

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI
PEDAGOGICKÁ FAKULTA

Ústav pedagogiky a sociálních studií

Diplomová práce

Lic. Irena Ředinová

Trávení volného času dospívajících pod vlivem sociálních sítí

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci zpracovala samostatně a v seznamu uvedla veškeré použité zdroje.

V Olomouci, dne 18. 6. 2022

Lic. Irena Ředinová

Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala vedoucímu mé diplomové práce Mgr. Pavlu Neumeisterovi, Ph.D. za pozornost, vstřícný přístup, podnětné připomínky a odborné rady při vypracování této diplomové práce.

Obsah

Úvod	6
Teoretická část	8
1 Volný čas	8
1.1 Vymezení pojmu volný čas	8
1.2 Vývoj pojetí volného času	9
1.3 Funkce volného času	11
1.4 Faktory ovlivňující volný čas	12
1.5 Volný čas jako jeden z ukazatelů životního stylu	13
2 Charakteristika zkoumaného vývojového období jedince	15
2.1 Vymezení vývojového období	16
2.2 Socializace	18
2.2.1 Vlastní identita	19
2.2.2 Vliv vrstevníků	20
2.2.3 Vliv internetu	21
3 Internet	23
3.1 Stručná historie internetu	23
3.2 Internet v současnosti	25
3.3 Funkce internetu	27
4 Sociální sítě	28
4.1 Vymezení pojmu sociální síť	28
4.2 Vývoj sociálních sítí	30
4.3 Rozdělení sociálních sítí	31
4.4 Profil na sociálních sítích	36
4.4.1 Dospívající jako uživatelé sociálních sítí	38
4.5 Vliv sociálních sítí na dospívajícího jedince	39
Empirická část	41

5	Zhodnocení aktuální stavu zkoumané problematiky	41
6	Charakteristika výzkumného šetření	44
6.1	Výzkumné cíle	44
6.2	Výzkumné otázky a hypotézy	44
6.3	Metodologie výzkumného šetření.....	47
6.4	Organizace výzkumného šetření	48
6.5	Charakteristika výzkumného souboru	49
7	Výsledky výzkumného šetření	53
8	Vyhodnocení a diskuse výsledků výzkumného šetření	64
8.1	Metody ověřování hypotéz	64
8.2	Ověřování stanovených hypotéz a analýza zjištěných korelací	65
8.3	Diskuse.....	83
	Závěr.....	87
	Seznam zkratk.....	89
	Seznam použitých zdrojů.....	90
	Seznam obrázků a grafů	97
	Seznam tabulek.....	98
	Seznam příloh.....	99

ÚVOD

Někteří lidé si ještě vzpomenou, jak vypadal svět před sociálními sítěmi. To však není případ současné generace mladých lidí, kteří si mnohdy takový svět ani nedokážou představit.

V dnešní době je jimi každý obklopen, a proto jsou považovány za každodenní součást běžného života. Problematika sociálních sítí je velmi aktuální téma. Nicméně jejich používání přináší velkou řadu negativních rizik, které mohou mít vážné důsledky pro jednotlivé uživatele.

Hlavním motivem zvolení tohoto tématu, bylo mé každodenní setkávání středoškolských studentů v ranním školním klubu. Každé ráno se zde studenti scházeli, ale nemluvili spolu, nicméně psali si navzájem po sociálních sítích. K údivu bylo, že daní studenti seděli přímo vedle sebe. Celou dobu, kterou mohli věnovat sobě navzájem, přípravou na vyučování, raději drželi v ruce mobilní telefony a prohlíželi si jednotlivé sociální sítě. Věnovali se různému vystavenému obsahu, který si navzájem lajkovali (udělovali „To se mi líbí“). Jeden druhému posílali různé odkazy, videa či fotky a předháněli se, kdo najde lepší příspěvek. Osobně sociální sítě také využívám, a proto jsem se chtěla dozvědět, zda opravdu mají na mladé studenty takový vliv. Druhým motivem bylo mé studijní zaměření (Řízení volnočasových aktivit), a tak jsem chtěla propojit své oba motivy a zjistit, jaký vliv sociální sítě mají na volný čas dospívajících.

Hlavním cílem diplomové práce je zjistit, zda si dospívající volí (realizují) volnočasové aktivity na základě vědomí, že konkrétní aktivity jsou lajkovanou aktivitou na sociálních sítích.

Pro dosažení hlavního cíle, bylo nutné začít shromážděním dostupných zdrojů, ty poté analyzovat, zhodnotit a porovnat. Poté mohla začít vznikat první část práce, kde se definovala základní teoretická východiska. Vymezily se základní pojmy jako volný čas, sociální sítě, ale i charakteristika daného vývojového období.

Po teoretickém ukotvení diplomové práce, bylo možné přejít k empirické části. Bylo nutné ujasnit si metodologii výzkumu, formu výzkumu a především stanovit si dílčí cíle práce a hypotézy.

Pro přehlednost jsou zde uvedeny jednotlivé dílčí cíle teoretické části:

- Vymezit problematiku volného času.
- Charakterizovat zkoumané vývojové období.
- Charakterizovat internet a sociální sítě a popsat jejich rozdělení.
- Propojit jednotlivé problematiky.

A dílčí cíle empirické části:

- Zjistit, jaké současné sociální sítě dospívající jedinci nejvíce preferují.
- Zjistit, zda existuje souvislost mezi pohlavím a sledovaným obsahem na sociálních sítích.
- Zjistit, zda existuje souvislost mezi typem sdíleného obsahu a časem, kdy se jedinec aktivně podílí na tvoření vlastního obsahu.
- Zjistit, zda existuje souvislost mezi pohlavím a vkládáním vlastního obsahu na sociální sítě.
- Zjistit, jaký druh prezentace (fotografie, videa apod.) a jak často jej dospívající sdílí na sociálních sítích.
- Zjistit, zda existuje souvislost mezi vlastním sdíleným obsahem a počtem získaných lajků za jeho publikování.
- Zjistit, zda zaměření obsahu má vliv na to, jak často ho dospívající lajkují.
- Zjistit, jaký způsob trávení volného času dospívající preferují.
- Zjistit, jaké faktory ovlivňují dospívající při výběru volnočasové aktivity.
- Zjistit, zda si dospívající volí způsob trávení volného času podle nejvíce lajkovaných příspěvků.

TEORETICKÁ ČÁST

1 VOLNÝ ČAS

V této kapitole bude vymezen pojem volný čas, nastíněn historický vývoj volného času a popsány jeho funkce a faktory, které ho ovlivňují. Závěr kapitoly je věnován volnému času jako jednomu z ukazatelů životního stylu.

1.1 Vymezení pojmu volný čas

Tématem volného času se zabývá mnoho autorů ve svých vědeckých pracích a knižních publikacích. Pokusili se definovat volný čas co nejpřesněji. Mezi autory, kteří se této problematice věnují, patří Freysinger, Kelly (2004), Pávková (2008), Šerák (2009), Tůma (2018), Hanuliaková (2020) a mnoho dalších.

V pedagogickém slovníku je volný čas popisován jako doba, kdy člověk může vykonávat činnosti podle svých zájmů a uvážení. Tato doba je ohraničený časový úsek, který zbude po odečtení času věnovanému pracovním povinnostem, vlastním fyzickým potřebám, chodu domácnosti a rodině. (PRŮCHA, 2009)

Pávková (2008) hovoří o volném času jako o době, kdy člověk dělá vše, protože chce a rád. Všechny tyto činnosti mu přinášejí radost, uspokojení a uvolnění. Volný čas obsahuje vše, co přináší oddech, rekreaci, potěšení, radost, osobnostní rozvoj, uspokojuje náš zájem a podobně.

Podle Tůmy (2018) lze volný čas chápat jako opak doby, ve které člověk musí splnit své povinnosti. To jsou činnosti, jež má člověk vykonat bez ohledu na to, zda jsou mu příjemné či nikoli. U dospělého jedince se jedná zejména o povinnosti v zaměstnání, péče o rodinu, o domácnost, zajišťování a uspokojování základních biologických potřeb a veškeré časové ztráty s tímto související. Autor poukazuje na skutečnost, že oddělení volného času od povinností není úplně jednoduché.

Hanuliaková (2020) ve své definici udává, že existují dva hlavní přístupy jak pojem volný čas vymežit. První je sociologizující přístup. Ten vychází z analýzy činnosti jedince ve volném čase. Snaží se ho chápat objektivně, a proto ho definuje jako čas, který člověku zbude

po odečtení doby věnované povinnostem a uspokojování svých fyzických potřeb. Druhý přístup je psychologizující. Ten vychází z pocitů, jak člověk vnímá vykonávanou činnost, jaký má k ní postoj a jak je pro něho významná. Volný čas je v tomto přístupu vnímán subjektivně.

Autoři Freysinger, Kelly (2004) se také zabývají objasněním termínu volný čas a upozorňují na rozdílnost definicí. Sdělují, že rozdílnost vymezení pojmu pochází od samotných autorů, protože každý na definici pohlíží z jiného úhlu pohledu.

Této skutečnosti si všiml i Šerák (2009), který rozděluje volný čas do tří rovin ještě před tím, než začne volný čas vymezovat. Těmi rovinami jsou:

- a) *Rovina individuální*, ve které jde o seberealizaci a uspokojení zájmů člověka;
- b) *Rovina sociální*, myšleno jako prevence sociálně-patologických jevů a realizace konkrétního životního stylu;
- c) *Rovina edukační*, která je zaměřena na vzdělávání a rozvoj jedince.

I když jsou jednotlivé definice trochu odlišné, všechny hovoří o volném čase jako o určitém časovém úseku, ve kterém se člověk může svobodně rozhodovat. Záleží na konkrétním jedinci, jak svůj volný čas využije. Jaké činnosti zvolí, závisí pouze na něm a na jeho zájmech. Vybírá si je tak, aby mu přinesly radost, uspokojení, fyzický a psychický odpočinek.

Obecně lze tedy říci, že jde o čas, ve kterém si jedinec může dobrovolně volit činnosti. Ty mu pak poskytují příjemný prožitek. Tento čas svobody a volnosti využívá člověk pro své sebevyjádření, k osobnostnímu rozvoji, odpočinku a k obnově sil. Jednotlivé činnosti jsou voleny na základě vlastních zájmů a potřeb.

1.2 Vývoj pojetí volného času

V současné době je pojem volný čas velmi diskutovanou záležitostí, neboť ve velké míře ovlivňuje mnoho oblastí našeho života. V krátkosti je však třeba poukázat na to, jakou významnou a důležitou roli sehrál volný čas v průběhu historie. Jak se pohled na volný čas měnil a zhodnotit tak minulost se současností.

Volným časem se zabýval a analyzoval ho již Aristoteles. Nicméně v dobách starověkého Řecka se volný čas zakládal na nespočetném množství lidí v otroctví. Středověk s sebou přinesl dominantní postavení církve, proto není překvapením, že volný čas byl v této době chápán jako čas pro modlitbu, rozjímání a ctění svátků. (JANDOVÁ, 2014)

V období renesance sloužil volný čas k získávání energie pro další pracovní nasazení. Práce byla pokládána za nejdůležitější věc, a proto čas určený k obnově sil znamenal pro tehdejší lid mnoho. Nepracujícími lidmi bylo opovrhováno. (KNOTOVÁ, 2011)

V devatenáctém století si volný čas budoval významné postavení v životě člověka. Volným časem disponovala především bohatší vrstva obyvatel ve městech, ale své postavení začínal získávat i v nižších sociálních vrstvách. Navíc, ve dvacátém století, díky technologickému rozvoji docházelo ke zkracování pracovní doby, které vedlo k velkému nárůstu volného času. Tento nárůst přinesl také problémy se zvyšujícím počtem přebytečných lidí. Problémy s těmito lidmi začínaly od školního věku, protože s velkým nárůstem volného času neměly děti a mládež co na práci. Kvůli úspoře financí v pozdějším věku se zrodila myšlenka zařízení pro volný čas. Zakládaly se tedy víkendové domy, městské kluby, kavárny a spolky. Postupem času bylo nutné rozdělit jednotlivé činnosti podle zájmu, proto se začaly objevovat hudební, tělovýchovné, vzdělávací, divadelní a turistické aktivity. Netrvalo dlouho a začala se organizovat různá shromáždění, výlety a podobně. Najednou děti a mládež měly možnost volby. Mohly si vybrat aktivity, které je zajímaly. (PÁVKOVÁ, 2008)

Doba rozvoje volného času však netrvala dlouho. Knotová (2011) nastiňuje situaci v tehdejší Československu, kdy od padesátých let dvacátého století byl volný čas pod vlivem komunistických a socialistických ideálů. Kvůli možnému rozporu mezi socialistickými ideály a volným časem byl právě volný čas v dobách totalitních režimů zcela podřízen ideologii. Člověk tedy měl svůj čas pro sebe, ale nemohl ho svobodně využít.

V devadesátých letech dvacátého století nastala velká proměna společnosti. „*Zanikla bipolarita uspořádání na evropském kontinentu, zintenzivněly mezinárodní kontakty, ... Do popředí vystupují společné zřetele a cíle, jejichž zásadním společným východiskem se počátkem tohoto období stala Úmluva o právech dítěte (OSN, New York, 20. listopadu 1989) – u nás přijatá jako zákon č. 104/1991 Sb.*“ (PÁVKOVÁ, 2008, s. 26)

Začátek dvacátého prvního století znamenal další velké změny, protože vstupují lidstvu do života informační technologie, jako jsou například satelitní přijímače, televizory, počítače,

mobilní telefony, internet a podobně. V mnoha oblastech přináší pokrok, ale mnohdy v rukách dětí a mládeže mohou negativně ovlivnit lidské vědomí, myšlení, hodnoty a především životní styl.

1.3 Funkce volného času

Tak jako se autoři neshodnou na jednotné definici volného času, tak obdobná situace nastává i v oblasti jeho funkcí. Základní podstata je u mnohých autorů velmi podobná, avšak v bližším srovnání jsou některé podrobnosti značně odlišné.

Například Bendl a kol. (2015) uvádí čtyři specifické funkce:

- a) *Výchovně-vzdělávací*, kdy se jedná o záměrné a cílevědomé formování osobnosti člověka;
- b) *Zdravotní*, která podporuje zdraví člověka v jeho tělesném, dušním i sociálním vývoji;
- c) *Sociální*, je zaměřena na bezpečnost, péči o děti, rozvoj sociálních kompetencí a upevňování společenských pravidel;
- d) *Preventivní*, protože je mnohem účinnější negativním jevům předcházet, než je později napravovat.

Šerák (2009) naopak dělí funkce volného času pouze do tří skupin:

- a) *Zábava*, která je propojena s činnostmi zahánějícími nudu, přinášející člověku radost a uspokojení;
- b) *Odpočinek*, jako nástroj relaxace k doplnění fyzické a psychické síly;
- c) *Vlastní rozvoj osobnosti člověka* – seberealizace v oblasti zájmů daného jedince.

Dále se lze v odborné literatuře setkat s takovým členěním, jaké uvádí Hanuliaková (2020). Ta vymezuje funkce volného času takto:

- a) *Zdravotně-hygienická funkce*, vyznačuje se tím, že se snaží odpočinkem vyrovnat pracovní či studijní zatížení jedince a umožnit mu obnovu fyzických a psychických sil;
- b) *Formativně-výchovná funkce*, působí a ovlivňuje formování osobnosti člověka, seberozvoj včetně jeho potřeb a zájmů;

- c) *Vzdělávací funkce*, jedná se o prostor pro vzdělávání, ve kterém si člověk může zajistit velké množství informací z různých oblastí;
- d) *Seberealizační funkce*, slouží k uspokojování individuálních potřeb a zájmů;
- e) *Socializační funkce*, vytváří prostor a podmínky pro aktivní začleňování člověka do společnosti;
- f) *Preventivní funkce*, umožňuje předcházet sociálně patologickým jevům.

Další pohled na funkce volného času je od dvojice autorů Hodaň a Dohnal (2008), kteří jej popisují jako činitele působící na jedince a uvádí následující funkce:

- a) *Rozvíjející*, zaměřené na všestranný rozvoj osobnosti;
- b) *Regenerační*, sloužící k obnově pracovních sil jedince, ať už aktivním odpočinkem, kompenzací jednostranné pracovní zátěže a podobně;
- c) *Prožitková*, je zaměřena na navozování kladných prožitků.

Podle výše uvedených funkcí volného času lze předpokládat, že funkce jsou proměnné a jsou přímo závislé na postoji člověka či společnosti k volnému času.

1.4 Faktory ovlivňující volný čas

Ve volném čase se člověk svobodně rozhoduje, jakým činností se bude věnovat. Jaký způsob trávení volného času zvolí, může ovlivnit jeho každodenní život. S přibývajícím věkem volný čas získává na svém významu a důležitosti. Zájmy člověka se stávají více vyhraněnými.

Nicméně existuje mnoho faktorů, které dokážou ovlivnit podobu a způsob trávení volného času. Významný dopad mohou mít sociální, politické i ekonomické jevy, dále i demografické, kulturní a mnohé další specifické faktory. V některých případech dokážou volný čas podporovat, ale na druhou stranu i velmi omezovat. Velkou roli hraje konkrétní jedinec, především jeho osobnost, zaměření a zároveň jeho prostředí, ve kterém žije. (ŠERÁK, 2009)

Mezi další aspekty lze zařadit věk, pohlaví, profesi a vzdělání. „Výzkumy (srov. Duffková, 2000) ukazují, že hodnotu volného času oceňují především mladí jedinci s vyšším vzděláním, zaměstnanci, úředníci, žáci a studenti. Nízkou důležitost mu naopak přiřkládají

důchodci, zemědělci, osaměle žijící lidé s nižší úrovní vzdělání, velmi nízkými příjmy a příslušníci nižších vrstev.“ (ŠERÁK, 2009, s. 37)

Vyhnálková (2013) rozděluje faktory do dvou kategorií:

- a) *Vnitřní (endogenní) činitele*, které vycházejí z osobnosti daného člověka, do této skupiny autorka řadí: demografické faktory, psychický, zdravotní a fyzický stav;
- b) *Vnější (exogenní) činitele*, jsou ty, jež člověka obklopují, ale dějí se nezávisle na něm, jedná se především o prostředí, ve kterém jedinec žije, jakou má rodinu, místo bydliště, vrstevníky a podobně.

Jevy, které ovlivňují volný čas, dělí Kostelanský (2013) na tři hlavní skupiny:

- a) *Osobní faktory*, do nichž řadí věk, pohlaví, povahu a rodinné zázemí jedince;
- b) *Společenské faktory*, kde je zařazena materiální a duchovní kultura společnosti;
- c) *Prostorové faktory*, týkající se přírodních podmínek, kvality životního prostředí, dopravy a podobně.

Tyto základní faktory navíc mohou být doplněny o faktor času, materiální a finanční podmínky a vliv formálních popřípadě neformálních skupin. (KOSTELANSKÝ, 2013)

1.5 Volný čas jako jeden z ukazatelů životního stylu

Volný čas respektive trávení volného času dospívajících hraje ve vytváření životního stylu významnou roli.

Pod pojmem životní styl si lze představit způsob života daného jedince v určitém místě a historickém období vývoje společnosti. Vyznačuje se každodenním chováním člověka, do kterého prolíná svou hodnotovou orientaci, svůj souhrn norem, zájmů, postojů, potřeb a mnoho dalšího, co tvoří či je součástí okolí jeho života. Proto je zřejmé, že životní styl je velmi výrazně ovlivněn životním způsobem dané společnosti, ve které jedinec žije. (SIGMUND, 2011)

Ač má každý životní styl jedince různá specifika, lze obecně říci, že se každý snaží o totéž, a to o naplnění života. Proto životní styl úzce souvisí s hodnotami, ideály a životními plány daného jedince. Aby šlo lépe porozumět životnímu stylu, lze ho podle Krause (2006) charakterizovat činnostmi rozdělených do následujících kategorií:

- a) *Aktivity orientované na práci, profesi a přípravu na ni* – činnosti spojené se vzděláváním, vstupem a adaptací v zaměstnání a podobně;
- b) *Aktivity spojené s rodinou* – jedná se o hledání životního partnera, zakládání rodiny, jejím budováním, výchovu potomků a podobně;
- c) *Aktivity v oblasti zájmů* – zde se řadí činnosti spojené s vyhraňováním osobních zájmů, jejich pěstováním, rozvojem, hledáním cesty pro součinnost zájmů s ostatními členy rodiny, odpočinkem, relaxací a podobně;
- d) *Aktivity společenského života* – jedná se o zapojení jedince do společenského života, budování a udržování přátelských vztahů a podobně.
- e) *Aktivity týkající se základních biologických a hygienických potřeb.*

Všechny výše uvedené aktivity jsou úzce spjaty s časem, proto lze každou kategorii dělit dle času na aktivity v pracovní době a mimopracovní dobu. A právě způsob „... využití volného času je tak jedním z důležitých ukazatelů životního stylu.“ (KRAUS, 2006, s. 21)

V souvislosti s proměnami současné společnosti se mění životní styl jedinců a u generace dospívajících se velmi zrychluje proměna povahy trávení volného času. Je to spojeno s rychlým vývojem technologií a nástupem internetu. Proto je zřejmé, že dospívající mají svůj čas spjatý s počítačem (telefonem, tabletem, ...) vybaveným nepřetržitým přístupem k internetu. Pro dospívající se stal obraz, vizuální podoba, hypertext, multimédia jakýmsi symbolem. Do oblastí volného času jim vstoupila virtuální realita. Dá se považovat, že počítač, mobilní telefon se staly jistým průsečíkem aktivit. Střetávají se v něm aktivity klasické (například sportovní) s aktivitami novými (například fotografování, filmování, skupinová komunikace, poslech hudby, nakupování a podobně). Otevřela se tedy možnost, kdy jedinec může uspokojovat své potřeby sám i z pohodlí domova a zprostředkovávat si tak velké množství svých zájmů, které vytváří určitou virtuální část jeho životního stylu. (KOLESÁROVÁ, 2016)

2 CHARAKTERISTIKA ZKOUMANÉHO VÝVOJOVÉHO OBDOBÍ JEDINCE

Dospívání souvisí se zakončením základní školy a výběrem budoucího povolání. Jedná se o dobu sloužící k přechodu mezi dětstvím a dospělostí. Každý jedinec v tomto období prochází komplexní tělesnou, psychickou, morální a sociální přeměnou. Ve většině případů obdrží všeobecnou přípravu pro vlastní bezbolestný a především úspěšný vstup do společnosti. (DOLEJŠ, 2014)

Dospívání je charakteristické velkým počtem změn. Nejedná se pouze o fyzické změny, zjev, stavbu těla, výkonnost, ale také o změny v postojích, sociálních vztazích, zájmech a tak dále. Po celou dobu tohoto vývojového období každý jedinec zjišťuje, že se nalézá v určité nestabilní pozici, protože do světa dětí již nepatří, ale dospělí ho do svého světa ještě nepřijali. (ČAČKA, 2000)

Dospívající se tak velice liší od dětí, ale také i od dospělých, protože si snaží vytvořit svou specifickou subkulturu, která se liší vyjadřováním, stylem oblékání či samotnou úpravou zevnějšku. (LANGMEIER, 2006)

Mnoho autorů jako je Čačka (2000), Dolejš (2014), Pugnerová (2019), Thorová (2015), Vágnerová (2021) a spousta dalších specifikovali období dospívání, avšak téměř všichni se nedokázali shodnout na jednotném vymezení. Každý autor zařazuje období dospívání jinak, protože se průběh tohoto období u každého člověka liší. Dospívání je vázané na individuální vývoj daného člověka.

Melzer (2011) uvádí, že právě toto období je v podstatě určitý boj o nalezení vlastní identity. Jedná se o dlouhý a pomalý proces, díky kterému jsou položeny základy osobnosti budoucího dospělého člověka.

S tímto obdobím je to navíc ještě komplikovanější, protože „v současné době jsou nároky na vstup do světa dospělých složitější, zatímco chronologická hranice dospívání výrazně pokročila kupředu.“ (DOLEJŠ, 2014, s. 7)

Zvětšilo se časové rozmezí mezi dospíváním a dospělostí, které je zapříčiněno dřívějším začátkem dospívání, delší dobou vzdělávání a zvýšenými sociálními nároky pro úspěšný vstup mladých lidí do společnosti. (DOLEJŠ, 2014)

2.1 Vymezení vývojového období

V psychologickém slovníku lze najít definici, že dospívání je období ontogenetického vývoje, kdy člověk je na konci procesu sexuálního, emocionálního a sociálního zrání. Toto období začíná zhruba od dvanácti let a končí nejpozději ve dvaceti čtyřech letech. (HARTL, 2000)

Thorová (2015) hovoří o dospívání jako o adolescenci (pozdní dětství) a vytyčuje ho v období od dvanácti do devatenácti let. Uvádí, že nástupem puberty je zahájeno období adolescence. Začátek doprovází tělesné změny spuštěné zvýšenou produkcí pohlavních hormonů. Člověk neprochází jen fyzickou proměnou, ale i emoční, kognitivní a sociální změnou. Jedinec čelí velkým sociálním požadavkům vedoucím k úspěšnému začátku samostatného společenského života. Často se může stát, že daný jedinec je z tohoto důvodu vystaven vyšší stresové zátěži, která může vést k úzkostem či k odmítání samotné dospělosti.

Protože se u člověka vyskytuje dvojitý charakter projevů, rozlišuje Čačka (2000) v dospívání raději dvě navazující etapy: *pubescence (puberta)* a *adolescence*.

Pubescence

Pubertu lze nejčastěji zahrnout do období dvanácti až šestnácti let u dívek a od třinácti do sedmnácti let u chlapců. Začátek puberty je dán jednoznačně fyziologickými změnami, u chlapců se vyznačuje prvními ranními polucemi a u dívek první menstruací. (ČAČKA, 2000)

Další viditelné změny lze pozorovat na tělesném zevnějšku, zejména na pubickém ochlupení v oblasti genitálií a podpaží, rozšířením boků a růstu prsou u dívek, mutaci hlasu a zvětšení penisu s varlaty u chlapců a podobně. (DOLEJŠ, 2014)

Fyzické zrání bývá podnětem pro další změny. Ty mohou proběhnout jen v případě, že je na ně jedinec připraven. Díky tomu dochází ke změně způsobu myšlení. Najednou dokáže člověk abstraktně uvažovat a nedělá mu to problém i u variant, které nejsou reálně možné.

Celý proces je navíc doprovázen hormonální proměnou stimulující změny emočního prožívání. Z tohoto důvodu velmi často dochází k různým výkyvům v chování, které mohou upoutávat pozornost. (VÁGNEROVÁ, 2005)

Ač to jedinec nečiní záměrně, tak svou nedůtklivostí a přecitlivělostí dává okolí najevo, že ještě stále nenašel cestu ke své vnitřní harmonii. Protože mnohdy se v člověku odehrávají vnitřní a vnější konflikty, se kterými si úplně neví rady. (ČAČKA, 2000)

Pubescent se vyznačuje svou potřebou se osamostatnit z vazby na rodiče, a proto v tomto období mají pro něho značný význam jeho vrstevníci. Velkou roli hraje přátelství, první lásky a experimentování s partnerskými vztahy. Dalším zlomem v tomto období je ukončení povinné školní docházky. Najednou se dotyčná osoba musí rozhodnout, jakým profesním směrem se vydá. Toto rozhodnutí bude později určovat, jaké budoucí sociální postavení bude ve světě dospělých mít. (VÁGNEROVÁ, 2021)

V tomto náročném období však většina jedinců pociťuje nutnost dospět. Snaží se vynaložit své úsilí o nové kvality, aby dosáhli vyšší integrovanosti osobnosti. Celý proces je ovlivněn fyziologickými faktory, ale i dosaženou inteligencí, kvalifikací jedince, která vychází z výchovy a kvality kultivačních podnětů. (ČAČKA, 2000)

Adolescence

Adolescence je datována do období mezi sedmnáctým až devatenáctým rokem u dívek a u chlapců mezi osmnáctým až dvacátým rokem života. Nesmí se však zapomenout na individuální variabilitu, zejména v psychické a sociální oblasti. (ČAČKA, 2000)

Jedná se o druhou fázi dospívání. Nastává plná pohlavní zralost, která vede k prvnímu navazování sexuálních styků. (VÁGNEROVÁ, 2021)

Čačka (2000) uvádí, že dochází ke stabilizaci sebeřízení. Jeden z hlavních úkolů v období adolescence je získání úrovně zralé a kultivované osobnosti. Tento děj se odehrává ve dvou vzájemně se ovlivňujících procesech:

- *Personalizace či individualizace*, přehodnocení a uvědomění si nových osobních cílů, postojů, hodnot;
- *Socializace a kultivace*, začleňování se do společnosti.

Adolescenci lze brát také jako obtížné období, jelikož může docházet k různým chybám či krizím, které dospělý může považovat za nepochopitelné či nelehko odpustitelné. Nicméně na konci tohoto stádia se jedinec uklidňuje a nachází svou vnitřní harmonii. (ČAČKA, 2000)

Dalším znakem tohoto období je ukončení profesní přípravy, která vede k nástupu do zaměstnání popřípadě k volbě dalšího vzdělávání. Proto se mnohdy jedinec stává ekonomicky samostatným. Dále se lze setkat s komplexní psychosociální proměnou osobnosti. V tomto období je důležité, aby si jedinec utvrdil svou sociální identitu, a tím si vyzkoušel roli partnera ve vážném partnerském vztahu. (VÁGNEROVÁ, 2021)

Někdy se může jevit, že nároky na adolescenta jsou stejné jako nároky na dospělého člověka, ať už se jedná o zodpovědnost, cílevědomost, výkony, mravní hodnoty. Právně člověk dosáhne plnoletosti v osmnácti letech. Avšak vývoj člověka je různorodý, a proto mnoho jedinců splňuje předpoklady dospělosti ještě před dovršením osmnáctého roku, ale na druhou stranu je hodně lidí, kteří úrovně dospělosti dosáhnou až pár let potom. Je však podstatné si uvědomit, že adolescence ani dospělost není stav, ale permanentní proces, který probíhá v závislosti na vnitřních a vnějších změnách. Poměrně neměnné zůstávají jen nejobecnější hodnoty daného člověka. (ČAČKA, 2000)

2.2 Socializace

Člověk po narození není úplným člověkem, tím se stává až v průběhu socializace. Ta se vyznačuje postupným začleňováním jedince do společnosti a využívá k tomu soubor sociálního učení, zrání a růstu. Od malička se dítě učí prostřednictvím nápodoby a identifikace, zpočátku ve své rodině, poté v malých skupinách jako je třída, zájmový kroužek a nakonec se postupně zapojuje do nejširších společenských vztahů. V ideálním případě je výsledkem socializace dospělý člověk, který má společensky žádoucí chování a přijal základní etické a právní normy dané společností. (HARTL, 2000)

Člověk se po dobu svého života snaží uspokojit naprostou většinu svých potřeb. Velká část z nich je ve vztahu k druhým lidem, proto pro utváření psychiky jsou důležité sociální podněty. Pro duševní dění a jeho obsah hrají důležitou roli vztahy k ostatním lidem. (ŠIMÍČKOVÁ-ČÍŽKOVÁ, 2004)

Šimíčková-Čížková (2004) hovoří o charakteristických vlastnostech člověka, které vznikají začleňováním do kultury dané společnosti. Mnoho vlastností a projevů člověka je tedy dána jako důsledek společenských podmínek dané kultury.

