

**Univerzita Hradec Králové**  
**Fakulta informatiky a managementu**  
**Katedra managementu**

**Vliv sociálních sítí na stresový potenciál a kvalitu  
života současné generace**

Bakalářská práce

**Autor:** Aneta Cipryánová

**Studijní obor:** Finanční management

**Vedoucí práce:** PhDr. Věra Strnadová, Ph.D.

**Odborný konzultant:** Ing. Petr Voborník, Ph.D.

Katedra aplikované kybernetiky

Mgr. Jiří Haviger, Ph.D.

Katedra informatiky a kvantitativních metod

**Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně a s použitím uvedené literatury.

V Hradci Králové dne 9. 8. 2020

Aneta Cipryánová

## **Poděkování**

Tímto bych ráda poděkovala paní PhDr. Věře Strnadové, Ph.D. za vedení mé bakalářské práce, za její cenné rady a připomínky, poskytnutí materiálů a doporučení zajímavé literatury. Dále také za její ochotu během studia i během vedení mé bakalářské práce. Stejně tak bych chtěla poděkovat i odborným konzultantům mé práce, panu Ing. Petrovi Voborníkovi, Ph.D. a panu Mgr. Jiřímu Havigerovi, Ph.D., že mi pomohli se statistickým zpracováním praktické části. Chtěla bych také poděkovat všem, kteří se zúčastnili mého výzkumného šetření formou dotazníků, mezi něž patří i studenti ze Suan Sunandha Rajabhat University v Thajsku, se kterými jsem se seznámila během zahraničního studijního pobytu. Tímto bych chtěla poděkovat také Univerzitě Hradec Králové, která mi studium v zahraničí umožnila. Díky této zkušenosti jsem mohla srovnat výsledky dotazníkového šetření u studentů dvou velmi odlišných zemí. Nakonec bych chtěla poděkovat i mé rodině, která mi byla vždy oporou, jak během studia, tak v celém mém dosavadním životě.

## **Anotace**

**Téma:** Vliv sociálních sítí na stresový potenciál a kvalitu života současné generace

Cílem bakalářské práce „Vliv sociálních sítí na stresový potenciál a kvalitu života současné generace“ je zjistit, jak sociální sítě ovlivňují kvalitu života a citové rozpoložení jednotlivých generací. Dotazníkové šetření bylo provedeno u generací z České republiky a u studentů ve věku 18-23 let ze Suan Sunandha Rajabhat University v Thajsku. Potvrdila se hypotéza, že mladší generace používají sociální sítě více než starší generace. Následující výsledky byly vypracovány na základě dat respondentů, kteří uvedli jako nejpoužívanější médium sociální síť. Generace Z je nejvíce přesvědčena, že je na nich závislá (44 %). Více než 75 % respondentů generace Z i Y zažívá vlivem médií negativní emoce a více než 40 % má pocit, že by se mohlo věnovat užitečnějším aktivitám. Více než pětina respondentů generace Z ze sebe bývá zklamaná, když vidí, jak se ostatním daří. Čím je generace mladší, tím má horší vulnerabilitu. Thajci se cítí bez přístupu k sociálním sítím častěji osaměle než Češi (58 % oproti 21 %) a jsou zranitelnější vůči stresu (49 % oproti 42 %).

**Klíčová slova:** sociální sítě, média, stres, psychosomatika, kvalita života, generace

## **Annotation**

**Title:** The impact of the social media on stress potential and quality of life of the present generation

The aim of the Bachelor Thesis "The impact of the social media on stress potential and quality of life of the present generation" is to find out how social media influence the quality of life and emotional state of each generation. A research based on questionnaires was focused on Czech generations and students from Suan Sunandha Rajabhat University in Thailand. A hypothesis that younger generations use social media more than older generations was confirmed. Following results are based on responds of people who marked as the most used medium the social media. People of Generation Z are the most convinced that they are addicted to it (44 %). More than 75 % of Generation Z and Y feel negative emotions due to the media. More than 40 % have a feeling that they could do meaningful activities instead. More than one fifth of Generation Z feels disappointed of themselves when they see success of others. The younger the generation is the worse vulnerability to stress it has. Thai students at the age from 18-23 feel lonelier without the access to social media than Czechs (58 % against 21 %) and have worse vulnerability to stress (49 % against 42 %).

**Keywords:** social media, media, stress, psychosomatics, quality of life, generation

## Obsah

<b>1. Úvod a cíl práce .....</b>	<b>1</b>
<b>2. Literární rešerše .....</b>	<b>3</b>
<b>3. Teoretická část .....</b>	<b>5</b>
<b>3.1 Sociální sítě a aplikace určené ke komunikaci .....</b>	<b>5</b>
3.1.1 Facebook a Messenger.....	5
3.1.2 Instagram .....	7
3.1.3 YouTube .....	8
3.1.4 WhatsApp.....	9
3.1.5 Twitter .....	9
<b>3.2 Definice stresových faktorů.....</b>	<b>10</b>
<b>3.3 Copingové strategie .....</b>	<b>14</b>
<b>3.4 Psychosomatika.....</b>	<b>17</b>
3.4.1 Vytváření pozitivních emocí.....	19
<b>3.5 Kvalita života v současnosti .....</b>	<b>20</b>
3.5.1 Definice kvality života.....	21
3.5.2 Objektivní a subjektivně prožívaná kvalita života.....	22
3.5.3 Kvalita života a materiální bohatství .....	23
3.5.4 Kvalita života a vzdělání .....	24
<b>3.6 Současná generace .....</b>	<b>25</b>
3.6.1 Pre Boomers .....	26
3.6.2 Baby Boomers .....	26
3.6.3 Generace X .....	28
3.6.4 Generace Y .....	29
3.6.5 Generace Z.....	30
<b>3.7 Vliv sociálních sítí na současnou generaci .....</b>	<b>31</b>
3.7.1 Závislost na sociálních sítích .....	33
3.7.2 Online identita .....	34
3.7.3 Srovnávání se s ostatními .....	36
3.7.4 Sociální sítě a kvalita mezilidských vztahů .....	37
3.7.5 Fear of missing out (FoMO).....	41
3.7.6 Sociální sítě jako místo bez zábran.....	41
3.7.7 Nebezpečí dětí na internetu .....	43
<b>4. Praktická část .....</b>	<b>44</b>
<b>4.1 Cíle dotazníkového šetření .....</b>	<b>44</b>
<b>4.2 Výzkumná metodologie .....</b>	<b>44</b>
<b>4.3 Výsledky dotazníkového šetření v České republice .....</b>	<b>46</b>
4.3.1 Rozdělení výzkumného vzorku .....	46
4.3.2 Nejvíce používaná média.....	47
4.3.3 Sociální sítě jako nejpoužívanější média .....	49
4.3.3.1 Závislost na sociálních sítích.....	50
4.3.3.2 Čas strávený u sociálních sítí .....	51
4.3.3.3 Méně času na koníčky .....	51

4.3.3.4	Negativní emoce.....	52
4.3.3.5	Odvádění pozornosti od práce či studia.....	56
4.3.3.6	Vliv sociálních sítí na psychiku respondentů.....	57
4.3.3.7	Účel používání sociálních sítí.....	58
4.3.3.8	Den bez telefonu, počítače či tabletu.....	60
4.3.3.9	Pocit osamělosti bez přístupu k sociálním sítím.....	61
4.3.3.10	Realita a svět online.....	62
4.3.3.11	Obsah sdílený na sociálních sítích.....	65
4.3.3.12	Odlišné chování na sociálních sítích.....	67
4.3.3.13	Deaktivace účtu na sociální síti.....	67
4.3.3.14	Špatné zkušenosti se sociálními sítěmi.....	69
4.3.3.15	Vulnerabilita vůči stresu.....	70
<b>4.4</b>	<b>Porovnání dotazníkových šetření v Thajsku a ČR (kategorie 18-23 let).....</b>	<b>72</b>
4.4.1	Rozdělení respondentů dle věku, pohlaví a ekonomické aktivity.....	72
4.4.2	Nejvíce používaná média.....	73
4.4.3	Závislost na sociálních sítích.....	74
4.4.4	Čas strávený u sociálních sítí.....	74
4.4.5	Méně času na koníčky.....	75
4.4.6	Negativní emoce.....	76
4.4.7	Odvádění pozornosti od práce či studia.....	77
4.4.8	Vliv sociálních sítí na psychiku respondentů.....	77
4.4.9	Účel používání sociálních sítí.....	78
4.4.10	Den bez telefonu, počítače či tabletu.....	79
4.4.11	Pocit osamělosti bez přístupu k sociálním sítím.....	80
4.4.12	Realita a svět online.....	81
4.4.13	Nejdůležitější životní hodnoty.....	83
4.4.14	Obsah sdílený na sociálních sítích.....	84
4.4.15	Odlišné chování na sociálních sítích.....	85
4.4.16	Deaktivace účtu na sociální síti.....	85
4.4.17	Špatné zkušenosti se sociálními sítěmi.....	87
4.4.18	Vulnerabilita vůči stresu.....	87
<b>4.5</b>	<b>Testování hypotéz.....</b>	<b>90</b>
<b>5.</b>	<b>Závěr a diskuse.....</b>	<b>92</b>
<b>5.1</b>	<b>Zdroje.....</b>	<b>97</b>
5.1.1	Seznam použité literatury.....	97
5.1.2	Internetové zdroje.....	98
<b>6.</b>	<b>Seznam obrázků, tabulek, grafů.....</b>	<b>101</b>
<b>6.1</b>	<b>Seznam tabulek.....</b>	<b>101</b>
<b>6.2</b>	<b>Seznam grafů.....</b>	<b>101</b>
<b>7.</b>	<b>Přílohy.....</b>	<b>103</b>
<b>7.1</b>	<b>Příloha 1 – dotazník v českém jazyce.....</b>	<b>103</b>
<b>7.2</b>	<b>Příloha 2 – dotazník v anglickém jazyce.....</b>	<b>109</b>
<b>7.3</b>	<b>Příloha 3 - zadání práce.....</b>	<b>115</b>

# 1. Úvod a cíl práce

Pro téma své bakalářské práce „Vliv sociálních sítí na stresový potenciál a kvalitu života současné generace“, v překladu „The impact of social media on stress potential and quality of life of the present generation“, jsem se rozhodla především proto, že mě problematika využívání sociálních sítí z psychologického hlediska zajímá. Na toto téma jsem mnohokrát vedla konverzace s přáteli, zajímal mě jejich názor a jakým způsobem je sociální sítě ovlivňují. Velmi často jsem se setkávala spíše s negativními odpověďmi. Mluvili především o negativních dopadech na jejich psychické rozpoložení nebo na mezilidské vztahy. Tyto faktory výrazně ovlivňují kvalitu jejich života. Obvykle jsem se setkávala s odpověďmi, že sociální sítě odvádí jejich pozornost od školních nebo pracovních povinností.

Sociální sítě mají vliv na vývoj společnosti, pro mnohé jsou již součástí každodenního života. V ekonomické oblasti hrají velkou roli už jen proto, že jsou významným marketingovým nástrojem. Vliv sociálních sítí a celkově digitálních médií na současnou generaci je poněkud často diskutované téma, často s rozporupnými názory. Rozhodla jsem se tedy udělat vlastní dotazníkové šetření.

Tato práce je rozdělena na dvě části – teoretickou a praktickou. V teoretické části čtenáře seznámím s vybranými sociálními sítěmi a jejich funkcemi. Budu definovat termín stres a pojmy s ním úzce související, jako jsou například copingové strategie a psychosomatika. Dále se budu zabývat kvalitou života v současnosti a vymezím generace Pre Boomers, Baby Boomers, a generace X, Y a Z. Na závěr teoretické části zmíním několik problémů, které vznikají v důsledku (často nadměrného) používání sociálních sítí.

V praktické části čtenáři nejdříve objasním zvolenou metodu výzkumného šetření. Detailněji popíšu výzkumný vzorek a podmínky, za kterých bylo výzkumné šetření prováděno. Respondentů se budu tázat především na jimi nejvíce používané sociální sítě, jaké množství času zde stráví a za jakým účelem je používají. Chci také zjistit, zda je sociální sítě rozptylují od studia či práce, čímž klesá jejich produktivita. Dalším cílem je zjistit, jestli vybraná média v současné generaci vyvolávají negativní emoce a zda kvůli nim mají méně času na své koníčky. Zajímal mě jejich názor, zda mají jimi vybraná média dobrý či špatný vliv na jejich psychiku a zda si myslí, že jsou na nich závislí. Zajímá mě také, zda současná generace tráví čas s přáteli převážně osobně nebo na internetu.

Vlivem sociálních sítí může být ovlivněna kvalita mezilidských vztahů i psychické rozpoložení jedince, což ovlivňuje i kvalitu jeho života. Pro lepší porovnání výsledků je do dotazníku zařazena také část, která se týká vulnerability vůči stresu.



Svou prací chci zjistit, jaký postoj mají k sociálním sítím různé generace, jak se liší odpovědi mužů a žen nebo odpovědi různě ekonomicky aktivních lidí. Domnívám se, že starší generace nebudou sociálními sítěmi tolik ovlivňovány, protože s nimi nedospívaly a mezilidské vztahy navazovaly přirozeněji. Myslím, že mladší generace využívá sociální sítě výrazně častěji a více je prožívá, a tak mají tyto platformy větší dopad na jejich psychické rozpoložení.

Výzkumný vzorek tvoří studenti Fakulty Informatiky a Managementu Univerzity Hradec Králové, dále pak studenti různých oborů a pracujících v různých povoláních z okolí mého bydliště – města Seče, žáci Základní školy v Seči, senioři navštěvující Univerzitu třetího věku v Hradci Králové a několik seniorů z mého okolí. Díky studiu v Thajsku v rámci Erasmus+ jsem měla možnost oslovit také studenty jiné národnosti a rozhodla se, že porovnáím odpovědi respondentů ve věku 18-23 let a respondentů v témže věku ze Suan Sunandha Rajabhat University, se kterou UHK spolupracuje. V bakalářské práci se ale budu zabývat především porovnáním odpovědí formou dotazníků mezi generacemi X, Y, Z a Pre Boomers či Baby Boomers v České republice. Výsledná data budou zpracována v podobě grafů, tabulek a komentáře.

## 2. Literární rešerše

**SPITZER, Manfred. *Digitální demence: jak připravujeme sami sebe a naše děti o rozum.* Brno: Host, 2014. ISBN 978-80-7294-872-7.**

Autor knihy, Manfred Spitzer, vystudoval medicínu, psychologii a filozofii a vede také univerzitní psychiatrickou kliniku v Ulmu a Centrum pro výzkum učení a neurologie. V této knize poukazuje na problémy současné generace spojené s nadměrným používáním digitálních médií. Tvrdí, že digitální média v dlouhodobém horizontu poškozují lidské tělo i mysl. Zároveň poukazuje na vznikající problémy u dětí a dospívajících, kterým klesá schopnost učení a výsledkem může být například porucha pozornosti a čtení, úzkost, otupělost, poruchy spánku, deprese, či nadváha. Často v knize také dokládá schémata funkce lidského mozku. Autor navrhuje omezení konzumního života, abychom tak zabránili patřičným problémům spojených s nadměrným používáním digitálních médií. Kniha u veřejnosti vzbudila velký ohlas, reakce ale byly často rozporuplné.

**SELYE, Hans. *Stres života.* Přeložila Petra KUDRNÁČOVÁ. Hodkovičky: Pragma, [2016]. ISBN 978-80-7349-392-9.**

Autor patří k jedním z největších průkopníků lékařství, za svůj výzkum byl nominován na Nobelovu cenu. Ve své knize vysvětluje, co je to stres a jak vzniká, zkoumá biochemické i environmentální aspekty stresu i mezilidské vztahy. V knize se zabývá také psychosomatikou a seznamuje čtenáře s nemocemi způsobené stresem. Autor v knize radí, jak překonat škodlivý účinek stresu a jak ho využít ve vlastní prospěch. Snaží se čtenáře seznámit s informacemi, které napomáhají k porozumění vlastnímu tělu a radí, jak předejít psychosomatickým onemocněním.

**HEŘMANOVÁ, Eva. *Koncepty, teorie a měření kvality života.* Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2012. Studijní texty (Sociologické nakladatelství). ISBN 978-80-7419-106-0.**

Kniha je zaměřena na problematiku kvality života a její obsahové a metodické změny od poloviny 20. století dodnes. Autorka v knize uvádí a porovnává hned několik definic kvality života. Dále představuje několik existujících teorií a modelů kvality života, představuje také způsoby jejího měření a používané indikátory. Sama autorka pak v závěru knihy představuje také vlastní výzkum kvality života obyvatel Prahy.

**McCRINDLE, Mark. The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations. doplněné vydání. Kindle Edition, 2014, Kindle location 1270-1271 of 4200, ISBN 978-0-9924839-0-6.**

Autor v knize vymezuje pojem generace jako takový a dále se zabývá popisem a rozdíly jednotlivých generací. Kniha je založena na více než desetiletém výzkumu a je určena pro obchodníky, manažery, pedagogy a rodiče, kteří potřebují zábavný a jednoduchý úvod do výzkumu o generacích. Autor také uvádí příklady generačních konfliktů ve škole, doma nebo v zaměstnání a navrhuje způsob jejich řešení.

**KŘIVOHLAVÝ, Jaro. Psychologie zdraví. Vyd. 3. Praha: Portál, 2009. ISBN 9788073675684.**

Prof. PhDr. Jaro Křivohlavý se věnuje především sociální a klinické psychologii, komunikaci, stresu a psychologii zdraví. V této knize jsou shrnuta východiska psychologie zdraví a nejdůležitější poznatky v této oblasti. Čtenář je seznámen s různými pojetími duševního zdraví a nemoci, s otázkami kvality života, se zjištěními o mechanismech zvládání obtíží a stresu, s faktory, které podporují zdraví a odolnost člověka. Jsou zde zmíněna témata jako psychoneuroimunologie, psychologie účinku placebo, rizikové chování a podobně.

### 3. Teoretická část

#### 3.1 Sociální sítě a aplikace určené ke komunikaci

Předchůdci sociálních sítí jsou různé fotogalerie, diskuzní servery a podobně. Sociální sítě vznikly v prvním desetiletí 21. století jako reakce na touhu lidí nejen publikovat obsah, ale také komunikovat s druhými a obsah s nimi přímo sdílet (Bednář, 2011 in Stašová a kol., 2015).

**Sociální sítě** běžnému uživateli tedy slouží především ke komunikaci, sdílení obsahu a k sebereprezentaci prostřednictvím tzv. profilů (vytvořených uživatelských účtů). Obsah jednotlivých účtů pak mohou uživatelé sdílet s tzv. přáteli (termín, který používá sociální síť Facebook) nebo sledujícími (termín, který používá například sociální síť Instagram). Je zde ale také možnost nastavení obsahu profilu jako veřejný, tj. přístupný pro všechny, kteří na něj narazí. Mnoho sociálních sítí a aplikací určených ke komunikaci nabízí také funkci blokování uživatele, kterému potom není umožněno navázat s dotyčným kontakt či nalézt jeho profil. Všechny sociální sítě fungují na podobném principu a jsou také velmi důležitým marketingovým nástrojem.

Jelikož jsou sociální sítě součástí každodenního života, nelze popřít, že mají silný sociální dopad (Clement, 2020). Uvádí se 3,81 miliardy aktivních uživatelů sociálních sítí, kdy 3,76 miliardy uživatelů je aktivních prostřednictvím mobilního telefonu (Clement, 2020).

**Aplikace určené především ke komunikaci**, kam uživatel nevkládá žádné příspěvky, jsou levnou alternativní náhradou SMS zpráv zasílaných prostřednictvím mobilních operátorů. Spousta takových aplikací poskytuje i více funkcí, jako jsou například skupinové konverzace, hovory a videohovory, zasílání hlasových zpráv a samozřejmě i zasílání obrázků a videí.

##### 3.1.1 Facebook a Messenger

**Facebook** v roce 2004 založil bývalý student Harvardu Mark Zuckerberg. Původně sociální síť sloužila pouze pro studenty a zaměstnance právě této univerzity. Postupem času se ale platforma rozšiřovala i pro studenty a pracovníky jiných univerzit. V roce 2006 byl Facebook zpřístupněn i veřejnosti, ovšem s určitými podmínkami, jako je například platná e-mailová adresa a minimální věková hranice uživatele 13 let (Princlík, 2013).

Postupem času se tato platforma neuvěřitelně rozrostla a k únoru 2020 statistiky uváděly přes 2,4 miliardy uživatelů, kteří jsou aktivní alespoň jedenkrát měsíčně. Facebook

je tak nejpůvodnější sociální síť na světě (Clement, 2020). Hodnota této platformy se odhaduje na desítky miliard dolarů (Princlík, 2013).

Po registraci do sociální sítě Facebook si uživatel následně tvoří svůj profil, kde o sobě vyplní několik základních informací a dále může začít s propojováním se svými přáteli skrz tuto sociální síť. Propojení je označováno jako „přátelství“, obě strany ale musí tento požadavek potvrdit. Uživatel se může přidat také do různých skupin, které se zakládají například kvůli společnému zájmu uživatelů nebo oblíbené hudební skupině. Vytvořené skupiny mohou být soukromé, uzavřené, tajné nebo veřejné a otevřené (Princlík, 2013). Ve skupinách jsou jmenováni tzv. správci, kteří mohou schvalovat či zamítnout vstup člena do skupiny, mazat příspěvky a komentáře ve skupině nebo nějakého člena dokonce i vyloučit.

Facebook má mnoho funkcí, na svůj „Timeline“ (tzn. profil, na kterém se objevují chronologicky seřazené příspěvky, které uživatel sdílí) může uživatel sdílet například fotky, videa, odkazy, včetně hudebních videí z platformy YouTube, dále může napsat svůj vlastní „status“, neboli vyjádřit cokoli, co se mu honí hlavou. Dle individuálního nastavení uživatele mohou být příspěvky přístupné buď přátelům, veřejnosti, pouze samotnému uživateli nebo vybraným přátelům. Další funkcí jsou tzv. „stories“ (v překladu *příběhy*), do kterých může uživatel vložit fotografii, video nebo text, který bude viditelný pouze 24 hodin. Příspěvky lze hodnotit i komentovat. Stejně tak lze ohodnotit i komentáře. Dříve tato funkce obsahovala pouze hodnocení „To se mi líbí“. V současnosti je funkce rozšířena o reakce jako „Super“, „Haha“, „Paráda“, „To mě štve“ a „To mě mrzí“. S nástupem koronavirové situace se tato funkce rozšířila i o reakci „Péče“. V případě hodnocení nebo komentáře u stories se reakce objeví majiteli v soukromé zprávě. Facebook nabízí také funkci živého vysílání, a to jak ve stories, tak v příspěvcích. Příspěvky jiných uživatelů lze sdílet na vlastní zdi pod jménem jejich autora. V příspěvcích i ve stories lze označit i jiné uživatele. Na Facebooku lze u příspěvků nastavit kontrolu této funkce, uživatel musí označení schválit a pak se příspěvek zobrazí i u něj na Timeline. V případě označení uživatele ve stories druhé straně přijde upozornění a uživatel ho může sdílet i do svých stories. Dále lze uživatele označit i v komentáři. Další funkcí je zaslání pozvánek na události přátelům, kteří mohou označit, zda se zúčastní nebo nezúčastní, či zda mají o událost zájem.

Bednář (2011 in Stašová, 2015) zmiňuje několik typů uživatelů Facebooku. Jedním z nich je aktivní uživatel jako **tvůrce a poskytovatel obsahu**. Tvoří ale pouze 10 % z uživatelů, kteří se pravidelně připojují. Jejich obsah ostatní uživatele zajímá, a tak je sdílen dál, díky čemuž se o tvůrce obsahu dozvídá čím dál více lidí. Dále pak aktivní uživatel, který **hodnotí a distribuuje obsah**. Pod příspěvky v komentářích vedou často diskuze, sami mohou být tvůrce obsahu, ale převážně ho jen šíří. Pouze **hodnotící uživatelé** jsou spíše pasivními uživateli, využívají tlačítko „to se mi líbí“ a na Facebooku o obsahu nediskutují.

Pasivní uživatel, který má mnoho virtuálních přátel na Facebooku, se nazývá **pozorující autoritou**. Na sociální síť příliš nekomunikuje ani nehodnotí. Tato skupina uživatelů je poměrně malá. Posledním typem je **pozorovatel**, který je také spíše pasivním uživatelem. Sociální síť pro ně není zábavná, ale spíše potřebná. Příliš nekomunikují a pokud o něčem diskutují, vkládají spíše negativní komentáře. Velikost této skupiny uživatelů je nemožné odhadnout.

Facebook ale neslouží jen pro osobní využití uživatelů, je také důležitým marketingovým nástrojem. Firmy si zde mohou založit stránku, na kterou lákají stávající, a především nové fanoušky. Cílená reklama je vzhledem ke snadnému ovládnutí a vytváření skupin a stránek na Facebooku jedním z hlavních příjmů společnosti Facebook, inc. (Princlík, 2013). Firmy a uživatelé s veřejným profilem někdy přidávají pod příspěvky tzv. „hashtagy“. Tvoří se křížkem a příslušným označením (např. #cestovani). Pod těmito kategoriemi se pak nachází příspěvky s podobnou tematikou a umožňují oslovit mnohem více uživatelů, které obsahy podobného typu zajímají. Na Facebooku ale nejsou tak běžné, jako například na Instagramu.

**Messenger** pak slouží jako doplněk k Facebooku jako aplikace ke komunikaci – k zasílání zpráv, k hovorům nebo videohovorům. Lze přes ni ale také vkládat a prohlížet již zmíněné stories. Účet na Facebooku lze zrušit a používat pouze aplikaci Messenger.

V říjnu roku 2019 bylo na Messengeru celkem 1,3 miliardy měsíčně aktivních uživatelů (Clement, 2020).

