moderní učebnice sociální psychologie*. Praha: Portál. ISBN 80-7367-092-5.
- [17] CHRÁSKA, Miroslav, 2016. *Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu*. 2., aktualizované vydání. Praha: Grada. ISBN 9788024753263.
- [18] JANOŠOVÁ, Pavlína, 2016. Adolescence In: BLATNÝ, Marek, ed. *Psychologie celoživotního vývoje*. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, s. 99-111. ISBN 978-80-246-3462-3.
- [19] JANOUŠEK Jaromír a Ivan SLAMĚNÍK, 2019. Sociální motivace. In: VÝROST, Jozef, ed., Ivan SLAMĚNÍK, ed. a Eva SOLLÁROVÁ, ed. *Sociální psychologie: teorie, metody, aplikace*. Praha: Grada, s. 115-123. ISBN 978-80-247-5775-9.
- [20] JANOUŠEK Jaromír, 2019. Sociální komunikace. In: VÝROST, Jozef, ed., Ivan SLAMĚNÍK, ed. a Eva SOLLÁROVÁ, ed. *Sociální psychologie: teorie, metody, aplikace*. Praha: Grada, s. 167-177. ISBN 978-80-247-5775-9.
- [21] JEŽEK, Stanislav, Petr MACEK, Ondřej BOUŠA a Lucia KVIKTOVIČOVÁ, 2016. Přejít do dospělosti. In: LACINOVÁ, Lenka, ed., Stanislav JEŽEK, ed. a Petr MACEK, ed., 2016. *Cesty do dospělosti: psychologické a sociální charakteristiky dnešních dvacátníků*. Brno: Masarykova univerzita, s. 9-22. ISBN 978-80-210-8400-1. Dostupné také z: <https://munispace.muni.cz/book?id=864>

- [22] KOPECKÝ, Kamil, 2007. *Moderní trendy v e-komunikaci*. Olomouc: Hanex. ISBN 9788085783780.
- [23] KŘIVOHLAVÝ, Jaro, 2013. *Psychologie pocitů štěstí: současný stav poznání*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4436-0.
- [24] LANGMEIER, Josef a Dana KREJČÍŘOVÁ, 2006. *Vývojová psychologie*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Grada. ISBN 80-247-1284-9.
- [25] LO, Janice, Chengqi GUO a Bree, BRADLEY, 2018. The Buffer Effect of Receiving Social Support on SNS Exhaustion and SNS Satisfaction: An Exploratory Study of the Lonely and Emotionally Unstable In: *Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences 2018*, 2098-2109. ISBN 978-0-9981331-1-9. Dostupné také z: <https://core.ac.uk/download/pdf/143481102.pdf>
- [26] LOSEKOOT, Michelle a Eliška VYHNÁNKOVÁ, 2019. *Jak na síť: ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích*. V Brně: Jan Melvil Publishing. ISBN 978-80-7555-084-2.
- [27] MACEK, Petr, 2003. *Adolescence*. 2., upr. vyd. Praha: Portál. ISBN 80-7178-747-7.
- [28] MILLOVÁ, Katarína, 2016. Mladá dospělost. In: BLATNÝ, Marek, ed. *Psychologie celoživotního vývoje*. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, s. 117-134. ISBN 978-80-246-3462-3.
- [29] MILLOVÁ, Katarína, 2010, Teorie celoživotního vývoje. In: BLATNÝ, Marek a kol. *Psychologie osobnosti: hlavní témata, současné přístupy*. Praha: Grada, s. 167-195. Psyché. ISBN 978-80-247-3434-7
- [30] MOSLEROVÁ, Nikola, 2004. *Interpersonální komunikace*. Ostrava: Ostravská univerzita, Pedagogická fakulta. ISBN 80-7042-692-6.
- [31] MÜLLER, Wunibald, 2011. *Sám, ale ne osamělý*. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0001-7.
- [32] PAVLÍČEK, Antonín, 2010. *Nová média a sociální síť*. Praha: Oeconomica. ISBN 978-80-245-1742-1.
- [33] PLAŇAVA, Ivo, 2005. *Průvodce mezilidskou komunikací: přístupy, dovednosti, poruchy*. Praha: Grada. ISBN 80-247-0858-2.
- [34] PRESOVÁ, Karolína, 2020. *Neskroluj do padnutí: jak na digitální wellbeing [přednáška]*. Brno, 13. 02. 2020.