„Podstatným činitelem utvářejícím vlastnosti duševního života člověka je jeho sociální zkušenost, tj. zážitky získávané z kontaktů a interakcí s jinými lidmi.“ (ŠIMÍČKOVÁ-ČÍŽKOVÁ, 2004, s. 7)

Velkou roli zde sehrávají názory a jednání druhých lidí. Do jaké míry daného jedince ovlivní, záleží, v jakém vztahu k němu druzí lidé jsou. Člověku se navíc v nových sociálních vztazích odráží vztahy minulé. Přenášením zkušeností ovlivňuje nejen sebe, svou osobnost, ale i druhé lidi.

2.2.1 Vlastní identita

Autoři Výrost, Slaměník a Sollárová (2019) sdělují, že vlastní identitu lze jednoduchým způsobem pochopit tak, že je to něco, kým člověk je, nebo co dělá člověka tím, čím je. Nicméně uvádějí, že přesnější vymezení zní, že identita je totožnost člověka v dané chvíli, kdy je sama sebou.

Podle Šmahela (2003) lze identitu vysvětlit jako nepřetržité prožívání sebe sama. Odráží se v ní výběr našich životních rolí a členství v komunitách. Každý jedinec by se měl aktivně podílet na formování své identity, a tím za ni bojovat. Pokud se tak nestane, lze předpokládat, že dojde k vytvoření „falešné“ identity, která pasivně přijímá normy, názory, hodnoty a cíle druhých lidí.

Mezi důležité vývojové úkoly dospívajících patří vytvoření respektive hledání vlastní identity. Na začátku této vývojové etapy se jedinec zajímá o názor druhých, a co si o něm myslí. Srovnává se se svými vrstevníky, snaží se přiblížit svými zájmy, způsoby, úpravou zevnějšku podle skupiny, do které chce patřit. Díky přijetí skupiny si osvojil skupinovou identitu, která je podstatná pro rozvoj vlastní osobní identity. V průběhu tohoto vývojového období si jedinec začíná uvědomovat svou jedinečnost, jakým je a čím se od ostatních liší. (PUGNEROVÁ, 2019)

Na začátku tohoto vývojového období se začíná zlepšovat sebekontrola a vytrvalost. Jedinec již dokáže lépe odhadnout své možnosti a schopnosti. Odpovědnost za své výsledky a chování se však zvyšuje až ve druhé fázi dospívání. (VÁGNEROVÁ, 2021)

„Mít identitu znamená znát odpověď na otázku, kdo jsem, znát sám sebe, rozumět svým citům, vědět, kam patřím, kam směřuji, čemu doopravdy věřím, v čem je smysl mého života.“ (ŘÍČAN, 2006, s. 217)

2.2.2 Vliv vrstevníků

Vrstevnická skupina má v období dospívajícího jedince významnou roli. Zajišťuje mu sociální a emoční oporu v době, kdy je kritický ke vztahu k autoritám a zároveň se snaží oprostít závislosti na rodičích. (VÁGNEROVÁ, 2021)

Dospívající tvoří neformální skupiny o třech až šesti členech navzájem se formující a dohromady se podílející na určitých činnostech. Tyto skupiny se vyznačují uzavřeností, důvěrou, společnými zájmy, problémy a shodnými názory. V rámci dané skupiny platí jistá nepsaná pravidla, jejichž dodržování se očekává od každého člena. Všechny vrstevnické skupiny se snaží vyhnout z dohledu dospělých. Tráví spolu mnoho času a podnikají společné akce. Jaký druh činnosti si daná skupina vybere je ovlivněno věkem, sexuální zralostí a osobními zájmy členů. (ČAČKA, 2000)

Jak uvádí Vágnerová (2021) vrstevnické skupiny mohou uspokojovat různorodé psychické potřeby:

a) *Potřebu stimulace*, kdy je uspokojován kontakt se stejně starými lidmi, podílí se na společných činnostech a aktivitách;

b) *Potřebu smysluplného učení*, vrstevníci se stávají jistým zdrojem sociálního učení (jedinec si mezi nimi může vybrat nějakou neformální autoritu, která má mnohdy větší vliv než dospělí) a slouží jako základ pro porovnání zkušeností v oblasti chování, postojů a pocitů. Skupina podává jedinci důležitou zpětnou vazbu. Díky tomuto je dospívající schopen lépe pochopit sebe sama;

c) *Potřebu jistoty a bezpečí*, ta nebývá zcela uspokojována, nicméně i částečné uspokojení je na úkor rodinných vztahů. Jedinec ve vrstevnické skupině nachází další lidi s obdobnou životní situací, tím si buduje silnější příslušnost ke skupině, přátelské vazby a získává právě onen pocit jistoty a bezpečí;

d) *Potřebu být akceptován*, snižuje pocit nejistoty, posiluje pocit sounáležitosti a ovlivňuje rozvoj postoje jedince k sobě samému.

Postupná socializace člověka ve vrstevnické skupině nakonec vede k větší individualizaci a osamotňování. Nakonec se jedinec postupně odpoutává od samotné skupiny, a tím si rozvíjí a upevňuje svou individuální identitu. (VÁGNEROVÁ, 2021)

2.2.3 Vliv internetu

Pro současnou společnost, která je úzce propojena s procesy informační a komunikační technologie, se dá považovat písmeno „e“ za jistý symbol. Stačí si vzpomenout, jaký nátlak je vyvíjen na různé subjekty, aby vše bylo co nejjednodušší, nejrychlejší a především online. Tato přeměna do elektronické podoby je mezi lidmi dobře známá pod slovy, jako jsou například e-shop, e-learning, e-book, e-pošta a podobně. (KOLESÁROVÁ, 2016)

Pro velkou část společnosti tento vývoj usnadnil fungování v běžném životě, ale v období dospívání přináší mnoho negativních jevů, které mohou narušit proces vývoje identity jedince. Toto vývojové stádium se značí navazováním vztahů s vrstevníky, ale díky internetu se tento proces přesunul do virtuálního světa. Najednou se mladý člověk ocitá v prostředí, ve kterém díky anonymitě se cítí sebevědomější, a to může vést k menšímu sebeovládání až agresí. (PUGNEROVÁ, 2019)

Zároveň se člověk připojený na internet stal neustále připravený na komunikaci v online světě. Díky internetu má svět na dosah kliknutí, protože téměř vše je digitalizované a informace proudí nepřetržitě v aktuálním čase. Výhody internetové komunikace lze využít různě. Ať už k předání jedné informace pro velký počet příjemců, mnohdy jen jednosměrně komunikována, nebo možnosti multisměrové komunikace každého s každým. (KOLESÁROVÁ, 2016)

Pro mnohé jedince je život ve virtuálním světě mnohem atraktivnější než skutečnost. Je to dáno tím, že virtuální svět nabízí mnoho možností, které by si člověk ve skutečnosti nikdy nemohl dovolit, nebo na ně nenašel odvahu. Nejedná se jen o počítačové hry, ale o různé skupiny na sociálních sítích či o internet obecně. Málokdy si však děti, dospívající či jejich rodiče uvědomují, jaká úskalí s sebou internet přináší. (ŠEVČÍKOVÁ, 2014)

Mladší uživatelé na internetu vyhledávají zábavu, odreagování, ale lze se setkat i s ušlechtlejším důvodem, jako je učení či vyhledávání informací. Dospívající k těmto skutečnostem přidávají hledání vlastní identity. Díky tomu s ní mohou na internetu do značné míry experimentovat. Může se stát, že celý proces socializace dospívající přesunou

na internet, kde poté navazují nové intimní vztahy či vyhledávají skupiny, do kterých by dobře zapadli. Najednou se dostává mladým lidem do ruky nástroj, jak se stát nezávislími, samostatně se rozhodovat, prožívat dobrodružství, a to všechno v bezpečí domova bez vědomí rodičů. (ŠEBEŠ, 2013)

Proto není překvapením, že právě období adolescence je potenciálně nejvíce náchylné k rizikům na internetu. Navíc internet umožňuje jedinci experimentovat s různými rolemi, a tím získává zkušenosti, jaký by mohl třeba být, a to často anonymně a bez vážných negativních následků. Otevírá se tím prostor pro různé identity či negativní jevy, jako je agrese a kolikrát i u lidí, kteří by si to ve skutečném světě netroufli. Mnoho jedinců tak činí z pocitu ztráty zábran. (ČERNÁ, 2013)

3 INTERNET

Dnešní doba přináší v rámci technického pokroku mnoho vymožeností, které by však nebyly možné bez internetu, jednoho z největších vynálezů minulého století. Internet je navíc unikátní v tom, s jakou rychlostí a krátkou dobou od svého vzniku se dokázal stát nepostradatelnou součástí lidských životů. Dokázal sjednotit velké množství informací, poznatků, nákupů, zábavy, hudby a podobně na jednom místě. Nedocenitelný bonus skrývá v nepřehledném množství způsobů komunikace mezi lidmi mnohdy na velkou vzdálenost. Díky vyhledávači je navíc uzpůsoben pro rychlou orientaci ve svém obsahu. K tomu stačí pár klíčových slov a během několika vteřin uživatel získá požadované informace.

V dnešní době chytrých telefonů, tabletů, notebooků se stal internet mocným nástrojem, jehož používání vedlo a s velkou pravděpodobností ještě bude vést k velkým změnám. Už nyní lze spatřit změnu ve stylu práce, zábavy, komunikace a dokonce v chování člověka. (HULANOVÁ, 2012)

3.1 Stručná historie internetu

S velkou pravděpodobností si současná generace nedovede představit společnost bez internetu, nicméně i takový svět existoval.

Počátek internetu je někdy v šedesátých letech dvacátého století. Je to období studené války. Probíhá soupeření mezi Spojenými státy a Sovětským svazem. Toto vzájemné vypětí se projevovalo v rozvoji zbraní, technologiích, sportech a podobně. Cíl byl pro obě strany stejný, získat převahu nad svým protějškem. (HULANOVÁ, 2012)

Na začátku byl projekt zaštitěn společností *Research and Development*. Měl jasně vytyčený cíl, a to zajistit bezpečnou, stálou komunikaci mezi požadovanými subjekty, a tím propojit města, státy, všechny potřebné tak, aby ji nepřátelské síly neodhalily, nezničily nebo nezneužily. Časem se projekt stával větší. Postupné zvětšování vedlo v roce 1968 ve Velké Británii ke vzniku první testovací sítě. Na základě výsledků se v roce 1969 americká výzkumná agentura *Advanced Research Projects Agency* rozhodla vytvořit a zafinancovat mnohem větší program podobného rázu. Vznikl program Arpanet (Advanced Research Project Agency NETwork), který položil základy dnešního internetu. (STERLING)

Původním úkolem projektu bylo propojení armády, národní obrany a laboratoře armádního výzkumu tak, aby docházelo k rychlému přenosu informací bez nutnosti dalšího lidského faktoru. (HULANOVÁ, 2012)

Postupem času se Arpanet nezáměrně vyvíjel díky svým uživatelům. Ti stáli za změnou, kdy se síť proměnila z ryze profesionálního komunikačního prostředí na síť sloužící ke komunikaci k soukromým účelům. (STERLING)

Díky velkému nárůstu uživatelů se rozrůstal i Arpanet. Aby dokázal pojmout takové obrovské množství odběratelů, rozdělil se na *Arpanet* (využívaný pro akademické účely) a *Milnet* (sloužící k armádním úkonům). Nicméně rozdělení na dvě odvětví není konečné, jelikož v průběhu osmdesátých let vzniká mnoho dalších sítí i nových protokolů šifrování sloužících k propojení různých institucí včetně těch komerčních tak, aby si všichni usnadnili práci a komunikaci. (HOUSER, 2017)

Jelikož se chtěli připojit počítače i mimo Spojené státy, vznikly různé další počítačové sítě jako „...*EUNET (European UNIX Network), EARN (European Academic and Research Network), japonská síť JUNET a britská síť JANET (Joint Academic Network), které samozřejmě také komunikovaly s ARPANETem.*“ (MACHALA, 2007, s. 24)

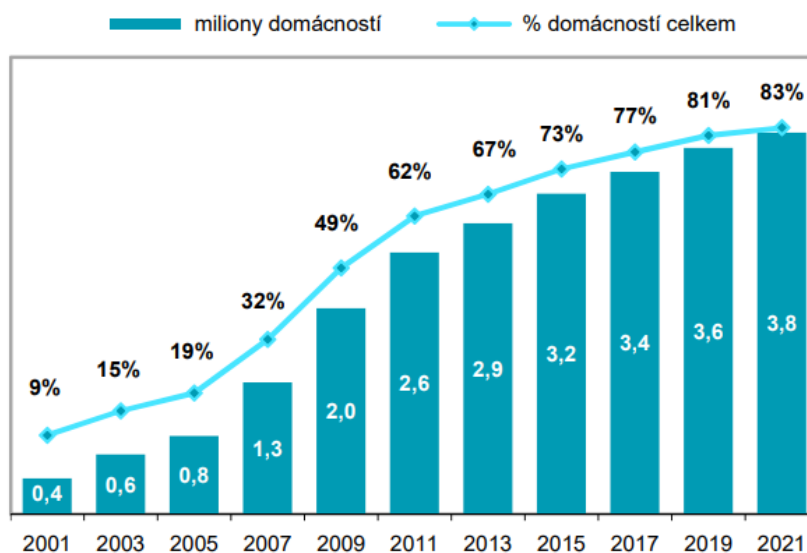
Jak uvádí Machala (2007) Arpanet se stával stále větší sítí, do které se neustále připojovali další. Celý tento soubor sítí tvořil jeden navzájem propojený celek, kterému se začalo říkat *Internet*.

A tak se z původně malé počítačové sítě na začátku devadesátých let stal celosvětový sdělovací prostředek. Velkou rychlostí se internet rozšířil do celého světa. Zhruba za čtyři roky po otevření veřejnosti sjednotil zhruba padesát miliónů uživatelů. Ve srovnání s televizí, které to trvalo třináct let a rádiu třicet let, lze hovořit o obrovském rozmachu. (HULANOVÁ, 2012)

V České republice respektive v Československu se historie internetu začala psát na konci roku 1991, kdy se pokoušela o připojení pražské ČVUT (České vysoké učení technické) přes veřejné telefonní síť. Nicméně až do přelomu let 1995 a 1996 byla existence internetu utajena. Avšak s příchodem možnosti internetu ke komerčním účelům vzrostla rychlost vývoje tohoto prostředku až do dnešní podoby, která je ve společnosti důvěrně známá. (HULANOVÁ, 2012)

3.2 Internet v současnosti

Internet je velmi rozšířený nástroj lidské společnosti nejen ve světě, ale i u nás v České republice. O tomto faktu svědčí i statistická data, kde na obrázku 1 lze sledovat vývoj a nárůst počtu českých domácností s připojením k internetu.



Obrázek 1 – Graf domácností s připojením k internetu

Zdroj: Šetření o využívání ICT v domácnostech a mezi jednotlivci. ČSÚ. [Online]. 22.3.2022 [Citace: 17.5.2022] Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/164503431/06100422b.pdf/>.

Z grafu je patrné, že před dvaceti lety bylo připojeno pouze 9 % českých domácností, ale v roce 2021 už jich je k internetu připojeno 83 %. S rostoucím počtem domácností s internetem se mění přístroje, které obyvatelé k připojení využívají. V minulosti dominovaly stolní počítače, avšak v současnosti lidé dávají přednost notebookům, tabletům a ve velké míře chytrým telefonům (Český statistický úřad, 2022).

Všechny tyto přístroje jsou nedílnou součástí každodenního života většiny českých obyvatel.

S velkou rozšířeností internetu stoupá i přístupnost. Připojit se může prakticky každý, není potřeba vyvinout velkou námahu ani vynaložit mnoho finančních prostředků. Díky anonymnímu prostředí a jednoduchým principům dokážou děti a mladí lidé velmi rychle ovládnout základy používání internetu. Nicméně jen hrstka z nich je připravena na různá úskalí, která s sebou internet přináší. (HULANOVÁ, 2012)

Internet je nesmírně velký celek, který umožňuje snadnou výrobu, šíření a distribuci zákonem povoleného, ale i protizákonného materiálu. V některých případech se kolikrát dítě

stane pachatelem trestného činu, aniž by o tom vědělo. Vážnějším a závažnějším problémem je, kdy se dítě či mladý člověk stane obětí takového činu. Internet v sobě skrývá nástrahy například v podobě pornografie, kyberšikany nebo kyberstalkingu. Autorka navíc upozorňuje na negativní vlivy přinášející sociální sítě. (HULANOVÁ, 2012)

Kyberšikana je odvozena a zároveň velmi podobná klasické šikaně, která je dobře známá ze školního prostředí. Liší se však místem, kde se odehrává. Kyberšikana se děje v online prostředí. Využívá ke svým útokům textové zprávy zasílané na mobil nebo na internetu. Útočníkem může být kdokoli, ale nejčastěji jimi jsou spolužáci a známí. Oběť od útočníka nejčastěji dostává hanebné, výhrušné e-maily, textové zprávy nebo zprávy šířené přes sociální sítě. V ojedinělých případech se útočník vkrade oběti do účtů zřízených na sociálních sítích a díky tomu může oběti zablokovat přístup, rozposílat nepravdivé či diskriminující materiály přímo jejímu blízkému okolí. (Nation crime prevention council, 2022)

Pokud dojde k obtěžování nebo pronásledování pomocí technologií, lze hovořit o takzvaném kyberstalkingu. Ten ve většině případů využívá internet k tomu, aby mohl svou oběť falešně obviňovat, sledovat, vyhrožovat a jinak napadat v online prostředí. V některých případech dochází i k poškození nebo k neoprávněnému zveřejňování osobních dat oběti. Existuje mnoho způsobů, jak může agresor svou oběť obtěžovat. Je totiž velmi posedlý. Jeho posedlost často překračuje hranici zákona. Nejčastějším nástrojem kyberstalkerů jsou e-maily, telefonní hovory, sociální sítě a mnohé další komunikační kanály. (SYMANOVICH, 2019)

Tyto a spousta dalších problémů jsou spojené především se sociálními sítěmi. Mnoho dětí a mladých lidí vkládá bez rozmyslu na své profily velké množství osobních informací či fotografií. Všechna osobní data jsou následně poskytnuta bez větší ochrany velkému počtu lidí. Od malička rodiče svým potomkům sdělují, jak nemají věřit cizím lidem. Vznikem sociálních sítí bylo toto bezpečí domova narušeno. Proto kolikrát rodiče ani nevědí, jaké velké problémy se odehrávají za zavřenými dveřmi ve vedlejším pokoji a že jejich potomek není v takovém bezpečném prostředí, i když sedí u nich doma. (HULANOVÁ, 2012)

3.3 Funkce internetu

Z historie je patrné, že původní funkcí internetu bylo předávání informací mezi jednotlivými subjekty. Postupem času, jak se technologie rozvíjely a dostaly se k rukám široké veřejnosti, změnily funkce internetu svůj charakter.

Podle Musila (2003) jsou nejčastější následující funkce internetu:

- a) *Funkce informační* – v současnosti mají skoro všechna tištěná média svou internetovou podobu. Některá dokonce od tištěné verze upouští. Dále lze sem zařadit stránky různých institucí ať už internetové stránky úřadů, krajů a dalších státních subjektů, tak i různé encyklopedie, časopisy a podobně;
- b) *Funkce komerční* – jedná se o různé reklamy a prodej. „*Internet se umí tvářit jako obrovský obchodní dům. Stačí v prohlížeči navštívit nějaký internetový obchod, vybrat zboží, objednat a zaplatit.*“ (ECKERTOVIÁ, 2013);
- c) *Funkce zábavná* – slouží k pobavení a odreagování, jedná se například o hry, hudbu, videa, obrázky či fotografie;
- d) *Funkce dálkově provozované služby* – v tomto případě se jedná o všechny druhy komunikace přes internet.

4 SOCIÁLNÍ SÍŤ

Internet pomohl vzniku sociálních sítí. Ač se z počátku zdálo, že se bude jednat pouze o dočasný trend mezi lidmi, podařilo se jim něco daleko obdivuhodnějšího. Staly se všeobecnou komunikační platformou, a tím přispěly k začlenění se do běžného života každého člověka, především mladé generace. Navíc díky rozšiřování mobilního internetu jsou sociální sítě dostupné kdykoli a odkudkoli.

Tato kapitola je zaměřena na sociální sítě v online prostoru. Jsou zde vymezeny základní definice, popsán jejich stručný vývoj a uvedeny příklady nejoblíbenějších sociálních sítí v České republice. Závěr kapitoly je věnován profilu na sociálních sítích.

4.1 Vymezení pojmu sociální síť

Pojem sociální síť má v odborné literatuře spousty definic. V této kapitole bude uvedeno jen pár příkladů.

Za autora vůbec první definice daného pojmu je považován J. A. Barnes (1972), který ji propracoval do následující podoby. Sociální síť je „*množina soc. subjektů propojených směnnými vztahy. Subjekty jsou uzlovými body sítě, vztahy jsou vyjádřeny spojnicemi bodů.*“ (PETRUSEK, 1996, s. 986)

V současné době pokud se hovoří o sociální síti, je tím myšlena především služba, aplikace na internetu.

Sociální síť lze definovat jako internetovou službu, která je specifická v tom, že „*...umožňuje svým členům vytvářet veřejné, uzavřené nebo i firemní profily, prezentace, diskusní fóra a nabízí prostor pro sdílení fotografií, videí, obsahu a dalších aktivit.*“ (KOŽÍŠEK, 2016, s. 24)

Jiný úhel pohledu uvádí Pavlíček (2010), který popisuje sociální síť jako systém s možností vytvářet, udržovat a propojovat kontakty lidí. Každý člověk si v daném systému vytvoří svůj profil, ve kterém uvede své vlastnosti a charakteristiku. Vše je pro ostatní uživatele veřejně dostupné. Výhodou tohoto systému je, že se lidé mohou vzájemně

vyhledávat, spojovat a tvořit tak různé virtuální komunity. Navíc jeden uživatel má možnost být součástí v několika takto vytvořených komunitách.

Dvojice autorů Mikulcová a Kopecký (2020) sociální síť popisuje jako internetovou službu, jejíž pomocí jsou lidé na internetu propojeni a slouží jim k udržení nebo navazování různých kontaktů po celém světě. Díky těmto vazbám mohou lidé sdílet různé obsahy včetně fotografií, videí a také komentovat a hodnotit aktivitu ostatních uživatelů. Autoři navíc upozorňují, že jedním z důležitých znaků sociální sítě je „...*možnost kontaktu s ostatními a sledování toho, co druzí dělají.*“ (MIKULCOVÁ, 2020, s. 11)

Další pojetí sociální sítě přináší Ševčíková (2014). Vymezuje ji záměrem, ke kterému je primárně určena, a to ke komunikaci a sebe prezentaci uživatelů. Proto se lze setkat, že na dané síti, jednotliví uživatelé vkládají vlastní fotky a videa, sledují fotky a videa přátel, vytváří různé skupiny či se připojují do cizích.

V zahraniční literatuře lze chápat sociální síť jako webovou službu, ve které mají uživatelé omezený prostor k vytvoření veřejného nebo poloveřejného profilu. Dále tato služba umožňuje formulovat seznam určitých uživatelů, se kterými chce daný člověk být v kontaktu a sdílet s nimi informace. (BOYD, 2007)

Pro potřeby práce bude dostačující vymezení sociální sítě jako stránky či aplikace, která slouží ke spojování lidí a vytváření nových přátelství. Jednotliví uživatelé mezi sebou sdílí své informace, fotky, videa a obrázky, vytvářejí skupiny, připojují se do cizích skupin, vzájemně mezi sebou komunikují a komentují obsahy druhých. Vše se děje pouze ve virtuálním prostředí, a to ať se uživatelé navzájem osobně znají, nebo nikoli, každý má však možnost se v tomto světě sebe prezentovat.

Nicméně většina uživatelů má tendenci sdílet jen ty pozitivní věci ze svého života, anebo si dokonce svůj život pozměňují a idealizují tak, aby byli před ostatními zajímavější, a ukázali tím okolnímu světu svůj úspěch. Proto také nelze všem informacím na sociálních sítích úplně věřit.

4.2 Vývoj sociálních sítí

Historie sociálních sítí začíná někdy v roce 1996, kdy internet začala využívat široká veřejnost a zároveň vznikla potřeba komunikace v reálném čase. Nejdříve se objevil takzvaný instant messaging, do češtiny volně přeloženo jako služba pro okamžité zasílání zpráv.

Mezi první použitelné komunikační nástroje se zařadilo celosvětově známé ICQ (*I seek you*) vyvinuté izraelskou firmou Mirabilis. V několika letech bylo ICQ největší a nejrozšířenějším nástrojem, protože se mohl jednoduše zaregistrovat každý, kdo chtěl. Fungoval na principu přidělování identifikačního čísla každému registrovanému uživateli. Díky těmto přiděleným číslům se mohli uživatelé navzájem kontaktovat. S narůstajícím zájmem bylo nutné celou aplikaci vyvíjet dál. Nicméně i přes pozitivní ohlasy na nově vzniklé funkce (ukládání konverzací, vyhledávání uživatelů, hraní online her a podobně) se vývojářům nepodařilo udržet rychlé tempo vývoje technologií a kolem roku 2009 zájem o aplikaci upadá. (DIMITRY, 2016)

Po vzniku prvních nástrojů na instant messaging nenechala na sebe čekat první sociální síť *Sixdegrees.com*, která započala své fungování v roce 1997. Tato první sociální síť umožnila prohlížet profily registrovaných uživatelů, seskupovat kontakty přátel a jejich vzájemnou komunikaci. Ač měla tato síť miliony uživatelů, předběhla svoji dobu a kvůli nedostatečnému internetovému pokrytí došlo k jejímu úpadku. Nicméně *Sixdegrees.com* položila základ pro vznik dalších sociálních sítí, jako jsou například Facebook, LinkedIn, MySpace a podobně. (RAY, 2019)

V roce 2003 vznikl nespočet sociálních sítí, které se začaly rozšiřovat po celém světě a staly se velmi populární mezi lidmi. V létě roku 2009 byly sociální sítě natolik rozšířené, že se staly nejvíce používaným komunikačním nástrojem. (POSPÍŠILOVÁ, 2016)

	2010	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Celkem 16+	9,4	41,4	44,3	51,0	54,0	53,8	56,3
Celkem 16-74	10,1	45,1	48,3	55,6	59,0	59,0	61,5
Pohlaví							
Muži 16+	10,5	40,7	44,7	49,4	53,1	52,6	54,4
Ženy 16+	8,3	42,1	43,9	52,6	54,8	55,0	58,0
Věková skupina							
16–24 let	30,6	91,4	93,2	97,0	96,2	95,1	95,4
25–34 let	16,2	77,8	78,8	89,8	89,9	89,8	92,9
35–44 let	7,2	53,0	59,0	69,3	73,5	74,3	75,7
45–54 let	4,5	33,0	38,8	45,5	55,9	56,1	59,9
55–64 let	1,2	14,1	19,4	27,2	31,3	31,5	37,6
65+	0,4	4,9	5,1	7,8	9,0	9,4	10,6

¹⁾ Podíl z celkového počtu osob v dané socio-demografické skupině
Zdroj: Český statistický úřad, 2021

Obrázek 2 – Tabulka osob v ČR používající sociální síť

Zdroj: Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci – 2021: 7. Sociální síť. ČSÚ. [Online]. 23.11.2021 [Citace: 25.5.2022] Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/7-socialnisite>.

Z údajů Českého statistického úřadu (2021) lze spatřit roční nárůst oblíbenosti sociálních sítí. Z obrázku 2 je patrné, že celkem 56,9 % obyvatel České republiky starších 16 let (v přepočtu více než 4,9 miliónů osob) používá sociální síť. Nejrozšířenější jsou však u lidí ve věku 16-24 let, kde z celkového počtu této věkové kategorie jich právě 95,4 % sítě využívá, obdobně je to i u věkové kategorii 25-34 let, kde je to 92,9 %.

S tak obrovským počtem uživatelů je zřejmé, že se tyto služby stále těší své popularitě. Každý, kdo je registrovaný, je může využívat ke sdílení informací, komunikaci či propagaci. Navíc sociálních sítí je opravdu nepřeberné množství a každý si může vybrat takovou, jakou zrovna chce či potřebuje. Pro případ této práce není možné zmínit všechny, ale ty nejnámější jako Facebook, Youtube, Twitter, Instagram budou představeny v následující podkapitole.

4.3 Rozdělení sociálních sítí

V předchozí kapitole byl vymezen samotný pojem sociální síť, nicméně ten nám nesděluje, jakým směrem jsou konkrétní sociální sítě zaměřeny, jaké jsou jejich funkce či využití.

Je však nutné si uvědomit, že základní báze fungování sítí je založena na vztazích mezi uživateli. Ač je název těchto vztahů odlišný v závislosti na aplikaci, jde jim stále o to samé, a to „...o vyjádření, že dva uživatelé stejné sítě chtějí spolu komunikovat a sdílet své informace.“ (BEDNÁŘ, 2011, s. 12)

Proto podle Bednáře (2011) společným znakem současných sociálních sítí je, že fungují na základě vloženého obsahu, který tvoří sami uživatelé, a proto nemusí být před samotným publikováním schválen další vyšší instancí.

Pro lepší orientaci v sociálních sítích je vhodné si je rozdělit, nicméně v odborné literatuře a internetových zdrojích se lze setkat hned s několika způsoby dělení.

Jak uvádí Dobosiová (2015) nejznámější rozdělení sociálních sítí je podle obsahu všedních událostí člověka. A to na tři skupiny:

- a) *Osobní sítě* – jsou určeny ke komunikaci, udržení kontaktu a sdílení jen nejnútnejších souborů. Mezi tyto sítě lze zařadit například Facebook nebo Snapchat;
- b) *Sítě zaměřené na sdílení obsahu* – zde se střetává osobní, umělecké a profesní zaměření. Důležitou roli hraje především obsah. K těmto sítím se řadí například YouTube, Instagram či Pinterest;
- c) *Komunity se stejnými zájmy* – ve většině případů jsou tvořeny profesionály, i když lze mezi nimi najít i běžné uživatele. Odlišují se obsahem, který je věnován různým specifickým zájmům, podle nichž se právě jednotlivé komunity rozdělují. Typickým příkladem těchto sítí je LinkedIn.

Jiné rozdělení nabízí Černovský (2022), který sociální sítě rozděluje podle toho, k čemu je lidé používají. Dělí je do následujících dvou skupin:

- a) *Osobní* – primárně určeny pro sdílení osobních informací a obsahů;
- b) *Profesní* – slouží především pro komunikaci firem, nábor nových zaměstnanců, sdílení životopisů a podobně.