### 3.1.2 Instagram

Instagram měl k červnu roku 2018 jednu miliardu měsíčně aktivních uživatelů a tím se také řadí mezi nejpoblárnější sociální síť po celém světě. Uživatelé jsou především mladí dospělí lidé (Clement, 2020). V současné době patří Instagram pod společnost Facebook, inc.

Podstatou Instagramu je sdílení fotografií a videí. Kromě sdílení příspěvků na vlastní profil lze stejně jako u sociální síť Facebook využít i již zmiňované stories, ve kterých je příspěvek viditelný pouze 24 hodin. Uživatel si ho ale může uložit do výběru příběhů na svém profilu, pak je přístupný nepřetržitě. Do stories se běžně vkládají krátká videa či fotky s textovými komentáři, které mohou být doplněny i různými nálepkami. Je zde i funkce živého vysílání.

Instagram neslouží pouze pro osobní využití, stal se z něj důležitý marketingový nástroj. Využívají ho jak nadnárodní značky, tak střední a malé podniky, které se snaží zviditelnit své produkty či služby. Vlastní uživatelské profily zde často mají i celebrity nebo

tzv. „influenceri“ (odvozeno od anglického slova *influence*, v překladu *vliv*; *influencer* je tedy osoba, o které se dá říci, že má nějaký vliv), mezi něž patří například známí blogeři (osoby, které mají vlastní webové stránky, kam píše například zážitky z cest) nebo youtubeři (uživatelé, kteří tvoří vlastní videa a sdílí je na platformě YouTube). Tyto veřejně známé osobnosti ovlivňují především mladší generaci. Instagram stále vylepšuje a rozšiřuje své funkce, a tak firmám a jiným uživatelům umožňuje efektivnější propagaci.

Uživatelský profil lze nastavit jako veřejný nebo soukromý. V případě soukromého profilu jsou příspěvky a příběhy viditelné pouze pro sledující, které musí majitel profilu, podobně jako u sociální sítě Facebook, schválit. Příspěvky i příběhy lze komentovat, tuto funkci ale může uživatel zakázat. Příspěvky lze také označit srdíčkem, pokud se uživateli obsah líbí, uživatelé toto hodnocení nazývají, stejně jako na Facebooku, „like“ (v překladu *to se mi líbí*, v České republice se používá i pojem *lajk*).

Tuto funkci ale tvůrci pomalu upravují a z několika důvodů chtějí počty lajků zneviditelnit. Hodnocení příspěvku by pak viděl jen jeho majitel. Počet lajků poukazuje na úspěšnost příspěvků, některým tedy přináší uspokojení, jiným uživatelům ale dokonce i deprese. V létě roku 2019 Instagram začal skrývání lajků testovat počínaje Austrálií. Jelikož byly reakce spíše pozitivní, rozhodli se tuto funkci rozšířit i do jiných zemí. Skryté lajky se tak projevily už i na několika českých nebo slovenských účtech, převážně ale na těch se sledujícími v řádech tisíců (Pražák, 2019).

Sociální síť je známá především pro sdílení tzv. „selfies“ (autoportrét, který je obvykle z ruky pořízen pomocí chytrého telefonu), vzniká zde i mnoho cestovatelských profilů, Instagram ale slouží i pro sledování oblíbené značky nebo celebrit.

Pod příspěvky uživatelé veřejných profilů obvykle přidávají již zmíněné „hashtagy“, které fotku zařadí do jimi zvolené kategorie. Pokud má uživatel soukromý profil, pod určitými hashtagy příspěvek uvidí pouze jeho sledující. K hashtagům mohou uživatelé nastavit i sledování, a místo toho, aby příspěvky pod touto kategorií museli hledat, zobrazují se jim na hlavní stránce spolu s příspěvky od uživatelů, které sledují.

Podobně jako na Facebooku lze do příspěvků, příběhů i do komentářů označit jiné uživatele. Příspěvky, které uživatel sám nevložil a je v nich pouze označený, se pak zobrazují na jeho profilu. Na rozdíl od Facebooku jsou ale od vlastních příspěvků oddělené. Na Facebooku jsou odděleny až po rozkliknutí alb s fotografiemi.

### 3.1.3 YouTube

V lednu 2020 statistiky uváděly kolem 2 miliard měsíčně aktivních uživatelů. To platformu dělá druhou nejpopulárnější sociální sítí hned po Facebooku (Clement, 2020).

V roce 2006 tuto platformu odkoupil od původních zakladatelů Google za 1,65 miliardy amerických dolarů (Czechcrunch, 2020).

YouTube je dlouhodobě mezi nejpobulárnějšími servery, které slouží pro sdílení a sledování videí (Smrž, 2017). Návštěvníci zde primárně poslouchají hudbu, lze zde najít také některé seriály nebo filmy, návody a podobně. Především mladší generace zde sleduje tvorbu tzv. „youtuberů“ (uživatelé, kteří zde vkládají vlastní tvorbu – například mluví na určité téma, tvoří vtipná videa a podobně). Místo profilů se na YouTube zakládají tzv. kanály, na kterých má uživatel k vidění svá videa a může si zde vytvořit i seznamy videí skládající se i z tvorby jiných uživatelů. Ty se pak dají nastavit jako soukromé nebo veřejné. Místo přátel zde má uživatel tzv. odběratele. Video se dají komentovat (pokud tuto funkci majitel videa nezakázal) a hodnotit tlačítka „To se mi líbí“ a „To se mi nelíbí“. Dále může uživatel na svůj kanál vkládat také fotografie s popiskem či příběhy. Tvůrci vlastních videí vítají také možnost zpoplatnění videí. Mnoho youtuberů se pak nahráváním videí živí. YouTube, stejně jako některé další sociální sítě, nabízí i možnost živého vysílání. Pod videa lze také přidat hashtagy, opět ale nejsou tak běžné, jako například na Instagramu.

### **3.1.4 WhatsApp**

K říjnu 2019 tato aplikace dosahovala 1,6 miliardy měsíčně aktivních uživatelů. Co se týče mobilních aplikací, které slouží k zasílání zpráv, nachází se WhatsApp v počtu aktivních uživatelů na první příčce. Hned za ním se pak nachází Messenger od Facebook, inc. Od února 2014 aplikace WhatsApp patří taktéž společnosti Facebook, inc., jež jej koupila za 19 miliard amerických dolarů (Clement, 2019).

Aplikace slouží pro zasílání zpráv, hovory a videohovory. Je zde také funkce sdílení fotografií, textů nebo videí, které po 24 hodinách zmizí.

### **3.1.5 Twitter**

Na rozdíl od ostatních sociálních sítí nabízí Twitter menší množství funkcí a funguje na principu tzv. mikrobloggeru.

Základní funkcí je vkládání tzv. „tweetů“ (příspěvků), které jsou velmi stručné, mohou obsahovat pouze 280 znaků. Jako příspěvek lze kromě textu vložit také fotografii, video, GIF a odkaz (Twitter.com, 2020). Příspěvky se zobrazují chronologicky seřazené na uživatelském profilu a sledující je vidí na hlavní zdi. Stejně jako na dalších sociálních sítích lze profil nastavit jako soukromý, což zahrnuje i schvalování potenciálních sledujících. Uživatelé do příspěvků také vkládají hashtagy, pod kterými se nachází příspěvky s podobnou



tématikou. Příspěvky lze označit srdíčkem, čímž uživatel vyjádří, že se mu příspěvek líbí, dále je zde možnost komentářů a tzv. „retweetu“ (sdílení příspěvku na vlastní profil). Stejně jako na jiných sociálních sítích lze jak v příspěvcích, tak v komentářích označit i jiné uživatele. Twitter nabízí také funkci soukromých zpráv.

### 3.2 Definice stresových faktorů

„Stres je soubor regulačních mechanismů nastupujících při ohrožení vnitřní homeostázy (stálosti vnitřního prostředí) organismu“ (Strnadová, 2005, str. 219). Dále je pak stres definován jako „vzorec negativních fyziologických stavů a psychologických reakcí objevujících se v situacích, kdy člověk pocítuje ohrožení své pohody, jež možná nedokáže zvládnout“ (Lazarus a Folkman, 1984 in Hill, 2004, str. 119). Selye pak stres definuje jako „nespecifické odezvy těla na jakýkoliv požadavek“ (Selye, 2016, str. 305). Nepopisuje tedy stres jako reakci těla pouze na něco mimořádného. Stresem se nerozumí jen nervové napětí (Selye, 2016). Ke stresu tedy dochází porušením homeostázy. Charakteristický je adaptační proces, kterým se homeostáza obnoví (Hladký, 1993).

V těle se při prožívání stresu zapojují nervové a hormonální mechanismy. Při zažívání poplachové reakce je část nervového systému, která se nazývá sympatikus, podrážděna. Dochází k zvýšené sekreci hormonů adrenalinu a noradrenalinu z dřeně nadledvin, jež je součástí sympatického nervového systému. Mezi hlavní stresové hormony patří také vasopresin, který má funkci především během akutních stresových reakcí. Je tvořen v neurohypofýze, tedy v jedné ze stresových endokrinních žláz. Tyto reakce slouží především ke zvyšování dostupností živin a krevního tlaku při reakci člověka, který volí boj či útěk (Schreiber, 2000).

Pojem stres někdy nabývá dvou významů. První značí situaci člověka, který je pod tlakem kvůli nepříznivým životním podmínkám. Druhým se míní faktory, které člověka vystavují tlaku. Tyto nepříznivé vlivy se nyní označují jako **stresory**. Kromě nich jsou v teorii stresu zmiňovány také **salutory**, což jsou faktory, které člověka v těžké situaci naopak posilují a povzbuzují. Příkladem je smysluplnost vykonávané činnosti nebo uznání druhých lidí. Dalším pozitivním jevem jsou také „uplifts“, též nazývány jako **posily**. Těmi se rozumí například návštěva člověka, který je dotyčnému oporou (Křivohlavý, 2009).

Existuje celá řada **stresorů**, za nejdůležitější lze ale považovat emoce. Zejména ty, které vyvolávají distres, o kterém budu hovořit později. Pokud se různí lidé dostanou do stejné situace, každý může reagovat jinak. Záleží tedy, jakým způsobem člověk k problému přistupuje, což dále také ovlivňuje, jaké se dostaví emoce. Na způsobu reakce závisí rozsah stresu. Je ale téměř nemožné rozlišit stresory a podmiňující faktory. Většinou záleží pouze

na názoru každého z nás, zda považujeme například zděděné nedostatky nebo kontakt s dalšími lidmi přímo za stresor nebo za podmiňující faktor (Selye, 2016).

Dalším důvodem je také odlišná úroveň jedinců vůči stresu, tzv. vulnerabilita (můžeme hovořit také o vulnerabilitě jednotlivých orgánů). Citlivost vůči stresu může být ovlivněna také genetickými předpoklady, věkem jedince či pohlavím. Vliv může mít ale i životní styl (způsob stravování, medikamenty apod.). Jindy příliš neškodná míra stresu se pak může stát patogenickou a může následovat „nemoc z adaptace“. Tyto podmiňující faktory mají u různých jedinců různý vliv v závislosti na endogenních podmiňujících činitelích. Ty pak určují schopnost reagování nebo stupeň rezistence různých orgánů. Selye dále zmiňuje také „místo nejmenšího odporu“ (locus minoris resistentiae), jež nejnanežněji podlehe adaptacnímu vyčerpání (Selye, 1971 in Hladký, 1993).

Podle Vojáčka (2020) je v současné době častým stresorem samo myšlení. Je to z toho důvodu, že člověk musí zpracovat obrovské množství informací. Je uváděno, že lidé dnes za týden zpracují takové množství informací, jako lidé před sto lety za celý život. Pro člověka je to tedy obrovský nárůst a vzniká přetěžování nervového systému, přičemž dochází i k vyšší spotřebě energie.

Dalším stresorem může být i nedostatek spánku. Ten přímo ovlivňuje pozornost člověka, soustředění, těžkosti v rozhodování, úzkosti a podobně. Zřejmě také existuje vztah mezi nedostatkem spánku a nemocí. Nedostatek spánku může způsobovat stres, ale stejně i naopak – stres může způsobovat spánkové poruchy. Odhaduje se, že až 30-50 % populace si dobrovolně odpírání potřebný spánek (Křivohlavý, 2009). Pokud člověk dostatečně neobnovuje svou tělesnou energii a dostává se do deficitu, v dlouhodobém horizontu pak organismus není schopen udržet si zdravý chod. Snaží se vysílat signály, že je něco v nepořádku. Člověk tedy začíná být unavený, mívá bolesti hlavy, mohou se objevit i záněty dýchacích či močových cest a podobně. Pokud člověk ale ve svém nezdravém životním stylu pokračuje, systém se vyčerpá v takovém rozsahu, že se záněty začnou vytrácet. Organismus již není schopen adaptability a vyčerpání své rezervy. Při přetížení pak v organismu nepropuká něco akutního, ale nastává chronické onemocnění, často v souladu s genetickými predispozicemi. Tyto predispozice mají lidé v genech uložené a pouze záleží, zda budou aktivovány, což se může stát v důsledku životního stylu jedince. Touto problematikou se zabývá epigenetika (Vojáček, 2020).

Dalším stresorem je hluk, čímž se rozumí zvuk, který daná osoba nechce poslouchat (Brannon, Feist, 1997 in Křivohlavý, 2009). Příčinou stresu mohou být také dočasné nebo trvalé změny v lidském životě, jako je změna povolání nebo jiné životní události. Dále pak příčiny biologické, kam se řadí například nemoc a vyčerpání a příčiny sociální, kam patří mezilidské vztahy. Častým důsledkem stresu může být i typ osobnosti člověka (Hill, 2004).

Lazarus a Kaner ale poukazují na to, že na stres a lidské zdraví mají pravděpodobně větší vliv běžné každodenní problémy nebo nepříjemné situace. Neschopnost ovlivnit tyto nečekané změny a události je hlavním zdrojem stresu a někdy i zdravotních problémů. Weiss za tímto účelem pozoroval krysy, které dostávaly elektrické šoky. Skupina krys, která elektrické šoky ovlivnit nemohla, zažívala větší stres než skupina, která mohla šokům zabránit (Hill, 2004). Dokázalo se, že zaměstnanci, kteří se nachází na spodních stupních hierarchie podniku, mají nejčastěji zdravotní problémy způsobené právě stresem. Vysoká míra vlivu, například u vysoko postavených manažerů, může být ale také stresující, obzvlášť pokud mají velkou odpovědnost a musí se rozhodnout mezi několika možnostmi. Pod myšlenkou, že na dotyčného mnoho lidí spoléhá, nebo že na jeho rozhodnutí závisí existence podniku, pak může vznikat tlak (Hill, 2004). Jak už bylo zmíněno výše, míra stresu je závislá také na tom, jakým způsobem na stres daný člověk reaguje. Proto jsou často odlišné názory na to, zda je pod větším tlakem člověk na pozici vedoucího nebo podřízeného pracovníka. Někteří lidé jsou jako stvoření pro roli vůdce, jiní pro roli podřízeného. Každý by se tedy měl řídit podle toho, co si přeje, a zda mu některé zaměstnání nepřináší příliš stresu, který mu za to nestojí (Selye, 2016).

Pojmem **distres** se rozumí negativně prožívaný stres. Tímto pojmem se obvykle označuje situace subjektivně prožívaného ohrožení osoby s negativními emocionálními příznaky. K distresu tedy dochází tehdy, má-li člověk pocit, že nemá dostatek sil a možností, aby zvládl situaci, která ho ohrožuje. Emocionálně mu není dobře. Distres má negativní dopady na lidské zdraví a také na běžné činnosti člověka (Křivohlavý, 2009).

Pokud se stres nepojí s negativním emocionálním zážitkem, jedná se o **eustres**. Typickým příkladem může být svatba, narození dítěte nebo různé oslavy. Člověk se snaží zvládnout situaci, která mu přinese radost. Jako eustres se dá nazvat i zážitek, kdy se člověk z vlastního rozhodnutí nachází v situaci, která je na hranici rizika. Příkladem mohou být sportovní výkony nebo rizikové činnosti, které lidé přímo kvůli riziku vyhledávají. Příkladem jsou vysokohorští horolezci apod. (Křivohlavý, 2009).

Je třeba rozlišit také **akutní** a **chronický stres**. Podle Evanse (1997) totiž imunitní systém reaguje na oba typy stresu poněkud rozdílně. Akutní stres je vysoký a náhlý a chronický stres trvá delší dobu a objevuje se v podobě mikrostresorů. Příkladem jsou každodenní drobné starosti, těžkosti, patří sem ale i životní události jako např. rozvod, propuštění z práce apod. Pokud jde o jednorázový stres (může být i výrazný), dochází ke zvýšení činnosti imunitního systému, kdežto pokud jde o dlouhodobý stres, činnost imunitního systému je potlačována (in Křivohlavý, 2009).

Dále se definuje tzv. **katastrofický stres**, který vzniká traumatickou událostí (např. násilné přepadení, válka apod.), jenž může zanechat dlouhotrvající stres a dále zdravotní problémy – tzv. posttraumatická stresová porucha (Hill, 2004).

Doktor Hans Selye, jeden z největších průkopníků medicíny, definoval takzvaný všeobecný adaptační syndrom, známý pod zkratkou **GAS** (z angličtiny *General Adaptation Syndrome*). Vlivem stresu dochází ke změnám ve struktuře a chemickém složení těla. Některé změny vznikají vlivem opotřebení, další jsou známkou obranného mechanismu. Souhrn těchto změn se označuje právě jako GAS. Tento syndrom se vyvíjí ve třech stádiích (Selye, 2016). Prvním je poplachová reakce, při které se objevuje snížená rezistence. Tato reakce má dvě fáze: šok a protišokovou reakci. Druhým stadiem je zvýšená rezistence, kdy se jedinec snaží udržet adaptaci. Posledním stadiem je vyčerpání či exhausce. Jedná se tedy o vyčerpání adaptační energie. Tento stav nastává v případě dlouhotrvajícího vystavování stejnému stresoru, na který se tělo adaptovalo, ale adaptační energie je již vyčerpána. Tělo tedy už není schopné udržet adaptační procesy. K narušení zdravého stavu lze dojít ve všech stádiích. Pokud je stresor extrémní, může dojít už v prvním stádiu až k smrti jedince. Jedná se například o stresor jako je extrémní popálení a podobně. Některý stres ale k poškození zdraví nevede (viz. eustres) (Hladký, 1993). Dále byl definován lokální adaptační syndrom neboli **LAS** (z angličtiny *Local Adaptation Syndrome*). K tomuto syndromu dochází v tkáních, které jsou přímo ovlivněny stresem. Hlavním prvkem je zánět nebo degenerace buněk. GAS a LAS jsou na sobě vzájemně závislé (Selye, 2016).

Stres jako takový měřit nelze, lze ho ale hodnotit podle objektivně měřitelných strukturálních a chemických změn, které jsou v těle vyvolávány (neboli podle dopadů na tělo). Tyto změny se projevují jako GAS (stres působící v celém těle) a LAS (stres působící v lokální oblasti) (Selye, 2016).

Stres může být v jisté míře ale i prospěšný. Život bez jakéhokoli stresu se sám brzy stává stresujícím. Někteří lidé jsou pod vlivem stresu (do určité míry) dokonce mnohem více produktivní.

V experimentu zabývajícím se deprivací smyslových vjemů měla zkoumaná osoba za úkol pouze tiše ležet v pohodlné posteli. Zde byla chráněna před jakýmkoli zvuky, změnou teploty, fyzickou a duševní námahou a dalšími stimuly, které jsou náročnější na adaptivní mechanismus člověka. Ani za těchto podmínek se ale neubráníla stresu. Vědci u zkoumané osoby v obdobných podmínkách zaznamenali velkou touhu po vnějších smyslových podnětech a pohybu, osoba se nacházela v tísní, depresi, bylo zaznamenáno zhoršené organizační uvažování a v extrémních případech dokonce i halucinace, přeludy nebo zmatenost. Když člověk nemůže uvolnit nastřádanou energii, vyvíjí značné úsilí

k přizpůsobení nefyziologickému stavu nečinnosti, nazývaném jako „stres z deprivace“, který je také zakomponován do koncepce GAS (Galdston, 1954 in Selye, 2016).

### 3.3 Copingové strategie

Pojem *coping* lze z angličtiny přeložit jako zvládání. Jsou to tedy aktivity člověka, které slouží ke zvládání stresogenní situace (Pelcák, 2013). Zvládáním stresu se míní proces řízení vnějších a vnitřních faktorů, které člověk ve stresu hodnotí jako ohrožující jeho zdroje. Vyžaduje tedy vědomou námahu a snahu situaci překonat, člověk se snaží řídit dění (Lazarus, 1966 in Křivohlavý, 2009).

Od snah zvládnout složitou situaci se odlišují tzv. *zvládací reakce*, které jsou vrozené a na rozdíl od copingu probíhají automaticky, obvykle nevědomě. Zvládání stresu ovlivňuje spousta faktorů. Jsou jimi osobnost člověka, styly a strategie zvládání nebo techniky, které se dají naučit. Zvládání stresu je dynamickým procesem. Je to konflikt mezi hodnotami, zdroji či možnostmi daného člověka a prostředím, ve kterém jsou na něj kladeny určité požadavky a působí na něj různými vlivy. Dochází zde k akcím a reakcím – k útokům i obranám (Křivohlavý, 2009).

Lazarus vytypoval několik pozitivních věcí, které mohou člověku pomoci překonat stresovou situaci. Patří mezi ně dobrý zdravotní stav a dostatek síly. Dále pak pozitivní postoj člověka a znalosti a dovednosti zvládání těžkostí. Dovednosti sociálního chování jsou také k užítku, stejně jako sociální opora nebo materiální situace člověka (Křivohlavý, 2009).

Při zhodnocování rizikového charakteru situace, ve které se člověk při ohrožení nachází, je důležitá i **vulnerabilita** (zranitelnost) daného člověka. Při jinak objektivně stejném riziku je například více zranitelné dítě nebo starý člověk než člověk na vrcholu života. Kdo nemá s danou rizikovou situací žádné zkušenosti je obvykle zranitelnější než člověk, který si podobnou situací už prošel a zvládl ji (Křivohlavý, 2009).

Podle Juliana Rottera (1966) hrají při zvládání stresových situací důležitou roli také osobnostní charakteristiky člověka. Jednou z nich jsou rozdílné přístupy k zvládání k těžkostem. Na jednom konci je chuť člověka „jít do boje“, což znamená, že člověk chce vzít situaci do vlastních rukou a nějakým způsobem ji řešit. Na druhém konci je pak pasivní přístup člověka s myšlenkou, že se situace vyřeší sama. Někde mezi těmito dvěma body se podle Rottera nachází každý z nás. Dále pak v krizových situacích člověku například pomáhá jeho motivační zaměření k jeho cíli, tedy že je pro něj situace, do které se dostal, smysluplná. To ho pak lépe motivuje v překonávání překážek a kvůli jeho životnímu cíli mu za to krizová situace stojí. Dále se pak do osobnostních charakteristik řadí také optimismus

nebo pesimismus, smysl pro humor, kladné nebo záporné sebehodnocení a podobně (in Křivohlavý, 2009).

První pomocí v krizové situaci mohou být různé techniky jako je například **protistresové dýchání**. Je známo, že se u člověka prožívajícího akutní stres objevuje nepravidelné dýchání. Může jít o zvýšení nebo o snížení dechové frekvence apod. V krizové situaci je tedy vhodné se soustředit na svůj vlastní dech, pomalu se nadechnout (nejlépe nosem) a co nehlouběji, ne příliš rychle vydechnout. Tento cyklus se několikrát opakuje. Tato technika patří k nejlepším relaxačním prostředkům už jen z toho důvodu, že psychika člověka působí na jeho dech, ale také jeho dech působí na psychiku. Dechem se tedy dá snížit svalové i psychické napětí. Další technikou je **relaxace**. Stres způsobuje napětí svalstva celého těla (nejvíce obličejového). Pokud se člověku podaří snížit toto svalové napětí, projeví se to pozitivně i na jeho psychice (Strnadová, 2005). Do relaxačních cvičení patří také meditace. Může jít například o nepřetržité opakování určitého slova (např. buddhistické a-o-u-m), kdy se osoba soustředí na pomalé vyslovování, nemá tak možnost přemýšlet nad něčím jiným a může si tak od těžkostí oddychnout. Dále může jít například i o meditaci, která se zaměřuje na problémy dané osoby. Člověk se soustředí na to, co ho trápí, nejde ale o neustálé trápení se situací, ale o to, aby si vytvořil jakýsi odstup a nadhled (Křivohlavý, 2009). Dále může pomoci i poslech relaxační hudby. Další činností, která má při prožívání stresu pozitivní účinky, je tělesné cvičení. Odvádí totiž pozornost a odbourává nežádoucí látky organismu, nahromaděné v těle vlivem stresu. Je ale podmínkou, že člověk by měl mít ze cvičení radost a neměl by k němu přistupovat s odporem. Samotné cvičení by totiž naopak mohlo způsobovat další stres. Některým lidem také pomáhá udělat si čas sám na sebe. Vyjít si na procházku do přírody, pečovat o sebe a podobně (Strnadová, 2005).