- [35] REICH, Stephanie M, Kaveri, SUBRAHMANYAM a Guadalupe G. ESPINOZA, 2012. Friending, Iming, and hanging out face-to-face: overlap in adolescents' online and offline social networks. *Dev Psychol* 48(2), 356-368. ISSN 1939-0599 DOI:10.1037/a0026980
- [36] SLAMĚNÍK, Ivan, 2011. *Emoce a interpersonální vztahy*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3311-1.
- [37] SLAMĚNÍK, Ivan, 2019, Afiliace, atraktivita, láska. In: VÝROST, Jozef, ed., Ivan SLAMĚNÍK, ed. a Eva SOLLÁROVÁ, ed. *Sociální psychologie: teorie, metody, aplikace*. Praha: Grada, s. 189-202. ISBN 978-80-247-5775-9.
- [38] SOLLÁROVÁ Eva, 2019, Socializace. In: VÝROST, Jozef, ed., Ivan SLAMĚNÍK, ed. a Eva SOLLÁROVÁ, ed. *Sociální psychologie: teorie, metody, aplikace*. Praha: Grada, s. 47-58. ISBN 978-80-247-5775-9.
- [39] SOUDKOVÁ, Miluše, 2006. *O zdravých vztazích mezi lidmi: přátelství a manželství*. Brno: Doplněk. ISBN 80-7239-196-8.
- [40] SPITZER, Manfred, 2016. *Kybernemoc!: jak nám digitalizovaný život ničí zdraví*. Brno: Host - vydavatelství, s.r.o. ISBN 978-80-7491-792-9.
- [41] SUBRAHMANYAM, Kaveri et al., 2008. Online and offline social networks: Use of social networking sites by emerging adults. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 420-433. ISSN: 0193-3973. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0193397308000713>
- [42] ŠMAHEL, David, 2003. Komunikace adolescentů v prostředí internetu. *Československá psychologie*, 2(47), 144-156. ISSN 0009-062X.
- [43] THOROVÁ, Kateřina, 2015. *Vývojová psychologie: proměny lidské psychiky od početí po smrt*. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0714-6.
- [44] TURKLE, Sherry, 2012. *Alone together: why we expect more from technology and less from each other*. New York: Basic Books. ISBN 978-0-465-03146-7.
- [45] TURKLE, Sherry, 2015. *Reclaiming conversation: the power of talk in a digital age*. New York: Penguin Press. ISBN 978-1-101-61739-7.
- [46] TYRLÍK, Mojmír, 2004. *Morální jednání*. V Brně: Masarykova univerzita. ISBN 80-210-3535-8. Dostupné také z: <https://digilib.phil.muni.cz/handle/11222.digilib/103687>.

- [47] URBAN, Lukáš, 2017. *Sociologie: klíčová témata a pojmy*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5774-2.
- [48] VACEK, Pavel, 2010. *Morální vývoj v psychologických a pedagogických souvislostech*. Vyd. 3. Hradec Králové: Gaudeamus. ISBN 978-80-7435-051-1.
- [49] VÁGNEROVÁ, Marie, 2007. *Vývojová psychologie II.: dospělost a stáří*. Praha: Karolinum. ISBN 978-80-246-1318-5.
- [50] VÁGNEROVÁ, Marie, 2012. *Vývojová psychologie: dětství a dospívání*. Vyd. 2., dopl. a přeprac. Praha: Karolinum. ISBN 978-80-246-2153-1.
- [51] VYBÍRAL, Zbyněk, 2009. *Psychologie komunikace*. Vyd. 2. Praha: Portál. ISBN 9788073673871.
- [52] WALLACE, Patricia, 2016. *The Psychology of the Internet*. Second edition. New York: Cambridge University Press. ISBN 978-1-107-43732-6.
- [54] WILLERTON, Julia, 2012. *Psychologie mezilidských vztahů*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3924-3.
- [55] ZIMBARDO, Philip G., Nikita, COULOMBE, 2017. *Odpojený muž: jak technologie připravuje muže o mužství a co s tím*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-5797-1.