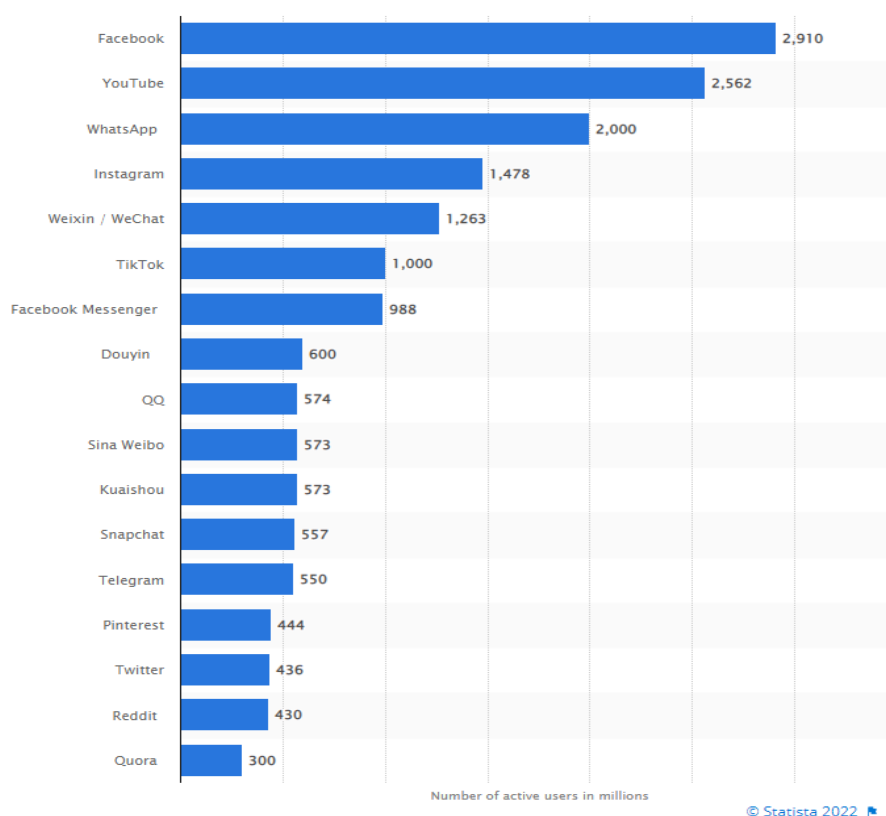
Jiný úhel pohledu na rozdělení udává dvojice autorů Treadaway a Smithová (2011), kteří rozlišují tři typy sociálních sítí, a to:

- a) *Vše v jednom* – jsou to ty sítě, které umožňují vše, co uživatel na internetu zrovna potřebuje;
- b) *Jediný trik* – sítě zaměřené primárně na jednu věc, avšak s co nejvyšší hodnotou;
- c) *Mišenci* – jsou sítě, které se snaží mít jedno zaměření, ale do svých služeb začleňují různé další funkce z ostatních sociálních sítí.

Jednodušší způsob si našli autoři Kožíšek a Písecký (2016), kteří rozlišují pouze dva druhy sociálních sítí, a to *české a zahraniční*.

České sociální sítě jsou v současnosti vlivem působení zahraničních sítí odsouzené k úpadku či samotnému zániku. Do nedávna, myšleno před nástupem fenomenálního Facebooku, patřily mezi nejrozšířenější české sociální sítě například Lidé.cz, Spolužáci.cz, Líbímseti.cz. V dnešní době jsou téměř všechny české sociální sítě nahrazeny zahraničními.

Nejznámější sociální sítě jsou rozšířené po celém světě. Jejich oblíbenost u současné populace dokazuje výzkum od společnosti Statista Inc., která sjednotila data a sestavila seznam nejpoblárnějších sociálních sítí na světě podle počtu aktivních uživatelů za měsíc. Průzkum proběhl v lednu roku 2022. Uvedená čísla jsou počet aktivních uživatelů v milionech.



Obrázek 3 – Graf nejpoblárnějších sociálních sítí na světě podle počtu aktivních uživatelů - leden 2022

Zdroj: Most popular social networks worldwide as of January 2022, ranked by number of monthly active users. Statista.com [Online]. 2022 [Citace: 1.6.2022] Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

Z obrázku 3 je patrné, že sociální síť Facebook s počtem 2 910 000 000 aktivních uživatelů si stále drží první místo v popularitě. Jako druhá skončila platforma YouTube

s 2 562 000 000 uživateli a třetí je WhatsApp s 2 000 000 000 aktivními uživateli. I přes rozdělení je patrné, že sociální sítě jsou velmi užívaným nástrojem nejen u nás, ale po celém světě.

Dále pro potřeby práce budou charakterizovány pouze ty nejrozšířenější mezinárodní sociální sítě u nás, kterými jsou Facebook, Instagram, TikTok, Twitter a YouTube.

Facebook

Sociální síť Facebook vznikla v roce 2004. Jejím původním záměrem bylo sloužit studentům Harvardské univerzity jako jistý nástroj pro vytvoření osobních či dalších jiných profilů, udržení kontaktu s přáteli, sdílení multimédií a tvorbu diskusí mezi jednotlivými uživateli. (BURIAN, 2014)

Zakladatel této sítě je Marek Zuckerberg. V průběhu několika let se síť, jako nástroj komunikace mezi studenty v rámci dané univerzity, rozšířila přes americký kontinent, Velkou Británii a dále po celém světě. Princip si uchovala stejný jako z doby svého vzniku, i když původně lidé na Facebooku vystupovali pod pravými jmény a znali se i ve skutečnosti. (POSPÍŠILOVÁ, 2016)

V současnosti se Facebook řadí mezi nejrozšířenější a nejoblíbenější sociální síť na světě a je označován jako *univerzální komunikační aplikace*. (BEDNÁŘ, 2011)

Jak uvádí Bednář (2011) pro běžného uživatele Facebook skýtá kombinaci mnoha komunikačních nástrojů. Ať už se jedná o sdílení zpráv, tzv. stavů či statusů, svých nebo druhých lidí, jejich prohlížení, anebo o obyčejné sdílení odkazů, fotografií, obrázků a videí. Uživatelé mohou na příspěvky reagovat, označovat sebe či přátele, komentovat různé produkty, společnosti, vytvářet události, skupiny, zvat na ně další uživatele a podobně. Dnes již Facebook není určen pouze pro jednotlivce, ale jeho potenciál využívá celá řada firem včetně tradičních médií jako je například Česká televize. Stal se nepostradatelnou součástí propagace a veřejné komunikace, proto na něm lze naléznout celou řadu firem a institucí.

„Uživatelé Facebooku si mohou také posílat soukromé zprávy, používat celou řadu speciálních aplikací, a dokonce komunikovat v reálném čase ... To vše funguje z jednoho uživatelského rozhraní a vizuálně konzistentním způsobem.“ (BEDNÁŘ, 2011, s. 11)

Instagram

Zatímco Facebook funguje jako univerzální komunikační aplikace, Instagram lze popsat ve dvou slovech, a to: fotografie, komunita. Protože základ této sítě je ve vytvoření malého uměleckého díla. Na začátku je zachycení toho „pravého“ momentu na fotografii, pro její zajímavější efekt umožňuje Instagram použití až sedmnácti filtrů. (DOBOSIOVÁ, 2015)

Pro větší zviditelnění uživatelé sítě používají tzv. Hashtagy. Hashtag je jednoslovné vyjádření, které je na začátku označené symbolem „#“. Obvykle tím stručně vyjadřuje, co fotografie zachycuje. Například uživatel chce sdílet fotografii svého psa, tak k ní napíše „#mujpes“. Původně hashtagy sloužily k usnadnění komunikace, vyhledávání, nyní jsou rozšířené ve většině sociálních sítí a slouží především k šíření povědomí o určitém momentu či informace, k předvádění se před ostatními a podobně. (NOVOTNÁ, 2019)

TikTok

V posledních letech začala rychle růst popularita sociální sítě TikTok. Je zaměřena na vytváření krátkých videí, jejichž průměrná délka je zhruba deset vteřin. Mimo klasické funkce, jako jsou komentáře, lajky, odběry, má uživatel možnost využít velké množství efektů, skladeb a audio stop. Navíc k prohlížení cizího obsahu není nutné být registrován. (KOHOUT, 2022)

Široká nabídka možností, jak udělat své video zajímavější, má za sebou ohlas i u dospívajících. Dostává se jim do ruky nástroj, ve kterém mohou pracovat se znělkami, cizím mluveným či hudební podkladem, vkládat různé vtipy, gesta, hlášky, tanečky a podobně. (SVOBODA, 2019)

Oblíbenou funkcí TikToku je takzvaný duet. „...*ten umožňuje, aby na vaše video reagovali další uživatelé, tím se opět může stát více virálním. Pokud např. vymyslíte zajímavou taneční kreaci na originální hudbu, pomocí této funkce na vás mohou reagovat stejnou sestavou ostatní TikTokeri. Uvidíte se dokonce v rozděleném okně, kdy bude váš taneček a tanec toho, na koho reagujete.*“ (ŽÁKOVÁ, 2020)

Twitter

Historie Twitteru se začala psát od roku 2006. Je zaměřen na psaní a publikování mikroblogů, tedy na krátkých zprávách, které jejich autoři, obyčejní uživatelé, tvoří pro zábavu a pobavení ostatních. (BURIAN, 2014)

Většina příspěvků pochází z běžného života jednotlivých uživatelů. Bohužel na tuto síť nelze vkládat fotografie a videa, ale uživatelé je mohou sdílet pomocí zkrácených URL (soubor znaků, který slouží k identifikaci přesného umístění informací na internetu). (TREADAWAY, 2011)

YouTube

YouTube patří od roku 2006 pod společnost Google. Od té doby se řadí mezi nejoblíbenější sociální sítě na sdílení videí. (TREADAWAY, 2011)

Svá videa zde může vkládat každý, takže nejen běžný uživatel, ale i například producent či vlastník autorských práv. Podle autora příspěvku se vložený obsah rozděluje na komerční a nekomerční. (DOBOSIOVÁ, 2015)

Na této síti lze najít široké spektrum videí, jako jsou videoklipy, rady, návody, recepty, hudba, názory, zážitky a podobně. Výhodou této platformy je, že ji lze sledovat i bez registrace, nicméně díky ní může uživatel nahrávat svá vlastní videa či hodnotit cizí. (ČECH, 2017)

Vytvoření profilu na této síti je propojeno s přihlašovacími údaji Googlu, a proto je to pro uživatele, kteří využívají služeb této společnosti, o dost jednodušší. (TREADAWAY, 2011)

Novým fenoménem, který je spjatý s touto sítí, jsou takzvaní *youtubeři*. Pod tímto názvem je člověk, který pravidelně natáčí vlastní videa a sdílí je s ostatními. (ČECH, 2017)

4.4 Profil na sociálních sítích

Každá ze sociálních sítí umožňuje registrovanému uživateli vytvořit si svůj vlastní profil. Ten většinou bývá nějakým způsobem provázán s jeho osobou v reálném světě.

Ševčíková (2014) ve své publikaci zmiňuje, že některé informace, jako je jméno, jsou viditelné pro všechny další uživatele dané sítě, nicméně ostatní zbylé údaje, fotografie, videa, zájmy zkušenosti mohou či nemusí být zveřejněné ostatním, anebo mohou být jen vybranému okruhu přátel. Nastavení profilu a jeho podoba je ve velké míře pod kontrolou daného uživatele. Ten sám rozhoduje, které položky při vyplňování profilu vloží a zda jsou vložené údaje pravdivé.

Veškerý vložený obsah na vlastním profilu je viditelný ostatním. Většina sociálních sítí umožňuje navíc další funkce, jako jsou například komentáře, lajky či tagy. (ŠEVČÍKOVÁ, 2014)

Pojem lajk je zkrácený výraz pro „to se mi líbí“ a uživatelé jej využívají k rychlé reakci na vyjádření názoru pro líbivý, zajímavý, pěkný, vtipný příspěvek na sociální síti. Slovo tag se volně překládá jako štítek. Slouží k označení a především k třídění jednotlivých příspěvků podle jejich zaměření. Typickým příkladem tagu jsou hashtagy, blíže vysvětleny v předešlé kapitole.

Profil je považován za jistý druh sebe prezentace a za „...proces, kterým se jedinec snaží kontrolovat dojem, jaký si o něm vytvářejí druzí.“ (ŠEVČÍKOVÁ, 2014, s. 60)

Sociální sítě tedy jsou náchylné k zakládání falešných profilů. Jeden z možných důvodů, proč tak někteří lidé činí, je, že chtějí mít skrz falešný profil svou vysněnou ideální podobu. Nicméně někteří autoři uvádějí, že dospívající jsou na sociálních sítích spíše sami sebou.

Dannah Boyd (2007) uvádí, že profil je možné chápat jako „digitální tělo“, a tím pádem se pomocí profilu může jedinec „vepsat do bytí“. Proto si uživatelé vytváří profily, právě kvůli svým přátelům, kteří si je poté prohlíží. Ví, že se jejich profil nemusí úplně shodovat s identitou z běžného života. Jsou si však vědomi, že jejich profil si prohlížejí především uživatelé stejné vrstevnické skupiny, kteří se navíc znají i ve skutečném životě. Z důvodu prolínání skutečného a online světa se dospívající snaží o profil, který povede k takové prezentaci, aby byl přijat v dané vrstevnické skupině. Autorka je dále přesvědčena, že chování v online světě je velmi podobné k chování ve skutečném životě. Touha, která pohání dospívající k tomu, aby byly trendy, je vlastně obyčejná tužba být respektován mezi svými vrstevníky.

4.4.1 Dospívající jako uživatelé sociálních sítí

Velkou část profilu uživatele tvoří jeho chování na sociálních sítích.

Existují dva druhy uživatelského chování, a to aktivní a pasivní. Tyto skupiny se dále dělí podle činnosti, která u uživatele převládá. Bližší rozdělení vymezuje Stašová a kol. (2015) následovně:

a) Aktivní uživatel

- a. *Tvůrce a poskytovatel obsahu* – je to člověk (lidé), který tvoří celou podstatu dané sítě, protože vytváří obsah, který je sdílen dál, nejen v rámci úzkého okruhu přátel. Často je tento člověk vnímán jako neformální autorita;
- b. *Hodnotič a distributor* – také je autorem nějakého drobného obsahu, ale vyznačuje se tím, že hodnotí, diskutuje nebo sdílí cizí příspěvky.

b) Pasivní uživatel

- a. *Hodnotič obsahu* – je poměrně pasivní vůči funkcím na sítích, ale využívá ve velké míře tlačítka „To se mi líbí“, takzvaných lajků. Bednář (2011) předpokládá, že takových uživatelů je na sítích celá řada a díky jejich obrovskému počtu mají právě neskutečný vliv;
- b. *Pozorující autorita* – jak už samotný název napovídá, jedná se o uživatele s velkým vlivem, nicméně i přes velký počet přátel, málo komunikuje, hodnotí, komentuje. Snaží se spíše pozorovat dění na sítích. Takový typ uživatelů je na sítích velmi vzácně;
- c. *Pozorovatel* – Jedná se zcela o pasivního uživatele, který nekomunikuje, nehodnotí, nekomentuje. Využívá sociální sítě jako nutnost, ať už z pracovních, studijních či jiných důvodů. Nicméně stále je to příjemce dění na sociálních sítích.

V případě dospívajících se lze na sítích setkat se všemi možnostmi chování. Jakou roli uživatele jedinec zvolí, záleží na jeho touze, jakým způsobem se chce na sociálních sítích prezentovat.

4.5 Vliv sociálních sítí na dospívajícího jedince

Vliv sociálních sítí působí na dospívajícího jedince komplexně. Nicméně na každého jedince působí odlišně, proto se tento vliv považuje za individuální a nikdo není schopen s určitostí říct, do jaké míry na konkrétního člověka budou sociální sítě účinkovat.

Lze obecně předpokládat, že vlivu sociálních sítí snáze a rychleji „... *podléhají jedinci s nižším inteligenčním potenciálem a nižším morálním, kulturním a estetickým citěním, kteří se často nacházejí na hranici, nebo až za hranicí sociální patologie.*“ (PAVLIŠOVÁ, 2012, s. 55)

Pavlišová (2012) uvádí, že sociální sítě jsou v současnosti jeden z nejdůležitějších prostředků socializace a vzdělávání, neboť se snaží zcela nahradit socializační činitele. Právě sociální sítě přesvědčivě udávají dospívajícímu uživateli normy, co je považováno za „...*úspěch, dobrý vkus a dobré chování. Formuje touhy, definuje aspirace, naděje a stanovuje hranice mezi přijatelným a nepřijatelným chováním v dané společnosti.*“ (PAVLIŠOVÁ, 2012, s. 56)

Vše právě souvisí s extrémním rozšířením počítačů, mobilů, tabletů s internetem. Většina dospívajících vyrůstala v době vzniku těchto technologií, proto se nelze divit, že jsou sítě, celý internet dominantní činností dětí a mladých lidí ve volném čase. (PAVLIŠOVÁ, 2012)

Vliv samotných sociálních sítí lze z hlediska času rozdělit na dlouhodobý nebo krátkodobý. Další rozdělení vlivu je na záměrný a nezáměrný. Marketing, reklamy na zboží či služby se řadí pod záměrný vliv. Jako nezáměrný vliv lze považovat vliv na styl života jedince. Všechny tyto vlivy a obecně sociální sítě se podílí na psychickém stavu člověka. Proto se u dospívajících mohou objevit emoční změny, radost, smutek, vztek a podobně. To vede k ovlivnění kognitivního vývoje jedince, jeho hodnot a postojů. (JIRÁK, 2007)

Navíc dospívající chtějí věci, se kterými se setkali na sociálních sítích, ať už ve videích, či na fotografiích, vyzkoušet. Bohužel ne vždy správně určí, kdy daný příspěvek je podvrh (takzvaný fake) a kdy skutečnost. Proto se velmi často dostávají do situací, které hraničí s trestným činem či lidským zdravím. (ČECH, 2017)

Pozitivní aspekty používání sociálních sítí

Sociální sítě mají řadu výhod v komunikaci a interakci, mohou přinést materiální i emoční podporu a umožňují rychlé šíření informací. V období dospívání slouží jako nástroj k vlastní sebe prezentaci a komunikaci s okolím. Důležitou roli hrají ve skupinové interakci, díky níž se může mnoho dospívajících společně domlouvat na společné akce, řešit skupinové úkoly a podobně. (ŠEVČÍKOVÁ, 2014)

Negativní aspekty používání sociálních sítí

Nejčastějším negativním jevem sociálních sítí je vznik nadměrného užívání. Ševčíková (2014) o něm hovoří obecně jako o nadměrném užívání internetu. Jedná se o jev, kdy jedinec tráví čas na internetu tři, čtyři nebo i více hodin na úkor jiných zdravějších či užitečnějších aktivit. Vše se pak odráží na fyzickém a duševním zdraví jedince a jeho plnění školních či jiných povinností.

Druhým nejčastějším negativním vlivem je agrese. Ta se může projevit například hrubou kritikou, výhrůzkami. Často bývá způsobena možností být anonymní, tím jedinec získává větší pocit nedotknutelnosti a moci nad ostatními. (ČERNÁ, 2013)

Jiné stinné stránky sociálních sítí přináší například kyberšikana či kyberstalking. Oba pojmy jsou více vysvětlené v kapitole 3.2.

Existuje mnoho dalších negativních dopadů spojených se sociálními sítěmi a jejich počet stále narůstá, nicméně výše byly zmíněny pouze ty nejčastější a nejdiskutovanější.

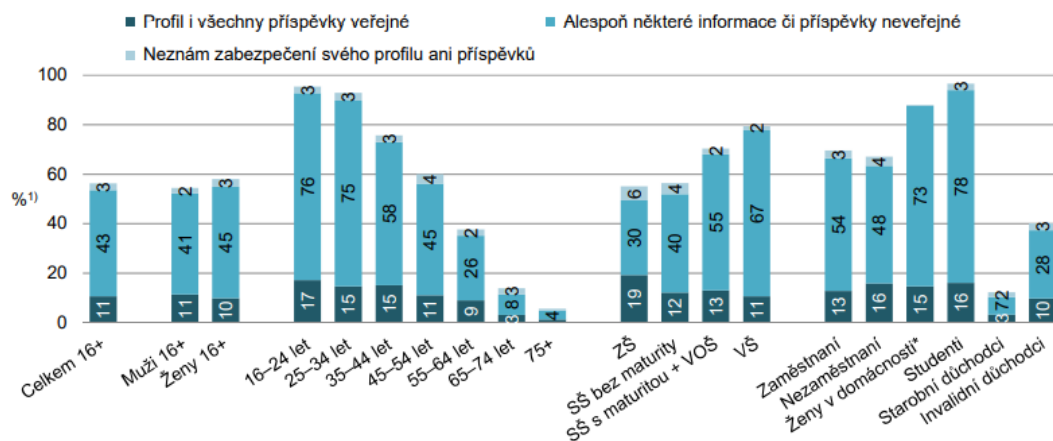
EMPIRICKÁ ČÁST

5 ZHODNOCENÍ AKTUÁLNÍ STAVU ZKOUMANÉ PROBLEMATIKY

Diplomová práce je zaměřena na problematiku trávení volného času dospívajících pod vlivem sociálních sítí. Vznik sociálních sítí je spjat s rozkvětem internetu. Největší nárůst je zaznamenán na přelomu 20. a 21. století. Jejich prvotní dopad je zaregistrován o pár let později. A proto v dnešní době už existuje mnoho výzkumných šetření o sociálních sítích.

Pro lepší uchopení dané problematiky je nezbytné uvést pár výzkumných šetření, která se podobným tématem zabývala a nahlédnout do jejich výsledků. Tyto poznatky budou sloužit ke zvolení vhodné metodiky práce a k porovnání výsledků z výzkumného šetření.

Tématem sociálních sítí se již několik let zabýval i Český statistický úřad. Za loňský rok zjistil, jak ukazuje obrázek 4, že studenti a lidé ve věku 16–24 let jsou na prvním místě v používání této platformy. Z obrázku je také patrné, že s přibývajícím věkem podíl uživatelů klesá.



¹⁾ Podíl z celkového počtu osob v dané socio-demografické skupině

* Zahrnuje i ženy (popř. muže) na rodičovské či mateřské dovolené

Zdroj: Český statistický úřad, 2021

Obrázek 4 Graf osob používající sociální sítě podle způsobu zveřejňování informací 2021

Zdroj: Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci – 2021: 7. Sociální sítě. ČSÚ. [Online]. 23.11.2021 [Citace: 5.6.2022] Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/142872020/062004210701.pdf>

V textovém shrnutí Český telekomunikační úřad (2021) dále uvádí, že si lidé oblíbili funkci na sdílení vlastních příspěvků a v roce 2020 vlastní obsah sdílelo 38 % osob starších 16 let.

Ze závěrečných prací je pro příklad níže shrnuta jedna bakalářská práce a dvě diplomové práce, které jsou dostupné na internetových stránkách theses.cz.

Bakalářská práce z roku 2022 na téma *Sociální sítě a jejich role v trávení volného času u adolescentů* od Veroniky Jankové měla za cíl provést analýzu vlivu sociálních sítí na volný čas adolescentů. Práce obsahuje výzkumné šetření, kterého se zúčastnilo 291 respondentů ve věku od 15 do 22 let. Výzkum probíhal formou dotazníku. Ve výzkumu bylo zjištěno, že nejčastější používanou sítí je stále Facebook (17 %). Dalšími nejčastějšími sítěmi jsou YouTube (16 %) a Instagram (16 %). Z tohoto důvodu by se dalo předpokládat, že Facebook bude patřit i mezi nejoblíbenější sítě. Nicméně výzkum ukázal, že 43 % respondentů označilo Instagram za svou nejoblíbenější sociální síť. Možnost Facebook si vybralo pouze 17 % respondentů a YouTube 13 %. I přes velký procentuální rozdíl se řadí stále všechny tři sítě mezi nejoblíbenější sociální sítě. Některé z položek dotazníku se zabývaly činnostmi, kterým se uživatelé na sociálních sítích věnují. Velmi zajímavé zjištění bylo u kategorie nejčastěji sledované účty. V tomto případě uvedlo celkem 29 % respondentů, že nejčastěji sledují účty svých přátel, v závěsu s 22 % skončily účty věnované zájmu či koníčku. Z šetření dále vyplynulo, že respondenti tráví nejvíce času u třech nejoblíbenějších sítí, to znamená u Facebooku, YouTube a Instagramu. Autorka vypočítala, že každé této sítí respondenti věnují v průměru maximálně dvě hodiny. V závěru práce je uvedeno, že u 51 % respondentů hrají sociální sítě hlavní roli v jejich každodenním životě. Proto vliv sociálních sítí na volný čas adolescentů je zřejmý a není nijak zanedbatelný. (JANKOVÁ, 2022)

Diplomová práce z roku 2015 od Markéty Markové na téma *Internetové sociální sítě a jejich využívání žáky středních škol* měla za cíl zjistit důvody, jež žáky středních škol vedou k trávení času na sociálních sítích. Výzkumné šetření probíhalo formou dotazníku. Odpovědělo celkem 221 lidí ve věku 15–19 let s nutnou podmínkou, že musí být studenty nějaké střední školy. Autorka nejdříve zjistila, že většina dotazovaných (95,81 %) používá sociální síť Facebook a 88,84 % z nich využívá služeb YouTube, ostatní sociální sítě mezi dotazovanými nepřesáhly hranici 50 %. Z výzkumu je patrné, že nejvíce respondentů (26,98 %) věnuje sociálním sítím v průměru dvě hodiny denně, nicméně překvapivý výsledek od 23,72 % respondentů získala odpověď čtyři a více hodin denně. Tento výsledek je

zarážející a ukazuje na skutečnost, že středoškolská mládež je ochotná věnovat sociálním sítím velkou část svého volného času. Výzkumné šetření se dotklo i tématu vkládání informací. Celkem 93,95 % dotazovaných uvedlo, že na sociální sítě vkládá pravdivé jméno a příjmení. Zajímavostí je, že 76,28 % zveřejňuje vlastní fotografie a videa a navíc 11,16 % sdílí lokalitu, ve které se vyskytuje. V závěru práce autorka shrnuje danou problematiku a upozorňuje na nebezpečí, které sociální sítě přinášejí. (MARKOVÁ, 2015)

Poslední vybraný vhled do problematiky uvádí Michaela Chejnovská pomocí své diplomové práce z roku 2020 na téma *Pohled žáků staršího školního věku a adolescentů na problematiku sociálních sítí*. Autorka si kladla za cíl zjistit, jaké zkušenosti má daná věková kategorie s používáním sociálních sítí a zda si uvědomují možná rizika s nimi spojená. Výzkumný vzorek tvořilo celkem 350 respondentů ve věku 11–21 let. Jako u předchozích prací, i zde bylo zmapováno, jaké sociální sítě respondenti využívají. Z výzkumného šetření bylo zjištěno, že 87 % dotazovaných využívá profil na Instagramu, 80 % působí na Facebooku a třetí nejčastější volbou je YouTube (75 %). Podle četnosti bylo patrné, že nejčastěji využívanou sociální sítí je Instagram (60 %), za ním následuje YouTube (25 %) a Facebook (10 %). Zajímavostí výzkumu je, že 33,1 % respondentů sdělilo, že sociální sítě využívá zhruba 2–3 hodiny denně, a 27,7 % dokonce i více než 3 hodiny denně. Dalším překvapivým zjištěním je, že 50,1 % respondentů vkládá 1–2 vlastní příspěvky na sociální sítě za měsíc a pouze 5 % dotazovaných sdílí vlastní obsah na sítích téměř každý den. Závěr práce autorka věnuje samotnému pohledu žáků, jak na danou problematiku pohlíží, a informuje o možnostech, jak negativním dopadům předcházet. (CHEJNOVSKÁ, 2020)

Z uvedených výzkumných šetření lze soudit, že sociální sítě jsou nedílnou součástí života každého mladého člověka, který je jim i přes velké množství rizik ochoten věnovat nemalou část svého volného času.

6 CHARAKTERISTIKA VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ

Základem empirické části je provedení vlastního výzkumného šetření. V následujících podkapitolách bude představen hlavní cíl práce, dílčí cíle, výzkumné otázky, výzkumný soubor a celá organizace výzkumu.

6.1 Výzkumné cíle

Hlavním cílem práce je zjistit, zda si dospívající volí (realizují) volnočasové aktivity na základě vědomí, že konkrétní aktivity jsou lajkovanou aktivitou na sociálních sítích.

Dále byly stanoveny dílčí cíle:

Zjistit, jaké současné sociální sítě dospívající jedinci nejvíce preferují.

Zjistit, zda existuje souvislost mezi pohlavím a sledovaným obsahem na sociálních sítích.

Zjistit, zda existuje souvislost mezi typem sdíleného obsahu a časem, kdy se jedinec aktivně podílí na tvoření vlastního obsahu.

Zjistit, zda existuje souvislost mezi pohlavím a vkládáním vlastního obsahu na sociální sítě.

Zjistit, jaký druh prezentace (fotografie, videa apod.) a jak často jej dospívající sdílí na sociálních sítích.

Zjistit, zda existuje souvislost mezi vlastním sdíleným obsahem a počtem získaných lajků za jeho publikování.

Zjistit, zda zaměření obsahu má vliv na to, jak často ho dospívající lajkují.

Zjistit, jaký způsob trávení volného času dospívající preferují.

Zjistit, jaké faktory ovlivňují dospívající při výběru volnočasové aktivity.

Zjistit, zda si dospívající volí způsob trávení volného času podle nejvíce lajkovaných příspěvků.

6.2 Výzkumné otázky a hypotézy

S ohledem na cíle výzkumu byly stanoveny následující výzkumné otázky a hypotézy.

Výzkumná otázka č. 1

Jaké současné sociální sítě dospívající jedinci využívají?

H1₀: Mezi věkem dospívajícího a využívaných sociálních sítí neexistuje statisticky významný vztah.

H1_A: Mezi věkem dospívajícího a nejvíce preferované sociální sítě neexistuje statisticky významný vztah.

Výzkumná otázka č. 2

Jaké současné sociální sítě dospívající jedinci nejvíce preferují?

H2₀: Mezi pohlavím dospívajícího a preferovanou sociální sítí neexistuje statisticky významný vztah.

H2_A: Mezi pohlavím dospívajícího a preferovanou sociální sítí existuje statisticky významný vztah.

Výzkumná otázka č. 3

Má pohlaví vliv na to, jaký obsah na sociálních sítích jedinec sleduje?

H3₀: Mezi pohlavím jedince a sledovaným obsahem na sociálních sítích neexistuje statisticky významný vztah.

H3_A: Mezi pohlavím jedince a sledovaným obsahem na sociálních sítích existuje statisticky významný vztah.

Výzkumná otázka č. 4

Má typ obsahu, který chce dospívající na sociálních sítích sdílet, vliv na čas, jenž jedinec potřebuje k samotnému vytvoření tohoto obsahu?

H4₀: Mezi sdíleným obsahem a časem, kdy se jedinec aktivně podílí na tvorbě vlastního obsahu, neexistuje statisticky významný vztah.

H4_A: Mezi sdíleným obsahem a časem, kdy se jedinec aktivně podílí na tvorbě vlastního obsahu, existuje statisticky významný vztah.

Výzkumná otázka č. 5

Má pohlaví vliv na vkládání vlastního obsahu na sociální sítě?

H5₀: Mezi pohlavím a vkládáním vlastního obsahu neexistuje statisticky významný vztah.

H5_A: Mezi pohlavím a vkládáním vlastního obsahu existuje statisticky významný vztah.

Výzkumná otázka č. 6

Má typ sdíleného obsahu vliv na to, jak často je dospívající na sociálních sítích sdílí?