Uvádí se dva druhy strategií zvládnání stresu. První je **strategie zaměřující se na řešení problému**, kde jde o snahu vyřešit danou situaci, tedy vyřešit to, co jedinci způsobuje obavy a změnit podmínky, které negativně ovlivňují celkový stav (Křivohlavý, 2009). Uplatňuje se tehdy, když si jedinec myslí, že danou situaci lze změnit. Další jsou **strategie zaměřující se na emoce** (Lazarus, Folkmanová, 1984 in Pelcák, 2013). Patří sem strategie, které slouží ke snížení emoční tísně, kam patří například přijetí dané situace, odstup anebo vyhýbání. Dále může člověk reagovat tak, že naopak emoční tíseň zvyšuje, a to například sebeobviňováním. Často se lidé ale snaží změnit způsob nahlížení na situaci nebo volí strategie, které mají podobný nepřímý efekt, kam se řadí například meditace nebo fyzické cvičení (Pelcák, 2013). Strategie řešení problému se objevuje již u dětí, kdežto strategie na „uklidňování emocí“ až u adolescentů. Folkmanová a Lazarus (1980) upozorňují na to, že u dospělých se vyskytují obě strategie. Strategie na řešení problému se využívá například

v pracovním prostředí a strategie na uklidňování emocí v rodinném prostředí (in Křivohlavý, 2009). Členění strategií zaměřujících se na problém nebo na emoce je ale podle Pelcáka poněkud umělé, protože jedna strategie může plnit obě funkce. Všechny aktivity, kterými se člověk snaží zvládnout stresovou situaci, jako celek plní obě funkce (2013). Podle Taylora (1995) je preference jednotlivé strategie z 30 % vrozená. Dále se zjistilo, že častější využívání té či oné strategie je ovlivněno i výchovou a prostředím, ve kterém osoba žije. V práci vedené Folkmanovou a Lazarusem bylo zaznamenáno ještě **několik způsobů zvládnání stresové situace**: konfrontační způsob, hledání sociální opory, plánované hledání řešení problému, sebeovládání, distancování se od problému, soustředění se na pozitivní stránky dění, přijetí odpovědnosti za řešení problému, a nakonec vyhýbání se stresové situaci (Folkmanová, Lazarus a kol., 1986 in Křivohlavý, 2009).

Strategie pro zvládnání negativních emocí jsou obvykle členěny jako kognitivní a behaviorální. Moss (1988 in Pelcák 2013), Nolen a Hoeksma (1991 in Pelcák 2013) ale hovoří také o strategiích **ruminačních, rozpytlujících a vyhýbavých**. Atkinsonová (1955 in Pelcák 2013) k ruminačním strategiím řadí například uzavření se do sebe. Do rozpytlujících strategií řadí například příjemné činnosti, které člověka posilují, jako je například trávení času s rodinou nebo přáteli, oblíbené tělesné cvičení a podobně. Do vyhýbavých strategií patří aktivity, které sice mohou změnit negativní naladění člověka, ve skutečnosti ale představují pro něj i jeho okolí riziko (in Pelcák, 2013). Zimbardo a kolektiv (1995 in Pelcák 2013) mezi ně řadí například nadměrné užívání alkoholu nebo drog a agresivní chování.

Podle Vymětala (2003 in Pelcák, 2013) člověk obranných mechanismů využívá méně a adekvátně, pokud je vyzrálý, stabilní a pokud má dobré mezilidské vztahy. Vidí tak realitu nezkreslenou a jedná v situacích s rozumem a podle předchozích zkušeností. Balaštíková a kolektiv (2004 in Pelcák, 2013) tvrdí, že uvědomování si vlastního potenciálu má velký vliv na výběr a uplatnění strategií při zvládnání zátěže. Duševní zranitelnost je negativně ovlivňována právě nízkou důvěrou ve své schopnosti, tzv. self-efficacy.

Šolcová a Lukavský (2006) poukazují i na **časovou dimenzi zvládnání**. Schwarzer a Taubert (2002 in Pelcák 2013), Schwarzer a Knoll (2003 in Pelcák 2013) vymezují tzv. **reaktivní zvládnání**, které se zabývá minulými nebo současnými stresovými situacemi. Člověk se snaží kompenzovat nebo přijmout danou negativní situaci, jako je například rozvod, ztráta zaměstnání, ponížení a podobně. Toto zvládnání může být zaměřeno na problém, emoce nebo sociální vztahy. Předpokladem je víra daného člověka, že neúspěch překoná, tzv. recovery self-efficacy. Při **anticipačním zvládnání** se člověk soustředí na bezprostředně hrozící stav, který ještě nenastal. Může jít například o přijímací zkoušky, návštěvu doktora a podobně. Člověk se tedy snaží zvládnout hrozící rizika. Předpokladem je

přesvědčení, že je osoba schopná situaci překonat, tzv. coping self-efficacy. Dále hovoří o **preventivním zvládnání**, ve kterém se jedná o rizika hrozící ve vzdálené budoucnosti, typickým příkladem je nemoc. Na rozdíl od předchozího typu zvládnání se nejedná o situační úzkost, ale o míru úzkostnosti vzhledem k možným nebezpečím. Posledním typem je **zvládnání proaktivní**, které se týká naplňování cílů a snů, které člověka rozvíjí. Jedná se o pozitivní zvládnání, kde člověk věří ve svou schopnost překonávat možné překážky. Příkladem jsou tzv. strategie záměrného sebeznevýhodňování (Mareš, 2003 in Pelcák, 2013), kdy se člověk u svého okolí snaží snížit jejich očekávání, z důvodu ochrany svého kladného sebehodnocení v případě selhání.

### 3.4 Psychosomatika

Psychosomatika je založena na skutečnosti, že naše duševní a tělesné zdraví spolu úzce souvisí, a že pozitivní a negativní emoce mají vliv na náš tělesný organismus.

Pokud v sobě člověk dlouhodobě potlačuje negativní emoce, mohou vzniknout různé zdravotní problémy, jako jsou například svalové bolesti, žaludeční nevolnost, bolesti na hrudníku nebo poruchy spánku. Pokud je člověk dlouhodobě vystavován úzkosti nebo strachu, mohou u něj vzniknout závažná psychosomatická onemocnění. Příkladem je ischemická choroba srdeční, hypertenze, vředová nemoc nebo dokonce nádorová onemocnění (Strnadová, 2005).

Je zde domněnka, že nadměrný stres (pro mozek nadměrné zatížení) způsobuje odumírání nervových buněk v části mozku zvané hipokampus (Srov. Sapolsky, 1992 in Spitzer, 2012). Stres tedy nesouvisí pouze s vysokým krevním tlakem, srdečním infarktem, hormonálními potížemi, dále například s oslabením imunitního systému nebo žaludečními vředy, ale způsobuje právě i odumírání nervových mozkových buněk (Spitzer, 2012). Při zvýšené zátěži se dále mohou objevovat gastrointestinální symptomy, jako je například nevolnost, pálení žáhy a dyspepsie, symptomy centrálního nervového systému, například poruchy spánku, bolesti hlavy a slabost (Strnadová, 2005).

Všeobecný stres ale může některé nemoci i léčit. Dokazují to nespecifické léčby jako je například terapie šokem. Tendence k latentní nemoci (onemocnění, které již probíhá, ale zatím se neprojevuje klinickými příznaky) se ale často projevuje právě vlivem nadměrného stresu (Selye, 2016).

Častým důvodem onemocnění může být také dlouhotrvající distres ze zaměstnání. Podle několika studií má uspokojení z práce léčivé účinky na psychickou nerovnováhu. Například v průmyslových zaměstnáních je stres často následkem příliš unáhlených či



pozdních povýšení a lhostejností manažerů vůči osobním problémům podřízených (Selye, 2016).

Termínem **diatéza** se rozumí predispozice člověka k určité nemoci, jež může být dána geneticky nebo získána biochemickými změnami v organismu. V případě stresu jde o různou náklonnost některých lidí k civilizačním nemocem kvůli stresogenním situacím (Brannon, Feist, 1997 in Křivohlavý, 2009). Model předkládající diatézu říká, že je ke vzniku nemoci zapotřebí dvou prvků. Prvním je vrozený předpoklad k nějaké nemoci a druhým je vystavení daného jedince určitému stresoru. Ti, kteří jsou více citliví vůči stresu, reagují na vystavení určitému stresu patologicky, na rozdíl od lidí nenáchylných ke stresu, kteří by se s takovým stresem vyrovnávali spíše klidněji. Stačí, aby se osoby, které mají predispozice k nějaké nemoci, setkaly s jen mírným podnětem a objeví se u nich epizoda nemoci. Na místě jsou ale také představy počítající s trvalými stereotypickými vazbami mezi určitou fyziologickou činností a stresem. Daná osoba tedy může reagovat na stres zvýšenou činností např. v oblasti zažívacího ústrojí. Pokud se taková činnost opakuje často, v důsledku stresu pak může vzniknout patologická situace v oblasti zažívacího ústrojí (Křivohlavý, 2009).

Za posledních několik desítek let poklesla míra předčasných úmrtí, která byla způsobena specifickými původci onemocnění, jako jsou mikroby, podvýživa a podobně. Díky tomu výrazně vzrostla průměrná délka života ve Spojených státech ze 48 let v roce 1900 na asi 72 let v roce 1973. Čím dál více lidí ale umírá v důsledku patogenů, jež je nemožné porazit běžnými metodami klasického lékařství. V současné době vyšší podíl populace umírá na takzvané nemoci opotřebení, civilizační choroby a degenerativní nemoci, jež způsobuje právě stres (Selye, 2016).

Stres má velký vliv i na fyziologické **stárnutí** člověka, které podle Selye není podmíněno pouze časem, ale především součtem opotřebení, kterému bylo lidské tělo vystaveno. Každá činnost nebo příhoda klade nároky na funkci a vzniká opotřebení. Na základě pokusů na zvířatech bylo prokázáno, že vystavení stresu zanechává trvalé následky, protože se spotřebovávají rezervy adaptability, jež nelze obnovit. Selye tvrdí, že si nestačí po velmi náročné stresující situaci pouze odpočinout, aby se člověk navrátil do původního stavu. Ihned po náročné situaci sice lze díky odpočinku obnovit způsobilost člověka skoro do původního stavu, protože odstraní akutní únavu. Během života ale člověk zažívá stresové a klidové období opakovaně, a tak postupně ubývá i adaptační energie. Důsledkem toho pak člověk stárne (Selye, 2016).

### 3.4.1 Vytváření pozitivních emocí

Podle studie prováděné v pěti evropských zemích patří mezi zážitky, které člověka pravděpodobně uvedou do pozitivního stavu, sestupně seřazené tyto činnosti: dobré vztahy s přáteli, radost z dobrého jídla nebo pití, radost ze sexuálního vzrušení a úspěch v nějaké důležité činnosti. V jiné studii se dotazovaným předložil seznam 320 různých pozitivních zážitků. Pomocí studie se zjišťovalo, jaké pozitivní zážitky dotazovaní prožili. Uvádělo se celkem 49 pozitivních zážitků, které prožilo nejméně 10 % dotazovaných osob. Pozitivní účinek měly například různé formy cvičení nebo odpočinkové (rekreační) aktivity. Mezi nejvýraznější pozitivní zkušenosti se řadí osobní styk s přáteli. To se nejvíce projevilo v porovnání s hodnocením psychického stavu jedince v situaci, kdy byl sám. Psychologové se zaměřili taky na volnočasové aktivity. Pozitivní vliv mají různé formy pohybu v přírodě, například procházky, výlety, horolezecké výpravy a podobně. Kladný účinek tělesného cvičení trval delší dobu. Bylo zjištěno, že dokonce i prohlížení obrázků z přírody nebo sledování filmu s prostředím přírody mělo kladný vliv na to, jak se člověk cítí. Stejně tak tomu bylo i u poslechu hudby, sledování komedií, nalezení i malé částky peněz a podobně. V těchto případech se ale jednalo spíše o krátkodobý efekt. Je ale třeba vzít v úvahu, že stejný druh vlivu na pozitivní naladění člověka může mít na různé lidi odlišný dopad z důvodu jejich odlišných osobností nebo za jiných situačních okolností. Někteří autoři se pokusili vymezit pozitivní zážitky, které mají nejdelší trvání. Mezi nejdéletrvající patří různé náboženské a spirituální zážitky. Oproti tomu byl například u výhry v loterii zaznamenán náhlý vzestup pocitu štěstí, který ale opět velmi rychle klesl. Mezi nejsilnější podněty pozitivního emocionálního naladění patří také zamilování (Křivohlavý, 2013).

Je také vhodné, když člověk ve stresové situaci na chvíli odvrátí svou pozornost od úzkostných myšlenek. Pokud ho například brzy čeká závažný lékařský zákrok, stěží přestane mít na povel obavy. Je tedy vhodné, aby si našel nějakou příjemnou činnost, která zaměstná jeho mysl a úzkostlivé myšlenky pak odsune na nějakou chvíli do pozadí. To je nazýváno deviací čili odchýlením (Selye, 2016).

Je důležité, aby člověk jednal v souladu se sebou samým. Být sám sebou člověku přinese mnoho lásky a přátelství. Pouhá znalost sama sebe a fakt, že daná osoba ví, co ji trápí, má léčebnou hodnotu. Zážitky z minulosti způsobující podvědomý konflikt (například i z dětství) mohou dlouhodobě způsobovat psychické i fyzické problémy. Jakmile člověk porozumí mechanismu psychického konfliktu, způsobené trápení přestane. Pokud člověk do hloubky zkoumá své problémy, může rozlišit, do jaké míry působí stresor a stejně tak i metody přizpůsobení dané osoby, které jsou založeny na obraně a podlehnutí (Selye, 2016).

### 3.5 Kvalita života v současnosti

O kvalitu života se ve větší míře začala odborná společnost zajímat počátkem šedesátých let minulého století (Potůček a kol., 2002 in Heřmanová, 2012). Hlavními důvody vyššího zájmu o výzkum kvality života byla změna hodnot společnosti v západní Evropě a USA v souvislosti s narůstajícím konzumním způsobem života v těchto zemích a také materiální bohatství oněch států. V současné době se o kvalitě života mluví čím dál více z důvodu výrazných změn v postmoderní společnosti, kdy se z nižších sektorů přesouvá zaměstnanost do sektoru terciárního a kvartérního, dále pak změny v lidských hodnotách, zvyšování životního standardu, zvyšování tolerance a demokratizace a dále také vysoké využití informačních a komunikačních technologií (Heřmanová, 2012). Podle Ronalda Franklina Ingleharta (1990 in Heřmanová, 2012) je hlavní příčinou změny hodnot od materializmu k postmaterializmu především ekonomický rozvoj a již zmíněné ekonomické struktury v dané zemi. Jako materializmus se považuje především materiální zajištění a postmaterializmem se míní seberealizace, osobní svoboda, smysl života a podobně.

Kvalitou života se zabývá mnoho vědních oborů, a tak se její pojetí může poněkud lišit. Tyto vědní obory se ale ve svých výzkumech zabývají kvalitou života především v rámci jejich oboru. Patří mezi ně například psychologie, sociologie, medicína, ekonomie a další. Pojem kvalita života má mnoho významů, může jím být například pojetí psychologické, kde se hovoří především o pocitech štěstí, životní spokojenosti a podobně, dále pojetí materiální a sociologické, kde se jedná především o difference kvality života v různých sociálních skupinách a jejich příčiny (Heřmanová, 2012).

Existuje mnoho definic kvality života, je zde i mnoho pojmů, které s ní úzce souvisí nebo jsou pojmy souřadnými, a tak se často užívají jako synonyma. Patří mezi ně well-being (v překladu *pocit pohody*), social well-being (*sociální pohoda*), životní úroveň, sociální blahobyt, spokojenost a podobně. Ani tyto pojmy nejsou dosud jednoznačně definované. Heřmanová dále poukazuje na to, že kvůli složité souvislosti tohoto pojmu s lidským složitým životem, který je doprovázen nespočetnými životními událostmi, podmínkami a náhodami, je uchopení tohoto tématu poněkud obtížné (Heřmanová, 2012)

Odborníci se ale shodují na tom, že kvalitu života ovlivňují vnější podmínky, ve kterých člověk žije, týkající se například prostředí materiálního, sociálního či přírodního a vnitřní dimenze – psychologická a emocionální (Heřmanová, 2012). Dále se pak shodují na tom, že kvalita života souvisí také s preferovanými hodnotami ať už jednotlivců, či celé společnosti (Bačová, 2004; Potůček, 2002 in Heřmanová, 2012).

Potůček (in Murgaš, 2008 in Heřmanová, 2012) poukazuje na to, že v rámci obecného vývoje hodnot v české společnosti klesá význam hodnotových orientací, kvality a obsahu věcí a význam filozofických otázek ohledně smyslu života. Dále hovoří o rozšiřování

individualistických, egocentrických, egoistických či hedonistických hodnotových orientací a pokles hodnot jako jsou solidarita, soucit nebo sociální citění.

Jedinec může stejné objektivní podmínky prožívat odlišně. Toto prožívání je totiž subjektivní a záleží na jeho hodnotové orientaci a na kulturně podmíněných očekávání, osvojených normách a tak dále (Heřmanová, 2012).

QOL je dále ovlivňováno i fyzickým a sociálním prostředím, ve kterém člověk žije. Biagi a kolektiv (2007 in Heřmanová, 2012) ale poukazují na to, že vnější prostředí nemá na každého stejný vliv. Závisí sice i na kvalitě okolí, stejně tak ale i na individuálním vnímání tohoto prostředí.

Za nejznámější model QOL se považuje model subjektivní kvality života, který vytvořilo Centrum pro podporu zdraví při Univerzitě Toronto. Jeho strukturami jsou osobní charakteristiky člověka, spojení s konkrétním prostředím, tedy pocit, že člověk někam patří a dále osobní realizace, kdy člověk dosahuje osobních cílů (Galloway, 2006 in Heřmanová, 2012).

V názorech na měření kvality života se mnoho autorů neshoduje. Někteří ho vnímají jako užitečné, a jak zmiňují Dragomerická a Škoda (1997 in Heřmanová, 2012), jiní jsou zase toho názoru, že měření kvality života je neetické a tvrdí, že tento pojem může být často nadužíván. Neetický přístup souvisí s tím, za jakým účelem se zjištěné informace shromažďují. Dále se pak poukazuje na to, že by neměla existovat norma, která by určovala, jak má vypadat kvalita života jedince.

Kvalita života se často zkoumá v rámci nějakého území, může se tedy jednat například o globální, národní, regionální, či lokální úroveň. (Heřmanová, 2012).

### **3.5.1 Definice kvality života**

Mezi jednu z nejstarších definic kvality života, jež lze chápat jako odbornou definici, patří ta, se kterou přišla Světová zdravotnická organizace (WHO). Jedná se o definici zdraví, kde WHO tvrdí, že zdraví není pouze stav člověka bez nemocí nebo poruch, ale jde o komplexní stav pohody, a to jak fyzické, tak psychické a sociální. Toto pojetí se velmi podobá chápání subjektivní kvality života, protože se v definici objevuje jak fyzická nebo fyziologická dimenze zdraví, tak subjektivní dimenze, kde se jedná i o uspokojování základních lidských potřeb. Počátkem devadesátých let ale několik odborníků, kteří se soustředili při WHO na kvalitu života, přišli s poněkud modernější definicí. Hovoří o individuálním vnímání jedinců jejich pozice v životě, co se týče kulturních a hodnotových

systemů, ve kterých svůj život prožívají a dále ohledně jejich cílů, zájmů, různých očekávání jedince a také normám (Heřmanová, 2012).

Johnston a kolektiv (1994 in Heřmanová) vnímají kvalitu života jako prožívání sociální pohody ať už jednotlivců nebo různých skupin, jež je sledováno či identifikováno objektivními indikátory.

„Kvalita života je výsledkem vzájemného působení sociálních, zdravotních, ekonomických a environmentálních podmínek, týkajících se lidského a společenského rozvoje. Na jedné straně představuje objektivní podmínky pro dobrý život a na druhé straně subjektivní prožívání dobrého života“ (Timoracký, 2002 in Hemřanová, 2012, str. 36). Další definicí tohoto pojmu je dle Zvárikové (2007 in Heřmanová, 2012) individuální hodnocení jedince podmínek jeho života, které se odehrávaly jak v minulosti, tak i v současnosti. Dále se zahrnuje také hodnocení a očekávání perspektivy života. Hovoří o deseti nejdůležitějších oblastí, v nichž se zkoumá kvalita života: zdraví, povolání, finanční situaci, volný čas, partnerské vztahy, vztahy k vlastním dětem, spokojenost se sebou samým, sexualitu, přátelské vztahy, dále také vztahy se známými a příbuznými a bydlení.

Svobodová (2006 in Heřmanová, 2012) dodává, že „skutečná kvalita života u konkrétního jedince je určena významem jednotlivých domén a rozsahem, v jakém u něj dochází k jejich naplňování v reálném životě. Zdůrazňovány jsou možnosti, příležitosti a omezení, které každý člověk ve svém životě má a tyto jsou odrazem interakce mezi ním a prostředím“ (Svobodová, 2006 in Heřmanová, 2012 str. 43).

### **3.5.2 Objektivní a subjektivně prožívaná kvalita života**

**Objektivní kvalitou života** jsou míněny konkrétní životní podmínky, které jsou i často měřitelné. Dále se jedná o životní úroveň jednotlivce nebo celé populace, například jednotlivých států. Mezi životní podmínky patří například průměrná mzda, dostupnost zdravotní péče, služeb, vzdělání, bydlení a podobně. Mezi ty, jež se obtížně zjišťují, patří například možnost svobodného rozhodování a výběru, vliv regionálních mentalit a myšlenkových stereotypů a podobně. Životní úroveň je často zjišťována jako míra materiálního bohatství či chudoby, která je zjišťována pomocí zavedených kvantitativních ukazatelů, které se týkají obyvatelstva, sociálních skupin nebo domácností či jednotlivců. Životní podmínky i životní úroveň jsou pojmy, které se prolínají a vzájemně se ovlivňují. Pokud je jedinec finančně zabezpečený, často stoupá větší možnost výběru a dostupnost kvalitnějších služeb či produktů, což může mít vliv jak na objektivní, tak na subjektivní kvalitu života (Heřmanová, 2012).

Faktory ovlivňující individuální vnímání a hodnocení kvality života ovlivňují například věk jedince, ze kterého plynou životní zkušenosti nebo odlišné nároky různých generací týkající se životních podmínek. Dále vzdělanost, typ zaměstnání a samozřejmě také typ osobnosti a další (Heřmanová, 2012).

Zjišťování **subjektivního hodnocení kvality života** je poněkud obtížné, respondenti často nejsou příliš ochotní nebo jsou v rozpacích při otázce, která se týká jejich spokojenosti s jejich životem. Dalším problémem je i to, že si jedinci často své hodnotové orientace neuvědomují nebo ji nedokážou popsat, ale pouze ji prožívají. I přes tuto obtížnost se ale většina novějších empirických výzkumů kvality života zaměřuje právě na tato témata: životní spokojenost a pocit štěstí, uznání, sebehodnocení, sebereflexe, sebeúcta či sebeaktualizace. Co se týče výzkumu a dosavadních poznatků jsou v této oblasti spíše na počátku (Heřmanová, 2012).

### **3.5.3 Kvalita života a materiální bohatství**

Podle Ondrejoviče (2002 in Heřmanová, 2012) se zvyšováním úrovně lidských potřeb snižuje význam peněz co se týče úsilí tyto potřeby naplnit. Vaňurová (2005) dále poukazuje na to, že větší část lidských potřeb je v současné společnosti uspokojována v takové míře, že biologický základ ztrácí na významu. Objevují se tedy nové potřeby, mezi nimiž jsou například rozhodování a vedení a dále potřeba integrace. Peníze mají větší vliv, co se týče zajištění biologických funkcí či potřeby bezpečí a jistoty jedince. Mlčoch (2007) tvrdí, že je pravděpodobné, že při zvyšování příjmu a materiálního bohatství si lidé za účelem udržení si stejné hladiny a uspokojení, shánějí nové produkty a potěšení. Ne vždy tohoto ale dosahují (in Heřmanová, 2012).

Pacione (2003) pak hovoří o tzv. paradoxu blahobytu, který vypovídá o tom, že životní spokojenost není přímo úměrná a také neroste v čase přímo úměrně se zvyšováním materiálního bohatství. Stejně tak nemusí vést ke zvyšování kvality života ani kontinuální ekonomický růst, a to z důvodu subjektivního prožívání jedince kvality života (in Heřmanová, 2012). Tento vztah ekonomové pojmenovali jako Easterlinův paradox. Podle amerického ekonomy Easterlina (1974 in Heřmanová, 2012) v rámci národa neroste v čase životní spokojenost pouze na základě rostoucího národního důchodu, ale také na základě dalších faktorů, pokud jsou uspokojeny základní materiální potřeby daného národa. Jsou mezi nimi v pomyslné posloupnosti existing, having, loving a being (in Heřmanová, 2012). Podle výzkumu Kvalita života v Evropě uskutečněného Evropskou nadací pro zlepšení životních a pracovních podmínek v roce 2003 průměrná životní spokojenost obyvatel roste

v meziregionálním srovnání přímo úměrně s rostoucím HDP na hlavu. Obecně tedy platí, že obyvatelé žijící v ekonomicky vyspělejších státech jsou spokojenější a šťastnější než ti, jež žijí v ekonomicky slabších zemích (Böhnke, 2005 in Heřmanová, 2012). Podle Mlčocha (2007 in Heřmanová, 2012) ale obyvatelé méně ekonomicky vyspělých států nemusí být vždy méně spokojeni než obyvatelé ekonomicky vyspělých států. Je to právě z důvodu subjektivní kvality života, která se z pohledu vývoje z hlediska nárůstu HDP, v případě rozvojového a vyspělého státu, velmi liší. Růst HDP má na subjektivní kvalitu života větší vliv v chudých zemích. V některých studiích se hovoří také o tzv. bodu zlomu. V případě vyspělých zemí sdružených v OECD se ale s růstem HDP nespojuje subjektivně pocíťované štěstí, či spokojenost.

Vzniklo také mnoho prací, které se zaměřují na tzv. mezní hodnotu peněz (mezní užitek bohatství či mezní užitek z příjmu), které uvádí například Hasal (2009) a Dunn a Laham (2006). Zjistilo se, že bohatší lidé jsou obecně spokojenější, než lidé chudí, ale také to, že mezi majetkem, penězi a štěstím není zvláště silný vztah, či přímá úměrnost. Samotnými penězi tedy nelze zajistit spokojenost či pocit štěstí. Dále tedy vznikla teoretická představa a vysvětlení, kdy nástrojem byl mezní užitek bohatství nebo příjmu v podobě tzv. *vanity point* (z anglického překladu „vanity“ – marnivost, marnotratnost). Tento bod bohatství či míra spotřeby, jež si lidé chtějí a také mohou dovolit, je pro každou sociální vrstvu, skupinu či samotného jedince odlišná. Pokud tedy lidé tohoto bodu již dosáhnou, význam peněz či jejich hodnota je pro ně nižší. Uspokojili tak všechny své potřeby, které odpovídají jejich sociálnímu postavení a následuje například jejich realizace ve sponzorství, charitě a tak dále (in Heřmanová, 2012).