Internetové zdroje

- [56] BREZINA Ivan, 2019. Internet snižuje naši citlivost, zábrany padají, popisuje terapeutka. In: *iDNES.cz* [online]. 24. 8. 2019 [cit. 2020-03-10]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/onadnes/vztahy/socialni-site-facebook-internet-vliv-deti-vztahy-rozhovor-alzbeta-protivanska.A190816_171321_vztahy-sex_abr
- [57] Centrum nápovědy Instagram, © 2020. *Instagram* [online]. [cit. 2020-03-15]. Dostupné z: <https://help.instagram.com/>
- [58] Centrum nápovědy Facebook, © 2020. *Facebook* [online]. [cit. 2020-03-15]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/help/?ref=contextual>
- [59] Company Info: About Facebook, © 2020 Facebook. *About Facebook* [online]. [cit. 2020-03-15]. Dostupné z: <https://about.fb.com/company-info/>
- [60] Facebook, © 2020. *Facebook* [online]. [cit. 2020-03-11]. Dostupné z: https://www.facebook.com/pg/facebook/about/?ref=page_internal
- [61] GOLIS, Ondřej, 2019. Dokázal, že Rusko na nás útočí dezinformacemi. „Klíčovou roli hrají Zeman a Facebook,“ říká analytik. In: *iROZHLAS - spolehlivé a*

- rychlé zprávy* [online]. 13. 3. 2019 [cit. 2020-03-03]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/frantisek-vrabel-dezinformace-fake-news-rusko-facebook_1903130001_ogo
- [62] HROCH, Jaroslav, 2019. Dopamin za lajk. Sociální sítě jsou komerční veletrh a roste kvůli nim úzkost i deprese, říká neurolog. In: *iROZHLAS - spolehlivé a rychlé zprávy* [online]. 21. 4. 2019 [cit. 2020-03-03]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zivotni-styl/spolecnost/neurolog-stransky-mozek-rozhovor-facebook-twitter-socialni-site-dopamin-lajk_1904210700_och
- [63] JONES, Matthew, © History Cooperative 2020. History of Social Media: The Start of Online Networking. In: *History Cooperative* [online]. [cit. 2020-03-07]. Dostupné z: <https://historycooperative.org/the-history-of-social-media/>
- [64] Kdo je to influencer? MladýPodnikatel.cz. *MladýPodnikatel.cz - magazín o podnikání na internetu* [online]. © 2018 [cit. 2020-02-10]. Dostupné z: <https://mladypodnikatel.cz/stitek/influencer>
- [65] KOHOUT, Roman a kol., 2019. *Internetem bezpečně web offline 1.0* [online]. Karlovy Vary: you connected, z.s., [cit. 2020-02-15]. Dostupné z: <https://drive.google.com/file/d/1uLiDahdHHHOattQT03yojDMtjtRcUF8l/view>
- [66] KOHOUT, Roman a kol., 2019. *Učebnice informatiky* [online]. Karlovy Vary: you connected, z.s., [cit. 2020-02-15]. Dostupné z: https://drive.google.com/file/d/1qGK8MRsNomZoJPyuasQAD-ZMa7syVtv6i/view?fbclid=IwAR3qR1d5F90_Zvnuk4Q21B-NBSPWG73_iERz8hcSMTAAAtY6bANsx6C3Ho5YY
- [67] KOPECKÝ, Kamil, 2015. *České děti a Facebook 2015*. E-bezpečí, [online] Olomouc: Univerzita Palackého [cit. 2020-03-20]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/vyzkumne-zpravy/76-ceske-deti-a-facebook-2015/file>
- [68] LUPAČ, Petr, Alena CHROBÁKOVÁ a Jan SLÁDEK, 2014. *Internet v České republice 2014* [online]. Praha: Filozofická fakulta Univerzity Karlovy v Praze, [cit. 2020-02-15] s. 22-24. Dostupné z: <https://www.worldinternetproject.com/api/file/filemanage/56/Reports/20171009/files/35d73bc04851eb77c3bf12d7d860ca16.pdf>