H6₀: Mezi typem sdíleného obsahu a tím, jak často se tento obsah na sociálních sítích sdílí, neexistuje statisticky významný vztah.

H6_A: Mezi typem sdíleného obsahu a tím, jak často se tento obsah na sociálních sítích sdílí, existuje statisticky významný vztah.

Výzkumná otázka č. 7

Má typ sdíleného obsahu vliv na to, kolik lajků za něj dospívající získá?

H7₀: Mezi typem sdíleného obsahu a tím, kolik lajků za něj dospívající získá, neexistuje statisticky významný vztah.

H7_A: Mezi typem sdíleného obsahu a tím, kolik lajků za něj dospívající získá, existuje statisticky významný vztah.

Výzkumná otázka č. 8

Má zaměření obsahu vliv na to, jak často ho dospívající lajkují?

H8₀: Mezi zaměřením obsahu a tím, jak často ho dospívající lajkují, neexistuje statisticky významný vztah.

H8_A: Mezi zaměřením obsahu a tím, jak často ho dospívající lajkují, existuje statisticky významný vztah.

Výzkumná otázka č. 9

Jaký způsob trávení volného času dospívající preferují?

H9₀: Mezi volnočasovou aktivitou a její mírou oblíbenosti neexistuje statisticky významný vztah.

H9_A: Mezi volnočasovou aktivitou a její mírou oblíbenosti existuje statisticky významný vztah.

Výzkumná otázka č. 10:

Jaké faktory ovlivňují dospívající při výběru volnočasové aktivity?

H10₀: Mezi faktory ovlivňující výběr volnočasové aktivity a tím, jak často je tyto faktory ovlivňují, neexistuje statisticky významný vztah.

H10_A: Mezi volnočasovou aktivitou a její mírou oblíbenosti existuje statisticky významný vztah.

Výzkumná otázka č. 11:

Volí si dospívající způsob trávení volného času podle lajkovaných příspěvků?

H11₀: Mezi způsobem trávení volného času a lajkovaným obsahem neexistuje statisticky významný vztah.

H11_A: Mezi způsobem trávení volného času a lajkovaným obsahem existuje statisticky významný vztah.

6.3 Metodologie výzkumného šetření

Pro práci byl zvolen kvantitativní výzkum. Šetření se zabývá vztahy mezi proměnnými, avšak je navrženo tak, aby jednotlivé proměnné byly měřitelné a přinesly numerická data. Díky tomuto přístupu je zajištěna objektivnost a relativně přesné výsledky umožňují zobecnění na danou populaci. (PUNCH, 2008)

Metodou výzkumu bylo zvoleno dotazníkové šetření. V pedagogické praxi je tento způsob velmi častý, protože působí zdánlivě lehkým dojmem. Vyznačuje se kladením písemných otázek a získáváním jejich odpovědí. (GAVORA, 2000)

Výhoda dotazníku spočívá v rychlém sběru dat od velkého počtu respondentů. Náklady na šíření dotazníků jsou relativně nízké, díky současným technologickým vymoženostem. Dotazník navíc zaručuje všem respondentům anonymitu. Nicméně jeho vyplnění je založeno na aktivitě respondenta a díky těmto nárokům na ochotu dotazovaných je potřeba počítat s jistým nízkým počtem návratnosti. (DISMAN, 2021)

Pro účely práce byl zvolen dotazník, který je složen ze tří částí. První je vstupní část, která obsahuje hlavičku (název, jméno autora), vysvětlení, co je cílem dotazníku, a především jaký je význam odpovědí, z důvodu motivace respondentů k vyplnění. Na konci první části jsou uvedeny pokyny k vyplňování. Druhá část je hlavní část dotazníku, která obsahuje samotné otázky. Poslední třetí částí je poděkování za účast ve výzkumném šetření. (GAVORA, 2000)

Otázky v dotazníku se dělí na uzavřené, polouzavřené a otevřené v závislosti na stupni otevřenosti. Všechny otázky jsou kladené tak, aby jim všichni respondenti rozuměli stejně a dovedli na ně odpovědět. Zároveň jsou položeny jednoduché otázky, které jsou pro respondenta smysluplné. (GAVORA, 2000)

Dotazník v této práci obsahuje celkem 14 položek z toho 7 polouzavřených a 7 uzavřených. K vyplnění dotazníku bylo zapotřebí přibližně 10 minut. Konkrétní podoba dotazníku je přiložena v přílohové části práce – Příloha č. 1 Vzor dotazníku.

6.4 Organizace výzkumného šetření

Jak uvádí Gavora (2000) výzkum začal stanovením *výzkumného problému*. Vytyčilo se, co chce být v práci zkoumáno a krátce na to, v jaké skupině lidí. Po ujasnění základních bodů následovala *informační příprava*. Týkala se studování odborných publikací, časopisů, článků a jiných závěrečných prací. Po důkladném teoretickém úvodu přišla na řadu *příprava výzkumných metod*. V této fázi bylo nutné promyslet, jaké budou výzkumné otázky a z nich vyplývající hypotézy. V rámci této fáze se stanovila konkrétní výzkumná metoda. Byl vytvořen vlastní výzkumný nástroj – dotazník, jehož fungování bylo ověřeno malým předvýzkumem.

Předvýzkum byl proveden na malém vzorku respondentů v rámci hlavního oddělení Hranického dětského pěveckého sboru při Domě dětí a mládeže Hranice. Byla ověřena srozumitelnost a správnost kladených otázek. Na základě připomínek a doporučení byl poupraven výčet odpovědí u otázek číslo 4, 9, 10 a 11. Jiné potíže či komplikované otázky nebyly zjištěny.

Díky úspěšnému předvýzkumu bylo možné přejít k dalšímu kroku, což je podle Gavory (2000) *samotný sběr a zpracování údajů*. Jedná se o stěžejní část práce, tedy o výzkum. Dotazník byl rozšířen mezi cílovou skupinu lidí.

Výzkumné šetření probíhalo v rámci okresu Přerov. Z důvodu ušetření nákladů a času byl sběr dat realizován pomocí online dotazníkového šetření.

Zkoumaná věková kategorie byla oslovena pomocí internetového odkazu přes sociální síť. Dotazník byl vytvořen pomocí internetové stránky Vyplňto.cz.

Po shromáždění vyplněných dotazníků se zapsala požadovaná data s následným zpracováním do tabulek v procesoru Excel a z něj následně exportována do názorných grafů. Vše posloužilo jako podklad pro *interpretaci údajů*. Celý výzkum byl zakončen vyhodnocením a závěrečnou diskusí výsledků. (GAVORA, 2000)

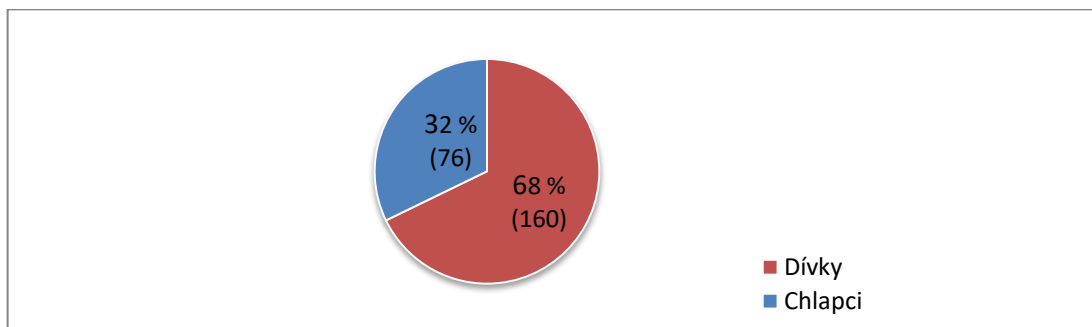
6.5 Charakteristika výzkumného souboru

Do výzkumného šetření se zapojili dospívající ve věku 15–21 let, tedy studenti středních škol a jejich nedávni absolventi z celého území okresu Přerov. Charakter střední školy ve výzkumném šetření nehraje roli, proto byly vybrány všechna gymnázia, střední odborné školy i odborná učiliště. Vzhledem k tématu práce bylo zvoleno šíření dotazníku pomocí sociálních sítí a využít tak potenciál sdíleného odkazu, který byl uveřejněný ve skupinách jednotlivých středních škol. Zveřejnění dotazníku v daných skupinách bylo vždy schváleno správcem skupiny. Internetový odkaz byl publikován spolu s krátkým popisem o výzkumu.

Dotazník si celkem otevřelo 464 lidí, přičemž ho 236 dokončilo. Tedy návratnost dotazníku byla pouze 50,9 %.

Z testovaného vzorku se nakonec zúčastnilo celkem 236 respondentů.

Položka 13 – Jaké je Vaše pohlaví?



Graf 1 Procentuální zastoupení dívek a chlapců
Zdroj: Vlastní

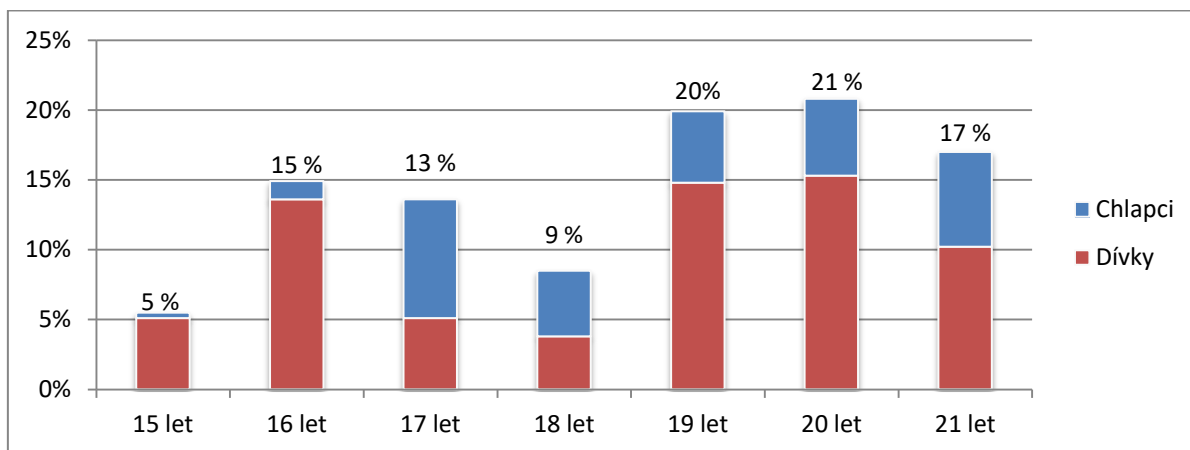
Tabulka 1 Pohlaví respondentů

Soubor	Počet responsí
Dívky	160
Chlapci	76
Celkem	236

Zdroj: Vlastní

Poměr zastoupení chlapců a dívek zobrazuje tabulka 1 a graf 1. Z těchto údajů lze spatřit, že dívek bylo 160, což znamená 68 % z celkového počtu respondentů, a chlapců bylo jen 76, což odpovídá 32 % dotazovaných respondentů. Nepoměr zastoupení pohlaví může být ovlivněn tím, jak ukazují data Českého statistického úřadu (2021), že větší podíl uživatelů na sociálních sítích tvoří dívky.

Položka 14 – Kolik je Vám let?



Graf 2 Věk respondentů

Zdroj: Vlastní

Tabulka 2 Věk respondentů

Věk	Pohlaví		Celkem	Pohlaví (podíl)		Celkem (podíl)
	Dívky	Chlapci		Dívky	Chlapci	
15	12	1	13	5 %	0 %	5 %
16	32	3	35	14 %	1 %	15 %
17	12	20	32	5 %	8 %	13 %
18	9	11	20	4 %	5 %	9 %
19	35	12	47	15 %	5 %	20 %
20	36	13	49	15 %	6 %	21 %
21	24	16	40	10 %	7 %	17 %
Celkem	160	76	236	68 %	32%	100 %

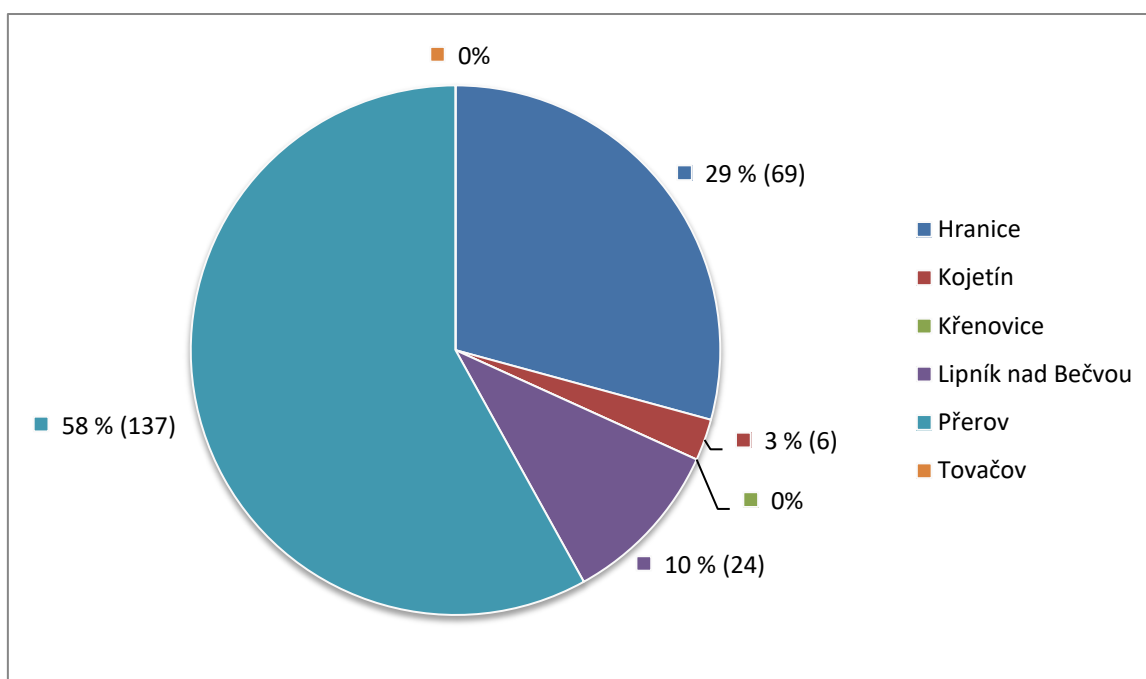
Zdroj: Vlastní

Věkové rozložení respondentů zajistila položka 14. Nejnižší věková hranice respondentů byla stanovena na 15 let, jelikož od tohoto věku většina české populace studuje střední školu. Horní hranice byla stanovena na 21 let, kdy jsou lidé relativně krátce absolventy středních škol a mají ještě stále zájem o dění na střední škole.

Díky grafu 2 a tabulky 2 lze vidět, že patnáctiletých lidí se zapojilo celkem 13 (5 %), šestnáctiletých respondentů bylo 35 (15 %), 32 lidí (13 %) mělo sedmáct let, osmnáctiletých lidí bylo 20 (9 %), devatenáctiletých respondentů bylo 47 (20 %), největší věkovou obsazenost měli dvacetiletí lidé s celkovým počtem 49 (21 %) a nakonec dvacet jedna let mělo 40 (17 %) lidí. Věkové kategorie od 19 do 21 let byly poměrně vyrovnané, větší pokles je u kategorie 18 a 15 let.

Průměrný věk respondenta podle aritmetického průměru je 18,5 roku, z toho průměrný věk dívky je 18,4 let a chlapce 18,8 let.

Položka 15 – V jakém městě stojí Vaše gymnázium/střední škola/učiliště?



Graf 3 Podíl respondentů podle města, ve kterém stojí škola

Zdroj: Vlastní

Na základě vlastní analýzy dat z Výroční zprávy o stavu a rozvoji vzdělávací soustavy v Olomouckém kraji za školní rok 2019/2020 (Olomoucký kraj, 2021) bylo zjištěno, že na území okresu Přerov působí celkem 20 středních škol, a to ve městech: Hranice (5 škol), Kojetín (1 škola), Křenovice (1 škola), Lipník nad Bečvou (4 školy), Přerov (8 škol) a

Tovačov (1 škola). Položka 15, znázorněna grafem 3, měla za cíl zjistit, v jakém městě stojí škola, ve které daný respondent studuje nebo studoval.

Ze střední školy v Tovačově a odborného učiliště v Křenovicích se výzkumného šetření nezúčastnil žádný respondent. Naopak největší zastoupení mělo město Přerov se 137 (58 %) lidmi, které má i nejvyšší počet středních škol na svém území v rámci celého okresu. V Hranicích je počet středních škol nižší, avšak výzkumného šetření se zúčastnilo 69 (29 %) lidí. Celkem 24 (10 %) studentů nebo absolventů středních škol přispělo svými odpověďmi z Lipníku nad Bečvou a dokonce 6 dívek (3 %) z Gymnázia Kojetín.

7 VÝSLEDKY VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ

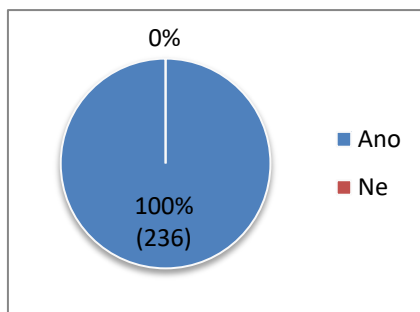
Tato kapitola obsahuje základní statistické výsledky z dotazníkového šetření. Vše je srozumitelně zpracováno do tabulkové formy. Pro lepší přehlednost a pro deskriptivní hodnocení je ke každé položce vytvořeno grafické znázornění. Jednotlivé zpracování položek je doplněno krátkým komentářem.

V grafech 9, 10, 11 a tabulkách 3, 4, 5, 9, 10, 11 jsou vyjádřeny absolutní četnosti, z nichž byly vypočteny relativní četnosti s procentuálním vyjádřením a zaokrouhlením na celá čísla. Relativní četnosti lze nalézt v grafech 5, 7, 8, 12, 13, 14 a tabulkách 6, 7, 8. V grafech 4 a 6 jsou uvedeny hodnoty obou četností.

U odpovědí tvořených škálou je její frekvence stanovena následovně: stále/vždy (alespoň jednou denně), velmi často (alespoň jednou za týden), často (alespoň jednou měsíčně) a občas (několikrát ročně).

Celá analýza a zpracování dat proběhly prostřednictvím programů Microsoft Office. Tato skutečnost platí pro všechny grafy a tabulky.

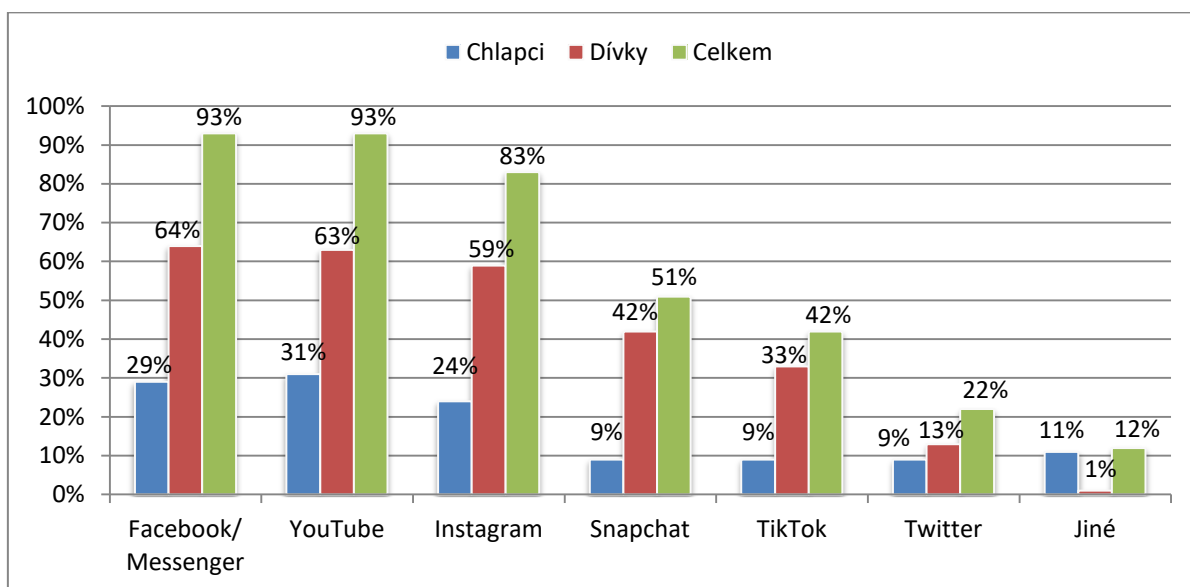
Položka 1 – Využíváte nějakou sociální síť?



Graf 4 Podíl respondentů využívající sociální síť
Zdroj: Vlastní

Graf 4 znázorňuje, že všichni respondenti (236) využívají nějakou sociální síť. Tato otázka byla spíše kontrolní, jelikož lze předpokládat, že díky šíření dotazníku přes sociální síť jednotliví respondenti budou alespoň jednu sociální síť používat.

Položka 2 – Jakou sociální síť využíváte?



Graf 5 Používané sociální sítě

Zdroj: Vlastní

Tabulka 3 Využívané sociální sítě

	Chlapci	Dívky	Celkem
Facebook/ Messenger	68	152	220
YouTube	72	148	220
Instagram	56	140	196
Snapchat	21	99	120
TikTok	22	78	100
Twitter	21	31	52
Jiné	25	3	28

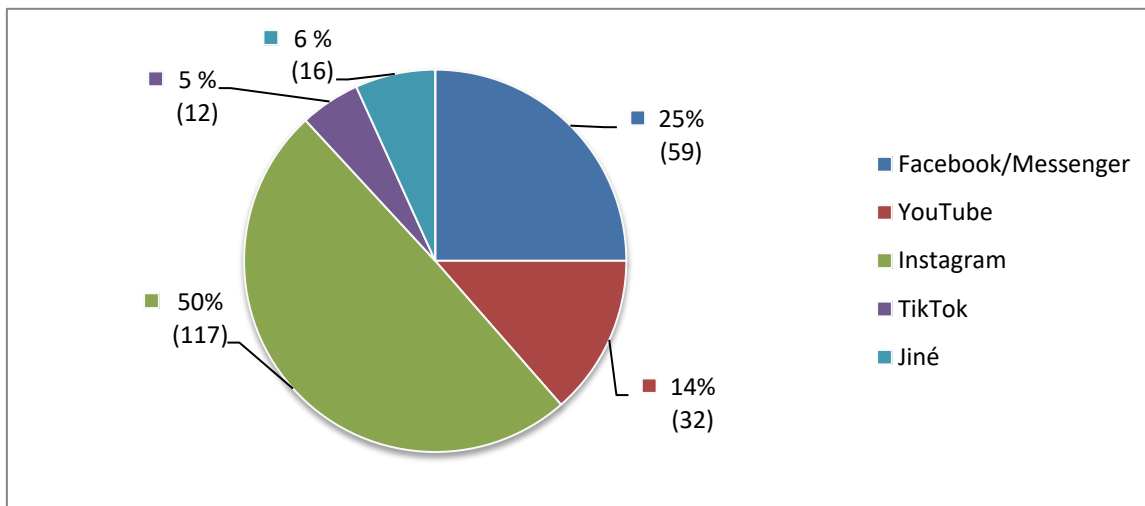
Zdroj: Vlastní

Graf 5 zachycuje druhy sociálních sítí, které respondenti používají. Na tuto položku měli respondenti možnost více odpovědí. V grafu je zachycen procentuální podíl k celkovému počtu respondentů. Z grafu je tedy vidět, že 93 % dotazovaných využívá Facebook či Messenger, stejný počet 93 % využívá služeb YouTube. V závěsu je sociální síť Instagram (83 %). Za zmínku stojí platforma Snapchat využívaná 120 (51 %) respondenty. Ostatní sociální sítě získaly méně než 50 % respondentů.

Tabulka 3 zachycuje přesné počty respondentů s podrobnějším rozdělením podle pohlaví. Lze tedy vidět, že tázané dívky využívají více sociální síť Facebook či Messenger, ale dotazovaní chlapci používají více služeb YouTube.

V kategorii jiné měli respondenti možnost doplnit, jakou službu využívají. Objevily se zde sociální sítě Pinterest (6), Discord (5) a Reddit (3).

Položka 3 – Kterou ze sociálních sítí nejvíce upřednostňujete/sledujete?



Graf 6 Nejoblíbenější sociální síť

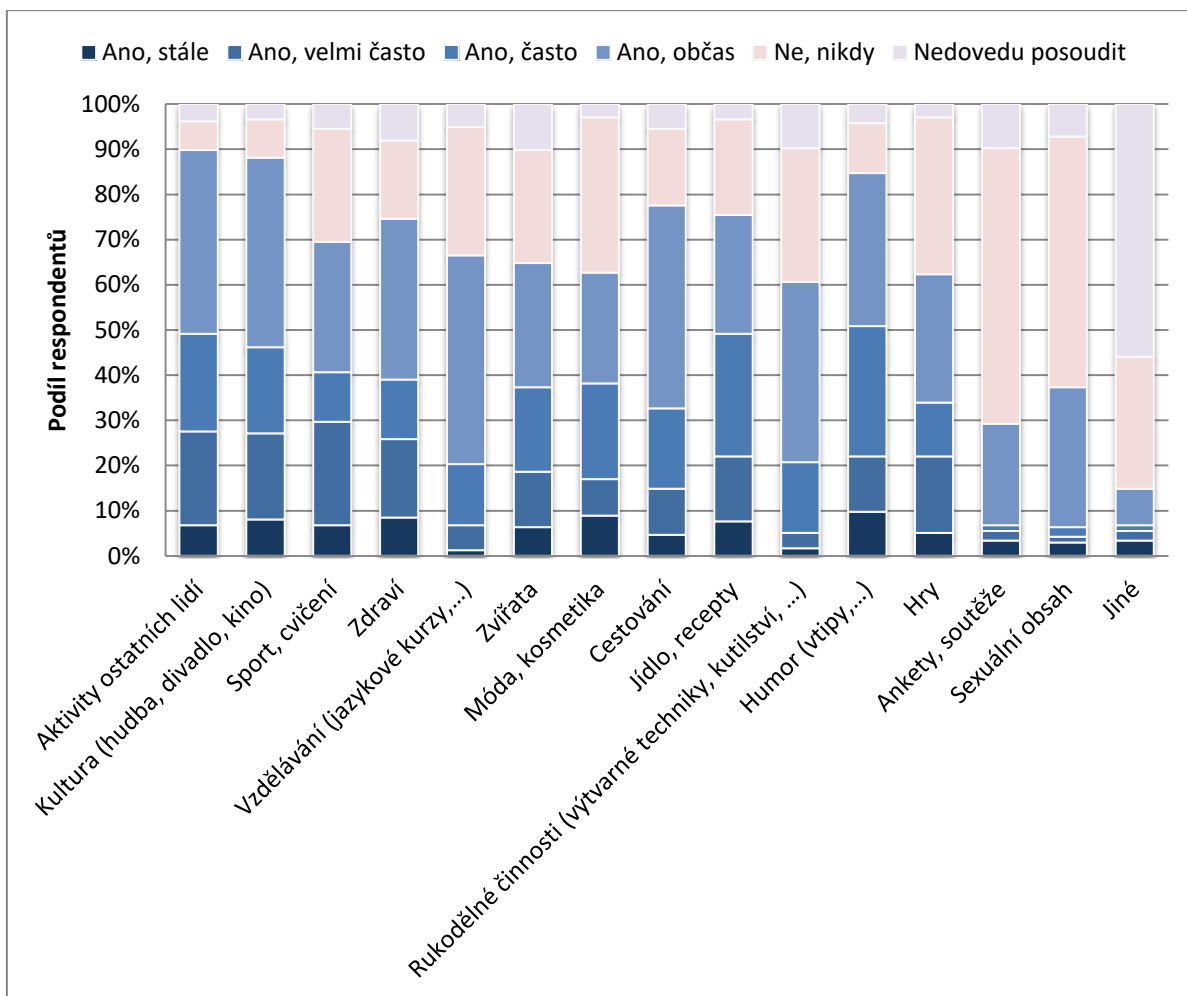
Zdroj: Vlastní

Graf 6 zachycuje oblíbenost jednotlivých sítí. Nejčastější preferovanou sítí je u 50 % (117) respondentů Instagram, druhá nejsledovanější síť je Facebook s Messengerem (25 %), třetí oblíbenou sítí je YouTube se 14 % respondenty. V odpovědích se v kategorii jiné objevila síť Discord (3), Snapchat (3) a Twitter (5).

Položka 4 – Jaký typ obsahu na sociálních sítích vyhledáváte/sledujete?

Položka 4 byla zaměřena na samotný obsah sociálních sítí, a to především na ten, který je respondenty nejvíce vyhledáván. Absolutní četnost odpovědí zachycuje tabulka 4. Grafické znázornění lze spatřit v grafu 7.

Z grafu vyplývá, že respondenti nejčastěji vyhledávají aktivitu ostatních lidí. Odpověď „ano“ označilo 90 % (212) dotazovaných, z nichž 96 zvolilo možnost „občas“. Druhou oblastí zájmu respondentů (88 %) jsou témata spojená s kulturou. Do této oblasti jsou zařazeny hudební koncerty, divadelní představení, prohlídka muzeí a podobně. Třetí pozici (85 %) získala odpověď „humor“. V této položce se skrývá veškerý zábavný obsah s účelem uživatele pobavit, jedná se například o humorné obrázky, vtipy a podobně. Právě tuto oblast sleduje 10 % respondentů alespoň jednou denně. Nejméně vyhledávanou kategorií jsou u respondentů (61 %) ankety a soutěže.