### **3.5.4 Kvalita života a vzdělání**

Lékaři prohlašují, že právě vzdělání hraje v oblasti zdraví člověka (psychickém, ale také fyzickém) velmi důležitou roli (Spitzer, 2012). Podle neurovědyce Manfreda Spitzera vzdělání ke všemu osvobozuje, protože vzdělaný člověk je schopen kriticky nahlížet na okolí, ale také sám na sebe. Dokáže tak řešit různé situace a problémy, a to následně vede ke snížení stresu. Pokud vezmeme v úvahu demenci nebo Alzheimerovu chorobu, Spitzer jako prevenci popisuje právě vzdělávání – čím výše totiž člověk u vzdělání vystoupá, tím delší bude jednoho dne sestup (2012). Psychologové zjišťovali, jaký existuje vztah mezi vzděláním a spokojeností či pocíť štěstí. Tento vztah je kladný, ale nejedná se o příliš velký rozdíl. Nedá se tedy říci, že člověk, který studoval na vyšších školách, je o dost spokojenější než člověk, který vystudoval pouze základní školu. Hlubší studie dokázaly, že úzký vztah mezi těmito dvěma veličinami se týká především pozitivních než negativních emocí. Ve

státech, kde je spíše nižší ekonomická úroveň, je vztah mezi vyšším vzděláním a spokojeností vyšší a užší než v ekonomicky vyspělejších státech. To znamená, že lidé s vyšším vzděláním žijící v chudších státech jsou šťastnější než ti, kteří žijí v ekonomicky vyspělejších státech. V posledních desetiletích se ale uvádí, že rozdíl mezi spokojeností u lidí s vyšším a nižším vzděláním se neustále snižuje. Pokud má člověk vysoké vzdělání ve vyspělém státě, není to dnes tak neobvyklé. Vyšší vzdělání je čím dál více běžné a člověku tedy nepřináší tolik pozitivních pocitů jako před několika lety. Mezi další aspekty, které ovlivňují spokojenost člověka je také inteligence (v obecném pojetí se jedná spíše o tvrzení, že lidé s vyšší inteligencí jsou více spokojeni se svým životem), sociální dovednosti, jako je naslouchání a komunikace, a dále zdraví. Zde existuje vzájemný vztah. Pokud je člověk zdravý, stává se spokojenějším, ale stejně tak i naopak. Pokud je člověk spokojený, má to vliv i na jeho zdraví (Křivohlavý, 2013).

### 3.6 Současná generace

Pojem generace pochází z latinského slova *generare* – plodit či ze slova *genos* – rod. Generací se rozumí velká skupina lidí, které spojuje přibližně stejný věk, či stejný způsob myšlení. Tito lidé často prožívají události ve stejných historických a kulturních podmínkách. Z hlediska biologického lze jednu generaci určit v rozmezí 25-30 let. Jedná se o dobu, mezi tím, kdy měla děti matka a její dcera – tzv. **rodinná generace**. Dalším **pojmem kulturní generace** lze označit skupinu lidí, kteří mají stejnou výraznou životní zkušenost. Jedná se například o „válečnou generaci“. Muži různého věku spolu prožili úskalí války a liší se od vrstevníků, kteří zůstali doma a tuto zkušenost neprožili. Z hlediska biologie lze vymezit několik generací, pokud ale ve společnosti nenastává mnoho výrazných změn, několik kulturních generací naopak vymezit nelze (Jandourek, 2012).

Elder přišel s *teorií životní dráhy*, která se zaměřuje na vliv historických událostí, společenských vztahů a věku člověka. Je zde popsána také jedinečná aktivita člověka, individuální životní dráha a kolísavé historické a společenské podmínky, které mají vliv na jeho vývoj (Elder, 1998a in Blatný, 2016). Je tedy zřejmé, že lidé narození přibližně ve stejné době žijící ve společnosti se stejnými hodnotami a podmínkami budou mít některé společné znaky (Millová in Blatný, 2016).

Mezigenerační stabilita, co se týče vzdělání, hodnot nebo celkového světonázoru, je typická pro stabilní společnost, v proměnlivé společnosti je tedy nižší. Zde se v důsledku změn ve vzdělávacím nebo hospodářském systému vytváří generační rozdíly, které se týkají zkušeností mladší generace a například jejich rodičů (Titma, Tuma, 2005, in Blatný, 2016).



### 3.6.1 Pre Boomers

Jedná se o jedince narozené v letech 1925-1945. Často se jim přezdívá veteráni, předválečná generace, válečná generace či Builders. Builder (z anglického překladu *budovatel*) proto, že formovali infrastrukturu, ekonomiku, instituce a organizace jejich společnosti. Tato generace byla formována důsledky, které způsobily obtížné události jako je 2. světová válka či Velká hospodářská krize (McCrinkle, 2018).

Tito jedinci jsou často charakterističtí pracovní loajalitou a etikou a jsou šetřiví. Jejich systém hodnot je postaven na základě životních těžkostí, které je potkaly a také na těžkostech, u kterých pozorovali, jak se s nimi vypořádávají jejich rodiče. I přes tyto události se sami považují za šťastnou generaci, díky prosperitě, která nastala po těžkých časech, které zažili, když dospívali. Respektují autority a starší lidi. Pre Boomers jsou poslední generací, kdy lidé zaujímalí genderové role stanovené společností (ženy se staraly o domácnost a muži zajišťovali rodinu). Byly pro ně důležitější povinnosti než případné jiné možnosti a více důležitá odpovědnost než osobní touhy, čímž byl velmi ovlivněn běh jejich života. Na rozdíl od mladších generací jsou odpůrci dluhů a pokud si něco nemohou dovolit, nezakoupí si to (McCrinkle, 2018).

V důsledku výrazných událostí v minulém století vzniklo několik výzkumů, které se týkaly vztahu mezi měnící se společností a jejího vlivu na chování lidí a jejich celkového vývoje během života (Blatný, 2016). Americký psycholog Glen H. Elder zkoumal rozdíl mezi osobami narozenými v letech 1920 až 1921 a v letech 1928 až 1929 v Kalifornii. První skupina prožila své dětství ve 20. letech 20. století, nebyli tedy dost staří na to, aby se výrazněji zapojili do rodinné ekonomiky, měli ale už věk na to, aby si uvědomovali určité změny. Druhá skupina naopak v dětství zažila nejhorší období Velké ekonomické krize. Hlavním úkolem bylo zjistit, jak odlišný vliv může způsobit totožná historická událost. Zpětně byla zjištěna změna v rozdělení práce rodiny a dále pak v rodinných vztazích. Obecně byla vyzorována nižší míra životní spokojenosti, nižší sebehodnocení a byly vyzorovány hodnoty, které se více týkaly rodiny, oproti skupině, která nebyla ovlivněna hospodářskou krizí. Na některé osoby měla tato událost ale i pozitivní vliv, zvýšila se totiž jejich odolnost neboli schopnost zvládat nepříznivé situace. (Elder, 1974, 1999 in Blatný 2016). Zpětný výzkum ale omezoval interpretace výsledků (Elder, 1998b in Blatný, 2016).

### 3.6.2 Baby Boomers

Název této generace je odvozen z anglického výrazu *baby boom*, což lze přeložit jako vzestup porodnosti. Obvykle se hovoří o vzestupu porodnosti v letech od 1946-1964 ve Spojených státech (takto vysoká porodnost v USA již nenastala). Výraz lze ale použít pro

jakoukoli zemi. Příčiny vzestupu porodnosti jsou různé. Jednou může být to, že v době hospodářské krize a během druhé světové války mnoho párů početí dítěte kvůli těmto podmínkám oddalovalo. V Československu byla podle rozšířeného mínění příčinou prorodinná opatření komunistického státu. Tato opatření ale nejspíš reálný vliv neměla a povrchně čtená čísla mohou klamat. Generace se často označuje termínem „Husákovy děti“, protože se narodila v období, kdy vedl KSČ, generální tajemník a za nějaký čas i prezident, Gustáv Husák. Jedná se o generaci lidí, kteří se narodili v období po druhé světové válce (Jandourek, 2012).

Hugh Mackay poukazuje na to, že Pre Boomers, tedy rodiče Baby Boomerů, věří, že své děti příliš zhýčkali a nepředali jim životní hodnoty a morální zásady. Myslí si, že právě proto jejich děti a vnoučata nevnímají materiální bohatství především jako prostředek k pohodlí a zabezpečení rodiny (Mackay, 1997 in McCrindle, 2018).

Kvůli tomuto se o generaci často hovoří jako o egocentrické a upřednostňující sama sebe. Často je vnímána jako pokrytecká, protože lidé této generace měli volné dospívání, což vedlo k rebelii, idealismu, toleranci ohledně sexuality a v dospělém životě šlo především o materialismus a práci (Aircraft Maintenance Improvement Project, 2008 in McCrindle, 2018)

Lidé této generace často pracovali přesčas, byli označováni jako „workoholici“ (Henry, 2006 in McCrindle, 2018). Tato generace byla největší v historii, poprvé se objevil přístup, kdy si lidé kvůli svému životnímu stylu půjčovali peníze. (Aircraft Maintenance Improvement Project, 2008 in McCrindle, 2018).

Po zrovnoprávnění mužů a žen se poněkud změnily role v domácnostech. Muži již nebyli pouze živitelé a některým dělalo problém se zapojit do aktivní role otce svých dětí. Tato generace se již začala o něco více zaměřovat i na svá přání, své naspořené peníze v důchodu například vkládají do zážitků, jako je například cestování a nesnaží se vše dát na vlastní úkor pouze svým dětem. Stejně tak tomu bylo i v případě mezilidských vztahů, pokud například v manželství nebyli spokojeni, rozvod už nebyl mezi touto generací tabu. Například v Austrálii se jednalo o nejvíce rozvodovou generaci v historii. Tato generace měla možná nejlepší podmínky pro život, narodili se po válce, měli klidné dětství a když sháněli místo na trhu práce, neměli problém. Mohli si dovolit dům, dávat si peníze stranou a spořit si jako mladí dospělí mohli investovat do nemovitostí a z rostoucích cen mít zisky. Vzdělání bylo taktéž dostupné (McCrindle, 2018).

Právě mladší generace se budou muset potýkat s problémy, které nastanou v důsledku stárnoucí populace a v důsledku klimatických změn (McCrindle, 2018).

### 3.6.3 Generace X

Generace X je označení pro skupinu lidí narozených v letech přibližně od roku 1965-1976, někdy je uváděno rozmezí mezi 1961-1981 (Jandourek, 2012). Yücebalkan a Aksu (2018) uvádějí i rozmezí 1965-1977 a McCrindle (2018) uvádí i roky 1965-1979. Jedná se o děti pracujících rodičů, kteří vytvářeli rostoucí blahobyť po druhé světové válce. Tato generace začala hledat své pracovní uplatnění v době ekonomické recese, kdy nastávaly problémy se sháněním práce a s četným propouštěním (Jandourek, 2012). Lidé této generace jsou často citliví, loajální, idealističtí a skeptičtí. Tato generace prokazuje respekt autoritám, často mají pracovní motivaci a mají své vlastní názory. Tito jedinci jsou často velmi pracovití, budují si kariéru a snaží se vydělat co nejvíce peněz. V této době započala změna týkající se tradičního modelu rodiny – ženy začaly mít méně dětí a soustředily se na kariéru (Yücebalkan & Aksu, 2018).

Podle odborníků na marketing na generaci X působí upřímná reklama. Pokud si reklama dělá legraci z tradičních reklamních postupů, lidé zde ocení i drzost nebo neuctivost. Zajímá ji blaho životního prostředí. Tato generace touží po úspěchu, není příliš materialistická, a váží si tedy především zážitků než majetku. Lidé této generace jsou spíše opatrní romantici. Hledají lepší kvalitu života a uspokojení z práce, spíše než obětování osobního štěstí kvůli povýšení (Kotler, 2007 in Jandourek 2012).

Lidé této generace žili celý život relativně v míru a za hospodářské prosperity. Jako první generace měla doma a ve školách počítače, a dospívala více bez přítomnosti rodičů než předchozí generace. Oba totiž často déle pracovali (Aircraft Maintenance Improvement Project, 2008 in McCrindle, 2018).

Tito jedinci mají často velmi blízko k svým vrstevníkům už jen z důvodu, že jejich rodiče byli často rozvedení a kvůli jejich zaměstnání s nimi netrávili tolik času, jako předchozí generace se svými dětmi. (Mackay, 1997 in McCrindle, 2018).

Stali se tak nezávislími a dobře přizpůsobivými. Rodiče je sice dobře zajistili, oni měli ale jako děti pocit, že se jim důležitějších věcí nedostává – trávení času s rodiči. Když se sami stali rodiči, snažili se tedy vyvážit práci a rodinu, i přes to, že byli ochotni tvrdě pracovat (Aircraft Maintenance Improvement Project, 2008 in McCrindle, 2018).

Když viděli, že i přes loajalitu rodičů vůči jejich práci byli rodiče propuštěni (Aircraft Maintenance Improvement Project, 2008 in McCrindle, 2018), nejsou přesvědčeni, že právě loajalita a dobře odvedená práce jsou dostatečně oceněny (McCrindle, 2018).

Generace Baby Boomers často zmiňuje revoluční změny, které proběhly v jejich době. Australan Bernard Salt ale poukazuje na to, že to byli právě lidé generace X, kteří prosadili radikální změny. Během devadesátých let se měnil průměrný věk, kdy lidé vstupovali do manželských svazků z raných dvaceti let do pozdních dvaceti let. Baby

Boomers poprvé zavedli koncept pracující rodiny, tedy ne pouze mužů ale i žen, ale právě jejich potomci udělali dvojí plat samozřejmostí (Salt, 2008 in McCrindle, 2018).

Měli problém se zajištěním vlastního bydlení, ceny nemovitostí stoupaly, a tak byli nuceni vzít si hypotéku. Často ale žijí nad jejich platební schopnosti. Jsou ochotni tvrdě pracovat, ale ne za nedostačující odměnu či na úkor rodiny (McCrindle, 2018).

### **3.6.4 Generace Y**

Lidé, kteří se narodili mezi lety 1977-1994 se řadí do generace Y (Yücebalkan & Aksu, 2018). Často se jim přezdívá mileniálové.

Tato generace dospívala v příznivých ekonomických podmínkách, nepoznala úskali války, ekonomické krize či vysoké nezaměstnanosti nebo inflace. Jsou zvyklí na nadprůměrné životní podmínky, jako dvě a více aut v jedné rodině, večeření v restauracích a také na velké rodinné domovy. (Aircraft Maintenance Improvement Project, in McCrindle, 2018).

Tito jedinci jsou optimističtí, ale ne tak odolní jako předchozí generace. Kvůli celosvětové finanční krizi se ale obávali o své ekonomické bezpečí a jaký bude mít dopad na jejich životní úroveň (McCrindle, 2018).

Mezi jejich nejdůležitější životní hodnoty často patří zábava, tolerance k rozmanitosti, sociální povědomí a přátelství. Přistupují k životu tak, že se snaží užívat si přítomného okamžiku, důležitější je pro ně osobní život než práce. Jsou toho názoru, že respekt by se měl více zasloužit, než být zakládán na věku či společenském postavení, a je pro ně typická různorodost morálních zásad a životních stylů. Jsou často sebevědomí, cyničtí a asertivní. Díky kulturním podmínkám, ve kterých žili, jsou často optimističtí. Nejsou příliš šetriví a jsou poměrně nároční. Často si berou půjčky, už jen z toho důvodu, že dnes trvá o něco déle ušetřit si na bydlení, než například v období Baby Boomers (McCrindle, 2018).

Díky tomu, jaký domov jim poskytli jejich rodiče, očekávali, že začnou ekonomický život na úrovni, ke které se jejich rodiče několik let dopracovávali. Ze stejného důvodu se opozdilo také období dospělosti a lidé této generace často věří, že jejich úspěchy či neúspěchy jsou řízeny vnějším světem než jimi samotnými. Jelikož tato generace nezažila těžké události, jako generace předchozí, není životem příliš formována a tito lidé mohou postrádat charakter a životní zkušenosti, aby čelili nepříznivým podmínkám a převzali zodpovědnost za své životy. Dokážou se věnovat několika projektům najednou, aniž by byli vystresovaní. Je to nejvíce společenská generace vůbec, i prostřednictvím technologií se snaží udržovat kontakt se svými přáteli (McCrindle, 2018).

Stejně jako generace X pochází z rodiny, kde oba rodiče živili rodinu, a tak mají velmi blízko svým vrstevníkům. Tato generace je ale ještě více společenská kvůli moderním technologiím jako jsou sociální sítě. Berou přátele jako druhou rodinu (McCrindle, 2018).

### 3.6.5 Generace Z

Do generace Z se řadí ti jedinci, kteří se narodili přibližně v době od poloviny devadesátých let do roku 2012 (Stillman & Stillman, 2017: 13 in Yücebalkan & Aksu, 2018). Jako hraniční rok se uvádí také 2009 (McCrindle, 2018). Dále je známá pod názvy jako Internetová generace, generace I, Instant online či Digitální generace (Saracel, Taşseven & Kaynak, 2016: 53; Altuntuğ, 2012: 206 in Yücebalkan & Aksu, 2018). Jedinci narození od roku 2010 již patří do generace Alpha (McCrindle, 2018).

Děti této generace byly nejvíce plánované a nejvíce rozmazlované. Ze všech generací je právě tato nejvíce zajištěná svými rodiči, kteří, když je počali, byli už o něco starší, než bývalo v minulosti zvykem. Díky starším rodičům vedly jako děti velmi organizovaný život s ne příliš vysokou volností. Oproti předchozím generacím mají méně sourozenců (Employee Assistance Association of Australia, 2006 in McCrindle, 2018).

Významným odlišením této generace je, že žila v době moderních technologií již od narození. Většina jedinců se odmalička denně setkávala s digitálními médii jako jsou například mobilní telefony nebo chytré telefony, počítače, notebooky, televize, tablety, herní konzole, internet a podobně. Dnes si často už malé dítě dokáže například samo spustit na tabletu pohádku nebo najít v televizi program pro děti. Jelikož většina lidí této generace používala digitální média již od raného dětství, je zcela pochopitelné, že si už zřejmě ani nedokážou představit, jak by vypadal život bez nich.

Výzkum vedený v Turecku zaměřený na 364 studentů z Kocaeli University Kandira Vocational School of Higher Education narozených po roce 1995 odhalil, že průměrná doba používání profilu na Facebooku je 6,19 let. Dále bylo zjištěno, že používají Facebook průměrně 56,53 minut denně (Yücebalkan & Aksu, 2018).

Strauss a Howe tvrdí, že lidé této generace jsou nejvíce náchylní k pocitům samoty v důsledku vysoké individualizace (Saracel, Taşseven & Kaynak, 2016: 53; Altuntuğ, 2012: 206 in Yücebalkan & Aksu, 2018).

Tito jedinci většinou dlouho studují. Jejich rodiče je v tom často podporují, a často upřednostňují vzdělávání před bezstarostným dětstvím (McCrindle, 2018). Rodiče se o ně také často báli a nenechali je samotné hrát si například v nedalekých parcích s přáteli. Generace Z dospívá rychleji, podle The World Health Organisation (WHO) se děti dostávají do puberty každou dekádu o tři měsíce dříve (Grose, 2005 in McCrindle, 2018).

Děti této generace byly, dříve než předešlé generace, vystavovány vzdělávání a působení marketingu. Tito jedinci byli nejkonzumnějšími dětmi ze všech generací (Employee Assistance Association of Australia In McCrindle, 2018).

V důsledku moderních technologií byli tito jedinci vedeni k multitaskingu. Často skáčou z jedné činnosti ke druhé a často více cení rychlost než přesnost. Od narození žijí ve světě, kde se k téměř jakékoli informaci rychle dostanou prostřednictvím internetu (McCrindle, 2018). Je to nejvíce technologicky zaměřená generace. Až se ale bude generace Z snažit uplatnit v zaměstnání, lidé budou v té době více odcházet do důchodu než nastupovat do práce (stárnoucí populace) (McCrindle, 2010 in McCrindle, 2018).

### **3.7 Vliv sociálních sítí na současnou generaci**

Používaná zařízení, jako jsou například chytré telefony, se stále zmenšují, a to současné generaci umožňuje být neustále online (Ševčíková, 2014). Usuzuje se, že čas, který dnes lidé stráví na internetu nahradil čas, který by dříve lidé strávili sledováním televize. Podle statistik se ale zvýšením používání internetu čas sledování televize ještě zvýšil či zůstal stejný (Carr, 2017).

Lidské představy v online prostředí ale mohou v lidech vyvolat silnější zážitek než samotná realita. Lze zde také navázat vážné mezilidské vztahy (Gackenbach & Ellerman, 1998 in Šmahel, 2003). Prostřednictvím internetu lidé mohou hrát role alternativních Já a poskytuje se jim příležitost pro promýšlení podstaty vlastního já (Čermák & Navrátil, 1997 in Šmahel, 2003).

Lidé v Pew Research Center's Internet & American Life Project prostřednictvím celonárodního reprezentativního telefonního průzkumu, který byl určen 802 rodičům a jejich 802 náctiletých dětí ve věku 12 až 17 let, zjistili několik zajímavostí. Náctiletí ztrácí nadšení pro sociální síť Facebook, nelíbí se jim narůstající přítomnost dospělých, nadměrné sdílení lidí a stresující drama, které se na Facebooku často odehrává. Sociální síť ale nadále používají, především z důvodu socializace. Z širokého měřítka zde náctiletí ale prý prožívají spíše pozitivní zážitky než negativní. Navazují přátelství a cítí se blíže ostatním lidem. Někteří se ale setkávají s obsahem, který na Facebooku vidat nechtějí, stejně tak se někteří setkávají i s nechtěným kontaktem od různých lidí. 52 % online teenagerů tvrdí, že na sociální síti zažili situaci, díky které ze sebe měli lepší pocit. Jedna šestina online náctiletých uvádí, že je kontaktovala cizí osoba, a to způsobem, který jim byl nepříjemný. Dívky toto tvrzení uváděly častěji než chlapci (24 % oproti 10 %) (Madden a kol., 2013).

Lajky bývají silným měřítkem sociálního postavení náctiletého. Mladí uživatelé se tedy často snaží uzpůsobit své příspěvky právě tomu, aby dostali co nejvíce lajků, často příspěvky s malým počtem lajků mažou (Madden a kol., 2013).

Psycholog Jean M. Twenge ze San Diego State University v roce 2014 analyzoval informace od téměř sedmi milionů náctiletých a dospělých ve Spojených Státech. Zjistil, že v posledních letech se zvyšuje počet lidí, kteří mají symptomy deprese oproti 80. létům. Především teenageři pak o 74 % více mají problém se spánkem a dvakrát častěji navštěvují odborníka na duševní zdraví. World Health Organization (WHO) v roce 2016 uváděla, že deprese trpí až 350 milionů lidí po celém světě (Kardaras, 2016).

Mai-Ly Steers z University of Houston a její kolegové v roce 2014 prováděli průzkum s pomocí 180 dotazovaných vysokoškolských studentů. Zjistilo se, že čím více studenti trávili čas na Facebooku, tím spíše prožívali mírné příznaky deprese. Autoři průzkumu to přisuzují především k srovnávání sama sebe s ostatními uživateli, či srovnávání jejich životů. Což může danému člověku především škodit, vezmeme-li v úvahu, že na sociálních sítích uživatelé sdílí především pozitivní zážitky (in Kardaras, 2016). V témže roce pak sociální psychologové Christina Sagioglou a Tobias Greitemeyer z University of Innsbruck v Rakousku díky své studii našli další faktor, který by u lidí mohl po trávení času na Facebooku způsobovat depresivní symptomy. Uživatelé totiž mohou mít pocit, že čas strávený na sociálních sítích není smysluplný (Kardaras, 2016).

Je ale těžké určit, zda deprese způsobuje vysoké trávení času na sociálních sítích či zda časté trávení času na sociálních sítích způsobuje depresi, nebo také obě možnosti naráz. Je ale jisté, že více času stráveného u obrazovek zvyšuje izolaci uživatele od reálného světa a také oddálení od zdravějších činností a smysluplného kontaktu v tváři v tvář (Kardaras, 2016).

Wood a kol. (2011 in Hou a kol. 2019) zjistili, že multitasking prostřednictvím zasílání zpráv, emailů a Facebooku má negativní dopad na výkon při učení. Jiang, Hou a Wang (2016 in Hou a kol. 2019) zjistili, že používání sociální sítě Weibo, což je ekvivalent Twitteru, má špatný vliv na chápání informací.

Závislost na Facebooku je spjata s depresí, úzkostí a poruchou spánku (Bányai a kol., 2017; Koc & Gulyagci, 2013; Shensa a kol., 2017; van Rooij, Ferguson, van de Mheen, & Schoenmakers, 2017 in Hou a kol. 2019). Se závislostí souvisí zhoršené subjektivní well-being, vitalita i životní spokojenost (Blachnio, Przepiorka, & Pantic, 2016; Hawi & Samaha, 2017; Uysal, Satici, & Akin, 2013 in Hou a kol., 2019).