- [69] MAZOUROVÁ, Ivana, 2017. *Komunikace na sociálních sítích a její dopady na přímou mezilidskou komunikaci* [online]. Olomouc [cit. 2020-05-10]. Diplomová práce. Univerzita Palackého. Vedoucí práce Mgr. et Mgr. Petra Sobková. Dostupné z: <https://theses.cz/id/h1sda7/>.
- [70] *Mobily v roce 2009: nástup dotykových displejů a Androidu*, © 2006. *Týden.cz* [online]. 27. 12. 2009 [cit. 2020-02-22]. Dostupné z: https://www.tyden.cz/rubriky/veda-a-technika/technologie/mobily-v-roce-2009-nastup-dotykovych-displeju-a-androidu_153063.html
- [71] Myspace, © 2020. *Encyclopedia Britannica* [online]. [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/Myspacecom>
- [72] *Online Dating Sites, Internet Dating Websites - BeautifulPeople.com*. ©2001 [online]. Copyright [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <https://www.beautifulpeople.com/en-CZ>
- [73] O společnosti LinkedIn, © 2020. *About LinkedIn* [online]. [cit. 08-03-2020]. Dostupné z: https://about.linkedin.com/cs-cz?trk=homepage-basic_directory_aboutUrl
- [74] *Replug me*, 2020 [online]. [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <https://www.replug.me/>
- [75] ŘEHÁKOVÁ, Blanka, 2003. Vzorce přátelství v české společnosti. *Sociologický časopis*. [online]. 39(4), 509-528. [cit. 2020-05-10]. Dostupné z: <https://sreview.soc.cas.cz/pdfs/csr/2003/04/05.pdf>
- [76] Sociální sítě, © 2018. *Internetem bezpečně* [online]. [cit. 2020-03-04]. Dostupné z: <https://www.internetembezpecne.cz/internetem-bezpecne/socialni-media/socialni-site/>
- [77] *Spolužáci.cz končí po 14 letech Kvůli GDPR*, © 2003. *Novinky.cz – nejčtenější zprávy na českém internetu* [online]. [cit. 2020-03-07]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/internet-a-pc/clanek/spoluzaci-cz-konci-po-14-letech-kvuli-gdpr-9908>
- [78] *Terapie sdílením – Ester a Josefina*, © 2020. *Ester a Josefina*. [online]. [cit. 2020-03-07]. Dostupné z: <https://esterajosefina.com/pages/terapiesdilenim>
- [79] *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci – 2019 ČSÚ*, 2019. *Český statistický úřad* [online] [cit. 2020-03-03].

Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/vyuzivani-informacnich-a-komunikacnich-technologie-v-domacnostech-a-mezi-jednotlivci-2019>

- [80] *We Are Social Ltd.*, © 2008–2020. [online]. [cit. 2020-03-11]. Dostupné z: <https://wearesocial.com/uk/>
- [81] Why fake accounts dominate Instagram: #followme, © VPRO Backlight November, 2018. In: *Youtube* [online]. 14. 5. 2019 [cit. 2020-02-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=-zjkkWIyNZk&feature=youtu.be>. Kanál uživatele vpro extra.

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

aj.	a jiné
apod.	a podobně
atd.	a tak dále
cit.	citováno
ČSÚ	Český statistický úřad
č.	číslo
ČR	Česká republika
DVO	dílčí výzkumná otázka
et al., a kol.	a kolektiv
HVO	hlavní výzkumná otázka
H	hypotéza
M	aritmetický průměr
MAX	maximální hodnota
MIN	minimální hodnota
N	počet
např.	například
p	hladina významnosti
r	koeficient korelace
s.	strana
SD	směrodatná odchylka
tzn.	to znamená
tzv.	tak zvaně
VŠ	vysoká škola

SEZNAM OBRÁZKŮ

<i>Obrázek 1: Časová osa Facebooku a dalších produktů</i>	<i>31</i>
---	-----------