Graf 7 Podíl respondentů podle jejich sledovaného obsahu

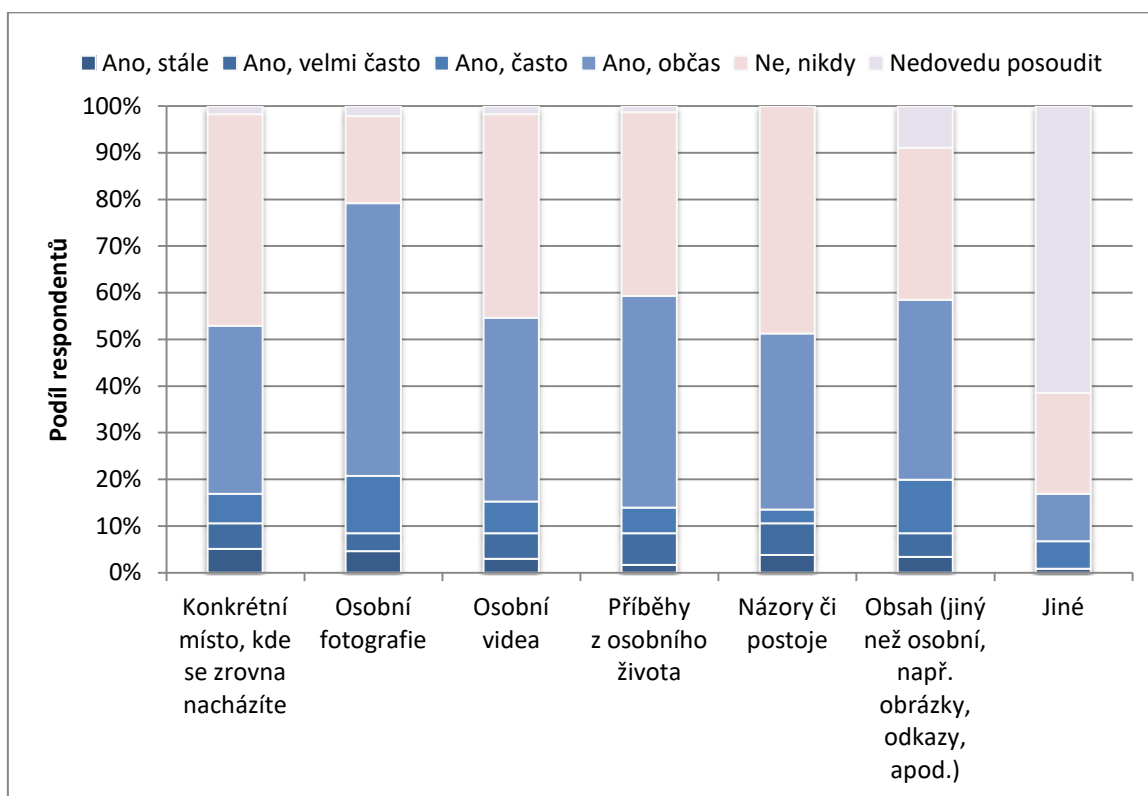
Zdroj: Vlastní

Tabulka 4 Počet respondentů a jejich vyhledávaná témata na sociálních sítích

	Ano, stále	Ano, velmi často	Ano, často	Ano, občas	Ne, nikdy	Nedovedu posoudit
Aktivita ostatních lidí	16	49	51	96	15	9
Kultura	19	45	45	99	20	8
Sport, cvičení	16	54	26	68	59	13
Zdraví	20	41	31	84	41	19
Vzdělávání	3	13	32	109	67	12
Zvířata	15	29	44	65	59	24
Móda, kosmetika	21	19	50	58	81	7
Cestování	11	24	42	106	40	13
Jídlo, recepty	18	34	64	62	50	8
Rukodělné činnosti	4	8	37	94	70	23
Humor	23	29	68	80	26	10
Hry	12	40	28	67	82	7
Ankety, soutěže	8	5	3	53	144	23
Sexuální obsah	7	3	5	73	131	17
Jiné	8	5	3	19	69	132

Zdroj: Vlastní

Položka 5 – Sdíle níže uvedené příspěvky na sociálních sítích?



Graf 8 Sdílení obsahu na sociálních sítích

Zdroj: Vlastní

Tabulka 5 Sdílený obsah na sociálních sítích

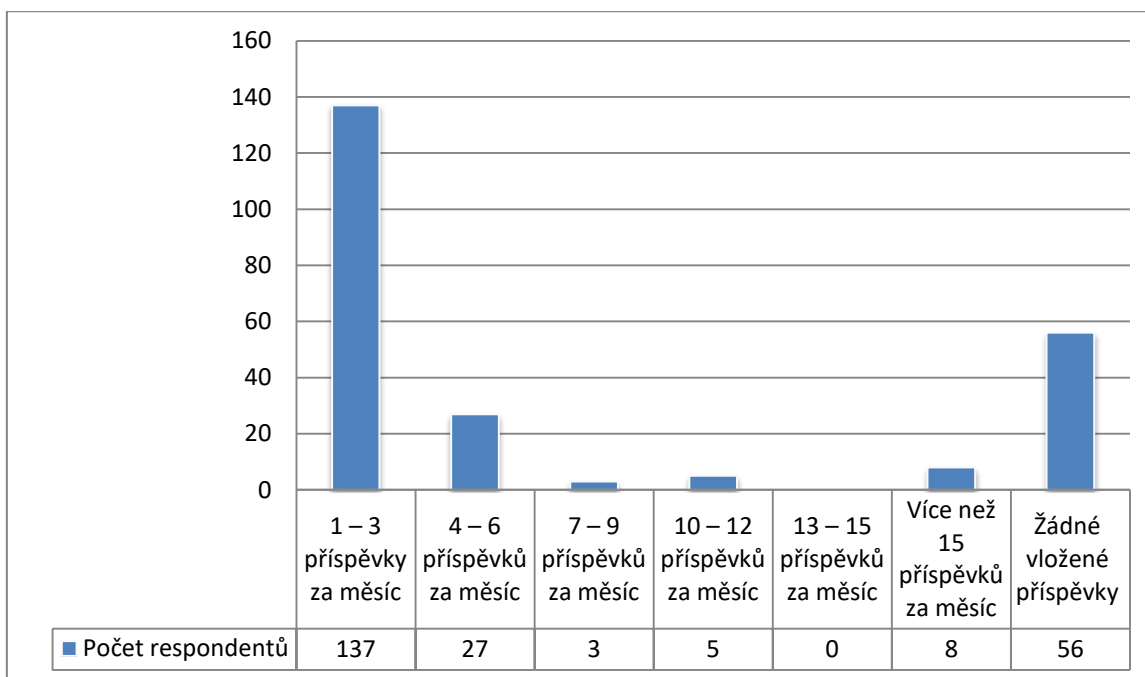
	Ano, stále	Ano, velmi často	Ano, často	Ano, občas	Ne, nikdy	Nedovedu posoudit
Konkrétní místo, kde se zrovna nacházíte	12	13	15	85	107	4
Osobní fotografie	11	9	29	138	44	5
Osobní videa	7	13	16	93	103	4
Příběhy z osobního života	4	16	13	107	93	3
Názory či postoje	9	16	7	89	115	0
Obsah (jiný než osobní, např. obrázky, odkazy apod.)	8	12	27	91	77	21
Jiné	2	0	14	24	51	145

Zdroj: Vlastní

Položka 5 zachycuje, jaký obsah dotazování na sociálních sítích sdílí na svém uživatelském profilu. Z grafu 8 a tabulky 5 je patrné, že respondenti (79 %) volí nejraději formu osobní fotografie. V této kategorii jsou totiž ukryté nejen rodinné fotografie, ale i

snímky s přáteli, autoportréty (selfie) či jen fotografie zachycující okamžik (jídlo, příroda a podobně). Zajímavé zjištění je, že celkem 49 % respondentů nesdílí své názory a postoje na sociálních sítích.

Položka 6 – Jaký je Váš průměrný počet vložených vlastních příspěvků na sociální síť za měsíc?



Graf 9 Průměrný počet vložených příspěvků za měsíc

Zdroj: Vlastní

Tabulka 6 Vložené příspěvky na sociální síť

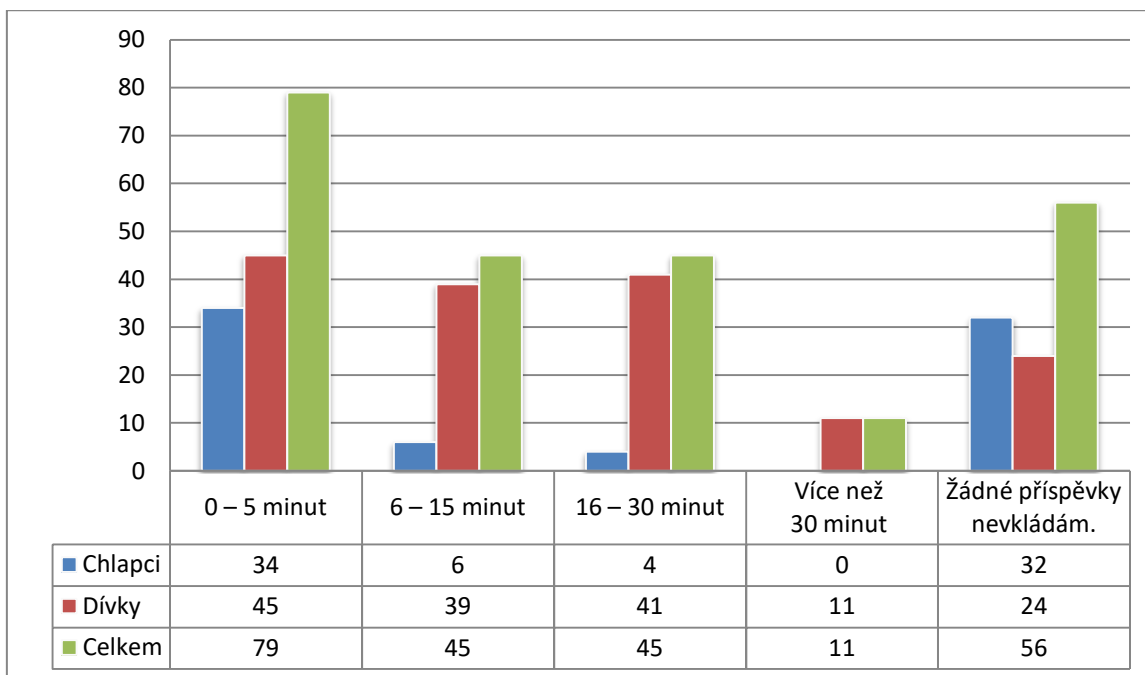
	Celkem respondentů
1 – 3 příspěvky za měsíc	58 %
4 – 6 příspěvků za měsíc	11 %
7 – 9 příspěvků za měsíc	1 %
10 – 12 příspěvků za měsíc	2 %
13 – 15 příspěvků za měsíc	0 %
Více než 15 příspěvků za měsíc	3 %
Žádné vložené příspěvky	24 %

Zdroj: Vlastní

Položka 6 měla za cíl zjistit průměrný měsíční počet vlastních příspěvků vložených na sociální síť. Vše je zachyceno pomocí grafu 9 a tabulky 6.

V grafu lze spatřit, že celkem 137 (58 %) respondentů sdílí 1–3 příspěvky za měsíc. Zároveň se mezi respondenty objevilo 56 (24 %) lidí, kteří naopak žádné příspěvky nevkládají.

Položka 7 – Kolik času průměrně věnujete k vytvoření 1 osobního příspěvku?



Graf 10 Potřebný čas k vytvoření osobního příspěvku

Zdroj: Vlastní

Tabulka 7 Potřebný čas k vytvoření osobního příspěvku

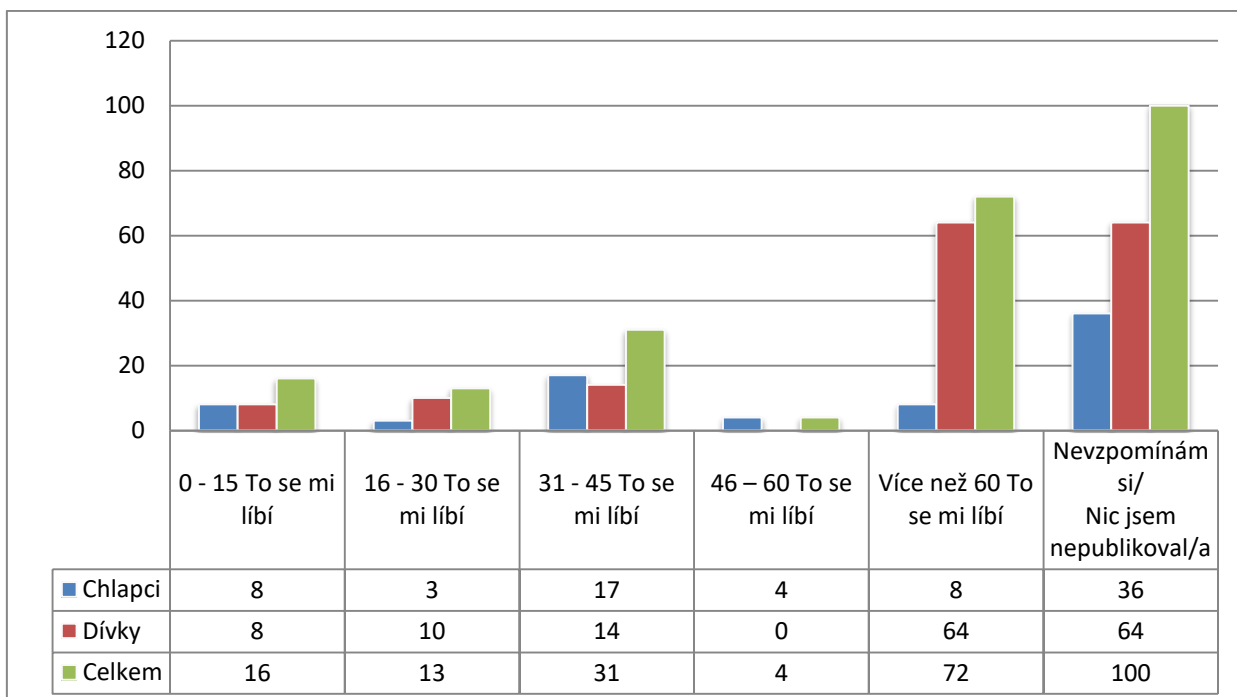
	Chlapci	Dívky	Celkem
0 – 5 minut	45 %	28 %	33 %
6 – 15 minut	8 %	24 %	19 %
16 – 30 minut	5 %	26 %	19 %
Více než 30 minut	0 %	7 %	5 %
Žádné příspěvky nevkládám.	42 %	15 %	24 %

Zdroj: Vlastní

Položka 7 zjišťovala, kolik času respondenti potřebují k vytvoření 1 vlastního příspěvku. Na grafu 10 a v tabulce 7 lze vidět, že 33 % (79) respondentů tím tráví maximálně 5 minut. Nicméně 19 % (45) dotazovaných věnuje na vytvoření příspěvku až 15 minut. Stejný počet respondentů (19 %) tráví nad přípravou jednoho osobního příspěvku dokonce až 30 minut. Zároveň byly potvrzeny odpovědi respondentů z předchozí položky, že 24 % (56) dotazovaných nevkládá na sociální síti žádné vlastní příspěvky.

Položka 8 – Vybaví se Vám Váš poslední nejlepší příspěvek za poslední měsíc, vzpomenete si, kolik obdržel lajků (To se mi líbí)?

Položka 8 měla zjistit, kolik lajků (To se mi líbí) dostal respondent za poslední zveřejněný vlastní příspěvek. Tuto skutečnost charakterizuje graf 11 a tabulka 8. Bohužel 42 % (100) dotazovaných si na svůj nejlepší příspěvek nevzpomíná, nepamatuje si počet získaných lajků nebo nic takového nesdíleli. Zajímavé však je, že 31 % (72) respondentů uvedlo, že jejich poslední nejlepší vlastní příspěvek obdržel více než 60 lajků. Tuto skupinu osob tvoří převážně dívky (64).



Graf 11 Počet lajků u posledního nejlepšího osobního příspěvku

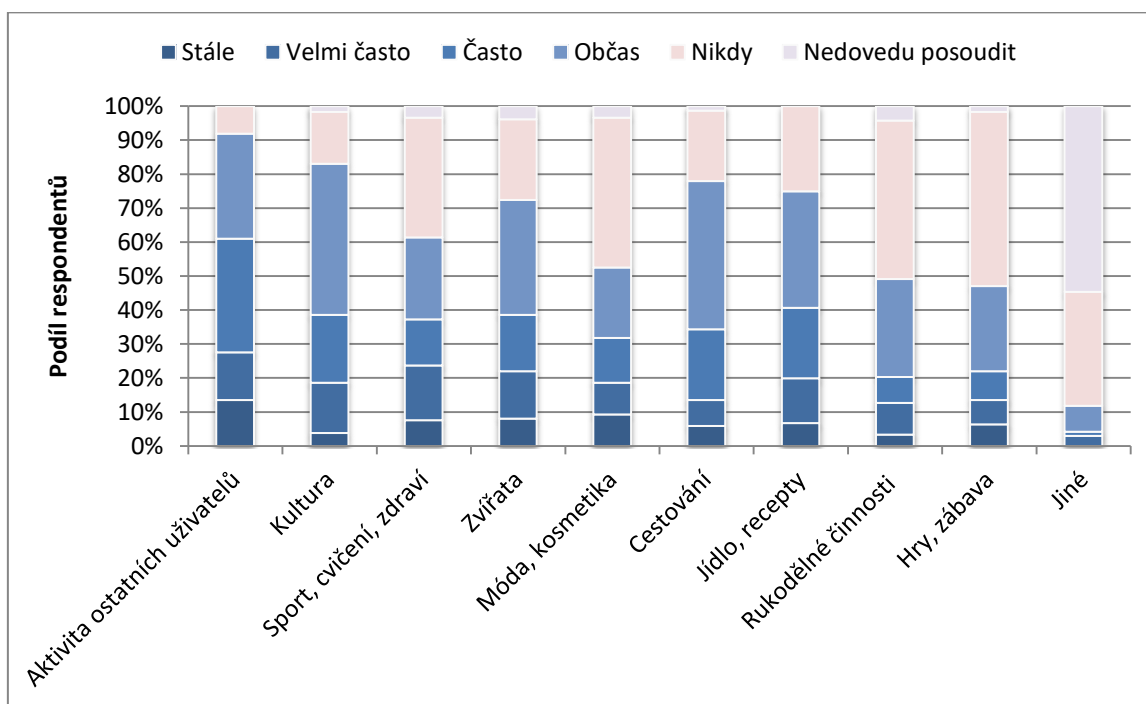
Zdroj: Vlastní

Tabulka 8 Počet udělených lajků za poslední nejlepší osobní příspěvek

	Chlapci	Dívky	Celkem
0 - 15 To se mi líbí	11 %	5 %	7 %
16 - 30 To se mi líbí	4 %	6 %	5 %
31 - 45 To se mi líbí	22 %	9 %	13 %
46 – 60 To se mi líbí	5 %	0 %	2 %
Více než 60 To se mi líbí	11 %	40 %	31 %
Nevzpomínám si / Nikdy jsem nic nepublikoval(a).	47 %	40 %	42 %

Zdroj: Vlastní

Položka 9 – Jaký typ obsahu lajkujete (udělujete To se mi líbí)?



Graf 12 Podíl respondentů a lajkovaný obsah

Zdroj: Vlastní

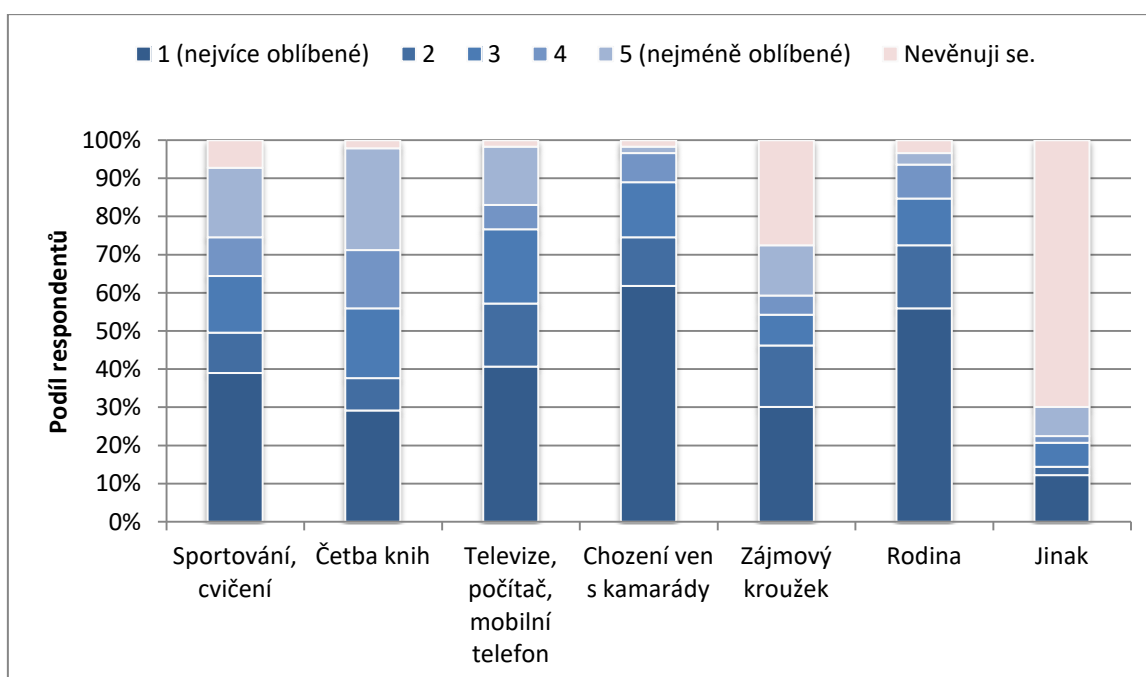
Tabulka 9 Lajkovaný obsah

	Stále	Velmi často	Často	Občas	Nikdy	Nedovedu posoudit
Aktivita ostatních uživatelů	32	33	79	73	19	0
Kultura	9	35	47	105	36	4
Sport, cvičení, zdraví	18	38	32	57	83	8
Zvířata	19	33	39	80	56	9
Móda, kosmetika	22	22	31	49	104	8
Cestování	14	18	49	103	49	3
Jídlo, recepty	16	31	49	81	59	0
Rukodělné činnosti	8	22	18	68	110	10
Hry, zábava	15	17	20	59	121	4
Jiné	0	7	3	18	79	129

Zdroj: Vlastní

Tato položka pomocí grafu 12 a tabulky 9 zobrazuje, jaký obsah respondenti nejčastěji lajkují. Z grafu je patrné, že nejvíce lajkované (92 %) jsou aktivity ostatních uživatelů. Tomuto obsahu lajky každý den udělují 32 respondentů (14 %). Nejméně lajkovanými příspěvky (51 %) jsou témata her a zábavy. V odpovědích jiné se objevilo zpravodajství, politika a doprava.

Položka 10 – Jakým způsobem trávíte svůj volný čas?



Graf 13 Oblíbenost způsobů trávení volného času

Zdroj: Vlastní

Tabulka 10 Způsoby trávení volného času

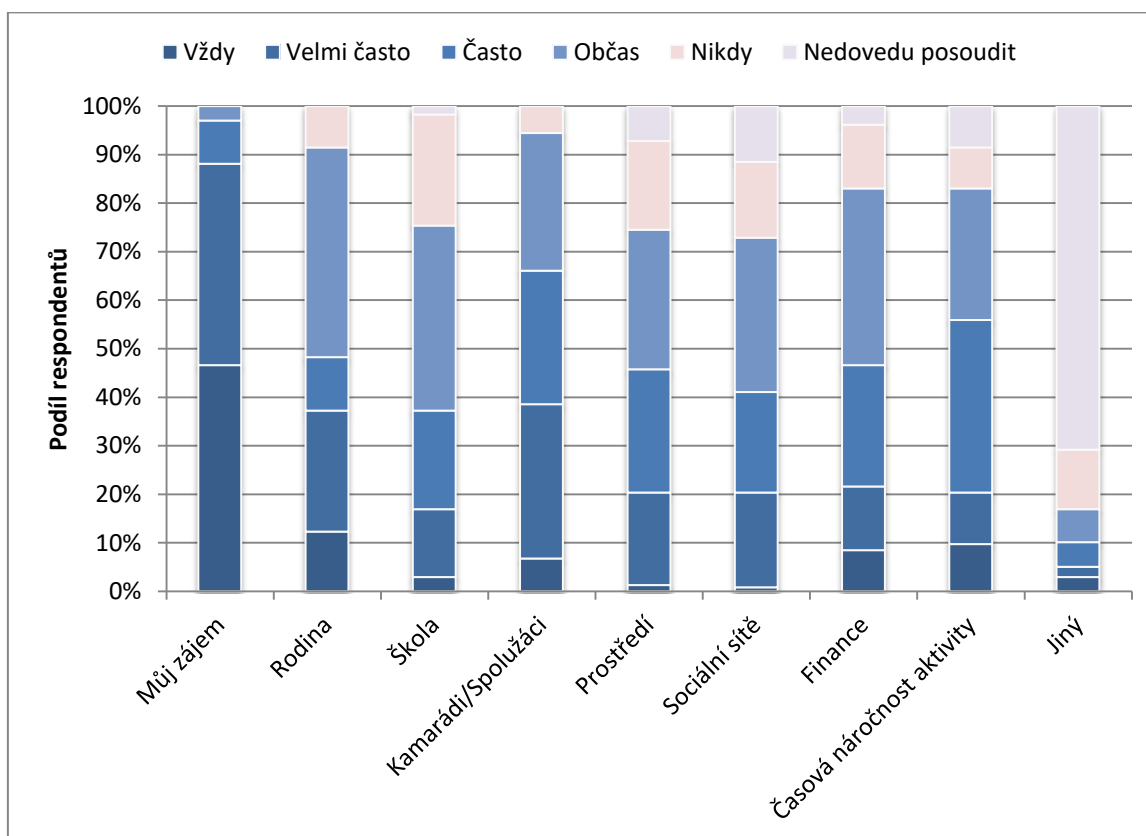
	1	2	3	4	5	Nevěnuji se.
Sportování, cvičení	92	25	35	24	43	17
Četba knih	69	20	43	36	63	5
Televize, počítač, mobil	96	39	46	15	36	4
Chosení ven s kamarády	146	30	34	18	4	4
Zájmový kroužek	71	38	19	12	31	65
Rodina	132	39	29	21	7	8
Jinak	29	5	15	4	18	165

Zdroj: Vlastní

Položka číslo 10 je škálová. Respondenti měli přiřadit číselnou hodnotu od 1 – nejvíce oblíbený způsob po 5 – nejméně oblíbený způsob. Pokud se některé variantě nevěnují, označili ji „N“.

Bližší náhled je patrný z grafu 13 a tabulky 10. Jak lze vidět z grafu, tak nejoblíbenější způsob trávení volného času je chosení ven s kamarády. Tuto možnost označilo 62 % respondentů jako nejvíce oblíbený způsob. Dalšími oblíbenými způsoby jsou čas věnovaný rodině (56 %) a sportu či cvičení (39 %). Nejméně oblíbený způsob trávení volného času je u knihy (27 %).

Položka 11 – Jaký důvod Vás vede k výběru konkrétní volnočasové aktivity?



Graf 14 Podíl respondentů a jejich faktory ovlivňující výběr volnočasové aktivity

Zdroj: Vlastní

Tabulka 11 Faktory ovlivňující výběr volnočasové aktivity

	Vždy	Velmi často	Často	Občas	Nikdy	Nedovedu posoudit
Můj zájem	110	98	21	7	0	0
Rodina	29	59	26	102	20	0
Škola	7	33	48	90	54	4
Kamarádi/Spolužáci	16	75	65	67	13	0
Prostředí	3	45	60	68	43	17
Sociální síť	2	46	49	75	37	27
Finance	20	31	59	86	31	9
Časová náročnost aktivity	23	25	84	64	20	20
Jiný	7	5	12	16	29	167

Zdroj: Vlastní

Položka 11 měla za cíl zjistit, jaké důvody respondenta vedou k výběru konkrétní volnočasové aktivity. Z grafu číslo 14 a tabulky číslo 11 je zřejmé, že u 47 % (110) respondentů má vždy přednost vlastní zájem. Zajímavé je, že škola u 95 (23 %) dotazovaných nedokáže vzbudit zájem o nějakou volnočasovou aktivitu, avšak u 38 % dotazovaných se jí to podaří alespoň občas. Rodina je občasným důvodem u 43 % respondentů.

8 VYHODNOCENÍ A DISKUSE VÝSLEDKŮ VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ

8.1 Metody ověřování hypotéz

Aby bylo možné ověřit stanovené hypotézy, bude aplikována metoda testu nezávislosti chí-kvadrát pro kontingenční tabulku. V případě dotazníkového šetření je tato metoda příhodná, jelikož porovnává závislost mezi dvěma pedagogickými jevy.

V prvním kroku bude vytvořena kontingenční tabulka, do níž budou zapsány výsledky z dotazníkového šetření. Tyto hodnoty představují absolutní četnost respondentů (P), pro které platí nějaká odpověď na jednu otázku a zároveň nějakou odpověď na druhou otázku. V tabulce se navíc zapisují na spodní řádek v pravém okraji marginální četnosti, které se vypočítají jako součet jednotlivých absolutních četností v konkrétních řádcích a sloupcích. (CHRÁSKA, 2016)

Jak uvádí Chráska (2016) ve své publikaci, aby bylo možné provést test nezávislosti chí-kvadrát, je nutné začít formulací nulové a alternativní hypotézy. Nulová hypotéza (H_0) stanovuje domněnku, že neexistuje souvislost mezi odpověďmi na první a druhou otázku. Alternativní hypotéza (H_A) je opakem k nulové hypotéze, proto pracuje s domněnkou, že mezi odpověďmi na první a druhou otázku souvislost existuje.

Pro testování hypotéz uvedených v tomto výzkumném šetření bude použita hladina významnosti $\alpha = 0,05$. Aby bylo možné pokračovat ke druhému kroku testování, je nutné spočítat očekávané četnosti (O). Ty dostaneme po vyhodnocení součinu odpovídajících marginálních četností, vydělené celkovou četností. (CHRÁSKA, 2016)

Druhým krokem je samotný výpočet testovacího kritéria (χ^2). Pro výpočet hodnot se využívá vztah $\frac{(P-O)^2}{O}$, který se uplatní pro každé pole kontingenční tabulky. Následně se všechny vypočtené hodnoty sečtou. Získaná hodnota testovacího kritéria udává velikost rozdílu mezi nulovou hypotézou a skutečností. Pro další posuzování této hodnoty, je nutné určit počet stupňů volnosti. K výpočtu stupně volnosti (f) je třeba znát počet řádků (r) a počet sloupců (s) v kontingenční tabulce, vše se pak dosadí do vztahu $f = (r - 1) \cdot (s - 1)$. Pomocí příslušných statistických tabulek se dohledá kritická hodnota testovacího kritéria pro

vypočtený stupeň volnosti a vybranou hladinu významnosti. V práci bude počítáno na hladině významnosti 0,05. Posledním krokem testování je porovnání obou hodnot, tedy testovacího kritéria χ^2 a kritické hodnoty $\chi^2_{0,05}$ (f). V případě platnosti vztahu $\chi^2 > \chi^2_{0,05}$ (f) je odmítnuta stanovená hypotéza H_0 a přijata H_A . Celým tímto postupem se dokazuje statistická souvislost. Nicméně je nutné si dát pozor na dva případy, kdy test nezávislosti chí-kvadrát nelze použít. Za prvé může nastat, že ve více než 20 % očekávaných četností v kontingenční tabulce jsou hodnoty menší než 5. V této situaci je nutné využít jiné metody testování. Druhá situace, která zamezí použití tohoto postupu, je, když v některém z polí se objeví očekávaná četnost menší než 1. (CHRÁSKA, 2016)

Test nezávislosti dokazuje nebo vyvrací statistickou souvislost, nicméně více souvislostí neodhalí. V tomto případě Chráska (2016) doporučuje využít znaménkové schéma. Díky sestavení tohoto schématu lze rychle a přehledně určit jaké pole kontingenční tabulky porušuje předpoklad nezávislosti dvou porovnávaných znaků. Pro sestavení znaménkového schématu se používá z-skóre (z), tedy hodnota normované normální veličiny. K vypočítání z-skóre je nutné znát pozorovanou četnost v procentuálním vyjádření v určitém poli ($P\%$) a očekávaná četnost v procentuálním vyjádření v určitém poli ($O\%$), jednotlivé hodnoty lze získat ze vztahu $z = \frac{P\% - O\%}{\sqrt{O\% \cdot (100 - O\%)}} \cdot \sqrt{n}$. Písmeno „n“ značí celkovou četnost v kontingenční tabulce.