### 3.7.1 Závislost na sociálních sítích

Bývalý prezident Facebooku Sean Parker veřejně přiznal, že tuto sociální síť vytvořili se záměrem návykovosti. Tvrdí, že záměrně využili zranitelnosti lidské psychiky, aby udrželi pozornost uživatelů co nejdéle. Funguje na tom principu, že uživatelům dá Facebook každou chvíli malou dávku dopaminu prostřednictvím lajky, který uživateli dá jeho přítel, či jiné zpětné vazby, kdy má uživatel tendenci například vkládat více obsahu (Kasík, 2017) či častěji kontrolovat sociální síť. Dopamin je hormon spokojenosti a vyplavuje se při činnosti, která člověku dává smysl a naplňuje ho. Tvoří se například při setkání s osobou, kterou má jedinec rád, či při příjemné procházce v přírodě. Schopnost fyziologické tvorby dopaminu je ale podle Vojáčka již přeměřována do honby za lajky na sociálních sítích, protože lidem přinášejí uspokojení. Tvrdí, že lidé někdy postrádají poznání o tom, co by je mohlo skutečně naplňovat, a tak na sociálních sítích hledají rychlé uspokojení. Přitom ale často mají jakousi vnitřní touhu po reálné činnosti, co se týče jejich zálib či setkávání s přáteli. Jedná se tedy o krátkodobé povrchové uspokojení, stejně jako je tomu u alkoholu či drog. Člověk se na tomto způsobu tvorby dopaminu může stát závislým. Často se to stává v případech, kdy člověk není se svým životem či se sebou samým spokojený, a tak na chvíli uteče od reality na sociální síť, kde se mu dostane přísunu dopaminu, může zde někoho kritizovat či sbírat lajky nebo pozorovat jinou odezvu od ostatních uživatelů. Pokud se ale uživatel stane závislým například na lajcích, postupně ztrácí schopnost tvorby dopaminu přirozenou cestou a stejně tak ztrácí i schopnost komunikace, protože spolu lidé méně mluví osobně (Vojáček, 2020).

V současné době je ovšem velmi těžké vymezit dobu nadužívání internetu či sociálních sítí. Záleží také na tom, za jakým účelem uživatel internet či sociální síť využívá, často je s nimi velmi úzce spjato i povolání či studium člověka. Griffiths (1998 in Šmahel, 2003) ale závislost označuje v souvislosti se symptomy jako je například důležitost dané aktivity (v tomto případě na sociálních sítích). Aktivita se pro uživatele stává dominantou myšlení, jeho pocitů či chování a pokud tuto aktivitu nevykonává, přemýšlí nad tím, kdy se jí bude opět věnovat. Dalším aspektem je proměnlivá nálada, v případě, že se jedinec dané činnosti zrovna nevěnuje, dále pak zvyšování tolerance na danou látku či činnost, závislý jedinec tedy sociálním sítím věnuje čím dál více času, aby se mu dostalo příslušné uspokojení. Objevují se také abstinenční příznaky, kdy se mohou dostavit nepříjemné psychické či fyzické pocity po přerušení dané činnosti či nedostatku látky, na které je jedinec závislý. Dalším aspektem je také konflikt ať už s okolím, rodinou či s koníčky jedince, jeho prací nebo studiem. Typická je také recidiva. Závislý jedinec se snadno vrací do minulých stavů, které byly vyvolány předmětem jeho závislosti, a to značně rychleji než při prvním styku s činností či látkou, na které je závislý.



Podle Šmahela (2003) lze usuzovat, že závislost na internetu či sociálních sítích je vyvolávána především osamělostí lidí, či neschopností navazovat nové vztahy v reálném prostředí. To z toho důvodu, že sociální sítě slouží především v sociální oblasti.

Hou a kolektiv (2019) dělali průzkum zaměřený na 232 studentů a zjistili, že závislost na sociálních sítích je spjata s horší kvalitou duševního zdraví a studijních výsledků. Vztah mezi závislostí na sociálních sítích a duševním zdravím studentů byl zprostředkován sebevědomím.

Závislost na sociálních sítích byla spjata s řadou emočních, zdravotních a behaviorálních problémů (např. Echeburua & de Corral, 2010; Kuss & Griffiths, 2011; Marino, Finos, Vieno, Lenzi & Spada, 2017; Marino, Gini, Vieno, & Spada, 2018 in Hou a kol., 2019).

Závislost na sociálních sítích lze vnímat jako jednu z forem závislostí na internetu (Griffiths, 2000; Starcevic, 2013 in Hou a kol. 2019). Zjistilo se, že přibližně 12 % uživatelů trpí touto závislostí napříč sociálními sítěmi (Alabi, 2012; Wolniczak et al., 2013; Wu, Cheung, Ku, & Hung, 2013 in Hou a kol. 2019). Několik studií dokázalo, že nadměrné používání sociálních sítí, jako je například Facebook, je spojeno s problémy s duševním zdravím, jako je stress, úzkost a deprese a se zhoršeným dlouhodobým well-being (Eraslan-Capan, 2015; Hong, Huang, Lin & Chiu, 2014; Malik & Khan, 2015; Marino et al., 2017; Pantic, 2014; Shakya & Christakis, 2017; Toker & Baturay, 2016 in Hou a kol. 2019).

Je ale důležité podotknout, že časté používání sociálních sítí nemusí znamenat závislost (Griffiths, 2010 in Hou a kol., 2019) a nemusí mít vždy špatný vliv na mentální zdraví jedince (např. Jelenchick, Eickhoff, & Moreno, 2013 in Hou a kol., 2019) či na studijní výsledky (Pasek & Hargittai, 2009 in Hou a kol., 2019)

### **3.7.2 Online identita**

Podle Šmahela (2003 in Stašová a kol., 2015) je dnes virtuální prostředí nástrojem ke kontinuální konstrukci a rekonstrukci identity lidí. Tvrdí, že i v případě, že člověk sám sebe opravdu dobře zná, nejsou prezentace v online prostředí a skutečná identita nikdy stejné. Virtuální reprezentace představuje digitální shromažďování dat, které má podat informace o tom, kdo jsme. Nejedná se podle něj o identitu jako takovou, virtuální reprezentace je shlukem některých myšlenek či pocitů, kde část z nich je spíše představami, komplexy nebo přáními. Uživatelé sociálních sítí často mohou nabývat pocitu, že jim online prostředí umožňuje být skutečně sami sebou, jelikož zde často vyjadřují své pocity a názory. Šmahel ale poukazuje na to, že může jít pouze o idealizaci vlastního Já.

Uživatel je v online světě často veden k průběžnému vyhodnocování sebe sama, lidé zde experimentují se svou identitou. Reid (1998 in Šmahel, 2003, in Stašová a kol., 2015) poukazuje na to, že může docházet ke fragmentaci osobnosti, což může vést k nesprávnému rozvinutí flexibilní a úplné osobnosti uživatele.

Pokud se jedná o neanonymní prostředí, je u uživatelů, kteří zde mají propojené vztahy v rámci virtuální reality a skutečnosti, pozorováno nižší úsilí zde výrazně přilepšit své image. Oproti tomu se ale u uživatelů do určité míry objevuje potřeba kladné sebezprezentace. Obvykle tedy uživatelé sociálních sítí nesdílí například obsah, za který se stydí a podobně (Stašová a kol., 2015).

Současná doba přináší vytrvalé kulturní i technické změny, které na člověka kladou určité nároky, což dále ovlivňuje vývoj jeho identity. V několika psychologických teoriích je uváděno tzv. mnohostranné Já (protean self) (McAdams, 1997 in Šmahel, 2003). Hovoří se zde o skutečnosti, že člověk žije zároveň v několika často odlišných rolích a zkouší několik způsobů života. Lifton tvrdí (in Šmahel, 2003), že mnohostranné Já reprezentuje způsob vyrovnání se s kulturním traumatem, které způsobuje neschopnost lidí tvořit dlouhodobé a smysluplné závazky vůči ostatním či jim samým. Lifton (in McAdams, 1997 in Šmahel, 2003) hovoří o tom, že slabá integrita Já může vést k proměnlivé identitě. Jedinec pak bojuje o duševní rovnováhu. Postmoderní teoretici ale mnohostrannost Já vítají.

„Stres je obvykle výsledkem boje o sebezáchovu (homeostázi) částí v rámci celku“ (Selye, 2016, str. 303). To se dá vnímat například u buněk v těle jednotlivce, dále pak u jednotlivce ve společnosti nebo u společností v rámci celého světa. Selye hovoří o emocích ovládajících vztahy lidí, jako je strach z kritiky druhých, touha po uznání, láska a nenávisť, vděk nebo pomstychtivost. Tvrdí, že lidé usilují o to, aby v druhých vyvolali lásku, vděčnost a podobně, chtějí se ve společnosti cítit bezpečně. Tento cíl by se ale neměl stát dlouhodobým. Člověk by měl vždy jednat v souladu se sebou samým a měl by vyvíjet snahu se co nejvíce realizovat podle svých představ, ne podle představ druhých lidí (Selye, 2016).

Podle Maddena (2010 in Stašová a kol., 2015) se uživatelé ve věku 18-29 let z 44 % snaží na sociálních sítích omezit množství osobních informací. Tři čtvrtiny z nich mění nastavení soukromí a polovina smaže komentáře, které si nepřejí pod příspěvkem mít. U starších generací je tomu poněkud jinak, uživatelé v příspěvcích nevyjadřují emoce a příliš o sobě nevyprávějí. V případě nejbližšího okolí ale častěji komentují příspěvky a sdílí rodinné fotografie. Podle Christakise a Fowlera (2010) většina uživatelů nereaguje na příspěvky, které se jim nelíbí a dále jim nevěnují pozornost (Stašová a kol., 2015). Vzhledem k velmi vysokému počtu uživatelů sociálních sítí jsou ale některé veřejné příspěvky zobrazeny takovým množstvím lidí, že se negativních komentářů objeví hned několik.

Zhao a kolektiv (2008) zjistili, že informace jako pohlaví, věk nebo bydliště jsou méně častým nástrojem (37 %) k manifestaci identity na Facebooku oproti například nejvíce užívaným fotografiím (až 95 %), které mohou být často doplněné krátkým popiskem. Na druhém místě jsou zájmy a aktivity, jež tvoří až 73 %. (in Stašová a kol., 2015).

Děti a adolescenti na sociálních sítích vzhlížejí k celebritám, což takto bylo i v minulosti, dnes je tento trend ale silnější. Na sociálních sítích je vše velmi zkreslené, vše je zde perfektní, což si mladí lidé často neuvědomují a vytváří si podle toho svůj žebříček hodnot (Vojáček, 2020) nebo si kladou nároky na svou vizáž a podobně. Vojáček tvrdí, že moderní technologie lidem přinesly určité pohodlí, ale vzdalují nás od propojení s přírodou a se sebou samým. Technologie nás oddělují od naší podstaty, jež je napojení na přírodu, na druhé lidi a na nás samé (Vojáček, 2020).

### **3.7.3 Srovnávání se s ostatními**

K úspěšnému vývoji člověka patří sociální fungování, jež se vztahuje ke společností akceptovaným objektivním charakteristikám. Může se tedy stát, že se člověk začne srovnávat s ostatními lidmi. Charakteristiky a požadavky, se kterými se člověk srovnává, jsou dané společností, ve které se nachází. Na správné sociální fungování má tedy vliv daná společnost či kultura a také historické období, ve kterém člověk žije (Baltes, Carstensen, 2003 in Blatný, 2016).

Teorie sociálního srovnávání (Festinger, 1954 in Burnell a kol. 2019) hovoří o tom, že lidé mají vrozenou tendenci srovnávat sama sebe s ostatními v nepřítomnosti objektivních informací.

Srovnávání sebe sama s jinými lidmi ve svůj neprospěch může mít dopad na psychiku daného člověka. K tomuto srovnávání zřejmě docházelo i bez sociálních sítí, lze ale usuzovat, že vlivem těchto platforem je srovnávání sebe sama výrazně častější. Lidé se na svých profilech často snaží prezentovat co nejlépe, a tak mnohdy vznikají až nereálné fotografie a představy o skutečnosti, se kterou jiní srovnávají svůj život nebo sebe sama. Mnoho sociálních sítí má ke všemu funkci hodnocení příspěvků. Sociální síť Facebook má funkci „To se mi líbí“, doplněné již o dříve zmíněné reakce „Super“ a podobně. Lze tedy usuzovat, že tato funkce uživatele nabádá k tomu, aby příspěvky ostatních uživatelů (což jsou velmi často osobní fotografie) nebo i sám sebe nepřetržitě hodnotil.

Nezáleží na tom, co se člověku děje, ale jak k dané situaci přistupuje (Selye, 2016). Na některé lidi mohou zkreslené dokonalé příspěvky na sociálních sítích působit právě tak, že se s dotyčným uživatelem začnou srovnávat ve svůj neprospěch. Jiní mohou tyto

příspěvky brát jako inspiraci nebo motivaci a jiné zkrátka například úspěchy nebo odlišné názory druhých vůbec nevyvádí z míry.

Terapeut Martin Zikmund je toho názoru, že porovnávání sám sebe se s ostatními lze přirovnat k sebepoškozování. Zatímco fyzické sebepoškozování lidé často praktikují za účelem ulevení si od psychické bolesti, vnitřní sebepoškozování člověk praktikuje i přesto, že mu bude hůře. Může podle něj působit větší škody než poruchy osobnosti. Lidé se často srovnávají se svou představou o člověku, kterého někdy ani neznají. Podle Zikmunda to některým lidem škodí, některé to ale může motivovat. V rozhovoru DVTV vedeným Danielou Drtinovou padla otázka, zda je pro člověka náchylného ke srovnávání sebe sama ve svůj neprospěch vypnutí sociálních sítí cestou ke zlepšení, zda si nenalezne jiné prostředí, kde by se s ostatními srovnával. Na to Zikmund odpověděl, že to nemusí být nutně cesta za zlepšením, protože důležitá je hlavně změna vnitřního postoje (Zikmund, 2019).

Uživatelé, kteří používají Facebook často věří, že ostatní lidé jsou šťastnější a také úspěšnější než oni sami. Především v případě, kdy druhého uživatele osobně příliš neznají (Chou & Edge, 2012 in Hou a kol., 2019). Studie vedená Mehdizadeh (2010 in Hou, 2019) ukázala, že existuje vztah mezi Facebookem a poklesem sebevědomí. Uživatelé, kteří stráví větší množství času na Facebooku při jednom sezení, a kteří mají vysoký počet přihlášení za den, mají nižší sebeúctu (self esteem). Jiná studie ukázala, že sebevědomí adolescentů pokleslo i při negativních reakcích ostatních uživatelů na sociální síti (Valkenburg, Peter, & Schouten, 2006 in Hou, 2019). Novější studie ukázaly, že je zde negativní korelace mezi návykovým používáním sociálních sítí a sebevědomím uživatele (např. Andreassen, Pallesen, & Griffiths, 2017; Blachnio a kol., 2016 in Hou a kol. 2019).

Pasivní používání Facebooku má nepřímý vliv na depresivní symptomy skrz závist (Tandoc, Ferrucci, & Duffy, 2015 in Burnell, 2019). Srovnávání na Facebooku s druhými lidmi ve svůj neprospěch je spojeno s nižší životní spokojeností (de Vries & Kühne, 2015; Gerson, Plagnol, & Corr, 2016 in Burnell, 2019), nižším sebevědomím (Lee, 2014; Vogel, Rose, Roberts, & Eckles, 2014 in Burnell, 2019) a s úzkostí (Lee, 2014 in Burnell, 2019) nebo příznaky deprese (Chow & Wan, 2017; Lee, 2014 in Burnell, 2019).

Brouzdání po Facebooku způsobuje horší náladu (Fardouly, Diedrichs, Vartanian, & Halliwell, 2015 in Burnell a kol., 2019) a snižuje pocit životní spokojenosti (Verduyn a kol., 2015 in Burnell a kol., 2019).

#### **3.7.4 Sociální sítě a kvalita mezilidských vztahů**

Již bylo prokázáno, že sociální sítě i moderní technologie jako takové negativně ovlivňují sociální inteligenci člověka. Je tomu tak z toho důvodu, že je dopamin dodáván

nepřirozeným způsobem, což má vliv také na dopaminové receptory a tvorbu dopaminu a jedinec se dále stává vnitřně plochým. Dále se už ani nesnaží vyhledat způsoby, aby se dopamin tvořil přirozeně při činnostech, které ho naplňují (Vojáček, 2020).

U dětí ve školním věku se stále zvyšuje výskyt sociální izolace (Srov. Kraut a kol., 1998; Sanders a kol., 2000; Subrahmanyam a kol., 2000 a Srov. Thalemann a kol., 2004 in Spitzer, 2012). Společnost se ale často domnívá, že tomuto problému již zabránily sociální sítě. Podle průzkumu odborné komise při Německém spolkovém sněmu 2011 totiž mladiství používají internet převážně v sociální oblasti. Sociální sítě ale nepřispívají k vyššímu počtu přátel a ani ke kvalitě přátelství. Vedou spíše k již zmíněné sociální izolaci, ale hlavně k povrchním vztahům (Spitzer, 2012). Stejně tak na tuto problematiku poukazuje Reid. Vztahům prý chybí kontinuita a uživatel má v online prostředí možnost velmi snadného a okamžitého úniku, a to bez zásadních důsledků. V případě, že se vztahy v online a ve skutečném prostředí prolínají, je ale odchod ze vztahu o něco složitější (Reid, 1998 in Šmahel, 2003 in Stašová a kol., 2015). Problému týkajícího se vyšší míry povrchnosti a rychlosti online vztahů jsou si více vědomi především starší dospívající, kterým je přes 19 let a mají také dlouhodobou zkušenost s online prostředím. Tvrdí, že mezilidské vztahy vnímají jako urychlené a krátkodobé. Často se ale dospívající s někým v online prostředí seznámí a následně se stanou skutečnými přáteli či partnery. Online prostředí tedy může být nástrojem k navázání reálných mezilidských vztahů (Šmahel, 2003). Někdy se ale také stane, že pokud se dva uživatelé seznámí na internetu, po reálném setkání se často obě strany potýkají s poznáním, že se jejich představa o druhém člověku velmi liší od jeho reálné osobnosti. Virtuální přátelství tímto okamžikem někdy zase končí. (Šmahel, 2003).

McKenna a Bargh (in Subrahmanyam, 2001 in Šmahel, 2003) uvádějí, že v případě sociálně úzkostných a osamělých lidí je tomu tak, že více než v realitě nalézají v online prostředí příjemnější a intimnější vztahy častěji a převádějí tyto vztahy i do reality.

Podle Stašové a kol. (2015) v současnosti nelze zcela oddělit vztahy, které se vyvíjí v reálném prostředí od vztahů, které se budují ve virtuální realitě. Beer (2008 in Stašová a kol., 2015) je ale toho názoru, že by se tato skutečnost neměla vnímat negativně, ale jako jakési přizpůsobení vztahů novým podmínkám.

Pokud se ale online prostředí stane jediným zdrojem sebedůvěry, může nastat problém. Vztahy na internetu či toto samotné prostředí by nemělo být kompenzací, mohl by se také vyskytnout problém se závislostí na internetu (Šmahel, 2003).

Dle subjektivních poznatků Sulera (2001 in Šmahel, 2003) si uživatel většinou vytváří představy o druhé osobě, se kterou právě komunikuje, i když si toho nemusí být plně vědom. Dalším poznatkem je i to, že komunikace přes zprávy mění způsob myšlení jedince o vztazích

či o něm samým. Podle Vybírala (2000 in Šmahel, 2003) zde dochází k ochuzování jazyka už jen z toho důvodu, že uživatelé si často odpovídají bez rozmyšlení.

Kvalitní vztahy souvisí s životní spokojeností, jsou však vytvářeny dlouhou dobu. Přátelství je prověřováno časem, jde o pomoc při krizových situacích, prožívání mnoha společných zážitků a následně také o vzájemnou úctu (Křivohlavý, 2013).

Bývalý prezident sociální sítě Facebook Sean Parker tvrdí, že má Facebook vedlejší účinky na společnost, obzvláště pokud se rozroste do měřítka s miliardou či dvěma miliardami uživatelů. Prohlásil, že tato sociální síť mění vztahy ve společnosti a má také vliv na produktivitu. „Bůh ví, co dělá Facebook s mozky našich dětí,“ prohlásil Parker (Kasík, 2017). Podobně hovoří také antropolog a psycholog vývoje člověka Dunbar. Dětem se teprve vyvíjí část mozku, která je zaměřena na sociální interakci, empatii a jiné interpersonální dovednosti. Tyto části mozku se přirozeně rozvíjí při fyzickém kontaktu s ostatními. Pokud budou děti o zážitky s jinými lidmi v reálném prostředí ochuzeny, hrozí, že se tyto části mozku plně nevyvinou. Autor dále v New Yorker rozhovoru poukazuje na to, že lidstvo ještě nemá zkušenost s generací, která by vyrostla se sociálními sítěmi, které by je provázely i dospělostí. Podle něho je možné, že bude lidstvo v budoucnu méně sociální, což by mohlo znamenat problém. Podle Dunbara by lidstvo mělo být naopak více sociální, protože se naše společnost rozrůstá (Kardaras, 2016).

Van Ouytsel a kol. (2019) prováděli studii týkající se studentů ve věku mezi 15-18 let a jejich pohledu na dopad sociálních sítí na potenciální žárlivost, konflikt a časté kontrolování partnera. Studenti hovořili například o faktorech vyvolávajících žárlivost, jako jsou online fotografie jejich partnera s jinými lidmi či jeho online dopisování si s jinými lidmi. Studenti také charakterizovali chování partnera v situaci, kdy se u něj dostavily pocity žárlivosti. Patří mezi ně například kontaktování osoby, kterou se cítí být ohrožený, či sledování profilu této osoby. Dotazovaní zmiňovali s pocity žárlivosti také několik způsobů, kterým partner druhého kontroluje. Patří sem například čtení si soukromých zpráv jeden druhému, či zpřístupnění osobních účtů na sociálních sítích. Také hovořili o případných opatřeních, či uzpůsobeních svého účtu, aby předešli případné žárlivosti či konfliktu a partnerem. Studenti se například vyvarovali sdílení určitých typů fotografií, či přestali vkládat komentáře na určité typy příspěvků ostatních uživatelů.

Romantické vztahy adolescentů obvykle trvají krátkou dobu, většinou ne déle než jeden rok (Karney, Beckett, Collins, & Shaw, 2007 in Van Ouytsel, 2019). Tyto vztahy ale mohou teenagerům pomoci v rozvoji a mohou mít trvalý vliv na budoucí vztahy, manželství, či různé situace v rodině (Karney a kol., 2007; Meier & Allen, 2009 in Van Ouytsel a kol., 2019). Tyto vztahové zkušenosti mohou adolescentům ovlivnit jejich

sebeúctu, sociální dovednosti, či poskytnout sociální oporu (Kuttler & la Greca, 2004; Zimmer-Gembeck, Siebenbruner, & Collins, 2001 in Van Ouytsel a kol., 2019).

Sociální média velice ovlivňují vztahy teenagerů. Usnadňují jim proces zjišťování informací o potenciálním partnerovi skrze uživatelské profily, především s obrázky, které jsou považovány za nejdůležitější zdroj informací (Van Ouytsel, Van Gool a kol., 2016 in Van Ouytsel a kol., 2019). Podle Pew Research Center 59 % adolescentů, kteří již mají zkušenosti s nějakým romantickým vztahem, tvrdí, že se díky sociálním sítím cítí více spojeni s tím, co se děje v životě jejich partnera. 44 % teenagerů tvrdí, že se díky nim cítí emocionálně blíže svému partnerovi (Lenhart, Smith, & Anderson, 2015 in Van Ouytsel a kol., 2019). Sociální sítě tedy mohou vytvářet pocit propojení s partnerem, někteří adolescenti se ale mohou cítit pod tlakem, protože nabývají pocitu, že musí být neustále v kontaktu se svým protějškem a ihned odpovídat na jeho zprávy či hovory (Reed, Tolman, Ward, & Safyer, 2016 in Van Ouytsel a kol., 2019).

Sociální sítě snižují soukromí uživatelů, což může vést k nezdravému chování ve vztahu (Leadbeater, Connolly & Temple, 2018 in Van Ouytsel a kol., 2019). Uživatelům je tímto usnadněno monitorování protějšku. Lze zde nalézt velké množství informací (Reed a kol., 2016; Tokunaga, 2011 in Ouytsel a kol., 2019), což může být pro některé jedince výzva, zvláště pro adolescenty, kteří ještě nemají tolik zkušeností se zvládnutím emocí jako je žárlivost či zvládnutí dynamiky vztahů (Rogers a kol., 2018 in Van Ouytsel a kol., 2019). Sociální sítě nechávají uživatele nahlédnout k informacím, často vizualizovaným, které dříve nebyly příliš dostupné. Jsou tím míněny například informace o předchozích vztazích, fotografie partnera s neznámými lidmi, či fotografie z akcí, na kterých byl partner bez dotyčného přítomen (Fox & Anderegg, 2016 in Van Ouytsel a kol., 2019). Bevan (2017 in Van Ouytsel a kol., 2019) dodává, že informace na sociálních sítích často postrádají kontext a uživatelé si je mohou často špatně vyložit.

Mezi faktory, které mají na sociálních sítích vliv na žárlivost partnera patří například fotografie z předchozích vztahů (Frampton & Fox, 2018; Sánchez a kol., 2015 in Van Ouytsel a kol., 2019), lajky nebo komentáře, které někdo přidal k příspěvku protějšku (Baker & Carreño, 2016; Fox, 2016 in Van Ouytsel a kol. 2019), dále situace, kdy partner přidá fotografii s osobou opačného pohlaví (Baker & Carreño, 2016 in Ouytsel a kol. 2019) či případ, kdy partner naváže nové online přátelství (Baker & Carreño, 2016; Bevan, 2017 in Ouytsel a kol., 2019).

Zjistilo se, že mezi adolescenty je online monitorování partnera spojeno s nízkým sebevědomím jedince, který partnera kontroluje (Langlais, Seidman, & Bruxvoort, 2018 in Van Ouytsel a kol., 2019).

Bylo prokázáno, že vztahové návyky, které si lidé utvoří v adolescenci, se mohou promítat také v dospělosti (Magdol, Moffitt, Caspi, & Silva, 1998 in Ouytsel a kol., 2019).

Digitální monitorování partnera může být společensky přijatelnější, protože se odehrává ve virtuálním světě a chybí zde fyzický čin, jako je tomu například u otevřených dopisů, prohledávání skříně či starých foto alb (Utz & Beukeboom, 2011 in Ouytsel a kol., 2019). Někteří adolescenti tuto kontrolu od partnera ale vnímají jako trochu obtěžující, ale neškodnou. Někdy to berou jako důkaz lásky (Lucero, a kol., 2014 in Ouytsel a kol., 2019).