SEZNAM TABULEK

<i>Tabulka 1: Klady a zápory sociálních sítí</i>	<i>25</i>
<i>Tabulka 2: Rozdíly mezi offline a online komunikací</i>	<i>35</i>
<i>Tabulka 3: Výzkumný soubor – počet respondentů ve věku 18-25 let</i>	<i>55</i>
<i>Tabulka 4: Pořadí a četnost – Druhy využívaných sociálních sítí</i>	<i>57</i>
<i>Tabulka 5: Účely využívání sociálních sítí</i>	<i>59</i>
<i>Tabulka 6: Celkové hodnoty offline vztahů.....</i>	<i>60</i>
<i>Tabulka 7: Offline vztahy.....</i>	<i>61</i>
<i>Tabulka 8: Online vztahy – klady a zápory sociálních sítí.....</i>	<i>63</i>
<i>Tabulka 9: Online vztahy - klady a zápory</i>	<i>63</i>
<i>Tabulka 10: Online vztahy - vztah k sociálním sítím a trávení času</i>	<i>65</i>
<i>Tabulka 11: Online vztahy - vztah k sociálním sítím a čas.....</i>	<i>65</i>
<i>Tabulka 12: Online vztahy – prožívání a chování</i>	<i>66</i>
<i>Tabulka 13: Online vztahy – prožívání (emoce) a chování na sociálních sítích</i>	<i>67</i>
<i>Tabulka 14: Pocity osamělosti.....</i>	<i>69</i>
<i>Tabulka 15: Pocity osamělosti.....</i>	<i>69</i>
<i>Tabulka 16: Koeficient korelace offline vztahy a online vztahy</i>	<i>70</i>
<i>Tabulka 17: Koeficient korelace pocity osamělosti a offline vztahy</i>	<i>71</i>
<i>Tabulka 18: Koeficient korelace pocity osamělosti a online vztahy.....</i>	<i>72</i>

SEZNAM GRAFŮ

<i>Graf 1: Výzkumný soubor - pohlaví</i>	54
<i>Graf 2: Výzkumný soubor – sociální status</i>	56
<i>Graf 3: Koeficient korelace Offline vs. Online vztahy</i>	71
<i>Graf 4: Koeficient korelace pocity osamělosti a offline vztahy</i>	72
<i>Graf 5: Koeficient korelace pocity osamělosti a online vztahy</i>	73