Následně se podle hodnot z přiřazuje znaménko „+“ nebo „-“. V případě platnosti vztahu $1,96 \leq z < 2,58$ zapíše se do tabulky jedno znaménko, dvě znaménka v případě platnosti vztahu $2,58 \leq z < 3,30$ a když platí $3,30 \leq z$, zapisují se tři znaménka. (CHRÁSKA, 2016)

8.2 Ověřování stanovených hypotéz a analýza zjištěných korelací

Výzkumná otázka č. 1:

Jaké současné sociální sítě dospívající jedinci využívají?

H_{10} : Mezi věkem dospívajícího a využívaných sociálních sítí neexistuje statisticky významný vztah.

H_{1A} : Mezi věkem dospívajícího a nejvíce preferované sociální sítě neexistuje statisticky významný vztah.

Na základě nulové hypotézy bylo rozhodováno o přijetí či vyvrácení výše uvedených hypotéz. Samotné testování vychází z kontingenční tabulky číslo 12 korelační analýzy.

Výsledná hodnota testovacího kritéria pro celou tuto tabulku je $\chi^2 = 54,7416126$ a kritická hodnota pro hladinu významnosti a daného stupně volnosti je $\chi^2_{0,05}(30) = 43,773$. Platí tedy, že hodnota testovacího kritéria je větší než kritická hodnota, a proto je nulová hypotéza odmítnuta a přijata alternativní.

Tabulka 12 Kontingenční tabulka a znaménkové schéma pro výzkumnou otázku č. 1

	Facebook/Messenger	YouTube	Instagram	Snapchat	TikTok	Twitter	
15 let	P = 13 O = 15,51 $\chi^2 = 0,41$ z = -0,64 0	P = 9 O = 15,51 $\chi^2 = 2,73$ z = -1,67 0	P = 13 O = 13,81 $\chi^2 = 0,05$ z = -0,22 0	P = 9 O = 8,46 $\chi^2 = 0,03$ z = 0,19 0	P = 12 O = 7,05 $\chi^2 = 3,48$ z = 1,87 0	P = 8 O = 3,67 $\chi^2 = 5,13$ z = 2,27 +	64
16 let	P = 27 O = 35,13 $\chi^2 = 1,88$ z = -1,4 0	P = 35 O = 35,13 $\chi^2 = 0$ z = -0,02 0	P = 27 O = 31,3 $\chi^2 = 0,59$ z = -0,78 0	P = 31 O = 19,16 $\chi^2 = 7,31$ z = 2,73 ++	P = 21 O = 15,97 $\chi^2 = 1,58$ z = 1,27 0	P = 4 O = 8,3 $\chi^2 = 2,23$ z = -1,5 0	145
17 let	P = 28 O = 31,98 $\chi^2 = 0,5$ z = -0,72 0	P = 32 O = 31,98 $\chi^2 = 0$ z = 0 0	P = 28 O = 28,49 $\chi^2 = 0,01$ z = -0,09 0	P = 24 O = 17,44 $\chi^2 = 2,46$ z = 1,58 0	P = 12 O = 14,54 $\chi^2 = 0,44$ z = -0,67 0	P = 8 O = 7,56 $\chi^2 = 0,03$ z = 0,16 0	132
18 let	P = 20 O = 20,11 $\chi^2 = 0$ z = -0,02 0	P = 19 O = 20,11 $\chi^2 = 0,06$ z = -0,25 0	P = 20 O = 17,92 $\chi^2 = 0,24$ z = 0,5 0	P = 13 O = 10,97 $\chi^2 = 0,38$ z = 0,62 0	P = 7 O = 9,14 $\chi^2 = 0,5$ z = -0,71 0	P = 4 O = 4,75 $\chi^2 = 0,12$ z = -0,35 0	83
19 let	P = 47 O = 44,1 $\chi^2 = 0,19$ z = 0,45 0	P = 44 O = 44,1 $\chi^2 = 0$ z = -0,01 0	P = 35 O = 39,29 $\chi^2 = 0,47$ z = -0,7 0	P = 23 O = 24,05 $\chi^2 = 0,05$ z = -0,22 0	P = 26 O = 20,04 $\chi^2 = 1,77$ z = 1,35 0	P = 7 O = 10,42 $\chi^2 = 1,12$ z = -1,07 0	182
20 let	P = 49 O = 43,85 $\chi^2 = 0,6$ z = 0,8 0	P = 45 O = 43,85 $\chi^2 = 0,03$ z = 0,18 0	P = 45 O = 39,07 $\chi^2 = 0,9$ z = 0,97 0	P = 16 O = 23,92 $\chi^2 = 2,62$ z = -1,64 0	P = 13 O = 19,93 $\chi^2 = 2,41$ z = -1,57 0	P = 13 O = 10,37 $\chi^2 = 0,67$ z = 0,82 0	181
21 let	P = 36 O = 29,32 $\chi^2 = 1,52$ z = 1,25 0	P = 36 O = 29,32 $\chi^2 = 1,52$ z = 1,25 0	P = 28 O = 26,12 $\chi^2 = 0,14$ z = 0,37 0	P = 4 O = 15,99 $\chi^2 = 8,99$ z = -3,03 --	P = 9 O = 13,33 $\chi^2 = 1,4$ z = -1,19 0	P = 8 O = 6,93 $\chi^2 = 0,17$ z = 0,41 0	121
	220	220	196	120	100	52	908

Zdroj: Vlastní

Díky znaménkovému schématu lze vidět kladnou závislost na hladině významnosti 0,01 u šestnáctiletých a sociální sítě Snapchat. Vypovídá o tom i naměřená četnost, která je výrazně vyšší než očekávaná.

Nicméně u stejné sociální sítě a jednadvacetiletých jedinců na totožné hladině významnosti lze pozorovat zápornou závislost, která je pozorovatelná mezi nižší hodnotou naměřené četnosti a vyšší očekávanou četností.

Ostatní sociální sítě a dané věkové kategorie nevykazují značné rozdíly mezi očekávanou a naměřenou četností, tedy lze říci, že mezi nimi není statisticky významný rozdíl.

Výzkumná otázka č. 2:

Jaké současné sociální sítě dospívající jedinci nejvíce preferují?

H₂₀: Mezi pohlavím dospívajícího a preferovanou sociální sítí neexistuje statisticky významný vztah.

H_{2A}: Mezi pohlavím dospívajícího a preferovanou sociální sítí existuje statisticky významný vztah.

Testování nulové hypotézy proběhlo na základě tabulky číslo 13. Vypočítaná hodnota testovacího kritéria pro celou tuto tabulka je $\chi^2 = 52,398952$ a kritická hodnota pro hladinu významnosti a daného stupně volnosti je $\chi^2_{0,05}(4) = 9,488$. Opět je hodnota testovacího kritéria větší než hodnota kritická. Nulovou hypotézu lze odmítnout a přijmout alternativní.

Tabulka 13 Kontingenční tabulka a znaménkové schéma pro výzkumnou otázku č. 2

	Facebook/Messenger	YouTube	Instagram	TikTok	Jiné	
Dívky	P = 28 O = 40 $\chi^2 = 3,6$ z = -2,08 -	P = 16 O = 21,69 $\chi^2 = 1,49$ z = -1,28 0	P = 105 O = 79,32 $\chi^2 = 8,31$ z = 3,54 +++	P = 4 O = 8,14 $\chi^2 = 2,1$ z = -1,48 -	P = 7 O = 10,85 $\chi^2 = 1,36$ z = -1,2 0	160
Chlapci	P = 31 O = 19 $\chi^2 = 7,58$ z = 2,87 ++	P = 16 O = 10,31 $\chi^2 = 3,15$ z = 1,81 0	P = 12 O = 37,68 $\chi^2 = 17,5$ z = -4,56 ---	P = 8 O = 3,86 $\chi^2 = 4,43$ z = 2,12 +	P = 9 O = 5,15 $\chi^2 = 2,87$ z = 1,71 0	76
	59	32	117	12	16	236

Zdroj: Vlastní

Ze znaménkového schématu je patrná kladná závislost na hladině významnosti 0,001 mezi dívkami a Instagramem. Pozorovaná četnost je zde výrazně vyšší než očekávaná, lze tedy říci, že dívky preferují především sociální sít' Instagram. Sociální sítě Facebook a TikTok

u dívek nesklidily velký ohlas, což je vidět i z porovnání naměřené a očekávané četnosti u těchto sociálních sítí.

U chlapců a sociální sítě Instagram je na hladině významnosti 0,001 naměřena záporná závislost. Chlapci tuto síť rádi moc nemají. Naměřené četnosti převyšují očekávané četnosti u chlapců a sociálních sítí Facebook a TikTok, což vypovídá o jejich preferencích.

U ostatních sociálních sítí a u obou pohlaví již dále nejsou žádné statisticky významné rozdíly.

Výzkumná otázka č. 3:

Má pohlaví vliv na to, jaký obsah na sociálních sítích jedinec sleduje?

H₃₀: Mezi pohlavím jedince a sledovaným obsahem na sociálních sítích neexistuje statisticky významný vztah.

H_{3A}: Mezi pohlavím jedince a sledovaným obsahem na sociálních sítích existuje statisticky významný vztah.

V testování nulové hypotézy č. 3 se vycházelo z kontingenční tabulky 14 korelační analýzy. Výsledná hodnota testovacího kritéria pro celou tuto tabulka je $\chi^2 = 54,9280879$ a kritická hodnota pro hladinu významnosti a daného stupně volnosti je $\chi^2_{0,05}(14) = 23,685$. Nulová hypotéza je odmítnuta a přijata alternativní, protože hodnota testovacího kritéria je větší než kritická hodnota.

Znaménkové schéma ukazuje kladnou závislost na hladině významnosti 0,05 u dívek a u módy s kosmetikou. U chlapců a u tohoto tématu je na hladině významnosti 0,001 záporná závislost. Lze tedy říci, že dívky náměty s módou a kosmetikou na sociálních sítích vyhledávají a sledují daleko více než chlapci. Možná je to ovlivněno i genderovými stereotypy, kde se právě toto téma považuje za typicky ženské.

Naopak chlapci a hry na hladině významnosti 0,01 vykazují kladnou závislost. Pod obsahem hry byly právě uvedeny nejen deskové hry, ale i ty počítačové. Z tohoto důvodu se lze domnívat, že i v tomto případě chlapci mohou vycházet z genderového stereotypu, kdy právě mužské pohlaví fascinují informační technologie a virtuální svět.

Bylo možné předpokládat, že vliv genderových stereotypů zapůsobí i v ostatních tématech jako jsou například sporty či kultura, ale ve zbývajících odpovědích žádný další významný statistický vztah nebyl prokázán.

Tabulka 14 Kontingenční tabulka a znaménkové schéma pro výzkumnou otázku č. 3

	Aktivity ostatních lidí	Kultura	Sport, cvičení	Zdraví	Vzdělávání	Zvířata	Móda, kosmetika	Cestování	Jídlo	Rukodělné činnosti	Humor	Hry	Ankety, soutěže	Sexuální obsah	Jiné	
Ženy	P = 148 O = 152,84 $\chi^2 = 0,15$ z = -0,41 0	P = 148 O = 149,95 $\chi^2 = 0,03$ z = -0,16 0	P = 116 O = 118,23 $\chi^2 = 0,04$ z = -0,21 0	P = 136 O = 126,88 $\chi^2 = 0,66$ z = 0,83 0	P = 108 O = 113,18 $\chi^2 = 0,24$ z = -0,5 0	P = 111 O = 110,3 $\chi^2 = 0$ z = 0,07 0	P = 132 O = 106,7 $\chi^2 = 6$ z = 2,51 +	P = 135 O = 131,93 $\chi^2 = 0,07$ z = 0,28 0	P = 142 O = 128,32 $\chi^2 = 1,46$ z = 1,24 0	P = 105 O = 103,09 $\chi^2 = 0,04$ z = 0,19 0	P = 132 O = 144,18 $\chi^2 = 1,03$ z = -1,05 0	P = 87 O = 105,98 $\chi^2 = 3,4$ z = -1,89 0	P = 53 O = 49,74 $\chi^2 = 0,21$ z = 0,47 0	P = 58 O = 63,44 $\chi^2 = 0,47$ z = -0,69 0	P = 19 O = 25,23 $\chi^2 = 1,54$ z = -1,25 0	1630
Chlapci	P = 64 O = 59,16 $\chi^2 = 0,4$ z = 0,64 0	P = 60 O = 58,05 $\chi^2 = 0,07$ z = 0,26 0	P = 48 O = 45,77 $\chi^2 = 0,11$ z = 0,33 0	P = 40 O = 49,12 $\chi^2 = 1,69$ z = -1,32 0	P = 49 O = 43,82 $\chi^2 = 0,61$ z = 0,79 0	P = 42 O = 42,7 $\chi^2 = 0,01$ z = -0,11 0	P = 16 O = 41,3 $\chi^2 = 15,5$ z = -3,97 ---	P = 48 O = 51,07 $\chi^2 = 0,18$ z = -0,43 0	P = 36 O = 49,68 $\chi^2 = 3,77$ z = -1,96 -	P = 38 O = 39,08 $\chi^2 = 0,09$ z = -0,3 0	P = 68 O = 55,82 $\chi^2 = 2,66$ z = 1,65 0	P = 60 O = 41,02 $\chi^2 = 8,78$ z = 2,99 ++	P = 16 O = 19,26 $\chi^2 = 0,55$ z = -0,75 0	P = 30 O = 24,56 $\chi^2 = 1,2$ z = 1,1 0	P = 16 O = 9,77 $\chi^2 = 3,98$ z = 2 +	631
	212	208	164	176	157	153	148	183	178	143	200	147	69	88	35	2261

Zdroj: Vlastní

Výzkumná otázka č. 4:

Má typ obsahu, který chce dospívající na sociálních sítích sdílet, vliv na čas, jenž jedinec potřebuje k samotnému vytvoření tohoto obsahu?

H₄: Mezi sdíleným obsahem a časem, kdy se jedinec aktivně podílí na tvorbě vlastního obsahu, neexistuje statisticky významný vztah.

H_{4A}: Mezi sdíleným obsahem a časem, kdy se jedinec aktivně podílí na tvorbě vlastního obsahu, existuje statisticky významný vztah.

Tabulka 15 Kontingenční tabulka a znaménkové schéma pro výzkumnou otázku č. 4

	Konkrétní místo	Osobní fotografie	Osobní videa	Příběhy z osobního života	Názory či postoje	Obsah (jiný než osobní)	Jiný	
0 – 5 minut	P = 54 O = 46,5 $\chi^2 = 1,21$ z = 1,13 0	P = 56 O = 58,42 $\chi^2 = 0,1$ z = -0,33 0	P = 36 O = 44,58 $\chi^2 = 1,65$ z = -1,32 0	P = 53 O = 48,42 $\chi^2 = 0,43$ z = 0,68 0	P = 38 O = 40,74 $\chi^2 = 0,18$ z = -0,44 0	P = 47 O = 44,97 $\chi^2 = 0,09$ z = 0,31 0	P = 15 O = 15,37 $\chi^2 = 0,01$ z = -0,1 0	299
6 – 15 minut	P = 24 O = 28,93 $\chi^2 = 0,84$ z = -0,93 0	P = 43 O = 36,34 $\chi^2 = 1,22$ z = 1,13 0	P = 28 O = 27,73 $\chi^2 = 0$ z = 0,05 0	P = 28 O = 30,12 $\chi^2 = 0,15$ z = -0,39 0	P = 29 O = 25,34 $\chi^2 = 0,53$ z = 0,74 0	P = 25 O = 27,97 $\chi^2 = 0,32$ z = -0,57 0	P = 9 O = 9,56 $\chi^2 = 0,03$ z = 0,13 0	186
16 – 30 minut	P = 32 O = 34,99 $\chi^2 = 0,26$ z = -0,52 0	P = 44 O = 43,96 $\chi^2 = 0$ z = 0,01 0	P = 41 O = 33,55 $\chi^2 = 1,66$ z = 1,32 0	P = 34 O = 36,44 $\chi^2 = 0,16$ z = -0,41 0	P = 28 O = 30,66 $\chi^2 = 0,23$ z = -0,49 0	P = 34 O = 33,84 $\chi^2 = 0$ z = 0,03 0	P = 12 O = 11,57 $\chi^2 = 0,02$ z = 0,13 0	225
více než 30 minut	P = 11 O = 10,58 $\chi^2 = 0,02$ z = 0,13 0	P = 9 O = 13,29 $\chi^2 = 1,38$ z = -1,19 0	P = 11 O = 10,14 $\chi^2 = 0,07$ z = 0,27 0	P = 11 O = 11,01 $\chi^2 = 0$ z = 0 0	P = 11 O = 9,26 $\chi^2 = 0,32$ z = 0,57 0	P = 11 O = 10,23 $\chi^2 = 0,06$ z = 0,24 0	P = 4 O = 3,5 $\chi^2 = 0,07$ z = 0,27 0	68
	121	152	116	126	106	117	40	778

Zdroj: Vlastní

Nulová hypotéza byla otestována na základě tabulky 15. Vypočítaná hodnota testovacího kritéria pro celou tuto tabulka je $\chi^2 = 11,018$ a kritická hodnota pro hladinu významnosti a daného stupně volnosti je $\chi^2_{0,05}(18) = 28,868$. Tentokrát je kritická hodnota

větší než hodnota testovacího kritéria a z tohoto důvodu je přijata nulová hypotéza, tedy mezi sdíleným obsahem a časem, kdy se jedinec aktivně podílí na tvorbě vlastního obsahu, neexistuje statisticky významný vztah.

Díky znaménkovému schématu, ve kterém se objevuje znaménko 0, je vidět, že typ sdíleného obsahu nemá vliv na průměrný čas věnovaný jeho tvorbě. Tedy mezi pozorovanými a očekávanými četnostmi není statisticky významný rozdíl.

Výzkumná otázka č. 5:

Má pohlaví vliv na vkládání vlastního obsahu na sociální síť?

H₅₀: Mezi pohlavím a vkládáním vlastního obsahu neexistuje statisticky významný vztah.

H_{5A}: Mezi pohlavím a vkládáním vlastního obsahu existuje statisticky významný vztah.

Zjištěná hodnota testovacího kritéria pro tabulku 16 je $\chi^2 = 20,9166583$, kritická hodnota pro hladinu významnosti a daného stupně volnosti je $\chi^2_{0,05}(1) = 3,841$. Kritická hodnota je menší než hodnota testovacího kritéria, proto je nulová hypotéza odmítnuta a přijata alternativní.

Tabulka 16 Kontingenční tabulka a znaménkové schéma pro výzkumnou otázku č. 5

	Ano, vkládá	Ne, nevkládá	
Dívky	P = 136 O = 122,03 $\chi^2 = 1,6$ z = 1,82 0	P = 24 O = 37,97 $\chi^2 = 5,14$ z = -2,47 -	160
Chlapci	P = 44 O = 57,97 $\chi^2 = 3,36$ z = -2,11 -	P = 32 O = 18,03 $\chi^2 = 10,82$ z = 3,42 +++	76
	180	56	236

Zdroj: Vlastní

Ze znaménkového schématu je patrné, že dívky s odpovědí „ne, nevkládá“ vykazují na hladině významnosti 0,05 zápornou závislost. Dívky jsou tedy nakloněné ke vkládání vlastního obsahu na sociální síť. U stejné odpovědi a chlapců lze na hladině významnosti 0,001 pozorovat kladnou závislost. To potvrzuje, že chlapci nechtějí na sociálních sítích publikovat svůj vlastní obsah. Proto lze říci, že chlapci jsou nakloněni variantě netvořit a nevkládat vlastní tvorbu na sociální síť výrazně více než dívky.

Výzkumná otázka č. 6:

Má typ sdíleného obsahu vliv na to, jak často se na sociálních sítích sdílí?

H₆₀: Mezi typem sdíleného obsahu a tím, jak často se tento obsah na sociálních sítích sdílí, neexistuje statisticky významný vztah.

H_{6A}: Mezi typem sdíleného obsahu a tím, jak často se tento obsah na sociálních sítích sdílí, existuje statisticky významný vztah.

Testování nulové hypotézy proběhlo na základě tabulky 17. Výsledná hodnota testovacího kritéria je $\chi^2 = 105,869$, kritická hodnota pro danou hladinu významnosti je $\chi^2_{0,05}(24) = 36,415$. Hodnota testovacího kritéria značně převyšuje kritickou hodnotu, a proto je nulová hypotéza odmítnuta a přijata alternativní.

Podle znaménkového schématu lze na první pohled spatřit hned několik kladných i záporných závislostí.

U sdílení osobních fotografií lze vidět na hladině významnosti 0,001 kladnou závislost. Znamená to, že dospívající sdílí osobní fotografie několikrát ročně (občas). Na hladině významnosti 0,05 jsou nakloněni i druhé variantě, tedy alespoň jednou za měsíc. Díky záporné závislosti na hladině 0,001 a výše zmíněným závislostem lze říci, že dospívající osobní fotografie sdílejí a sdílet chtějí více než jiný typ obsahu.

Další zajímavostí ze znaménkového schématu je záporná závislost na hladině významnosti 0,01 mezi sdílením postojů a názorů s pravidelným publikováním alespoň jednou měsíčně. Vypovídá to o tom, že dospívající vzhledem ke svému věku mají svůj názor, ale nechtějí ho veřejně sdílet na sociálních sítích, raději se přikloní ke sdílení cizího obsahu. O této skutečnosti vypovídá kladná závislost na hladině významnosti 0,05 mezi sdílením jiného než osobního obsahu a četností alespoň jednou měsíčně.

U ostatního typu sdíleného obsahu a jeho četnosti sdílení není pozorován žádný další statisticky významný rozdíl.

Tabulka 17 Kontingenční tabulka a znaménkové schéma pro výzkumnou otázku č. 6

	Stále	Velmi často	Často	Občas	Nikdy	
Konkrétní místo	P = 12 O = 8,36 $\chi^2 = 1,58$ z = 1,26 0	P = 13 O = 12,47 $\chi^2 = 0,02$ z = 0,15 0	P = 15 O = 19,1 $\chi^2 = 0,88$ z = -0,94 0	P = 85 O = 98,96 $\chi^2 = 1,97$ z = -1,45 0	P = 107 O = 93,12 $\chi^2 = 2,07$ z = 1,49 0	232
Osobní fotografie	P = 11 O = 8,33 $\chi^2 = 0,86$ z = 0,93 0	P = 9 O = 12,41 $\chi^2 = 0,94$ z = -0,97 0	P = 29 O = 19,01 $\chi^2 = 5,24$ z = 2,3 +	P = 138 O = 98,53 $\chi^2 = 15,81$ z = 4,12 +++	P = 44 O = 92,71 $\chi^2 = 25,6$ z = -5,23 ---	231
Osobní videa	P = 7 O = 8,36 $\chi^2 = 0,22$ z = -0,47 0	P = 13 O = 12,47 $\chi^2 = 0,02$ z = 0,15 0	P = 16 O = 19,1 $\chi^2 = 0,5$ z = -0,71 0	P = 93 O = 98,96 $\chi^2 = 0,36$ z = -0,62 0	P = 103 O = 93,12 $\chi^2 = 1,05$ z = 1,06 0	232
Příběhy z osobního života	P = 4 O = 8,4 $\chi^2 = 2,31$ z = -1,52 0	P = 16 O = 12,52 $\chi^2 = 0,97$ z = 0,99 0	P = 13 O = 19,18 $\chi^2 = 1,99$ z = -1,42 0	P = 107 O = 99,38 $\chi^2 = 0,58$ z = 0,79 0	P = 93 O = 93,52 $\chi^2 = 0$ z = -0,06 0	233
Názory či postoje	P = 9 O = 8,51 $\chi^2 = 0,03$ z = 0,17 0	P = 16 O = 12,68 $\chi^2 = 0,87$ z = 0,94 0	P = 7 O = 19,43 $\chi^2 = 7,95$ z = -2,84 --	P = 89 O = 100,66 $\chi^2 = 1,35$ z = -1,2 0	P = 115 O = 94,72 $\chi^2 = 4,34$ z = 2,15 +	236
Ostatní obsah (jiný než osobní)	P = 8 O = 7,75 $\chi^2 = 0,01$ z = 0,09 0	P = 12 O = 11,55 $\chi^2 = 0,02$ z = 0,13 0	P = 27 O = 17,7 $\chi^2 = 4,89$ z = 2,22 +	P = 91 O = 91,7 $\chi^2 = 0,01$ z = -0,08 0	P = 77 O = 86,29 $\chi^2 = 1$ z = -1,03 0	215
Jiné	P = 2 O = 3,28 $\chi^2 = 0,5$ z = -0,71 0	P = 0 O = 4,89 $\chi^2 = 4,89$ z = -2,22 -	P = 14 O = 7,49 $\chi^2 = 5,66$ z = 2,38 +	P = 24 O = 38,81 $\chi^2 = 5,65$ z = -2,41 -	P = 51 O = 36,52 $\chi^2 = 5,74$ z = 2,43 +	91
	53	79	121	627	590	1470

Zdroj: Vlastní

Výzkumná otázka č. 7:

Má typ sdíleného obsahu vliv na to, kolik lajků za něj dospívající získá?

H7₀: Mezi typem sdíleného obsahu a tím, kolik lajků za něj dospívající získá, neexistuje statisticky významný vztah.

H7_A: Mezi typem sdíleného obsahu a tím, kolik lajků za něj dospívající získá, existuje statisticky významný vztah.

Tabulka 18 Kontingenční tabulka a znaménkové schéma pro výzkumnou otázku č. 7

	0 – 15 lajků	16 – 30 lajků	31 – 45 lajků	46 – 60 lajků	více než 60 lajků	
Konkrétní místo	P = 4 O = 8,21 $\chi^2 = 2,16$ z = -1,48 0	P = 9 O = 6,96 $\chi^2 = 0,6$ z = 0,78 0	P = 26 O = 20,88 $\chi^2 = 1,26$ z = 1,14 0	P = 0 O = 1,43 $\chi^2 = 1,43$ z = -1,2 0	P = 62 O = 63,53 $\chi^2 = 0,04$ z = -0,2 0	101
Osobní fotografie	P = 8 O = 9,43 $\chi^2 = 0,22$ z = -0,47 0	P = 13 O = 7,99 $\chi^2 = 3,14$ z = 1,78 0	P = 30 O = 23,98 $\chi^2 = 1,51$ z = 1,26 0	P = 0 O = 1,64 $\chi^2 = 1,64$ z = -1,28 0	P = 65 O = 72,96 $\chi^2 = 0,87$ z = -1 0	116
Osobní videa	P = 4 O = 7,48 $\chi^2 = 1,62$ z = -1,28 0	P = 4 O = 6,34 $\chi^2 = 0,86$ z = -0,93 0	P = 20 O = 19,02 $\chi^2 = 0,05$ z = 0,23 0	P = 0 O = 1,3 $\chi^2 = 1,3$ z = -1,14 0	P = 64 O = 57,87 $\chi^2 = 0,65$ z = 0,85 0	92
Příběhy z osobního života	P = 5 O = 7,72 $\chi^2 = 0,96$ z = -0,99 0	P = 7 O = 6,55 $\chi^2 = 0,03$ z = 0,18 0	P = 22 O = 19,64 $\chi^2 = 0,28$ z = 0,54 0	P = 0 O = 1,34 $\chi^2 = 1,34$ z = -1,16 0	P = 61 O = 59,75 $\chi^2 = 0,03$ z = 0,17 0	95
Názory či postoje	P = 13 O = 6,26 $\chi^2 = 7,26$ z = 2,71 ++	P = 3 O = 5,31 $\chi^2 = 1$ z = -1,01 0	P = 9 O = 15,92 $\chi^2 = 3,01$ z = -1,76 0	P = 4 O = 1,09 $\chi^2 = 7,79$ z = 2,79 ++	P = 48 O = 48,43 $\chi^2 = 0$ z = -0,06 0	77
Obsah (jiný než osobní)	P = 12 O = 6,91 $\chi^2 = 3,75$ z = 1,95 0	P = 3 O = 5,86 $\chi^2 = 1,39$ z = -1,19 0	P = 10 O = 17,57 $\chi^2 = 3,26$ z = -1,83 0	P = 4 O = 1,2 $\chi^2 = 6,52$ z = 2,56 +	P = 56 O = 53,46 $\chi^2 = 0,12$ z = 0,36 0	85
	46	39	117	8	356	566

Zdroj: Vlastní

Zjištěná hodnota testovacího kritéria pro tabulku 18 je $\chi^2 = 54,08757822$ a kritická hodnota pro hladinu významnosti a daného stupně volnosti je $\chi^2_{0,05}(20) = 31,41$. Na základě těchto výsledků je nulová hypotéza zamítnuta a přijata alternativní.

Znaménkové schéma přináší zajímavou skutečnost, že sdílení vlastních názorů a postojů na sociálních sítích přináší dotyčnému autorovi jistý zisk lajků. Vyplývá to ze zjištěné kladné závislosti na hladině významnosti 0,01 mezi názory, postoji a získaným počtem 46 – 60 lajků. Stejná závislost se projevila u postojů, názorů, získaným počtem 0 – 15 lajků. Což stále svědčí o oblíbenosti tohoto typu sdíleného obsahu.

Další kladná závislost na hladině významnosti 0,05 se projevila u sdílení cizího obsahu, a to získaným počtem 46 – 60 lajků. Znamená to, že pokud dospívající sdílí cizí obsah například cizí myšlenky, internetový odkaz a podobně, má větší možnost za něj získat větší počet lajků než u ostatního osobního obsahu s výjimkou vlastních názorů či postojů.

Jiné typy sdíleného obsahu a počty získaných lajků nevykazují žádný statisticky významný vztah.

Výzkumná otázka č. 8:

Má zaměření obsahu vliv na to, jak často ho dospívající lajkují?

H₀: Mezi zaměřením obsahu a tím, jak často ho dospívající lajkují, neexistuje statisticky významný vztah.

H_A: Mezi zaměřením obsahu a tím, jak často ho dospívající lajkují, existuje statisticky významný vztah.

Výsledná hodnota testovacího kritéria pro tabulku 19 je $\chi^2 = 263,8946261$ a kritická hodnota pro hladinu významnosti a daného stupně volnosti je $\chi^2_{0,05}(28) = 41,337$. Tak výrazný rozdíl mezi hodnotami, kdy navíc hodnota testovacího kritéria převyšuje hodnotu kritickou, vede k zamítnutí nulové hypotézy a přijetí hypotézy alternativní.