### **3.7.5 Fear of missing out (FoMO)**

Fear of missing out, ve zkratce FoMO (v překladu „strach, že mi něco uteče“) jsou obavy jedince, že ostatní prožívají obohacující zážitky, ve kterých dotyčný chybí. Fear of missing out může hrát důležitou roli ve spojení s pasivním používáním sociálních sítí, sociálním srovnáváním a příznaky deprese (Przybylski a kol., 2013 in Burnell a kol. 2019). FoMO může být považován jako typ sociálního srovnávání sebe sama ve svůj neprospěch. Dochází zde totiž k myšlence, že ostatní mají více obohacující zážitky, a tedy že jsou lepší než sám jedinec (Reer, Tang, & Quandt, 2019 in Burnell a kol. 2019).

FoMO má nízkou až střední korelaci s několika aspekty zhoršeného well-being, včetně zhoršené životní spokojenosti a nálady (Przybylski a kol. 2013 in Burnell a kol., 2019), příznaky deprese (Baker a kol., 2016; Elhai, Levine, Dvorak, & Hall, 2016; Elhai a kol. 2018 in Burnell a kol., 2019), úzkosti (Elhai a kol., 2016; Elhai a kol., 2018 in Burnell a kol. 2019), stresu, či sklony k nudě (Elhai a kol., 2018 in Burnell a kol. 2019).

Podle výzkumu Burnella a kol. (2019) pasivní prohlížení sociálních sítí předpovídá sociální srovnávání, které je spojeno s vyšší úrovní FoMO. Ten dále předpovídá vyšší stupeň příznaků deprese, nižší stupeň komplexní sebehodnoty, vnímaného sociálního přijetí a vnímání svého vzhledu.

### **3.7.6 Sociální sítě jako místo bez zábran**

Na sociálních sítích se často vyskytuje plno nenávistných komentářů. Někteří uživatelé mohou nabývat pocitu, že se v případě virtuálního světa smí chovat proti morálním zásadám a často porušují i zákon. Sociální sítě nabízí i funkci tzv. „nahlášení“ příspěvku nebo i samotného uživatele. Sociální síť pak situaci prověří a případně nevhodný příspěvek smaže. Pokud se jedná o nahlášení uživatele, může sociální síť jeho účet zablokovat.



Podle Šmahela (2003 in Stašová a kol., 2015) je online svět nástrojem k mírnění úzkosti, kdy se uživatel stává více otevřeným, odvážným, ale také troufalým. Jedinec je zpravidla více výřečný a spontánní. V tomto prostředí se tedy snižuje strach, ale také obavy z případných následků. Dospívající často experimentují s rolí opozice. Objevuje se dokonce až extrémní provokace, kterou by si v reálném prostředí ze strachu z případných následků pravděpodobně nedovolili. Dále Šmahel ve své knize uvádí, že se uživatelé na internetu častěji setkávají se sexuálními narážkami, především dívky. Žádná z dívek účastnicí se jeho výzkumu ale nepopsala tyto zážitky jako vyloženě nepříjemné. Tento fakt dívky berou jako něco, s čím je nutné se vyrovnat, případně i s tím, že sexuální narážky více patří k „flirtování“ než jako v reálném životě. Je ale nutno zmínit, že tyto faktory nepůsobí vždy a v každém případě na všechny uživatele internetu. Na někoho mohou mít vyšší či nižší vliv a stejně tak se liší jejich vliv i co se týče různých typů komunikačních prostředí na internetu (Šmahel, 2003).

Šmahel dále zmiňuje, že lidé mají na sociálních sítích omezenou potřebu sebezpřítání a méně se zabývají míněním druhých lidí. Tzv. *flaming*, což je agresivní chování prostřednictvím slovního napadání, je na internetu až čtyřikrát častější než v reálném prostředí (2003). Podle psychologických teorií existují faktory, jež mohou agresi zvyšovat. Jedním z nich je například frustrace, která se podle Wallacové (1999 in Šmahel 2003) vytváří už samotnou technologií, co se týče její rychlosti, resp. pomalosti. Běžný uživatel podle ní čeká na odezvu, která může zvyšovat jeho frustraci, jež následně může vyvolat agresi. Autorka uvádí jako přijatelnou rychlost odezvy 2 nebo 3 sekundy, pokud se ale jedná o 8 či 9 sekund a déle, frustrace se zvyšuje. Jedna studie hovoří o rychlosti odezvy v reálné konverzaci, která činí 1,35 sekundy, když se jedná o osoby stejného pohlaví. Pokud se jedná o osoby různých pohlaví, čas činí 3,21 sekundy. Tento čas se ale může lišit například podle kultury (Wallace, 1999 in Šmahel, 2003). Dále mohou frustraci zvyšovat také technické obtíže (Šmahel, 2003). Často jsou ale důsledkem především jakékoliv negativní události či útoky vůči někomu blízkému, či nám samotným (Wallace, 1999 in Šmahel, 2003). Někteří lidé si na sociální sítě chodí často ulevit od negativního napětí.

Joinson (1998 in Šmahel, 2003) uvádí, že výzkum, jež byl zaměřený na otevřenost respondentů při vyplňování dotazníků, ukázal na skutečnost, že respondenti byli v případě využívání internetu méně úzkostliví než při psaní na papír. Šmahel ale dále uvádí, že tato skutečnost nastává za podmínky anonymity. Pokud byli respondenti nuceni uvést svá jména, tento efekt byl vytracen. Pokud má tedy jedinec využívající internet důvěru ve svou anonymitu a cítí se v bezpečí, jeho chování se liší v porovnání se situací, když své anonymitě příliš nevěří. Podle Joinsona (1998 in Šmahel, 2003) ale několik autorů poukazuje na to, že

toto virtuální prostředí lze označit jako prostředí bez zábran i za podmínky, kdy jsou v něm uváděna jména uživatelů a stávají se tedy méně anonymními.

### **3.7.7 Nebezpečí dětí na internetu**

Dle výzkumu EU Kids online IV z let 2017-2018, kde bylo dotazováno 2825 dětí a dospívajících ve věku 9-17 let používajících internet, téměř polovina dětí a dospívajících na sociálních sítích byla v kontaktu s neznámými lidmi. 23 % dětí a dospívajících přikývlo na nabídku osobního setkání. Většina z nich (78 %) má ale s tímto setkáním spíše pozitivní zkušenosti. Chlapci na sociálních sítích komunikují s neznámými lidmi o něco častěji než dívky, stejně tak se častěji s neznámými lidmi setkávají. Byli dotazováni děti a mladiství ve věku od 9 do 17 let používající internet. Dětem byly položeny otázky, zda byly někdy v kontaktu s lidmi, které neznaly a dále pak, zda se s nimi setkaly. Čím vyšší byl věk dětí, tím více se u výše uvedených otázek vyskytovala kladná odpověď. U dětí ve věku 9-10 let 16 % odpovědělo, že bylo na internetu v kontaktu s cizími lidmi a 5 % uvedlo, že se s neznámými lidmi opravdu setkala. 77 % mladistvých ve věku 15-17 let bylo v kontaktu s neznámými lidmi a 46 % z nich přikývlo na schůzku. Ze všech dotazovaných dětí a mladistvých, kteří se dostavili na schůzku, pak 2 % uvedla, že byla z této zkušenosti hodně nebo dost rozhozena, 11 % uvedlo, že nebylo rozhozeno vůbec a 78 % bylo za schůzku rádo. Dále se pak zkoumalo, zda byla dotyčná cizí osoba dospělá. 67 % dětí a dospívajících uvedlo, že se setkala s osobou v jejich věku nebo mladší a v 7 % případů se jednalo o dospělou osobu. Dívky se s dospělými setkávaly častěji než chlapci (EU Kids Online IV, 2018). Děti a mladiství si takto sice mohou najít nové kamarády, v některých případech ale může mít toto chování dětí a mladistvých na sociálních sítích i negativní následky.

Jak už bylo řečeno výše, lidé mohou mít na internetu mnohem menší zábrany a mnohem častěji se mohou uchýlovat k neetickému nebo nemravnému chování, které často přesahuje hranice zákona. Později by se to mohlo odrazit i do reálného života, kdy by u jedince mohla postupně vznikat celková emoční otupělost.

## 4. Praktická část

### 4.1 Cíle dotazníkového šetření

Hlavním cílem je zjistit, zda mladší generace používají sociální sítě více než starší generace. Díky tomu by na ně sociální sítě mohly mít větší vliv. Dále se tedy zaměřím na to, zda v současné generaci sociální sítě (či jiná média) vyvolávají negativní emoce, zda je rozptylují od jejich studia, práce či jejich koníčků a zda se odpovědi jednotlivých generací výrazněji liší. Zajímá mě názor respondentů na pozitivní či negativní vliv sociálních sítí či jiných médií na jejich psychiku a zda si myslí, že jsou na sociálních sítích závislí. Stejně tak se zaměřím i na účel, za kterým sociální sítě používají. Budu také zjišťovat, zda se respondenti se svými přáteli setkávají převážně na sociálních sítích nebo osobně. Kromě odlišností odpovědí mezi generacemi budu také porovnávat odpovědi respondentů ve věku 18-23 let z České republiky a z Thajska. Zde se zaměřím i na nejdůležitější životní hodnoty obou národů.

Myslím, že vzhledem k tomu, že jsou lidé této generace uživateli již od raného dospívání, více je také prožívají. Kvůli tomu mohou mít tyto platformy větší dopad na jejich psychiku. Na základě tvrzení autora McCrindla, jež napsal knihu o generacích, chci zjistit, zda mladší generace více trpí pocity samoty. Domnívám se, že starší generace nebudou sociálními sítěmi tolik ovlivňovány, protože je tak často nepoužívají, nedospívaly s nimi a mezilidské vztahy navazovaly přirozeněji.

### 4.2 Výzkumná metodologie

Pro výzkumné šetření jsem zvolila metodu průzkumu prostřednictvím anonymního dotazníku, který se skládá ze dvou částí. První část obsahuje 25 otázek, které jsou z větší části uzavřené, u některých z nich je navíc i možnost doplnění vlastní odpovědi. Několik prvních otázek slouží k rozdělení respondentů do skupin dle pohlaví, věkové kategorie a ekonomické aktivity. Další otázky se týkají postoje dotazovaného k sociálním sítím a digitálním médiím a jejich vlivu na jeho psychické rozpoložení. Dále pak jeho zkušeností se sociálními sítěmi a také například životních hodnot. Ve druhé části, která se týká vulnerability vůči stresu je 12 otázek s možností odpovědi ANO/NE. První část dotazníku jsem zhotovila na základě vlastních postřehů z konverzací vedených na toto téma s mými přáteli a rodinou a také na základě sledování chování lidí na sociálních sítích během doby, co jsem sama uživatelem. Druhou část týkající se vulnerability vůči stresu upravenou dle Beecha, 1987 mi poskytla vedoucí mé práce paní PhDr. Věra Strnadová, Ph.D. Dotazník jsem s paní doktorkou konzultovala.

Výzkum je zaměřený na generace Baby Boomers (případně i Pre Boomers) a dále na generace X, Y a Z. Dotazník byl vytvořen jak v tištěné, tak v elektronické formě, kdy jsem k jeho tvorbě použila Formuláře Google.

Nejmladší skupina respondentů, žáci Základní školy v Seči ve věku od 12 do 15 let, byla dotazována po předchozí domluvě s vedením školy v rámci občanské nauky formou tištěných dotazníků. Studentům FIM, UHK byly tištěné dotazníky předloženy v hodinách psychologie vedených mou vedoucí práce paní PhDr. Věrou Strnadovou, Ph.D. Výzkumné šetření v Thajsku se týkalo pouze studentů ze Suan Sunandha Rajabhat University, kdy všichni respondenti byli ve věku od 18-23 let. Tito studenti vyplňovali dotazník v elektronické formě přeložený do anglického jazyka. Díky paní doc. PhDr. Ivě Jedličkové, CSc. jsem se mohla dotázat i seniorů, kteří navštěvují Univerzitu třetího věku v Hradci Králové. Pro oslovení širšího počtu respondentů a různorodosti jejich oborů studia či povolání jsem umístila dotazník v elektronické formě také na sociální síť Facebook. Při zpracování dat formou tabulek a grafů jsem použila program Microsoft Excel. Dotazník je v české i v anglické verzi k nahlédnutí v závěru této práce v příloze.

Na základě dat z ČSÚ předpokládám, že mladší generace používají sociální sítě více než starší generace. Proto jsem stanovila nulovou hypotézu ( $H_0$ ), že mladší a starší generace používají sociální sítě ve stejné míře. Alternativní hypotéza ( $H_1$ ) říká, že mladší generace používají sociální sítě více než starší generace. Rozbor tedy vypadá takto:  $H_0: \Theta_1 = \Theta_2$  a  $H_1: \Theta_1 > \Theta_2$ , kdy  $\Theta_1$  značí používání sociálních sítí mladšími generacemi (12-39 let) a  $\Theta_2$  značí používání sociálních sítí staršími generacemi (40 let a více). Pro testování hypotéz byl využit Pearsonův chí-kvadrát test, který byl proveden v programu SPSS a v Microsoft Excel.

Celkem jsem obdržela 675 použitelných dotazníků, kdy 569 respondentů odpovídalo prostřednictvím českého dotazníku a 106 studentů z Thajska prostřednictvím dotazníku přeloženého do anglického jazyka. Ve věkové kategorii 12-17 let jsem obdržela celkem 60 odpovědí, od 31 chlapců a 29 dívek. Nejvíce respondentů bylo ve věku 18-23 let, kdy odpovědělo celkem 213 osob, 109 mužů a 104 žen. Respondentů ve věku 24-29 let bylo celkem 86, z toho 42 mužů a 44 žen. Ve věkové kategorii 30-39 let odpovědělo celkem 51 osob, 25 mužů a 26 žen. V kategorii respondentů mezi 40-49 lety odpovědělo 29 mužů a 25 žen, celkem tedy 54 osob. Z dotazovaných ve věku 50-59 let odpovědělo 23 mužů a 28 žen, celkem tedy 51 respondentů. Nejstarší skupina ve věku 60 let a více se skládala z 25 mužů a 29 žen, celkem tedy z 54 respondentů.

### 4.3 Výsledky dotazníkového šetření v České republice

V této kapitole shrnu významné výsledky výzkumného šetření týkající se respondentů z České republiky. Respondenty nejdříve rozdělím do patřičných kategorií a dále budu jejich odpovědi porovnávat. Srovnání výsledků respondentů z České republiky a z Thajska shrnu až v následující kapitole.

#### 4.3.1 Rozdělení výzkumného vzorku

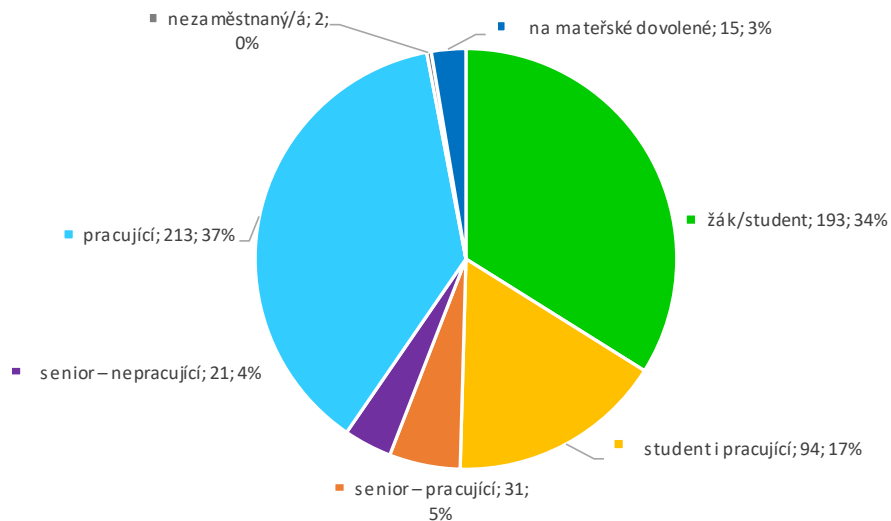
První tři otázky byly určeny k rozdělení respondentů podle pohlaví, věku a ekonomické aktivity. Výsledky jsou znázorněny v Tabulce 1 a Grafu 1.

Tabulka 1 Rozdělení generací dle věku a pohlaví

Generace	Věk. kategorie	Muži	%	Ženy	%	Celkem	%
Generace Z	12-17 let	31	52 %	29	48 %	60	100 %
	18-23 let	109	51 %	104	49 %	213	100 %
Generace Y	24-29 let	42	49 %	44	51 %	86	100 %
	30-39 let	25	49 %	26	51 %	51	100 %
Generace X	40-49 let	29	54 %	25	46 %	54	100 %
	50-59 let	23	45 %	28	55 %	51	100 %
Baby Boomers	60 let a více	25	46 %	29	54 %	54	100 %

#### Ekonomická aktivita

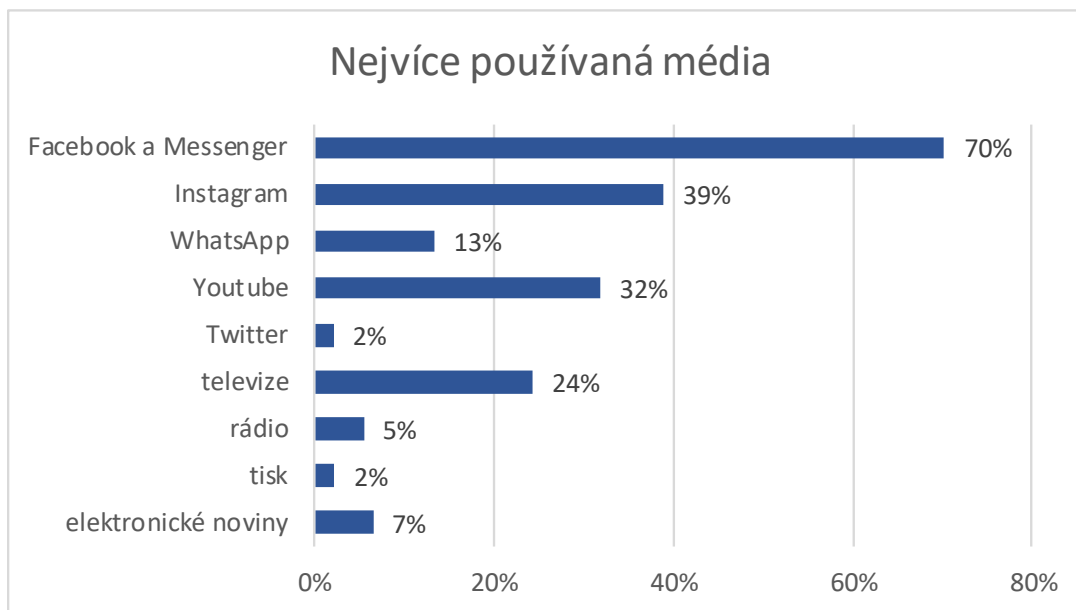
Nejvyšší část výzkumného vzorku tvoří pracující (37,43 %), dále pak žáci či studenti (33,92 % osob). Do kategorie student i pracující patří celkem 16,52 % respondentů. Výzkumný vzorek dále tvoří 5,45 % seniorů, kteří pracují a 3,69 % seniorů již nepracujících. Respondenti, kteří jsou na mateřské dovolené, tvoří 2,64 %. Nejnižší část vzorku tvoří nezaměstnaní (pouze 2 osoby; 0,35 %). Viz Graf 1.



Graf 1 Ekonomická aktivita respondentů z ČR

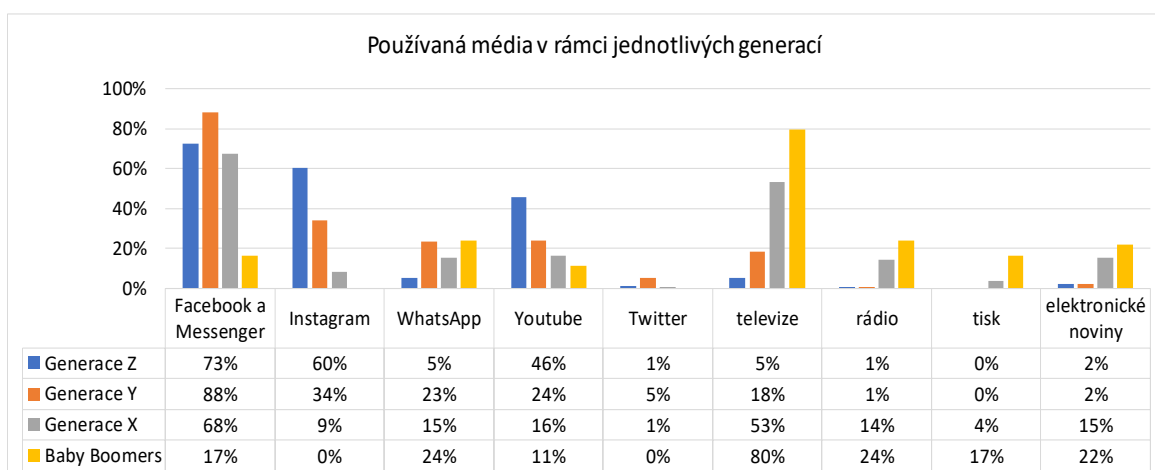
#### 4.3.2 Nejvíce používaná média

Respondentům byla položena otázka „Které z uvedených médií používáte nejvíce?“ a byla zde možnost maximálně dvou odpovědí. Mezi nejpoužívanější média v rámci všech respondentů patří Facebook a Messenger, dále Instagram a poté YouTube. Na čtvrtém místě je televize a níže se umístil WhatsApp. Jako nejméně používané médium označili respondenti Twitter (2,11 %). Výsledky jsou zaznamenány v Grafu 2.



Graf 2 Nejvíce používaná média celkem

Nejčastěji využívaná sociální síť Facebook a aplikace Messenger má nejvíce aktivní uživatele z generace Y, kde tuto možnost zvolilo celkem 88,32 % respondentů. Dále pak z generace Z, X a nejméně z generace Baby Boomers, případně Pre Boomers (16,67 %). O čím starší generaci se jedná, tím více patří mezi nepoužívanější média televize. Podobně je tomu tak i s elektronickými novinami či rádiem. Generace Y a Z ale tyto dvě média využívají téměř shodně. Naopak sociální síť Instagram a YouTube nejvíce používá generace Z a u starších generací oblíbenost rapidně klesá. Aplikace WhatsApp má nejvíce aktivních uživatelů z generace Baby Boomers, o něco méně ji využívá generace Y. Respondenti z generace Z ji používají z pouhých 5,49 %. Twitter dosáhl nejvýše 5,11 % (generace Y) a tisk zvolili pouze respondenti generace X a Baby Boomers. Výsledky jsou zaznamenány v Grafu 3 doplněném o tabulku.



Graf 3 Nejvíce používaná média v rámci jednotlivých generací

Pozn.: generace Z (12-23 let), generace Y (24-39 let), generace X (40-59 let), Baby Boomers (60 let a více)

Generace Z v České republice nejvíce používá Facebook a Messenger, dále Instagram a na třetím místě se umístil YouTube. Pokud tuto generaci ale ještě rozdělíme na dvě skupiny respondentů ve věku 12-17 let a 18-23 let, pořadí sociálních sítí se v těchto skupinách o něco liší. Mladší skupina nejčastěji zvolila sociální síť Instagram, dále YouTube a jako třetí Facebook a Messenger. Respondenti ve věku 18-23 let nejčastěji zvolili Facebook a Messenger, Instagram a jako třetí YouTube.

Generace Y nejčastěji využívá Facebook a Messenger, dále Instagram, YouTube a těsně za ním WhatsApp. I zde dvě věkové kategorie (24-29 let a 30-39 let) odpověděly trochu odlišně. Mladší kategorie nejčastěji využívá Facebook a Messenger, Instagram a dále YouTube a starší kategorie Facebook, WhatsApp a dále YouTube.

Generace X nejčastěji využívá Facebook a Messenger, televizi a dále YouTube. O něco méně jsou používány WhatsApp, elektronické noviny a rádio.

Respondenti věkové kategorie 60 let a více (Baby Boomers, případně Pre Boomers) nejčastěji uváděli televizi (79,63 %), na druhém místě se současně umístily WhatsApp a rádio (24,07 %). O něco méně častěji respondenti volili elektronické noviny (22,22 %). Na rozdíl od předchozích věkových kategorií se zde více objevoval tisk (viz Graf 3).

Facebook a Messenger volily častěji ženy než muži, až na věkovou kategorii 24-29 let, kde se procentuální podíl rovnal. Nejvýraznější **rozdíl mužů a žen** tvořila kategorie 12-17 let, kdy muži takto odpověděli z 40 % a ženy z 60 %. Sociální síť Instagram taktéž volily častěji ženy. Z nejstarší věkové kategorie 60 let a více tuto sociální síť ale nezvolil žádný respondent. Podobně jako předchozí je na tom také aplikace WhatsApp, kdy muži tvořili vyšší procentuální podíl pouze ve věkové kategorii 40-49 let. Naopak YouTube volili výrazně častěji muži, až na věkovou kategorii 50-59 let, kdy ženy takto odpověděly o 14 % častěji (43 % mužů a 57 % žen). Twitter zvolili pouze muži.

Co se týče rozdílných odpovědí vzhledem k **odlišné ekonomické aktivitě** respondentů, pracující nejčastěji uvedli, že používají Facebook a Messenger a poté televizi. O třetí místo se dělí WhatsApp a YouTube. Studenti i pracující a žáci či studenti používají nejčastěji Facebook a Messenger, Instagram a dále YouTube. Všechny ženy na mateřské dovolené uvedly, že používají Facebook a Messenger. Pracující senioři používají častěji sociální sítě a elektronické noviny než již nepracující, ti se častěji dívají na televizi a dávají přednost tisku.