SEZNAM PŘÍLOH

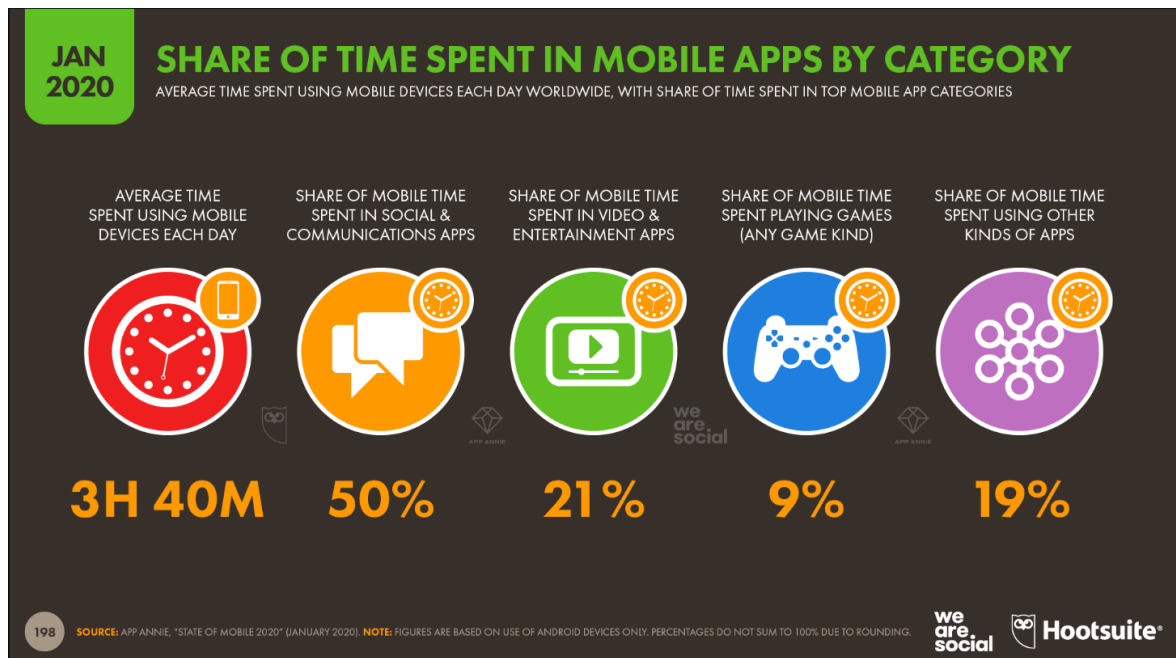
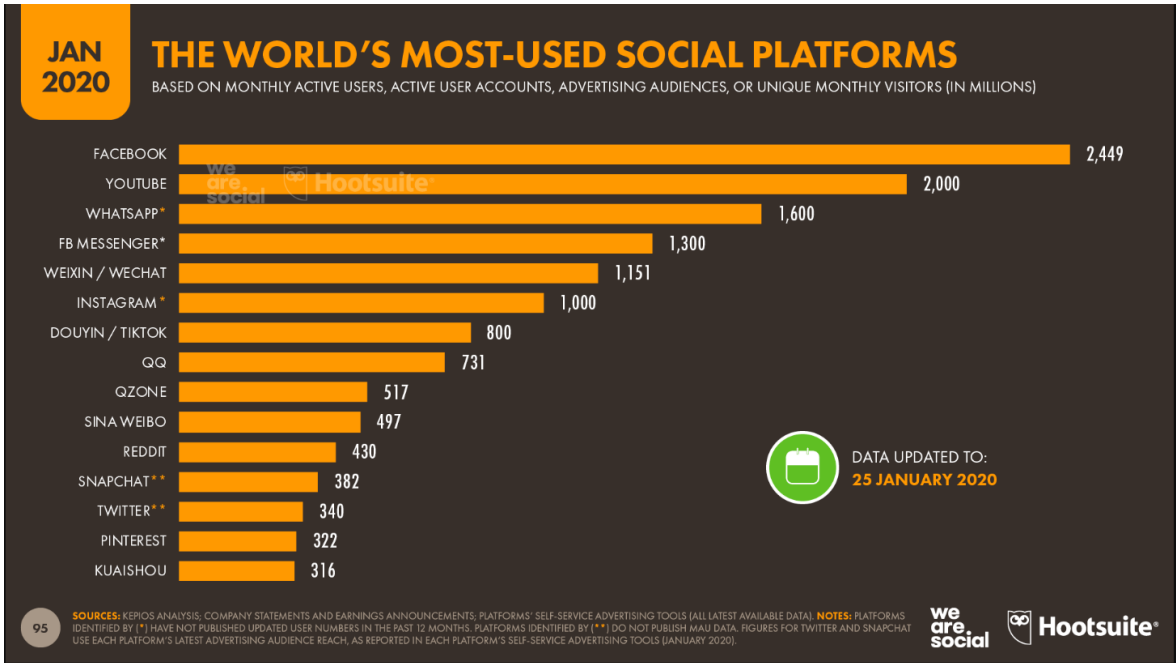
P I We are Social – Digital 2020 (svět)

P II We are Social – Digital 2020 (ČR)