Tabulka 19 Kontingenční tabulka a znaménkové schéma pro výzkumnou otázku č. 8

	Stále	Velmi často	Často	Občas	Nikdy	
Kultura	P = 9 O = 16,43 $\chi^2 = 3,36$ z = -1,84 0	P = 35 O = 28,47 $\chi^2 = 1,5$ z = 1,23 0	P = 47 O = 41,76 $\chi^2 = 0,66$ z = 0,82 0	P = 105 O = 78,5 $\chi^2 = 8,94$ z = 3,06 +++	P = 36 O = 66,84 $\chi^2 = 14,23$ z = -3,84 ---	232
Sport, cvičení, zdraví	P = 18 O = 16,14 $\chi^2 = 0,21$ z = 0,46 0	P = 38 O = 27,98 $\chi^2 = 3,59$ z = 1,91 0	P = 32 O = 41,04 $\chi^2 = 1,99$ z = -1,43 0	P = 57 O = 77,15 $\chi^2 = 5,26$ z = -2,34 -	P = 83 O = 65,69 $\chi^2 = 4,56$ z = 2,17 +	228
Zvířata	P = 19 O = 16,07 $\chi^2 = 0,53$ z = 0,73 0	P = 33 O = 27,85 $\chi^2 = 0,95$ z = 0,98 0	P = 39 O = 40,86 $\chi^2 = 0,08$ z = -0,29 0	P = 80 O = 76,81 $\chi^2 = 0,13$ z = 0,37 0	P = 56 O = 65,4 $\chi^2 = 1,35$ z = -1,18 0	227
Aktivita ostatních uživatelů	P = 32 O = 16,71 $\chi^2 = 13,99$ z = 3,76 +++	P = 33 O = 28,96 $\chi^2 = 0,56$ z = 0,76 0	P = 79 O = 42,48 $\chi^2 = 31,4$ z = 5,67 +++	P = 73 O = 79,86 $\chi^2 = 0,59$ z = -0,78 0	P = 19 O = 67,99 $\chi^2 = 35,3$ z = -6,05 ---	236
Jídlo, recepty	P = 16 O = 16,71 $\chi^2 = 0,03$ z = -0,17 0	P = 31 O = 28,96 $\chi^2 = 0,14$ z = 0,38 0	P = 49 O = 42,48 $\chi^2 = 1$ z = 1,01 0	P = 81 O = 79,86 $\chi^2 = 0,02$ z = 0,13 0	P = 59 O = 67,99 $\chi^2 = 1,19$ z = -1,11 0	236
Rukodělné činnosti	P = 8 O = 16 $\chi^2 = 4$ z = -2,01 -	P = 22 O = 27,73 $\chi^2 = 1,18$ z = -1,1 0	P = 18 O = 40,68 $\chi^2 = 12,64$ z = -3,6 ---	P = 68 O = 76,47 $\chi^2 = 0,94$ z = -0,99 0	P = 110 O = 65,11 $\chi^2 = 30,94$ z = 5,66 +++	226
Hry, zábava	P = 15 O = 16,43 $\chi^2 = 0,12$ z = -0,35 0	P = 17 O = 28,47 $\chi^2 = 4,62$ z = -2,17 -	P = 20 O = 41,76 $\chi^2 = 11,34$ z = -3,41 ---	P = 59 O = 78,5 $\chi^2 = 4,85$ z = -2,25 -	P = 121 O = 66,84 $\chi^2 = 43,88$ z = 6,75 +++	232
Cestování	P = 14 O = 16,5 $\chi^2 = 0,38$ z = -0,62 0	P = 18 O = 28,59 $\chi^2 = 3,92$ z = -2 -	P = 49 O = 41,94 $\chi^2 = 1,19$ z = 1,1 0	P = 103 O = 78,84 $\chi^2 = 7,4$ z = 2,78 ++	P = 49 O = 67,13 $\chi^2 = 4,9$ z = -2,25 -	233
	131	227	333	626	533	1850

Zdroj: Vlastní

Znaménkové schéma zachycuje kladnou závislost na hladině významnosti 0,001 u oblasti kultury, a to průměrnou četností několikrát za rok. Znamená to, že dospívající o obsah týkající se kultury mají zájem a několikrát za rok ho i lajkují. Tuto skutečnost utvrzuje i záporná závislost na hladině významnosti 0,001 u téhož tématu a odpovědi „nikdy“.

Další kladná závislost vykazována na hladině významnosti 0,001 je mezi aktivitou ostatních uživatelů a jejich pravidelné lajkování alespoň jednou denně. Lze hovořit o tom, že dospívající vyhledávají a denně lajkují aktivity druhých.

Kladná závislost vykazována na hladině významnosti 0,001 se vyskytla mezi rukodělnými činnostmi a odpovědí „nikdy“. Znamená to, že dospívající tematiku rukodělných činností, pod které se řadí například výtvarné techniky či kutilství, moc nelajkují.

Kladná závislost je vykazovaná na hladině významnosti 0,01 u tématu cestování a odpovědi „občas“. Lze se domnívat, že dospívající tematiku cestování znají a lajkují ji několikrát do roka.

Záporná závislost na hladině významnosti 0,001 je patrná u tématu her s četností alespoň jednou měsíčně. Vypovídá to o tom, že dospívající tuto tematiku velmi málo lajkují. Tuto skutečnost potvrzuje i kladná závislost na hladině významnosti 0,001 mezi tímto tématem a odpovědí „nikdy“.

Výzkumná otázka č. 9:

Jaký způsob trávení volného času dospívající preferují?

H₀: Mezi volnočasovou aktivitou a její mírou oblíbenosti neexistuje statisticky významný vztah.

H_{9A}: Mezi volnočasovou aktivitou a její mírou oblíbenosti existuje statisticky významný vztah.

Zjištěná hodnota testovacího kritéria pro tabulku číslo 20 je $\chi^2 = 851,532115$. Kritická hodnota pro hladinu významnosti a daného stupně volnosti je $\chi^2_{0,05}(30) = 43,773$. Výsledek kritické hodnoty je menší než hodnota testovacího kritéria, proto je nutné nulovou hypotézu odmítnout a přijmout alternativní.

Tabulka 20 Kontingenční tabulka a znaménkové schéma pro výzkumnou otázku č. 9

	1 (nejvíce)	2	3	4	5 (nejméně)	Nevěnuji se.	
Sportování, cvičení	P = 92 O = 90,71 $\chi^2 = 0,02$ z = 0,14 0	P = 25 O = 28 $\chi^2 = 0,32$ z = -0,57 0	P = 35 O = 31,57 $\chi^2 = 0,37$ z = 0,62 0	P = 24 O = 18,57 $\chi^2 = 1,59$ z = 1,27 0	P = 43 O = 28,86 $\chi^2 = 6,93$ z = 2,66 ++	P = 17 O = 38,29 $\chi^2 = 11,83$ z = -3,48 ---	236
Četba knih	P = 69 O = 90,71 $\chi^2 = 5,2$ z = -2,35 -	P = 20 O = 28 $\chi^2 = 2,29$ z = -1,52 0	P = 43 O = 31,57 $\chi^2 = 4,14$ z = 2,05 +	P = 36 O = 18,57 $\chi^2 = 16,36$ z = 4,07 +++	P = 63 O = 28,86 $\chi^2 = 40,4$ z = 6,41 +++	P = 5 O = 38,29 $\chi^2 = 28,94$ z = -5,44 ---	236
Televize, počítač, tablet, mobil	P = 96 O = 90,71 $\chi^2 = 0,31$ z = 0,57 0	P = 39 O = 28 $\chi^2 = 4,32$ z = 2,1 +	P = 46 O = 31,57 $\chi^2 = 6,59$ z = 2,59 ++	P = 15 O = 18,57 $\chi^2 = 0,69$ z = -0,83 0	P = 36 O = 28,86 $\chi^2 = 1,77$ z = 1,34 0	P = 4 O = 38,29 $\chi^2 = 30,7$ z = -5,61 ---	236
Chození ven s kamarády	P = 146 O = 90,71 $\chi^2 = 33,69$ z = 5,97 +++	P = 30 O = 28 $\chi^2 = 0,14$ z = 0,38 0	P = 34 O = 31,57 $\chi^2 = 0,19$ z = 0,44 0	P = 18 O = 18,57 $\chi^2 = 0,02$ z = -0,13 0	P = 4 O = 28,86 $\chi^2 = 21,41$ z = -4,67 ---	P = 4 O = 38,29 $\chi^2 = 30,7$ z = -5,61 ---	236
Zájemový kroužek	P = 71 O = 90,71 $\chi^2 = 4,28$ z = -2,13 -	P = 38 O = 28 $\chi^2 = 3,57$ z = 1,91 0	P = 19 O = 31,57 $\chi^2 = 5,01$ z = -2,26 -	P = 12 O = 18,57 $\chi^2 = 2,33$ z = -1,53 0	P = 31 O = 28,86 $\chi^2 = 0,16$ z = 0,4 0	P = 65 O = 38,29 $\chi^2 = 18,64$ z = 4,37 +++	236
Rodina	P = 132 O = 90,71 $\chi^2 = 18,79$ z = 4,46 +++	P = 39 O = 28 $\chi^2 = 4,32$ z = 2,1 +	P = 29 O = 31,57 $\chi^2 = 0,21$ z = -0,46 0	P = 21 O = 18,57 $\chi^2 = 0,32$ z = 0,57 0	P = 7 O = 28,86 $\chi^2 = 16,56$ z = -4,1 ---	P = 8 O = 38,29 $\chi^2 = 23,96$ z = -4,95 ---	236
Jinak	P = 29 O = 90,71 $\chi^2 = 41,99$ z = -6,67 ---	P = 5 O = 28 $\chi^2 = 18,89$ z = -4,38 ---	P = 15 O = 31,57 $\chi^2 = 8,7$ z = -2,98 --	P = 4 O = 18,57 $\chi^2 = 11,43$ z = -3,4 ---	P = 18 O = 28,86 $\chi^2 = 4,08$ z = -2,04 -	P = 165 O = 38,29 $\chi^2 = 419,39$ z = 20,72 +++	236
	635	196	221	130	202	268	1652

Zdroj: Vlastní

Podle znaménkového schématu lze spatřit hned několik kladných a záporných závislostí.

U tématu sportu, cvičení a označení nejméně oblíbený způsob se nachází kladná závislost na hladině významnosti 0,01, která je potvrzená zápornou závislostí na hladině významnosti 0,001. Znamená to, že dospívající považují sportování a cvičení za nejméně oblíbený způsob trávení volného času. Jsou si však vědomi důležitého postavení této složky ve volném čase, takže se i přes určitou nelibost chtějí sportům, cvičení věnovat. Obdobná situace nastala i u možnosti s četbou knih.

Kladná závislost na hladině významnosti 0,001 lze spatřit u zájmového kroužku a volbou „nechci se věnovat“. Lze to vyložit tak, že dospívající se již ve svém věku nechtějí věnovat organizovaným zájmovým útvarům.

Kladná závislost na hladině významnosti 0,01 nastala v případě elektronického zařízení (televize, mobil, počítač, tablet) a označení „3“. Platí tedy, že dospívající bez těchto nástrojů nedokážou být ve svém volnu. Nicméně považují s nimi společný čas ani ne za nejvíce ani ne za nejméně oblíbený způsob trávení volného času.

Znaménkové schéma odhalilo jednu zajímavost. To, že vznikla kladná závislost mezi časem věnovanému kamarádům a „1“ tedy nejvíce oblíbeným způsobem, není v tomto věku dospívajících nic překvapivého. Dokázalo se tím jen, jaký vliv mají vrstevníci a jak jsou důležitou součástí každého jedince v tomto věku. Zajímavostí je však kladná závislost na hladině významnosti 0,001 mezi rodinou a „1“, nejvíce oblíbený způsob. Lze to vysvětlit tím, že dospívající ač přes své kritické vystupování vůči rodině, považují čas jim věnovaný za nejvíce oblíbený způsob trávení volného času. Lze se tedy domnívat, že rodina má ve věku dospívajícího nezastupitelný vliv.

Výzkumná otázka č. 10:

Jaké faktory ovlivňují dospívající při výběru volnočasové aktivity?

H10₀: Mezi faktory ovlivňující výběr volnočasové aktivity a tím, jak často dospívající tyto faktory ovlivňují, neexistuje statisticky významný vztah.

H10_A: Mezi faktory ovlivňující výběr volnočasové aktivity a tím, jak často dospívající tyto faktory ovlivňují, existuje statisticky významný vztah.

Hodnota testovacího kritéria pro tabulku číslo 21 je $\chi^2 = 612,755$. Kritická hodnota pro hladinu významnosti a daného stupně volnosti je $\chi^2_{0,05}(28) = 41,337$. Po porovnání obou hodnot je patrné, že kritická hodnota je menší než hodnota testovacího kritéria. Z tohoto důvodu je nulová hypotéza odmítnuta a přijata alternativní.

Tabulka 21 Kontingenční tabulka a znaménkové schéma pro výzkumnou otázku č. 10

	Vždy	Velmi často	Často	Občas	Nikdy	
Můj zájem (to, co Vás baví)	P = 110 O = 27,37 $\chi^2 = 249,52$ z = 15,92 +++	P = 98 O = 53,69 $\chi^2 = 36,57$ z = 6,14 +++	P = 21 O = 53,69 $\chi^2 = 19,9$ z = -4,53 ---	P = 7 O = 72,85 $\chi^2 = 59,52$ z = -7,87 ---	P = 0 O = 28,41 $\chi^2 = 28,41$ z = -5,37 ---	236
Rodina	P = 29 O = 27,37 $\chi^2 = 0,1$ z = 0,31 0	P = 59 O = 53,69 $\chi^2 = 0,53$ z = 0,74 0	P = 26 O = 53,69 $\chi^2 = 14,28$ z = -3,84 ---	P = 102 O = 72,85 $\chi^2 = 11,67$ z = 3,49 +++	P = 20 O = 28,41 $\chi^2 = 2,49$ z = -1,59 0	236
Škola (např. učitel)	P = 7 O = 26,9 $\chi^2 = 14,72$ z = -3,87 ---	P = 33 O = 52,78 $\chi^2 = 7,41$ z = -2,76 --	P = 48 O = 52,78 $\chi^2 = 0,43$ z = -0,67 0	P = 90 O = 71,61 $\chi^2 = 4,72$ z = 2,22 +	P = 54 O = 27,93 $\chi^2 = 24,34$ z = 4,97 +++	232
Kamarádi/Spo lužáci	P = 16 O = 27,37 $\chi^2 = 4,72$ z = -2,19 -	P = 75 O = 53,69 $\chi^2 = 8,46$ z = 2,95 ++	P = 65 O = 53,69 $\chi^2 = 2,38$ z = 1,57 0	P = 67 O = 72,85 $\chi^2 = 0,47$ z = -0,7 0	P = 13 O = 28,41 $\chi^2 = 8,36$ z = -2,91 --	236
Prostředí (lokální nabídka aktivit)	P = 3 O = 25,39 $\chi^2 = 19,75$ z = -4,48 ---	P = 45 O = 49,82 $\chi^2 = 0,47$ z = -0,69 0	P = 60 O = 49,82 $\chi^2 = 2,08$ z = 1,46 0	P = 68 O = 67,6 $\chi^2 = 0$ z = 0,05 0	P = 43 O = 26,36 $\chi^2 = 10,5$ z = 3,26 ++	219
Sociální síť	P = 2 O = 24,24 $\chi^2 = 20,4$ z = -4,55 ---	P = 46 O = 47,55 $\chi^2 = 0,05$ z = -0,23 0	P = 49 O = 47,55 $\chi^2 = 0,04$ z = 0,21 0	P = 75 O = 64,51 $\chi^2 = 1,71$ z = 1,33 0	P = 37 O = 25,16 $\chi^2 = 5,57$ z = 2,38 +	209
Finance	P = 20 O = 26,32 $\chi^2 = 1,52$ z = -1,24 0	P = 31 O = 51,64 $\chi^2 = 8,25$ z = -2,91 --	P = 59 O = 51,64 $\chi^2 = 1,05$ z = 1,04 0	P = 86 O = 70,07 $\chi^2 = 3,62$ z = 1,94 0	P = 31 O = 27,33 $\chi^2 = 0,49$ z = 0,71 0	227
Časová náročnost aktivity	P = 23 O = 25,05 $\chi^2 = 0,17$ z = -0,41 0	P = 25 O = 49,14 $\chi^2 = 11,86$ z = -3,49 ---	P = 84 O = 49,14 $\chi^2 = 24,73$ z = 5,04 +++	P = 64 O = 66,67 $\chi^2 = 0,11$ z = -0,33 0	P = 20 O = 26 $\chi^2 = 1,39$ z = -1,19 0	216
	210	412	412	559	218	1811

Zdroj: Vlastní

Za pomoci znaménkového schématu byla prokázána kladná závislost na hladině významnosti 0,001 u vlastního zájmu a odpovědi „vždy“. Tento výsledek byl podpořen i výraznou zápornou závislostí mezi vlastním zájmem a odpověďmi „často“, „občas“ a „nikdy“. Lze tedy říci, že dospívající vždy volí volnočasovou aktivitu na základě vlastního zájmu, tedy toho, co je baví, co je zajímavá.

Další vlivný faktor je na základě kladné závislosti na hladině významnosti 0,01 prokázán u kamarádů a odpovědi „velmi často“. Kamarádi tedy mají vliv ovlivnit dospívajícího v jeho volbě volnočasové aktivity alespoň jednou týdně. Časová náročnost vykazuje s odpovědí „často“ kladnou závislost na hladině významnosti 0,001. Dospívající si jsou vědomi časovou náročností aktivity, která se vyznačuje nejen svou délkou a pravidelností, ale i časem věnovanému k jejímu uskutečnění. Proto faktor času ovlivňuje výběr aktivity alespoň jednou měsíčně. Zajímavost lze spatřovat u školy a u lokality, kde tyto faktory dospívající označili, že je ve svém výběru aktivity nijak neovlivňují.

Postavení sociálních sítí jako faktor ovlivňující výběr aktivit, byl na základě kladné závislosti na hladině 0,05 s odpovědí „nikdy“ shledán jako faktor, který volbu dospívajících nikdy neovlivňuje.

Výzkumná otázka č. 11:

Volí si dospívající způsob trávení volného času podle lajkovaných příspěvků?

H11₀: Mezi způsobem trávení volného času a lajkovaným obsahem neexistuje statisticky významný vztah.

H11_A: Mezi způsobem trávení volného času a lajkovaným obsahem existuje statisticky významný vztah.

Nulová hypotéza byla otestována na základě tabulky 22. Vypočítaná hodnota testovacího kritéria pro celou tuto tabulka je $\chi^2 = 1,595777$ a kritická hodnota pro hladinu významnosti a daného stupně volnosti je $\chi^2_{0,05}(30) = 43,773$. Kritická hodnota je výrazně vyšší než hodnota testovacího kritéria. Z tohoto důvodu je nutné přijmout nulovou hypotézu, tedy mezi způsobem trávení volného času a lajkovaným obsahem neexistuje statisticky významný vztah.

Znaménkové schéma ukázalo, díky znaménku 0, že lajkovaný obsah nemá vliv na způsob trávení volného času dospívajících. Tedy mezi pozorovanými a očekávanými četnostmi není statisticky významný rozdíl.

Tabulka 22 Kontingenční tabulka a znaménkové schéma pro výzkumnou otázku č. 11

		Způsob trávení volného času							
		Sportování, cvičení	Četba knih	Televize, počítač, tablet, mobil	Chození ven s kamarády	Zájmový kroužek	Rodina	Jinak	
Lajkováný obsah	Aktivita ostatních uživatelů	P = 207 O = 205,76 $\chi^2 = 0,01$ z = 0,09 0	P = 212 O = 210,78 $\chi^2 = 0,01$ z = 0,09 0	P = 213 O = 213,68 $\chi^2 = 0$ z = -0,05 0	P = 216 O = 214,47 $\chi^2 = 0,01$ z = 0,11 0	P = 171 O = 164,29 $\chi^2 = 0,27$ z = 0,53 0	P = 213 O = 211,57 $\chi^2 = 0,01$ z = 0,1 0	P = 67 O = 78,45 $\chi^2 = 1,67$ z = -1,3 0	1299
	Kultura	P = 183 O = 182,79 $\chi^2 = 0$ z = 0,02 0	P = 192 O = 187,25 $\chi^2 = 0,12$ z = 0,35 0	P = 192 O = 189,83 $\chi^2 = 0,02$ z = 0,16 0	P = 192 O = 190,53 $\chi^2 = 0,01$ z = 0,11 0	P = 143 O = 145,95 $\chi^2 = 0,06$ z = -0,25 0	P = 192 O = 187,95 $\chi^2 = 0,09$ z = 0,3 0	P = 60 O = 69,69 $\chi^2 = 1,35$ z = -1,17 0	1154
	Sport, cvičení, zdraví	P = 145 O = 138,76 $\chi^2 = 0,28$ z = 0,54 0	P = 140 O = 142,14 $\chi^2 = 0,03$ z = -0,18 0	P = 141 O = 144,1 $\chi^2 = 0,07$ z = -0,26 0	P = 145 O = 144,63 $\chi^2 = 0$ z = 0,03 0	P = 108 O = 110,79 $\chi^2 = 0,07$ z = -0,27 0	P = 141 O = 142,68 $\chi^2 = 0,02$ z = -0,14 0	P = 56 O = 52,9 $\chi^2 = 0,18$ z = 0,43 0	876
	Móda, kosmetika	P = 119 O = 119,59 $\chi^2 = 0$ z = -0,05 0	P = 123 O = 122,51 $\chi^2 = 0$ z = 0,05 0	P = 124 O = 124,2 $\chi^2 = 0$ z = -0,02 0	P = 124 O = 124,66 $\chi^2 = 0$ z = -0,06 0	P = 96 O = 95,49 $\chi^2 = 0$ z = 0,05 0	P = 120 O = 122,97 $\chi^2 = 0,07$ z = -0,27 0	P = 49 O = 45,59 $\chi^2 = 0,25$ z = 0,51 0	755
	Hry, zábava	P = 98 O = 103,12 $\chi^2 = 0,25$ z = -0,51 0	P = 107 O = 105,63 $\chi^2 = 0,02$ z = 0,13 0	P = 111 O = 107,09 $\chi^2 = 0,14$ z = 0,38 0	P = 107 O = 107,49 $\chi^2 = 0$ z = -0,05 0	P = 82 O = 82,33 $\chi^2 = 0$ z = -0,04 0	P = 107 O = 106,03 $\chi^2 = 0,01$ z = 0,1 0	P = 39 O = 39,31 $\chi^2 = 0$ z = -0,05 0	4918
	Jiné	P = 27 O = 28,99 $\chi^2 = 0,14$ z = -0,37 0	P = 24 O = 29,69 $\chi^2 = 1,09$ z = -1,05 0	P = 28 O = 30,1 $\chi^2 = 0,15$ z = -0,38 0	P = 28 O = 30,21 $\chi^2 = 0,16$ z = -0,4 0	P = 22 O = 23,14 $\chi^2 = 0,06$ z = -0,24 0	P = 28 O = 29,81 $\chi^2 = 0,11$ z = -0,33 0	P = 26 O = 21,05 $\chi^2 = 20,22$ z = -0,33 0	1299
			779	798	809	812	622	801	297

Zdroj: Vlastní

8.3 Diskuse

Účel závěrečné diskuse je shrnutí výsledků výzkumného šetření, jehož cílem bylo zjistit, zda si dospívající volí volnočasové aktivity na základě vědomí, že konkrétní aktivity jsou lajkovanou aktivitou na sociálních sítích.

Za základní soubor byli považováni studenti a absolventi středních škol, gymnázií a odborných učilišť ve věku 15–21 let v okrese Přerov. Výběrový soubor pak tvořili náhodně vybraní studenti a absolventi středních škol v tomto okrese. Výzkumný soubor obsahoval 236 respondentů. Sběr dat probíhal na jaře 2022 pomocí dotazníkového šetření. Samotný dotazník obsahoval 14 otázek. Na základě primární analýzy byly sestaveny grafy a základní tabulky. S ohledem na cíl práce bylo stanoveno jedenáct výzkumných otázek a k nim příslušné hypotézy.

Po vyhodnocení jednotlivých položek z dotazníku, bylo zjištěno, že dívky mají větší zastoupení ve výzkumném šetření než chlapci. Nejmenší zastoupení respondentů měli studenti ve věku 15 let, naopak největší počet dotazovaných měl 20 let. Průměrný věk respondenta byl 18,5 roku. Podle obce, ve které jednotlivé střední školy působí, bylo největší zastoupení z města Přerov. Z Tovačova a Křenovic se žádný respondent výzkumného šetření nezúčastnil.

Následné testování hypotéz ukázalo statisticky významný vztah mezi:

- Věkem dospívajícího a využívaných sociálních sítí;
- Pohlavím dospívajícího a preferovanou sociální sítí;
- Pohlavím jedince a sledovaným obsahem na sociálních sítích;
- Pohlavím a vkládáním vlastního obsahu;
- Typem sdíleného obsahu a tím, jak často se tento obsah na sociálních sítích sdílí;
- Typem sdíleného obsahu a tím, kolik lajků za něj dospívající získá;
- Zaměřením obsahu a tím, jak často ho dospívající lajkují;
- Volnočasovou aktivitou a její mírou oblíbenosti u dospívajících;
- Faktory ovlivňující výběr volnočasové aktivity a tím, jak často dospívající tyto faktory ovlivňují.

Statisticky významný vztah nebyl potvrzen mezi:

- Sdíleným obsahem a časem, kdy se jedinec aktivně podílí na tvorbě vlastního obsahu;
- Způsobem trávení volného času a lajkovaným obsahem.

Výzkumné šetření ukázalo, že dospívající preferují především sociální síť Instagram. Při bližším zkoumání je však patrné, že tato síť dominuje u dívek, ale u chlapců stále převládá sociální síť Facebook. Lze tedy říci, že zájem o sociální síť Facebook nadále klesá. To potvrzují i předchozí výzkumy, uvedené v kapitole 5, kde například podle výzkumu *Sociální sítě a jejich role v trávení volného času u adolescentů* (Janková, 2022) považovali respondenti za svou nejoblíbenější sociální síť právě Instagram.

Dále bylo zjištěno, že dívky na sociálních sítích upřednostňují sledování obsahu zaměřeného na módu a kosmetiku. Chlapci dávají přednost tématice spojené s počítačovými hrami. Zde je možné předpokládat souvislost s genderovými stereotypy, kdy móda a kosmetika jsou považovány za ryze ženské téma. Počítačové hry souvisí s virtuálním světem a s informačními technologiemi, proto je toto téma pokládáno za mužské. Ostatní odpovědi respondentů tuto souvislost více nepotvrdilo.

Výzkum ukázal, že dospívající vkládají na sociální sítě nejčastěji 1–3 příspěvky za měsíc. S touto skutečností souhlasí i výzkum z kapitoly 5 *Pohled žáků staršího věku a adolescentů na problematiku sociálních sítí* (Chejnovská, 2020), kde autorka sděluje, že dotazovaní vkládají nejčastěji 1–2 příspěvky za měsíc. Nicméně sdílení vlastního obsahu je charakterističtější pro dívky než pro chlapce, ti jsou více nakloněni možnosti vlastní příspěvky vůbec netvořit. Lze předpokládat, že na tuto skutečnost má vliv, jak ukazuje výzkum *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci* (Český statistický úřad, 2021), vyšší počet dívek používající sociální sítě právě v tomto věku a jejich možný způsob jak zaujmout pozornost okolí.

Právě dívky mají větší potřebu sebeprezentace a v prostředí sociálních sítí je lehčí tuto potřebu uspokojit. Protože v případě nespokojenosti je jistá možnost příspěvky a obsah smazat, což mimo virtuální svět není možné. Z tohoto důvodu dívky považují sociální sítě za přívětivé místo, kde mohou projevit svou vlastní prezentaci, a tak docílit vzbuzení zájmu protějšku či navázat partnerský vztah. (POSPÍŠILOVÁ, 2016)

Dalším výsledkem výzkumného šetření je, že když dospívající vytváří vlastní obsah, tak raději dávají přednost volbě osobní fotografie. Tento výsledek souhlasí s výzkumem *Internetové sociální sítě a jejich využívání žáky středních škol* (Marková, 2015), kde autorka uvádí, že větší část (76 %) respondentů zveřejňuje především své vlastní fotografie.

Tuto tendenci zmiňují i autoři Zhao, Grasmuck a Martin (2008), kteří uvádějí, že dospívající dávají přednost neverbálním projevům (fotky, videa a podobně) než verbálním projevům (slovní popis) sebeprezentace.

Z výzkumu navíc vyplynulo, že dospívající mají vzhledem vůči svému vývojovému období vlastní postoje a názory, ale raději je veřejně nesdílejí. Proto se na sociálních sítích přiklání ke sdílení názoru jiných uživatelů. S touto skutečností souvisí i jev, kdy výzkumné šetření ukázalo, že pokud se dospívající rozhodne svůj názor či postoj veřejně sdílet na sociálních sítích, je tím náležitě odměněn v podobě 46–60 lajky od ostatních uživatelů. Nicméně podobného výsledku dosáhnou i v případě sdílení cizího obsahu.

S lajky souvisí i další výsledek výzkumného šetření. Ukázalo se, že dospívající alespoň jednou denně lajkují aktivity ostatních uživatelů. Z této skutečnosti vyplývá, že dospívající jsou připojeni k sociálním sítím každý den.

Výzkum ukázal, že mezi nejoblíbenější způsoby trávení volného času řadí dospívající chození ven s kamarády a čas věnovaný rodině. Výsledek kategorie kamarádů se dal předpokládat, vzhledem k důležitým vývojovým úkolům jedince.

Jak uvádí Vágnerová (2021) dospívající vyhledávají vrstevnické skupiny, aby mohli uspokojovat různorodé psychické potřeby, jako jsou potřeby stimulace, smysluplného učení, jistoty, bezpečí a být akceptován. Díky tomu se může správně vyvinout v jedince s upevněnou vlastní individuální identitou.

Díky tomuto kritickému období je výsledek „čas věnovaný rodině“ jako jeden nejoblíbenější způsob trávení volného času velmi neočekávaný. Z tohoto důvodu se lze domnívat, že rodina hraje velmi důležitou roli v období dospívajícího jedince, i když jsou dotyční vůči těmto autoritám v tomto věku velmi kritičtí.

Dalším výsledkem výzkumného šetření je, že volba volnočasových aktivit podléhá především zájmům jedince. Určitý faktor, který může volbu aktivit ovlivnit je u dospívajících čas a kamarádi. Podle výzkumu škola, lokalita, ani sociální sítě nemají dostatečně velký vliv na výběr volnočasové aktivity.

Poslední důležité zjištění, které výzkum ukázal, že dospívající si způsob trávení volného času nevybírají podle lajkovaných příspěvků.

Výsledky výzkumného šetření dokazují, že si dospívající volí volnočasové aktivity respektive způsob trávení volného času hlavně na základě svého zájmu. Ačkoli jsou sociální sítě nedílnou součástí každého dospívajícího jedince, jejich vliv na výběr volnočasových aktivit není statisticky významný. Z tohoto důvodu je patrné, že je potřeba sociální sítě brát u dospívajících jako pouhý komunikační a sebeprezentační nástroj nikoli jako primární faktor ovlivňující jejich volbu, i když s ním tráví velkou část svého volného času.

ZÁVĚR

Diplomová práce byla zaměřena na trávení volného času dospívajících pod vlivem sociálních sítí. Hlavním cílem práce bylo zjistit, zda si dospívající volí volnočasové aktivity na základě vědomí, že konkrétní aktivity jsou lajkovanou aktivitou na sociálních sítích. Díky hlavnímu cíli bylo zjištěno, jaký obsah dospívající sledují a který lajkují. Práce se dotkla oblasti sebeprezentace dospívajících na sociálních sítích. V neposlední řadě byly zkoumány faktory, které ovlivňují výběr volnočasových aktivit, respektive způsob trávení volného času.