### **4.3.3 Sociální sítě jako nejpoužívanější média**

Na otázku „Které z uvedených médií používáte nejvíce?“ celkem 86,64 % respondentů uvedlo nějakou sociální síť. S rostoucím věkem časté používání sociálních sítí klesá. Téměř každý respondent z generace Z (98,90 %) a Y (97,08) uvedl právě sociální síť. Vyšší rozdíl se objevil u generace X (73,33 %) a nejvýznamnější rozdíl nastal u generace Baby Boomers (24,07 %). Čím je tedy generace mladší, tím častěji používá sociální sítě. U Generací Y a Z je ale pouze nepatrný rozdíl (viz Tabulka 2).

Na základě dat v Tabulce 2 budu srovnávat výsledky týkající se využívání sociálních sítí. Výzkumný vzorek generace Baby Boomers, jež nejvíce využívá nějakou sociální síť, se ale skládá pouze ze 13 lidí. Výsledky odpovědí této generace mohou být tedy zkreslené. Pro zajímavost ale budu uvádět i jejich odpovědi.



Tabulka 2 Nejčastější využívání sociálních sítí v rámci generací

Generace	Celkem respondentů	Uvedlo sociální síť	Uvedlo sociální síť (v %)
Generace Z (12-23 let)	273	270	98,9 %
Generace Y (24-39 let)	137	133	97,1 %
Generace X (40-59 let)	105	77	73,3 %
Baby Boomers (60 let a více)	54	13	24,1 %
<b>Celkový součet</b>	<b>569</b>	<b>493</b>	<b>86,6 %</b>

#### 4.3.3.1 Závislost na sociálních sítích

Z 86,64 % respondentů, jež zvolili alespoň jednu sociální síť, se celkem 37,32 % domnívá, že jsou na zvolených médiích závislí. Nejmladší generace Z tvoří nejvyšší podíl s 43,70 %, dále pak generace Y s 37,59 %. Na třetím pořadí je ale s 23,08 % generace Baby Boomers a nejmenší podíl tvoří generace X (16,88 %). Data jsou znázorněna v Grafu 4.

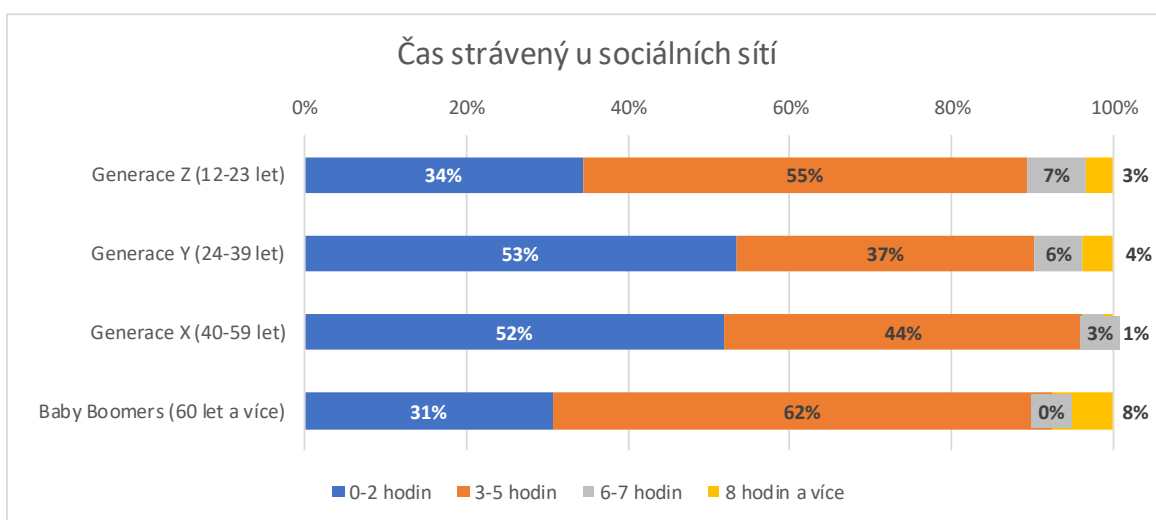
Muži a ženy odpovídali téměř shodně (37,40 % závislých mužů a 37,25 % žen).



Graf 4 Závislost na sociálních sítích v rámci generací

### 4.3.3.2 Čas strávený u sociálních sítí

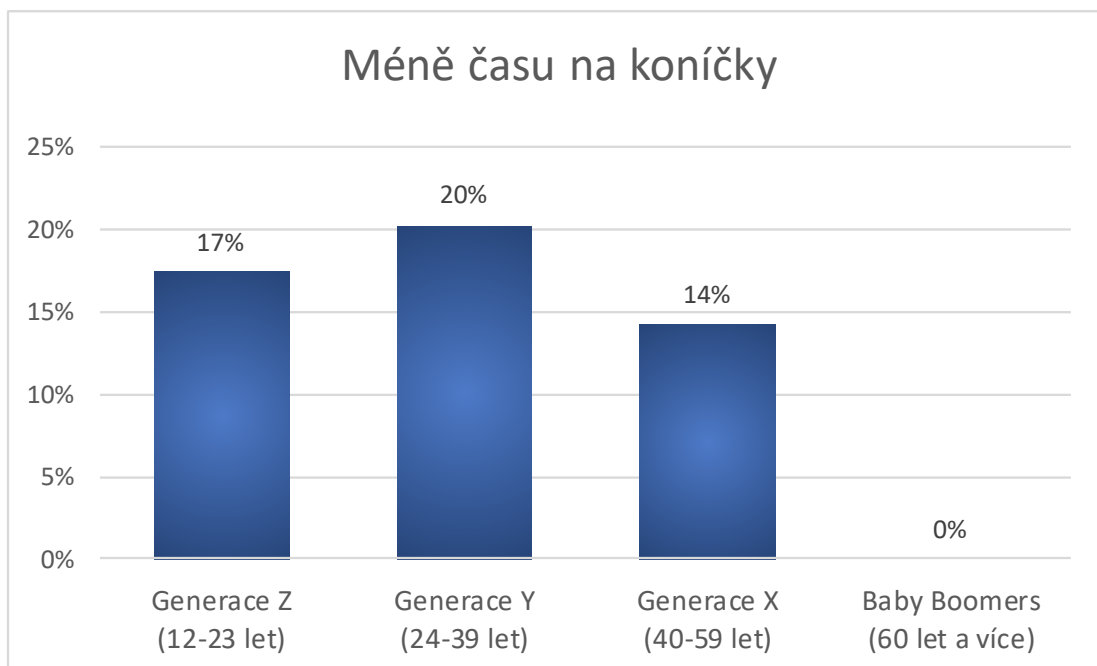
Z respondentů, jež zvolili jako nejvíce používané médium sociální síť, zde tráví nejvíce času nejstarší generace Baby Boomers. Jak už ale bylo zmíněno výše, výsledek může být nepřesný, protože se jedná pouze o výzkumný vzorek 13 lidí. Dále je čas strávený u sociálních sítí spojen s nízkým věkem. Generace Z tu tedy tráví nejvíce času, dále generace Y a poté generace X. Více než polovina respondentů generace Z uvedla, že u sociálních sítí stráví 3-5 hodin za den. Generace Y a X z více než poloviny uvedly, že zde stráví 0-2 hodiny denně. Graf byl vytvořen v programu Microsoft Excel pomocí kontingenčních tabulek a obsahuje drobné chyby v zaokrouhlení. Data jsou znázorněna v Grafu 5.



Graf 5 Počet hodin denně strávených u sociálních sítí (srovnání v rámci generací)

### 4.3.3.3 Méně času na koníčky

Z 86,64 % respondentů, jež zvolili alespoň jednu sociální síť, se celkem 17,24 % domnívá, že mají kvůli zvoleným médiím méně času na své koníčky. Nejvyšší podíl tvoří generace Y s 20,30 %, což znamená, že zhruba každý pátý respondent má méně času na své koníčky. O něco nižší podíl tvoří generace Z (17,41 %) a dále generace X (14,29 %). Nejstarší generace Baby Boomers se tato problematika ale pravděpodobně příliš netýká. Žádný z respondentů nemá pocit, že by se kvůli médiím ohledně svých koníčků omezoval. Data jsou znázorněna v Grafu 6.

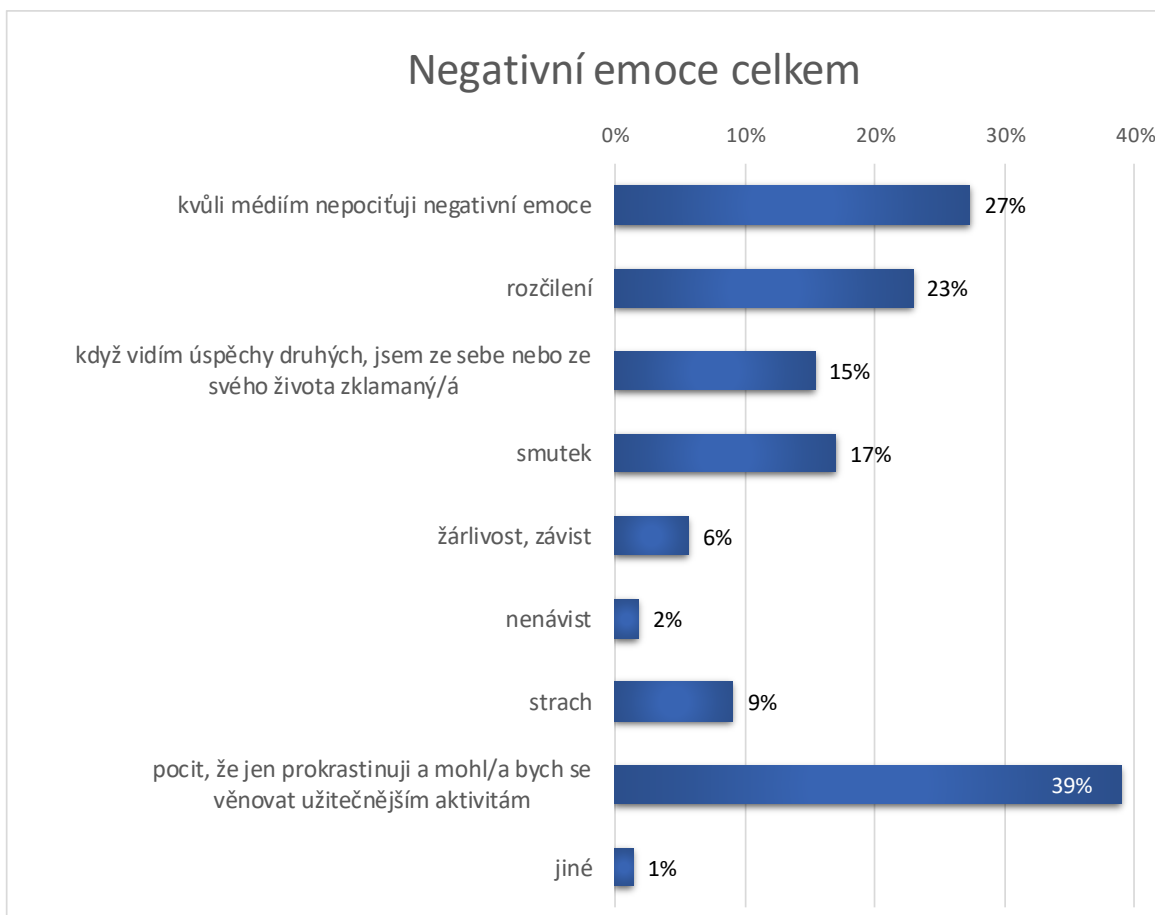


Graf 6 Méně času na koníčky vlivem sociálních sítí v rámci generací

#### 4.3.3.4 Negativní emoce

Z respondentů, jež uvedli jako nejčastěji používané médium nějakou sociální síť, jich vlivem jejich využití více než třetina zažívá pocit, že by se mohla věnovat užitečnějším aktivitám (38,95 %). Kvůli tomu mohou dále zažívat také depresivní pocity z promarněného času, jak již bylo zmíněno v teoretické části. 27,38 % respondentů ale kvůli médiím nepocítuje negativní emoce. Další nejčastější emoci je rozčilení, což může být například z důvodu odlišných názorů druhých a podobně. Takto odpověděla více než pětina respondentů (22,92 %). Další nejčastější emoci je smutek (17,04 %). Na sociálních sítích jsou často videa či zprávy, které v lidech vyvolávají právě tuto emoci. O něco méně často respondenti odpověděli, že když vidí, jak se daří ostatním lidem, jsou ze sebe nebo ze svého života zklamaní (15,42 %). V této otázce byla také možnost doplnění vlastní odpovědi, která obsahovala především pocity frustrace nebo znechucení. Dále se objevila také zoufalost, jeden respondent přesněji uvedl „zoufalství z názorů druhých“. Další emoci bylo i zklamání.

Data jsou znázorněna v Grafu 7.



Graf 7 Negativní emoce vznikající vlivem sociálních sítí (celkem)

Nejmladší generace nejčastěji uvedla, že u ní vybraná média vyvolávají pocit, že by se mohli věnovat užitečnějším aktivitám (43,3 %). Generace Y takto odpověděla o něco méně často (42,9 %). U starších generací výběr této odpovědi výrazně klesá. Další častou odpovědí bylo, že respondenti kvůli médiím nepocitují negativní emoce. Zde byl nejvyšší podíl u starších generací. Generace Z ale tvořila o 0,3 % vyšší podíl než generace Y. Jinak s nízkým věkem procentuální podíl klesal. Sociální sítě mají na mladší generace větší vliv. Lze se domnívat, že mimo věk může být důvodem i to, že generace Z a Y jsou uživateli již od dospívání, ne-li dokonce už od dětství.

Co se týče srovnávání sebe sama ve svůj neprospěch, generace Z takto odpověděla ze všech generací nejčastěji (20,4 %). U starších generací byl podíl nižší. Rozčilení pocituje nejčastěji generace X (32,5 %) a dále generace Y. (30,1 %). U generace Z byl podíl téměř dvakrát nižší než u generace X. Pocit žárlivosti nebo závisti celkem tvořil malý podíl, největší část ale tvořila nejmladší generace Z (8,5 %). Smutek a strach zažívá vlivem médií nejčastěji generace Baby Boomers. Jelikož se ale tento výzkumný vzorek skládá z 13 respondentů, výsledek nemusí být přesný. Z generace X zvolila smutek téměř pětina respondentů (19,5 %).

Generace Y a Z se opět téměř shodovaly (15,8 % a 15,9 %). Vyjma přidaných odpovědí respondentů tvořila nejnižší podíl nenávist. Data jsou znázorněna v Tabulce 3.

Generace Z tedy nejčastěji uvedla, že má pocit, že pouze prokrastinuje a mohla by se věnovat užitečnějším aktivitám. Druhou nejčastější odpovědí bylo, že kvůli vybraným médiím nepocituje negativní emoce. Dále více než pětina respondentů uvedla, že jsou ze sebe nebo ze svého života zklamaní, když na internetu vidí, jak se ostatním daří. 17,4 % respondentů této generace uvedlo, že se vlivem sociálních sítí rozčilují. O něco méně jich zažívá smutek (15,9 %). Jeden respondent (muž ve věku 18-23 let, student) odpověděl, cituji: „zoufalství z názorů druhých“. Další muž, taktéž student a ve stejném věku uvedl, že „lidstvo ztrácí přehled o realitě (dívka se podívá na profil své kamarádky zpěvačky, která sdílí pouze úspěch a luxus, kvůli kterému má dívka pocit, že jí něco schází)“. Zde respondent neuvedl emoci, lze ale předpokládat, že je spíše negativní.

Generace Y taktéž nejčastěji uvedla, že by se mohla věnovat užitečnějším aktivitám. Další nejčastější odpovědí bylo ale rozčilení (30,1 %). 15,8 % uvedlo, že pocítují smutek. Důvodem mohou být například špatné zprávy, jako jsou dopravní nehody a podobně. Stejně často byl zvolen strach a zklamání kvůli srovnávání sebe sama ve svůj neprospěch (12 %). Dva respondenti, pracující muž ve věku 24-29 let a pracující žena ve věku 30-39 let uvedli jako negativní emoci frustraci. Muž uvedl, cituji: „frustraci z důvodu, že většina naší společnosti je neschopná si ověřovat informace a věří kde čemu“. Žena uvedla jako důvod frustrace pomalou rychlost internetu či počítače. Další dva respondenti uvedli znechucení. Pracující žena ve věku 30-39 let uvedla, že je znechucená, jak média zkreslují informace. Jiná pracující žena ve věku 24-29 let uvedla, že se cítí znechucena z důvodu, jak někteří lidé dokážou být nenávistní a hnusní na ostatní. Další pracující žena ve věku 24-29 let uvedla zklamání. Konkrétně, cituji: „zklamání z toho, kam ten svět spěje“.

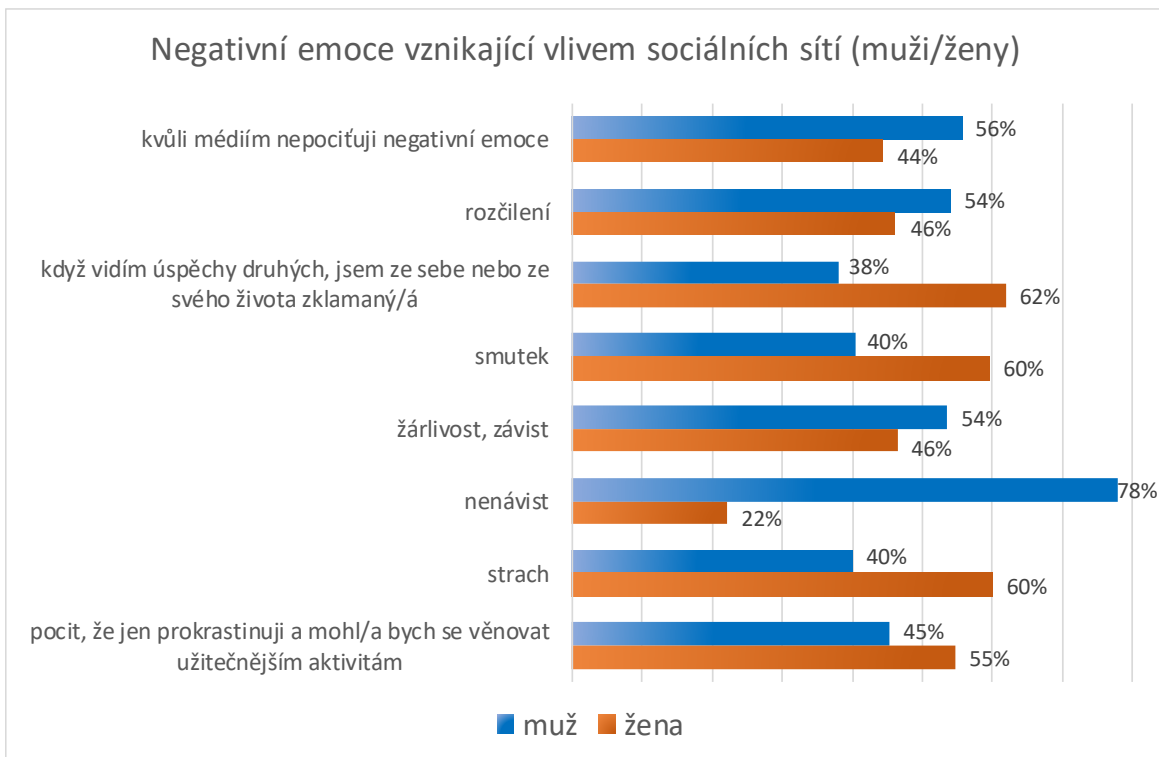
Respondenti z generace X nejčastěji uváděli, že kvůli sociálním sítím nepocítují negativní emoce (40,3 %). Nejčastější negativní emoci je u této generace rozčilení (32,5 %). Dále pak pocit prokrastinace, který uvedla téměř čtvrtina respondentů. Skoro pětina respondentů této generace uvedla smutek.

Jak už bylo řečeno výše, generace Baby Boomers se skládá pouze ze vzorku 13 lidí, jež uvedli jako nejvíce používané médium nějakou sociální síť. Výsledky tedy mohou být zkreslené, pro zajímavost zde ale uvedu i jejich výsledné odpovědi. Téměř polovina z nich nepocituje vlivem sociálních sítí negativní emoce, 38,5 % ale zažívá smutek. Třetí nejčastější odpovědí byl strach, kdy takto odpovědělo 15,4 % respondentů. Viz Tabulka 3, ve které jsou zvýrazněny tři nejčastější odpovědi.

Tabulka 3 Negativní emoce vznikající vlivem sociálních sítí v rámci generací

Negativní emoce	Generace Z (12-23 let)	Generace Y (24-39 let)	Generace X (40-59 let)	Baby Boomers (60 let a více)
kvůli médiím nepociťuji negativní emoce	<u>24,4 %</u>	<u>24,1 %</u>	<u>40,3 %</u>	<u>46,2 %</u>
rozčilení (např. kvůli odlišným názorům druhých – politika apod.)	17,4 %	<u>30,1 %</u>	<u>32,5 %</u>	7,7 %
když vidím úspěchy/vzhled/životní situace druhých, jsem ze sebe nebo ze svého života zklamaný/á	<u>20,4 %</u>	12,0 %	5,2 %	7,7 %
smutek (např. kvůli špatným zprávám, dopravním nehodám apod.)	15,9 %	15,8 %	19,5 %	<u>38,5 %</u>
žárlivost, závist	8,5 %	3,0 %	1,3 %	0,0 %
nenávist (např. kvůli příspěvkům celebrit nebo uživatelů, které nemáte rád/a apod.)	2,2 %	2,3 %	0,0 %	0,0 %
strach (např. ze situace ve světě, zneužití informací/fotografií apod.)	7,4 %	12,0 %	9,1 %	<u>15,4 %</u>
pocit, že jen prokrastinuji a mohl/a bych se věnovat užitečnějším aktivitám	<u>43,3 %</u>	<u>42,9 %</u>	<u>23,4 %</u>	0,0 %
jiné	0,7 %	3,8 %	0,0 %	0,0 %

Z respondentů, kteří uvedli, že vlivem médií nepociťují negativní emoce, takto odpovědělo o 12 % více žen než mužů. Pocit, že by respondent mohl věnovat čas užitečnějším aktivitám než sociálním sítím, uváděly častěji ženy (55 %). Muži se o 9 % častěji rozčilují. Výrazný rozdíl se projevil u odpovědi „když vidím úspěchy/vzhled/životní situace druhých, jsem ze sebe nebo ze svého života zklamaný/á“. Ženy zde tvoří 62% podíl. To může znamenat, že ženy mají vyšší tendenci se srovnávat s ostatními a více o sobě pochybovat. Stejně tak uváděly ženy častěji smutek než muži, čehož často využívají reklamy, které se snaží zapůsobit na city potenciálních zákazníků. U ostatních odpovědí je celkový podíl poněkud nižší, a tak nelze výsledky odpovědí mužů a žen příliš srovnávat (např. nenávist zvolilo pouze 1,8 % respondentů, z toho 75 % mužů). Data jsou znázorněna v Grafu 8.

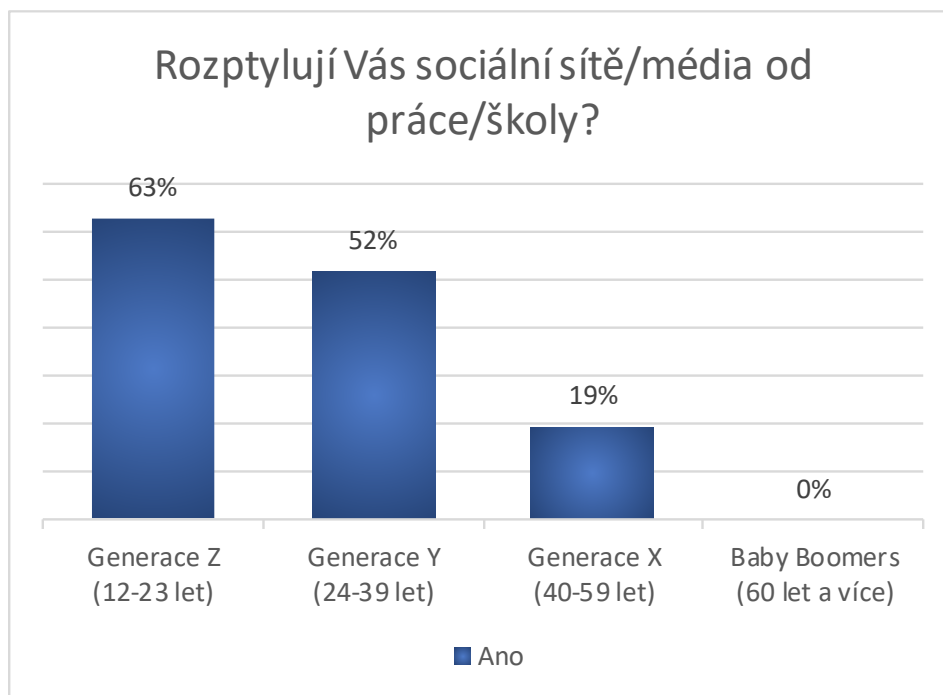


Graf 8 Negativní emoce vznikající vlivem sociálních sítí (srovnání odpovědí mužů a žen)

#### 4.3.3.5 Odvádění pozornosti od práce či studia

Celkem 52 % respondentů z těch, kteří zvolili jako nejpoužívanější médium alespoň jednu sociální síť, uvedlo, že je vybraná média rozptylují od práce či studia.

O čím mladší generaci se jedná, tím více je jejich pozornost odváděna. Z generace Z takto odpovědělo 63 % respondentů, z generace Y 52 % a z generace X 19 %. Nejstarší generace Baby Boomers s tímto pravděpodobně problém nemá, žádný respondent nevedl, že by byla jeho pozornost vlivem zvolených médií odváděna. Data jsou znázorněna v Grafu 9. Muži a ženy odpovídali téměř shodně (51 % mužů a 52 % žen).