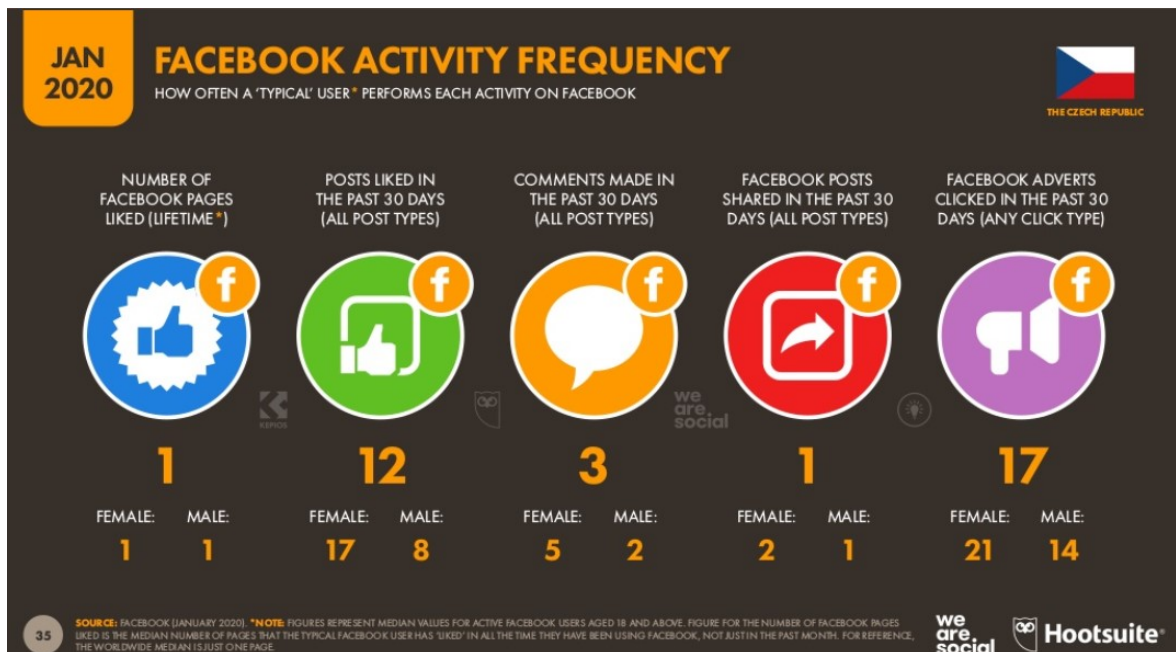
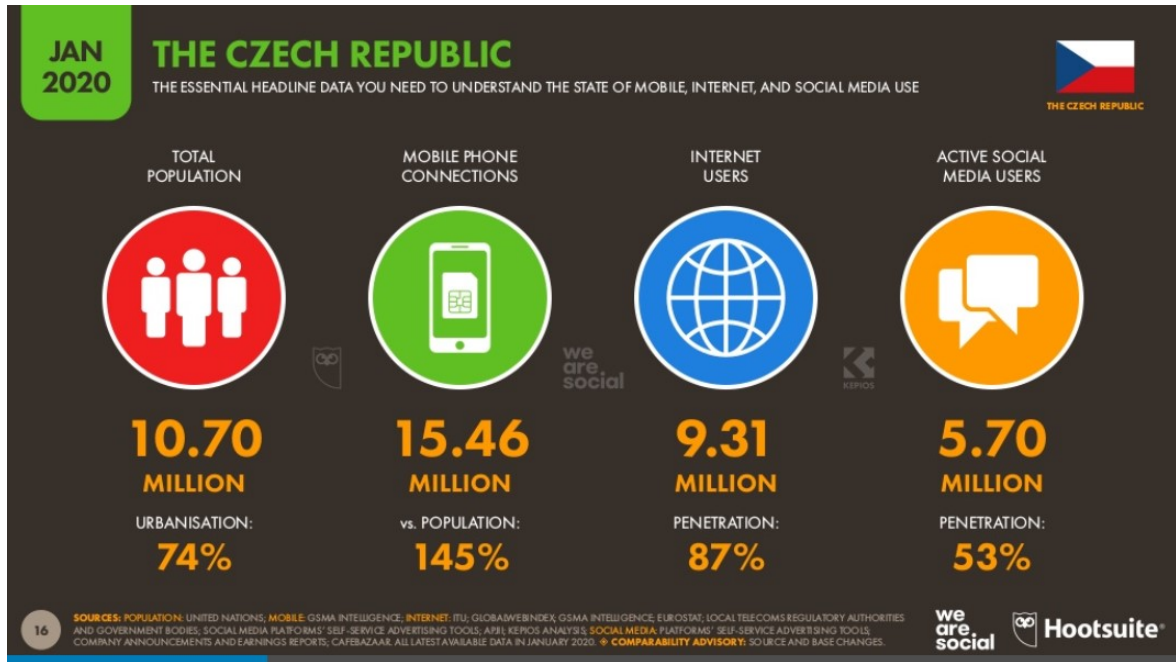
P III Terapie sdílením

P IV Dotazník

PŘÍLOHA P I: WE ARE SOCIAL – DIGITAL IN 2020 (SVĚT)



PŘÍLOHA P II: WE ARE SOCIAL – DIGITAL IN 2020 (ČR)



PŘÍLOHA P III: TERAPIE SDÍLENÍM

Tož kocoure, my jsme asi "done"...