Práce je rozdělena na dvě části: teoretickou a empirickou. Teoretická část se skládala ze čtyř kapitol. První kapitola byla zaměřena na volný čas. Bylo nastíněno historické pojetí volného času, definovaly se funkce volného času a faktory, jež ho ovlivňují. S ohledem na téma práce, zde byla zařazena kapitola věnující se volnému času jako ukazateli životního stylu. Pomocí druhé kapitoly bylo stručně představeno zkoumané vývojové období jedince. Krátká charakteristika tohoto období se dotkla i oblasti socializace, která hraje v tomto věku velkou roli. Aby šlo lépe porozumět problematice sociálních sítí, byla třetí kapitola věnována internetu. Čtvrtá kapitola byla zaměřena právě na sociální sítě, na jejich vymezení, vývoj a rozdělení. Stručně byl představen profil na sociálních sítích, který je součástí sebeprezentace každého uživatele.

V empirické části bylo nejdříve zhotoveno zhodnocení aktuálního stavu zkoumané problematiky. Následně byly představeny cíle výzkumu. V souvislosti s hlavním cílem byly popsány dílčí cíle s příslušnými hypotézami. Byla objasněna metodologie výzkumného šetření, včetně organizace. Pomocí základní analýzy byly popsány výsledky výzkumného šetření. Následující kapitola obsahuje samotné vyhodnocení a diskusi výsledků, a proto zahrnuje ověřování stanovených hypotéz a analýzu zjištěných korelací. Celá tato kapitola a zároveň empirická část je zakončena podkapitolou diskuse. Ta zahrnuje výsledky výzkumného šetření a porovnává je s výsledky jiných výzkumů nebo s odbornou literaturou.

Dnešní společnost je plná technologických vynálezů, jako je například internet, který s sebou přinesl sociální sítě. Jejich popularita i nadále stále roste a dospívající si bez nich nedokážou představit život. Proto se často stává, že lidé nezávisle na věku tráví u sociálních sítí příliš mnoho volného času.

Tato práce poukázala na to, že sociální sítě v sobě neukrývají jenom negativní věci a nemají takový velký vliv na dospívajícího jedince, jak si dnešní společnost myslí. Výzkum prokázal, že dospívající sociální sítě používají především k prezentaci a také k sledování aktivity druhých lidí, i za cenu obětování velkého množství volného času. Jedinci totiž v tomto věku nacházejí a budují svoji identitu, své zájmy, snaží se být neustále v kontaktu se svými vrstevníky, prožívají první lásky a experimentují s partnerskými vztahy. Sociální sítě jim tedy umožnily tyto vývojové úkoly přesunout do virtuálního světa, a tím jim mnoho usnadnily.

Cíl práce byl dosažen a díky výsledkům z výzkumného šetření lze říci, že dospívající si nevolí volnočasové aktivity respektive způsob trávení volného času podle vědomí, že konkrétní aktivity jsou lajkovanou aktivitou na sociálních sítích. Do určité míry je to zapříčiněno tím, že se většina mladých lidí snaží v tomto věku dospět, a proto díky svému úsilí o nové kvality se dokážou rozhodnout, do jaké míry je sociální sítě ovlivní.

Výsledky z výzkumného šetření mohou prokázat službu jiným kolegům, kteří se problematikou sociálních sítí v souvislosti s volným časem zabývají. V dnešní době, kdy dospívající obětují velkou část volného času sociálním sítím, je nutné se zaměřit na to, jakým aktivitám se na sociálních sítích věnují a přivést je na jistou rovnováhu mezi reálným a virtuálním životem.

Na základě tohoto výzkumu doporučuji především rodičům dospívajících vytrvat ve svém snažení o zachování dobrého vztahu s dospívajícím. Protože i přes všechny nesnáze si je mladý člověk vědom důležitosti rodiny a i nadále považuje čas s rodinou za jeden z nejvíce oblíbených způsobů trávení volného času.

Pro školy a školská zařízení doporučuji nadále setrvávat v preventivních programech, plnit plány prevence, učit zásady bezpečného internetu, alespoň v takové míře jako doposud. Jelikož díky jejich zapříčinění toto výzkumné šetření ukázalo, že sociální sítě neovlivňují u dospívajících volbu volnočasových aktivit.

SEZNAM ZKRATEK

OSN	Organizace spojených národů
ARPANET	Advanced Research Project Agency NETwork, počítačová síť, předchůdce dnešního internetu
ČVUT	České vysoké učení technické
ICT	Informační a komunikační technologie
ČSÚ	Český statistický úřad
ICQ	I seek you, software pro instant messaging
URL	soubor znaků, který slouží k identifikaci přesného umístění informací na internetu
č.	číslo

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

BEDNÁŘ, Vojtěch. *Marketing na sociálních sítích: prosadte se na Facebooku a Twitteru*. Brno : Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3320-0.

BENDL, Stanislav. *Vychovatelství: učebnice teoretických základů oboru*. Praha : Grada, 2015. ISBN 978-80-247-4248-9.

BOYD, Danah. *Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life*. [Online] 16. 12. 2007. [Citace: 3. 6. 2022.] Dostupné z: https://papers.ssrn.com/sol3/Papers.cfm?abstract_id=1518924.

BOYD, Danah M. a Nicole B. ELLISON. Wiley Online Library. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. [Online] 17. 12. 2007. [Citace: 25. 5. 2022.] Dostupné z: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>.

BURIAN, Pavel. *Internet inteligentních aktivit*. Praha : Grada, 2014. ISBN 978-80-247-5137-5.

ČAČKA, Otto. *Psychologie duševního vývoje dětí a dospívajících s faktory optimalizace*. Brno : Doplněk, 2000. ISBN 80-7239-060-0.

ČECH, Ondřej a Nicole ZVONÍČKOVÁ. *Nebezpečí kyberšikany: internet jako zbraň? České Budějovice : Theia - krizové centrum, 2017. ISBN 978-80-904854-4-0.*

ČERNÁ, Alena. *Kyberšikana: průvodce novým fenoménem*. Praha : Grada, 2013. ISBN 978-80-210-6374-7.

ČERNOVSKÝ, Tomáš. *Druhy sociálních sítí v roce 2022*. [Online] 28. 1. 2022. [Citace: 25. 5. 2022.] Dostupné z: <https://cernovsky.cz/marketing/druhy-socialnich-siti/>.

Český statistický úřad. *Šetření o využívání ICT v domácnostech a mezi jednotlivci*. [Online] 22. 3. 2022. [Citace: 17. 5. 2022.] Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/164503431/06100422b.pdf>.

Český statistický úřad. *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci – 2021: 7. Sociální síť.* [Online] 23. 11. 2021. [Citace: 25. 5. 2022.] Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/7-socialnisite>.

DIMITRY, Oleynichenko. *ICQ: 20 Years Is No Limit!* [Online] Medium Corporation, 15. 11. 2016. [Citace: 22. 5. 2022.] Dostupné z: <https://medium.com/@Dimitryphoto/icq-20-years-is-no-limit-8734e1eea8ea>.

DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele.* Praha : Karolinum, 2021. ISBN 978-80-246-5053-1.

DOBOSIOVÁ, Martina. Metodický portál RVP.cz. *Kategorie současných sociálních sítí a aktuální sociální síť.* [Online] 29. 7. 2015. [Citace: 25. 5. 2022.] Dostupné z: <https://clanky.rvp.cz/clanek/k/z/20145/KATEGORIE-SOUCASNYCH-SOCIALNICH-SITI-A-AKTUALNI-SOCIALNI-SITE.html>.

DOLEJŠ, Martin a kol. *Protektivní a rizikové osobnostní rysy u adolescentů.* Olomouc : Univerzita Palackého v Olomouci, 2014. ISBN 978-80-244-4181-8.

ECKERTOVÁ, Lenka a Daniel DOČEKAL. *Bezpečnost dětí na internetu: rádce zodpovědného rodiče.* Brno : Computer Press, 2013. ISBN 978-80-251-3804-5.

FREYSINGER, Valeria J. a John R. KELLY. *21 st century leisure: current issues.* Pennsylvania : Venture Publishing, 2004. ISBN 9781892132536.

GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výzkumu.* Brno : Paido, 2000. ISBN 80-85931-79-6.

GILLERNOVÁ, Ilona a Lenka KREJČOVÁ. *Sociální dovednosti ve škole.* Praha : Grada, 2012. ISBN 978-80-247-3472-9.

HÁJEK, Bedřich, Břetislav HOFBAUER a Jiřina PÁVKOVÁ. *Pedagogické ovlivňování volného času: současné trendy.* Praha : Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-473-1.

HANULIAKOVÁ, Jana. *Pedagogika volného času a výchova vo volnom čase.* Dubnica nad Váhom : VŠ DTI, 2020. ISBN 978-80-8222-008-3.

HARTL, Pavel a Helena HARTLOVÁ. *Psychologický slovník*. Praha : Portál, 2000. ISBN 80-7178-303-X.

HODAŇ, Bohuslav a Tomáš DOHNAL. *Rekreologie*. Olomouc : Univerzita Palackého v Olomouci, 2008. ISBN 978-80-244-2197-1.

HOUSER, Pavel. Sciencemag.cz. *Historie Internetu v datech*. [Online] 7. 2. 2017. [Citace: 12. 5. 2022.] Dostupné z: <https://sciencemag.cz/historie-internetu-v-datech/>.

HULANOVÁ, Lenka. *Internetová kriminalita páchaná na dětech: psychologie internetové oběti, pachatele a kriminality*. Praha : Triton, 2012. ISBN 978-80-7387-545-9.

CHEJNOVSKÁ, Michaela. *Pohled žáků staršího školního věku a adolescentů na problematiku sociálních sítí* [Online]. Brno, 2020 [Citace: 5. 6. 2022.]. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Pedagogická fakulta. doc. MUDr. Petr Kachlík, Ph.D. Dostupné z: https://is.muni.cz/th/rbnot/Diplomova_prace.pdf.

CHRÁSKA, Miroslav. *Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu*. Praha : Grada, 2016. ISBN 978-80-247-5326-3.

JANDOVÁ, Soňa, Piotr OLEŚNIEWICZ a Tomáš DOHNAL. *Vybrané aspekty rekreologie*. Liberec : TUL, 2014. ISBN 978-80-7494-168-9.

JANKOVÁ, Veronika. *Sociální sítě a jejich role v trávení volného času u adolescentů* [Online]. Olomouc, 2022. [Citace: 5. 6. 2022.]. Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Pedagogická fakulta. Mgr. Jiří Kropáč Ph.D., LL.M. Dostupné z: https://theses.cz/id/ofh9la/Bakalarska_prace_-_Veronika_Jankova.pdf.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Praha : Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4.

KNOTOVÁ, Dana. *Pedagogické dimenze volného času*. Brno : Paido, 2011. ISBN 978-80-7315-223-9.

KOHOUT, Martin. FreeBit. *Co je to sociální síť TikTok? Jak vlastně vznikla?* [Online] 21. 1. 2022. [Citace: 2. 6. 2022.] Dostupné z: <https://freebit.cz/co-je-to-socialni-sit-tiktok-jak-vlastne-vznikla/>.

KOLESÁROVÁ, Karolína. *Životní styl v informační společnosti*. Praha : Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2016. ISBN 978-80-7452-119-5.

KOSTELANSKÝ, Alojz. *Pedagogika volného času - súčasnosť a perspektívy*. Ružomberok : Verbum, 2013. ISBN 978-80-561-0100-1.

KOŽÍŠEK, Martin a Václav PÍSECKÝ. *Bezpečně n@ internetu: průvodce chováním ve světě online*. Praha : Grada, 2016. ISBN 978-80-247-5595-3.

KRAUS, Blahoslav. *Středoškolská mládež a její svět na přelomu století*. Brno : Paido, 2006. ISBN 80-7315-125-1.

LANGMEIER, Josef a Dana KREJČÍŘOVÁ. *Vývojová psychologie*. Praha : Grada, 2006. ISBN 80-247-1284-9.

MACEK, Petr. *Adolescence*. Praha : Portál, 2003. ISBN 80-717-8747-7.

MACHALA, Miroslav. *Historie Internetu a jeho budoucí využití*. [Online] 2007. [Citace: 15. 5. 2022.] Dostupné z: https://is.muni.cz/th/at4cy/Historie_Internetu_a_jeho_budouci_vyuziti.pdf.

MARKOVÁ, Markéta. *Internetové sociální sítě a jejich využívání žáky středních škol* [Online]. Hradec Králové, 2015. [Citace: 5. 6. 2022.]. Diplomová práce. Univerzita Hradec Králové, Přírodovědecká fakulta. doc. RNDr. Štěpán Hubálovský, Ph.D. Dostupné z: <https://theses.cz/id/2of3uj/STAG67365.pdf>.

MELTZER, Donald a Martha HARRIS. *Adolescence: Talks and Papers*. London : Karnac, 2011. ISBN 978 1 78049 011 3.

MIKULCOVÁ, Klára a Kamil KOPECKÝ. *Aktuální problémy mediální výchovy a mediální gramotnost žáků 2. stupně ZŠ*. Olomouc : Univerzita Palackého v Olomouci, 2020. ISBN 978-80-244-5900-4.

MUSIL, Josef. *Elektronická média v informační společnosti*. Praha : Votobia, 2003. ISBN 80-7220-157-3.

Nation crime prevention council. *What is Cyberbullying?* [Online] 2022. [Citace: 18. 5. 2022.] Dostupné z: <https://www.ncpc.org/resources/cyberbullying/what-is-cyberbullying/>.

NOVOTNÁ, Lucie. *Hashtag: dobrý sluha, ale zlý pán*. [Online] 13. 1. 2019. [Citace: 25. 5. 2022.] Dostupné z: <https://markething.cz/hashtag-dobry-sluha-zly-pan>.

Olomoucký kraj. Krajský úřad Olomouckého kraje, odbor školství a mládeže. *Výroční zpráva o stavu a rozvoji vzdělávací soustavy v Olomouckém kraji: školní rok 2019/2020*. [Online] 2021. [Citace: 6. 6. 2022.] Dostupné z: <https://www.olkraj.cz/download.html?id=80421>.

PÁVKOVÁ, Jiřina. *Pedagogika volného času: teorie, praxe a perspektivy výchovy mimo vyučování a zařízení volného času*. Vyd. 4. Praha : Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-423-6.

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

PAVLIŠOVÁ, Zdeňka. *Volný čas jako součást životního stylu vybrané skupiny dětí na základních školách v Hradci Králové*. Olomouc : Rigorózní práce, Univerzita Palackého v Olomouci, 2012.

PETRUSEK, Miloslav, Hana MAŘÍKOVÁ a Alena VODÁKOVÁ. *Velký sociologický slovník*. Praha : Karolinum, 1996. ISBN 80-7184-311-3.

POSPÍŠILOVÁ, Marie. *Facebooková (ne)závislost: identita, interakce a uživatelská kariéra na Facebooku*. Praha : Univerzita Karlova, 2016. ISBN 978-80-246-3306-0.

PROCHÁZKA, Tomáš a Josef ŘEZNÍČEK. *Obsahový marketing*. Brno : Computer Press, 2014. ISBN 978-80-251-4152-6.

PRŮCHA, Jan, Eliška WALTEROVÁ a Jiří MAREŠ. *Pedagogický slovník*. Praha : Portál, 2009. ISBN: 978-807367-647-6.

PUGNEROVÁ, Michaela. *Psychologie: pro studenty pedagogických oborů*. Praha : Grada, 2019. ISBN 978-80-271-0532-8.

PUNCH, Keith. *Základy kvantitativního šetření*. Praha : Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-381-9.

RAY, Michael. Encyclopædia Britannica. *Social network*. [Online] 2019. [Citace: 22. 5. 2022.] Dostupné z: <https://www.britannica.com/technology/social-network>.

ŘÍČAN, Pavel. *Cesta životem: vývojová psychologie*. Praha : Portál, 2006. ISBN 80-736-7124-7.

SIGMUND, Erik a Dagmar SIGMUNDOVÁ. *Pohybová aktivita pro podporu zdraví dětí a mládeže*. Olomouc : Univerzita Palackého v Olomouci, 2011. ISBN 978-80-244-2811-6.

STAŠOVÁ, Leona, Gabriela SLANINOVÁ a Iva JUNOVÁ. *Nová generace: vybrané aspekty socializace a výchovy současných dětí a mládeže v kontextu medializované společnosti*. Hradec Králové : Gaudeamus, 2015. ISBN 978-80-7435-567-7.

STEINBERG, Laurence D. *Adolescence*. Boston : McGraw-Hill Higher Education, 2008. ISBN 978-1259567827.

STERLING, Bruce. Internet Society. *Short History of the Internet*. [Online] [Citace: 12. 5. 2022.] Dostupné z: <https://www.internetsociety.org/internet/history-internet/short-history-of-the-internet/>.

SVOBODA, Jiří. CzechCrunch. *Fenomén TikTok. Sociální síť stovek milionů mladých, které už skoro nezajímá Instagram ani YouTube*. [Online] 9. 2. 2019. [Citace: 2. 6. 2022.] Dostupné z: <https://cc.cz/fenomen-tiktok-socialni-sit-stovek-milionu-mladych-ktere-uz-skoro-nezajima-instagram-ani-youtube/>.

SYMANOVICH, Steve. NortonLifeLock. *Cyberstalking: Help protect yourself against cyberstalking*. [Online] 2. 4. 2019. [Citace: 18. 5. 2022.] Dostupné z: <https://us.norton.com/internetsecurity-how-to-how-to-protect-yourself-from-cyberstalkers.html>.

ŠEBEŠ, Marek. Zvyšování mediální gramotnosti v ČR: Vzdělávací portál Média pod lupou. *Děti a mládež v kyberprostoru*. [Online] 2013. [Citace: 11. 5. 2022.] Dostupné z: <https://www.mediapodlupou.cz/lekce/deti-a-mladez-v-kyberprostoru>.

ŠERÁK, Michal. *Zájmové vzdělávání dospělých*. Praha : Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-551-6.

ŠEVČÍKOVÁ, Anna. *Děti a dospívající online: vybraná rizika používání internetu*. Praha : Grada, 2014. ISBN 978-80-247-5010-1.

ŠIMÍČKOVÁ-ČÍŽKOVÁ, Jitka. *Přehled sociální psychologie*. Olomouc : Univerzita Palackého, 2004. ISBN 80-244-0929-1.

ŠMAHEL, David. *Psychologie a internet: děti dospělými, dospělí dětmi*. Praha : Triton, 2003. ISBN 80-7254-360-1.

THOROVÁ, Kateřina. *Vývojová psychologie: proměny lidské psychiky od početí po smrt*. Praha : Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0714-6.

TREADAWAY, Chris a Mari SMITH. *Marketing na Facebooku: výukový kurz*. Brno : Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3337-8.

TŮMA, Jiří. *Pedagogika volného času*. Praha : Vysoká škola tělesné výchovy a sportu Palestra, 2018. ISBN 978-80-87723-43-2.

VÁGNEROVÁ, Marie a Lidka LISÁ. *Vývojová psychologie: dětství a dospívání*. 3. vydání, přepracované a doplněné. Praha : Karolinum, 2021. ISBN 978-80-246-4961-0.

VÁGNEROVÁ, Marie. *Vývojová psychologie I.: dětství a dospívání*. Praha : Karolinum, 2005. ISBN 80-246-0956-8.

VYHNÁLKOVÁ, Pavla. *Základy pedagogiky volného času*. Olomouc : Agentura Gevak, 2013. ISBN 978-80-86768-73-1.

VÝROST, Jozef, Ivan SLAMĚNÍK a Eva SOLLÁROVÁ. *Sociální psychologie: teorie, metody, aplikace*. Praha : Grada, 2019. ISBN 978-80-247-5775-9.

ZHAO, Shanyang, Sherri GRASMUCK a Jason MARTIN. Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. 5. : Computers in Human Behavior, 2008, Sv. 24.

ŽÁKOVÁ, Daniela. Beneficio. *VŠE O FENOMÉNU TIKTOK. NEJROZSÁHLEJŠÍ ČLÁNEK O TIKTOKU NA JEDNOM MÍSTĚ*. [Online] 11. 8. 2020. [Citace: 2. 6. 2022.] Dostupné z: <https://www.beneficio.cz/clanky/vse-o-fenomenu-tiktok-nejrozsahlejsi-clanek-o-tiktoku-na-jednom-miste>.

SEZNAM OBRÁZKŮ A GRAFŮ

Seznam obrázků:

Obrázek 1 – Graf domácností s připojením k internetu	25
Obrázek 2 – Tabulka osob v ČR používající sociální sítě.....	31
Obrázek 3 – Graf nejpopulárnějších sociálních sítí na světě podle počtu aktivních uživatelů - leden 2022	33
Obrázek 4 Graf osob používající sociální sítě podle způsobu zveřejňování informací 2021...41	

Seznam grafů:

Graf 1 Procentuální zastoupení dívek a chlapců	49
Graf 2 Věk respondentů.....	50
Graf 3 Podíl respondentů podle města, ve kterém stojí škola	51
Graf 4 Podíl respondentů využívající sociální sítě	53
Graf 5 Používané sociální sítě	54
Graf 6 Nejoblíbenější sociální síť.....	55
Graf 7 Podíl respondentů podle jejich sledovaného obsahu.....	56
Graf 8 Sdílení obsahu na sociálních sítích.....	57
Graf 9 Průměrný počet vložených příspěvků za měsíc	58
Graf 10 Potřebný čas k vytvoření osobního příspěvku.....	59
Graf 11 Počet lajků u posledního nejlepšího osobního příspěvku.....	60
Graf 12 Podíl respondentů a lajkovaný obsah	61
Graf 13 Oblíbenost způsobů trávení volného času.....	62
Graf 14 Podíl respondentů a jejich faktory ovlivňující výběr volnočasové aktivity.....	63

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 Pohlaví respondentů	49
Tabulka 2 Věk respondentů.....	50
Tabulka 3 Využívané sociální sítě.....	54
Tabulka 4 Počet respondentů a jejich vyhledávaná témata na sociálních sítích	56
Tabulka 5 Sdílený obsah na sociálních sítích.....	57
Tabulka 6 Vložené příspěvky na sociální sítě	58
Tabulka 7 Potřebný čas k vytvoření osobního příspěvku.....	59
Tabulka 8 Počet udělených lajků za poslední nejlepší osobní příspěvek	60
Tabulka 9 Lajkovaný obsah.....	61
Tabulka 10 Způsoby trávení volného času	62
Tabulka 11 Faktory ovlivňující výběr volnočasové aktivity	63
Tabulka 12 Kontingenční tabulka a znaménkové schéma pro výzkumnou otázku č. 1	66
Tabulka 13 Kontingenční tabulka a znaménkové schéma pro výzkumnou otázku č. 2.....	67
Tabulka 14 Kontingenční tabulka a znaménkové schéma pro výzkumnou otázku č. 3	69
Tabulka 15 Kontingenční tabulka a znaménkové schéma pro výzkumnou otázku č. 4.....	70
Tabulka 16 Kontingenční tabulka a znaménkové schéma pro výzkumnou otázku č. 5.....	71
Tabulka 17 Kontingenční tabulka a znaménkové schéma pro výzkumnou otázku č. 6.....	73
Tabulka 18 Kontingenční tabulka a znaménkové schéma pro výzkumnou otázku č. 7.....	74
Tabulka 19 Kontingenční tabulka a znaménkové schéma pro výzkumnou otázku č. 8.....	76
Tabulka 20 Kontingenční tabulka a znaménkové schéma pro výzkumnou otázku č. 9.....	78
Tabulka 21 Kontingenční tabulka a znaménkové schéma pro výzkumnou otázku č. 10.....	80
Tabulka 22 Kontingenční tabulka a znaménkové schéma pro výzkumnou otázku č. 11	82

SEZNAM PŘÍLOH

- Příloha 1 – Vzor dotazníku

Příloha č. 1: Vzor dotazníku

Dotazník – Trávení volného času dospívajících pod vlivem sociálních sítí

Vážený studente, absolvente,

dovoluji Vám tímto požádat o spolupráci při výzkumu. Jmenuji se Irena Ředinová a jsem studentkou Pedagogické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci, oboru Řízení volnočasových aktivit. Píši diplomovou práci na téma: Trávení volného času dospívajících pod vlivem sociálních sítí.

Výzkumné šetření je zaměřeno na osoby od 15 do 21 let a jejich střední škola se nachází na území okresu Přerov.

Tímto Vás moc prosím o vyplnění níže uvedeného dotazníku, který je zcela anonymní.

Zakroužkujte nebo dle pokynů vyznačte vyhovující odpověď, popřípadě ji запиšte na vyznačené místo. Nespěchejte, prosím, a dotazník řádně a pravdivě vyplňte, zabere Vám nejvýše 10 minut.

Předem Vám moc děkuji za odpovědi

Lic. Irena Ředinová

1) Využíváte nějakou sociální síť?

- a) Ano
- b) Ne

2) Jakou sociální síť využíváte? *(Možnost více odpovědí)*

- a) Facebook/ Messenger
- b) Instagram
- c) YouTube
- d) TikTok
- e) Twitter
- f) Snapchat
- g) Jiná (doplňte):

3) Kterou ze sociálních sítí nejvíce upřednostňujete/sledujete?

- a) Facebook/ Messenger
- b) Instagram
- c) YouTube
- d) TikTok
- e) Jiná (doplňte):

4) Jaký typ obsahu na sociálních sítích vyhledáváte/sledujete? (Odpověď vyznačte křížkem „x“)

	Ano, stále (alespoň jednou denně)	Ano, velmi často (alespoň jednou za týden)	Ano, často (alespoň jednou měsíčně)	Ano, občas (několikrát ročně)	Ne, nikdy	Nedovedu posoudit
Aktivity ostatních lidí						
Kultura (hudba, divadlo, kino)						
Sport, cvičení						
Zdraví						
Vzdělávání (jazykové kurzy, apod.)						
Zvířata						
Móda, kosmetika						
Cestování						
Jídlo, recepty						
Rukodělné činnosti (výtvarné aktivity, kutilství, apod.)						
Humor (vtipy, apod.)						
Hry						
Ankety, soutěže						
Sexuální obsah						
Jiné (doplňte):						

5) Sdílette níže uvedené příspěvky na sociálních sítích? (Odpověď vyznačte křížkem „x“)

	Ano, stále (alespoň jednou denně)	Ano, velmi často (alespoň jednou za týden)	Ano, často (alespoň jednou měsíčně)	Ano, občas (několikrát ročně)	Ne, nikdy	Nedovedu posoudit
Konkrétní místo, kde se zrovna nacházíte						
Osobní fotografie						
Osobní videa						
Příběhy z osobního života						
Názory či postoje						
Obsah (jiný než osobní, např. obrázky, odkazy, apod.)						
Jiné (doplňte):						

6) Jaký je Váš průměrný počet vložených příspěvků na sociální sítě za měsíc?

- 1 – 3
- 4 – 6
- 7 – 9
- 10 – 12
- 13 – 15
- Více než 15
- Žádné příspěvky nevkládám.

- 7) Kolik času průměrně věnujete k vytvoření 1 osobního příspěvku?
- 0 – 5 minut
 - 6 – 15 minut
 - 16 – 30 minut
 - Více než 30 minut
- 8) Vybaví se Vám Váš poslední nejlepší příspěvek za poslední měsíc, vzpomenete si, kolik obdržel lajků (To se mi líbí)?
- 0 – 15
 - 16 – 30
 - 31 – 45
 - 46 – 60
 - Více než 60
 - Nevzpomínám si / Nikdy jsem nic takového nepublikoval(a).

9) Jaký typ obsahu lajkujete (Udělujete To se mi líbí)?

	Stále (alespoň jednou denně)	Velmi často (alespoň jednou za týden)	Často (alespoň jednou měsíčně)	Občas (několikrát ročně)	Nikdy	Nedovedu posoudit
Aktivita ostatních uživatelů						
Kultura (hudba, divadlo, kino)						
Sport, cvičení, zdraví						
Zvířata						
Móda, kosmetika						
Cestování						
Jídlo, recepty						
Rukodělné činnosti (výtvarné techniky, kutilství, ...)						
Hry, zábava						
Jiné						

10) Jakým způsobem trávíte svůj volný čas? (Do rámečku přiřaďte číselnou hodnotu od 1- nejvíce oblíbený způsob po 5- nejméně oblíbený způsob. Pokud se některé variantě nevěnujete, označte ji N)

- Sportováním, cvičením
- Četba knih
- U televize / s mobilním telefonem / u počítače (počítačové hry apod.)
- Chození ven s kamarády (kino, divadlo, procházky apod.)
- Zájmovým kroužkem
- S rodinou
- Jinak (doplňte):

11) Jaký důvod Vás vede k výběru konkrétní volnočasové aktivity? (Odpověď vyznačte křížkem „x“)

	Vždy (alespoň jednou denně)	Velmi často (alespoň jednou za týden)	Často (alespoň jednou měsíčně)	Občas (několikrát ročně)	Nikdy	Nedovedu posoudit
Můj zájem (to,co Vás baví)						
Rodina						
Škola (např. učitel)						
Kamarádi/Spolužáci						
Prostředí (lokální nabídka aktivit)						
Sociální sítě						
Finance						
Časová náročnost aktivity (délka,...)						
Jiný (doplňte):						

12) Jaké je Vaše pohlaví?

- a) chlapec
- b) dívka

13) Kolik je Vám let?

- a) 15
- b) 16
- c) 17
- d) 18
- e) 19
- f) 20
- g) 21

14) V jaké obci stojí Vaše střední škola/gymnázium/učiliště?

- a) Hranice
- b) Kojetín
- c) Křenovice
- d) Lipník nad Bečvou
- e) Přerov
- f) Tovačov

ANOTACE

Jméno a příjmení:	Lic. Irena Ředinová
Katedra:	Ústav pedagogiky a sociálních studií
Vedoucí práce:	Mgr. Pavel Neumeister, Ph.D.
Rok obhajoby:	2022

Název práce:	Trávení volného času dospívajících pod vlivem sociálních sítí
Název v angličtině:	Leisure time activities of teenagers under the influence of social networks
Anotace práce:	<p>Diplomová práce se zabývá vlivem sociálních sítí na trávení volného času dospívajících.</p> <p>Teoretická část práce je zaměřena na charakteristiku volného času, sociální sítě, vývojové období dospívajícího jedince a vzájemné propojení těchto problematik. Empirická část práce zahrnuje kvantitativní výzkum realizovaný metodou dotazníkového šetření. K ověření hypotéz byl využit test dobré shody chí–kvadrát pro kontingenční tabulku.</p> <p>Hlavním cílem výzkumu bylo zjistit, zda si dospívající volí (realizují) volnočasové aktivity na základě vědomí, že konkrétní aktivity jsou lajkovanou aktivitou na sociálních sítích.</p>
Klíčová slova:	Volný čas, volnočasové aktivity, dospívající, sociální sítě
Anotace v angličtině:	<p>The thesis deals with the influence of social networks on the leisure time of adolescents.</p> <p>The theoretical part of the thesis focuses on the characteristics of leisure time, social networks, the developmental period of adolescents and the interconnection of these issues. The empirical part of the thesis includes quantitative research carried out by questionnaire survey method. In order to verify these hypotheses, a chi-square goodness-of-fit test was used for the contingency table.</p> <p>The main goal of the research was to find out whether adolescents choose how to spend their leisure time based on whether these activities are popular on social media or not.</p>
Klíčová slova v angličtině:	Leisure time, leisure time activities, teenagers, social networks
Přílohy vázané v práci:	Příloha č. 1: Vzor dotazníku
Rozsah práce:	99 stran
Jazyk práce:	Český