Nerozumím tvým pocitům bez smajlíků

Viem, ze uz so mnou nechces byt. Ale je mojou povinnostou informovat ta o mojom smutku.

Nešla by si na rande?

promin... jsem zadana...

Takže ty jsi žádaná? Krávo!

Musíš jít volit!!!!!!

Jdu! Neřvi na mě!!!!!!

nemuzu usnout

Ja jo

Cus

dobré 😊 udelas si na me v praze teda caas, nebo na me haziš bobek ?

asi bobek 😞

Cauky Evo, včera to bylo fakt super.. a mam pocit ze i tobe se to dost libilo. Aspon jsi tak znela

Klidne bych si dal repete. Chapes, co tim myslim? ;)

Cauky, Eve se to asi zas tak nelíbilo, pac ti dala blby číslo.

.... a kdy asi dorazis? Jen kvůli koordinaci vecere..



Já jsem se rozhodl, ze už nepřijdu. Potřebuju teď klid. Promiň. A díky za všechno. M

Ok. Nevadi.. tak kdybys mel zas nekdy hlad, nebo by se ti stejskalo po detech, tak cinkni. Pa

Ju.

Já už jedu ty truhlíku...

Zamilovala jsem se do tvych oci a do tveho uprimneho usmevu a chovani.. nikdy nikdo me tak nezaujal a nezalibil na první pohled jako ty.. i když ty pises ze se skoro nezname, tak vim jak jsi hrozne fajn a kluk se kterym bych chtěla travit svůj cas a ze by jsi mi za to všechno stal...



Jsem na treninku

8. Vyznačte své preference k následujícím tvrzením: *

Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

	1 - naprosto nesouhlasím	2	3	4	5	6	7 - naprosto souhlasím
Rád/a trávím čas na sociálních sítích.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sociální sítě jsou v mém životě důležité.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dokážu si představit život bez sociálních sítí.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Na sociálních sítích dokážu trávit čas klidně i celý den.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Na sociální sítě chodím několikrát za den.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sociální sítě mi zabírají volný čas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jsem spokojený/á s časem, který věnuji sociálním sítím.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Každý den jsem online více jak 6 hodin.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O víkendu trávím na sociálních sítích více času.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Vyznačte své preference k následujícím tvrzením: *

Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

	1 - naprosto nesouhlasím	2	3	4	5	6	7 - naprosto souhlasím
Na sociálních sítích se cítím svobodně.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Na sociálních sítích se cítím v bezpečí.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Na sociálních sítích mám vždy společno.st.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Na sociálních sítích se cítím sebevědomější.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Na sociálních sítích se často zapojuji do diskusí.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Na sociálních sítích se cítím více společenský.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Často řeším problémy s mými online přáteli.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Na sociálních sítích jsem vždy k dispozici.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Při jiných aktivitách mám zapnutou sociální síť v pozadí.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Často odejdu z neukončené konverzace s mými online přáteli.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mezi mými online přáteli jsou i lidé, které příliš neznám.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Na sociálních sítích se chovám jinak než v reálném životě.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Svým online přátelům věnuji více času než svým přátelům, se kterými se stykám v reálném životě.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Komunikace na sociálních sítích má pro mne stejnou hodnotu jako komunikace v reálném životě.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Vyznačte své preference k následujícím otázkám: *

Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

	1 - nikdy	2	3	4	5	6	7 - vždy
Jak často cítíte, že vám chybí společnost?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jak často máte pocit, že tu není nikdo, na koho se můžete obrátit?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jak často se cítíte společenší a přátelštější?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jak často se cítíte být izolováni od ostatních?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jak často cítíte, že můžete vyhledat společnost, kdykoliv ji chcete?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jak často se cítíte stydlivě?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jak často máte pocit, že lidé jsou okolo vás, ale nejsou s Vámi?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Děkují za Váš čas při vyplňování dotazníku. Přejí hezký den.