*Graf 9 Odvádění pozornosti sociálními sítěmi od práce či studia (srovnání v rámci generací)*

#### **4.3.3.6 Vliv sociálních sítí na psychiku respondentů**

Respondenti, kteří jako jedno z nejpoužívanějších médií uvedli nějakou sociální síť, se celkem z 57 % domnívají, že jimi uvedená média působí dobře na jejich psychiku.

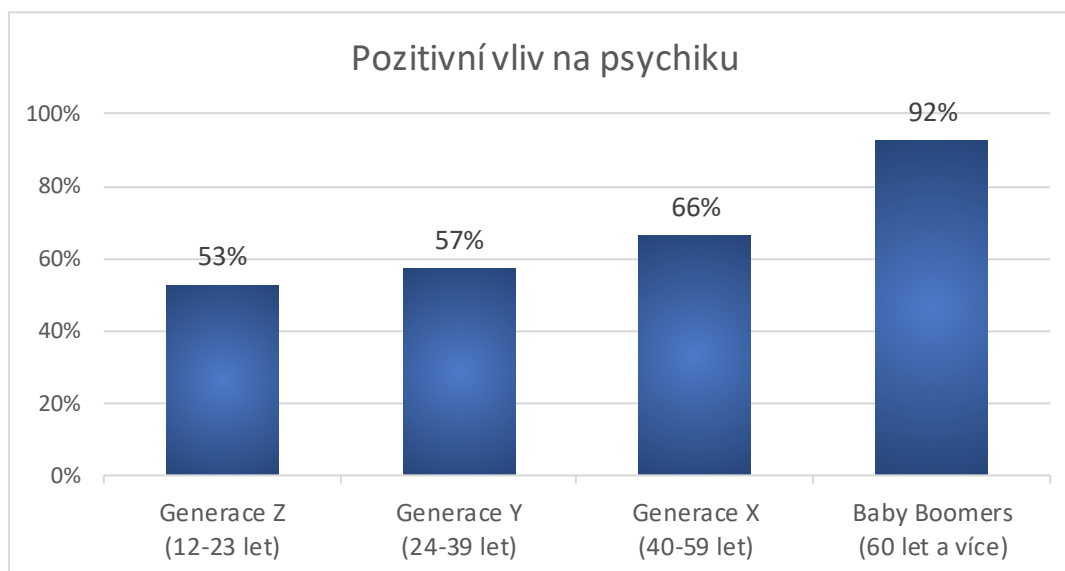
Názor jednotlivých generací se ale poněkud liší. Čím mladší generace, tím častěji odpověděla na otázku „Myslíte, že média, která jste zvolil/a výše, působí dobře na Vaši psychiku?“ záporně. V každé generaci se ale většina respondentů domnívá, že mají sociální sítě na jejich psychiku dobrý vliv. Viz graf č. 10.

Jelikož mladší generace zažívají vlivem sociálních sítí častěji negativní emoce než starší generace, je potom logické, že podle nich nemají sociální sítě dobrý vliv na jejich psychické rozpoložení. Respondenti generace Z například nejvíce ze všech generací (20 %) uvedli, že jsou ze sebe nebo ze svého života zklamaní, když vidí, jak se ostatním lidem daří. Srovnávání se s druhými ve svůj neprospěch nepůsobí pozitivně na lidskou psychiku a lidé by měli brát na vědomí, že informace na sociálních sítích bývají mnohdy až nereálně přikrášlené. Jak už bylo zmíněno v teoretické části, lidé mají tendenci na sociálních sítích sdílet především pozitivní a hezké příspěvky. Nejmladší respondenti také uvedli, že mají pocit, že by se mohli namísto sociálním sítím věnovat užitečnějším aktivitám. Pocit promarněného času taktéž nepůsobí příliš dobře na psychické rozpoložení jedince. Mladší



generace jsou sociálními sítěmi také nejvíce rozptylovány od práce či studia a respondenti i častěji uvedli, že mají méně času na své koníčky.

Názor mužů a žen se opět nelišil. 57 % mužů i žen se domnívá, že mají jimi zvolená média pozitivní vliv na jejich psychiku.

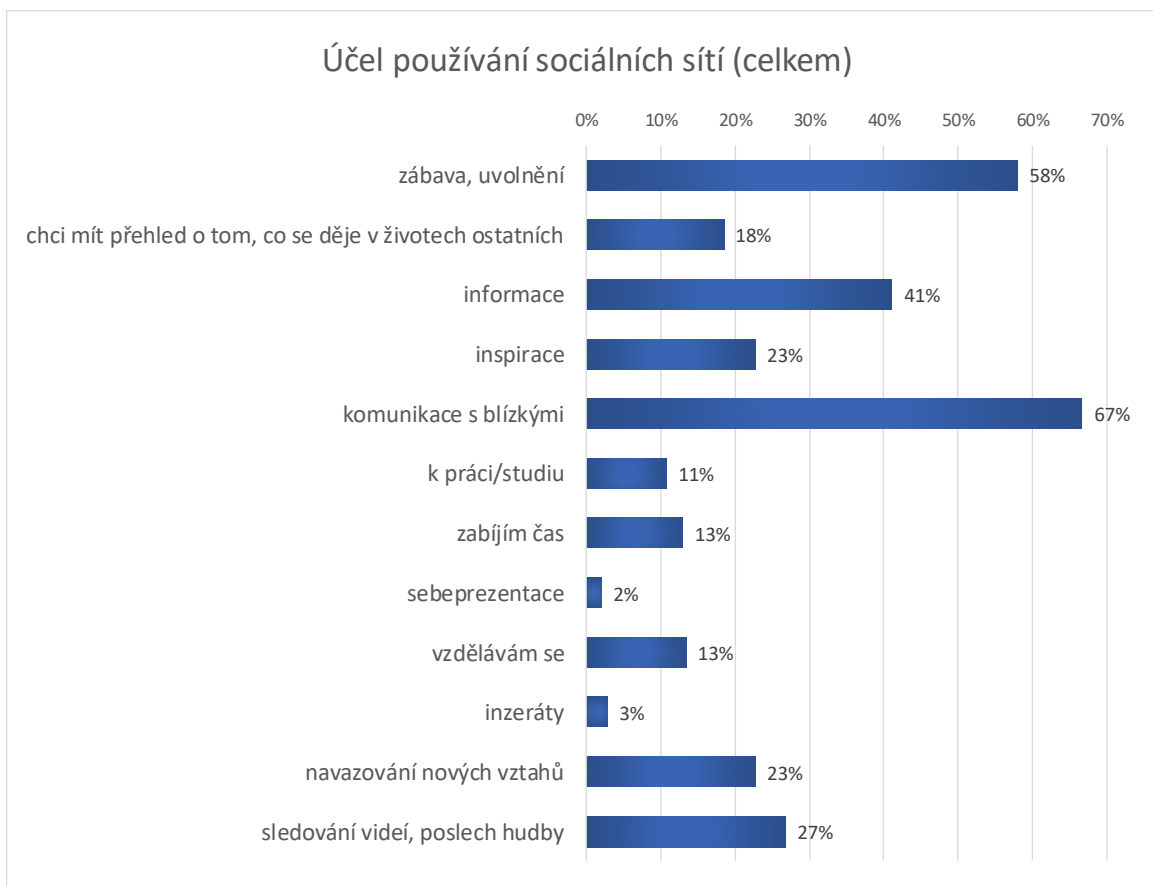


Graf 10 Pozitivní vliv sociálních sítí na psychiku respondentů (srovnání v rámci generací)

#### 4.3.3.7 Účel používání sociálních sítí

Respondenti, používající z uvedených médií nejčastěji sociální sítě, je využívají za účelem komunikace s blízkými (67 %), dále pro zábavu či uvolnění (58 %) a kvůli informacím (41 %). Dalším důvodem používání sociálních sítí je také sledování videí či poslech hudby, což umožňuje především YouTube. Se stejným podílem 23 % je pak používání za účelem inspirace a navazování nových vztahů. Viz Graf 11.

Sociální sítě ale nevyužívají pouze běžní uživatelé pro osobní účely. Lze zde nalézt mnoho firemních stránek, které jsou vytvářeny za účelem zvýšení povědomí o značce, prodeje, propagace či za účelem neustálého informování stávajících či potenciálních zákazníků (např. zavádění nového produktu na trh a podobně).



Graf 11 Účel používání sociálních sítí (celkem)

Generace Z sociální sítě používá především kvůli komunikaci s blízkými (64 %). Dalším nejčastějším důvodem je také zábava (60 %). Mladá generace zde taky hledá informace, například o situaci ve světě, nadcházejících událostech a podobně (38 %). Ze všech generací ale takto odpověděla nejméně často. Nejvíce ze všech generací na sociálních sítích ale sleduje videa či poslouchá hudbu. Oproti ostatním nejčastěji také tyto platformy používá, protože chce mít přehled o tom, co se děje v životě ostatních lidí (více než pětina respondentů).

Generace Y sociální sítě taktéž používá především za účelem komunikace s blízkými (74 %), dokonce nejčastěji ze všech generací. Dalším důvodem je opět zábava, pro kterou hlasovala více než polovina respondentů. Třetím nejčastějším důvodem využití jsou opět informace (42 %). Čtvrtina respondentů této generace sociální sítě používá i kvůli inspiraci, kterou zde nalézají. Čtvrtina je také používá za účelem navazování nových vztahů.

Generace X také sociální sítě používá kvůli komunikaci s blízkými (68 %), dále opět kvůli zábavě či uvolnění (57 %) a pro získávání informací (48 %). Více než pětina respondentů zde nalézá inspiraci a nové vztahy. 16 % respondentů se zde také vzdělává.

Pro zajímavost uvedu také odpovědi Baby Boomers, případně Pre Boomers. Zde se pořadí častých odpovědí poněkud liší. Nejčastěji respondenti zvolili zábavu či uvolnění, dokonce nejvíce ze všech generací (69 %). Dále pak sociální sítě používají, aby se informovali například o situaci ve světě (62 %) a dále pak ke komunikaci s blízkými (46 %). Nejvíce ze všech generací se zde také vzdělávají (23 %). Viz Tabulka 4.

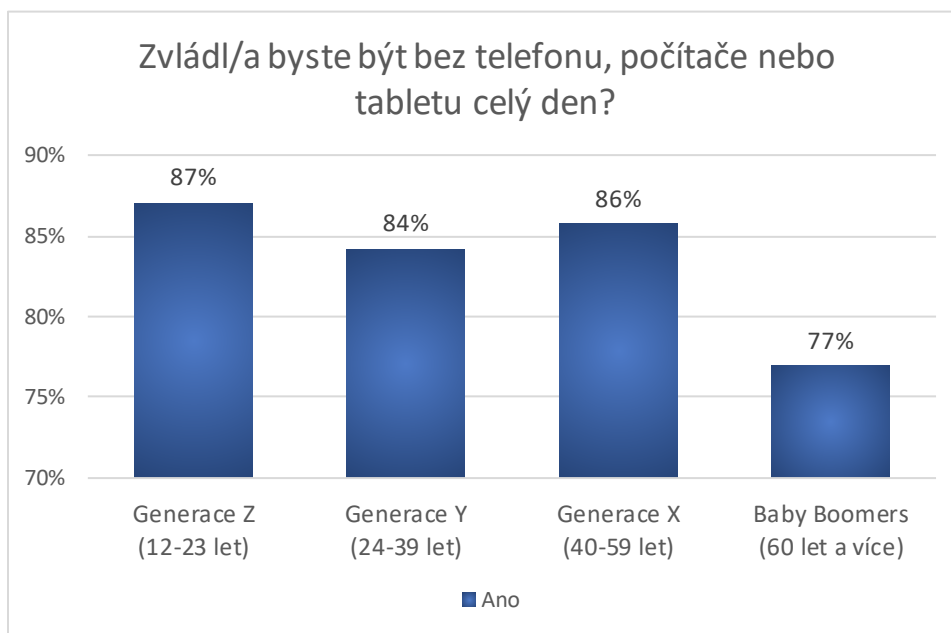
Tabulka 4 Účel používání sociálních sítí (srovnání v rámci generací)

Účel	Generace Z (12-23 let)	Generace Y (24-39 let)	Generace X (40-59 let)	Baby Boomers (60 let a více)
<b>zábava, uvolnění</b>	<b>60 %</b>	<b>53 %</b>	<b>57 %</b>	<b>69 %</b>
chci mít přehled o tom, co se děje v životě ostatních lidí	21 %	17 %	13 %	15 %
<b>informace (co se děje ve světě, nadcházející události apod.)</b>	<b>38 %</b>	<b>42 %</b>	<b>48 %</b>	<b>62 %</b>
inspirace (návody, recepty, tipy na výlety, módní inspirace apod.)	23 %	25 %	22 %	8 %
<b>komunikace s blízkými</b>	<b>64 %</b>	<b>74 %</b>	<b>68 %</b>	<b>46 %</b>
k práci/studiu	9 %	14 %	12 %	8 %
zabývám čas	14 %	17 %	4 %	0 %
sebe prezentace	2 %	2 %	3 %	0 %
<b>vzdělávám se (dokumentární filmy apod.)</b>	<b>13 %</b>	<b>12 %</b>	<b>16 %</b>	<b>23 %</b>
inzeráty	1 %	5 %	3 %	15 %
navazování nových vztahů	23 %	25 %	22 %	8 %
<b>sledování videí, poslech hudby</b>	<b>36 %</b>	<b>17 %</b>	<b>13 %</b>	<b>23 %</b>

#### 4.3.3.8 Den bez telefonu, počítače či tabletu

Velká většina respondentů by bez telefonu, počítače, notebooku či tabletu zvládla vydržet celý den. Zajímavé je, že nejvíce respondentů takto odpovědělo právě u nejmladší generace Z. Překvapivý výsledek se vyskytl také u generace Baby Boomers, zde ale mohou být výsledky nepřesné. Data jsou znázorněna v Grafu 12.

Muži a ženy odpovídali téměř shodně. O 3 % více žen, než mužů uvedlo, že by bez telefonu či dalších uvedených zařízení zvládlo celý den.



Graf 12 Den bez telefonu, počítače či tabletu (srovnání v rámci generací)

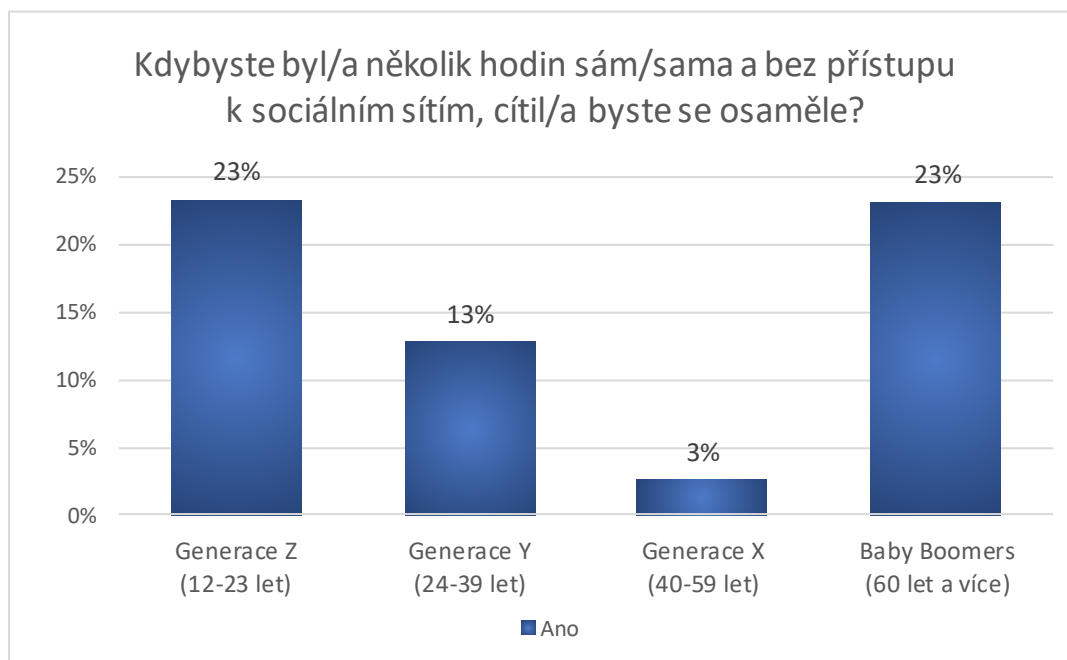
Někteří uživatelé zkusí tzv. digitální detox. Mnohdy na nějaký čas odloží telefon, či si dočasně zruší účet na sociální síti nebo pouze odinstalují aplikace, aby si od nadměrného množství informací odpočinuli. Často lidé tvrdí, že se po detoxu cítí lépe, klesne u nich hladina stresu a jsou více soustředění.

#### 4.3.3.9 Pocit osamělosti bez přístupu k sociálním sítím

Jak bylo uvedeno v teoretické části, generace Z má vyšší tendence k pocitům osamělosti než ostatní generace. Jedním z důvodů může být zvyšující se individualizace. Otázkou „Kdybyste byl/a několik hodin sám/sama a bez přístupu k sociálním sítím, cítil/a byste se osaměle?“ jsem chtěla poukázat na to, že mladší generace mají možná větší problém být chvíli sami se sebou a cítit se přitom stále dobře. S tím může souviset i fear of missing out, který byl taktéž zmíněn v teoretické části.

Více než pětina respondentů nejmladší generace, kteří zvolili jako nejvíce používané médium sociální síť, uvedla, že by se za podmínky, kdy by měla být několik hodin sama a neměla by přístup k sociálním sítím, cítila osaměle. Stejně odpověděla i generace Baby Boomers, zde ale mohou být data opět zkreslená. Mimo tuto generaci pocit osamělosti u starších generací klesal. Viz Graf 13.

Srovnání odpovědí v rámci mužů a žen je opět téměř shodné. O 2 % více žen, než mužů je náchylných k pocitům samoty.



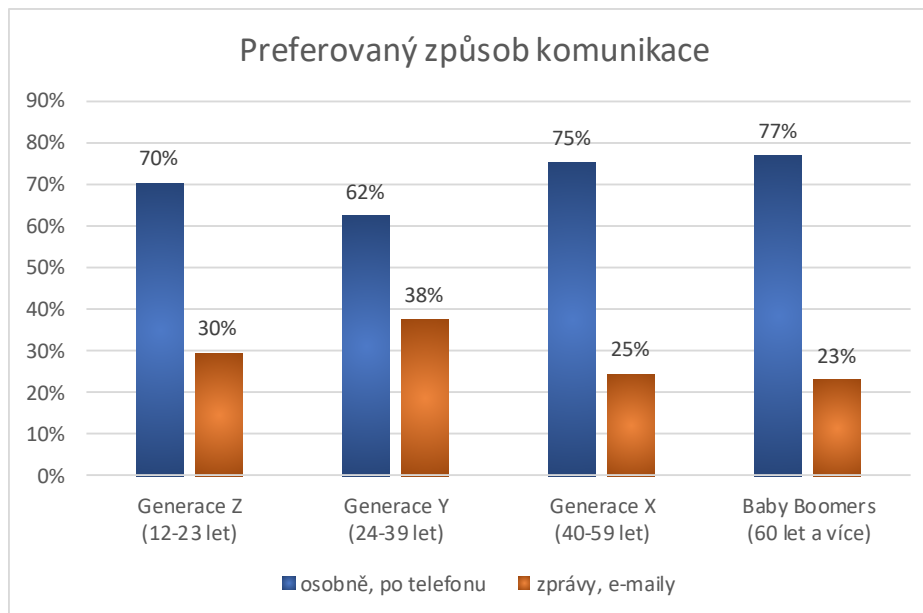
Graf 13 Pocit osamělosti (srovnání v rámci generací)

#### 4.3.3.10 Realita a svět online

Většina respondentů ze všech generací, kteří zvolili jako nejvíce používané médium alespoň jednu sociální síť, preferuje osobní komunikaci nebo komunikaci po telefonu. Již několikrát jsem se setkala se situací, kdy lidé v mém okolí neradi telefonovali s člověkem, se kterým si nebyli tak blízcí a raději zaslali zprávu. Jak již bylo zmíněno v teoretické části, pro plaché lidi může být zasílání zpráv příjemnějším způsobem komunikace s ostatními, dokonce i s přáteli, pokud se jedná například o vážná témata.

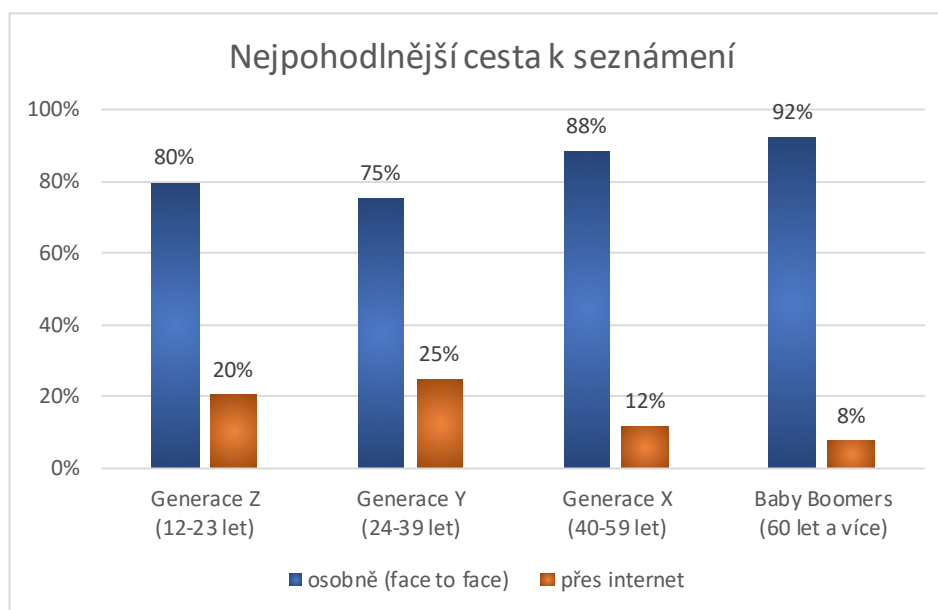
Generace Y upřednostňuje osobní komunikaci ze všech nejméně (62 %). Dále pak generace Z s 70 % respondenty, z generace X upřednostňuje osobní komunikaci 75 % a 77 % respondentů z generace Baby Boomers. Výsledná data jsou znázorněna v Grafu 14.

Tyto rozdíly u mladších a starších generací mohou existovat opět z toho důvodu, že mnoho respondentů generace Z a Y s moderní technikou již vyrůstalo, jsou na ni tedy více zvyklí a s přáteli zde běžně komunikují.



Graf 14 Preferovaný způsob komunikace (srovnání v rámci generací)

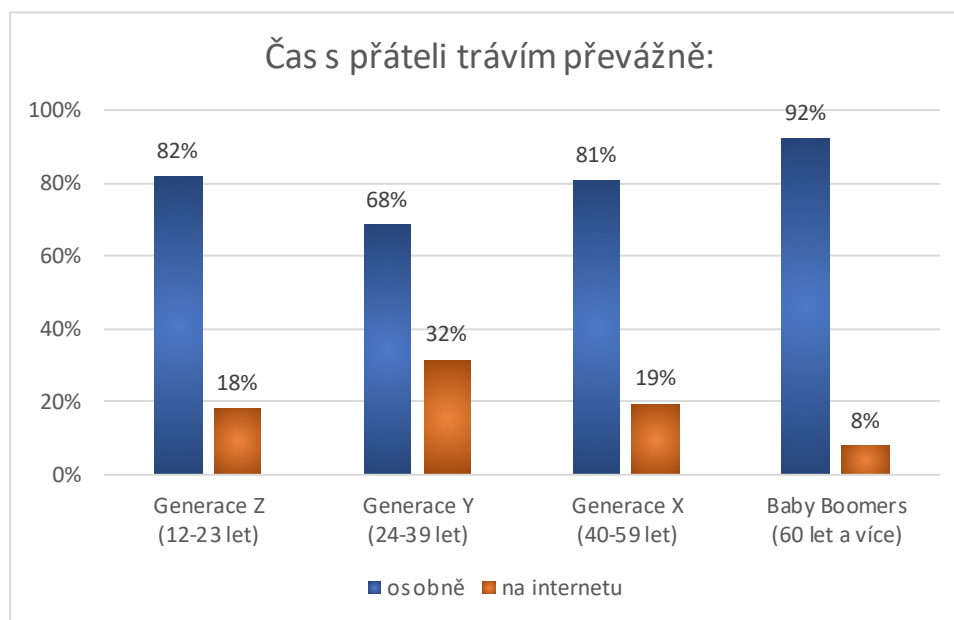
Co se týče nejpohodlnější cesty k seznámení s jinou osobou, pořadí generací je shodné jako u předešlé otázky. Preference skutečného světa je v tomto ohledu ale o něco vyšší. Seznámení prostřednictvím internetu preferuje nejvíce ze všech generací generace Y (25 %), dále mladší generace Z (20 %). Z generace X pouze 12 % respondentů, jež nejvíce používají nějakou sociální síť. Z generace Baby Boomers pouhých 8 %. Výsledná data jsou znázorněna v Grafu 15.



Graf 15 Nejpohodlnější cesta k seznámení (srovnání v rámci generací)

Nejčastěji tráví čas s přáteli na internetu generace Y (32 %). Dále překvapivě generace X (19 %) a vzápětí generace Z (18 %). Z Baby Boomerů pouze 8 % respondentů. Výsledná data jsou znázorněna v Grafu 16.

Tento výsledek se může zdát poněkud překvapivý, vzhledem k tomu, že generace Z zde tráví dle předchozích výsledků více času než generace Y a X. Sociální sítě ale kromě komunikace s blízkými (64 %) používá nejmladší generace téměř shodně také za účelem zábavy (60 %). Oproti tomu generace X ze 74 % na sociálních sítích převážně komunikuje se svými blízkými a druhý nejčastěji zvolený účel použití je zábava, kterou zvolilo 53 % respondentů (viz Tabulka 4).



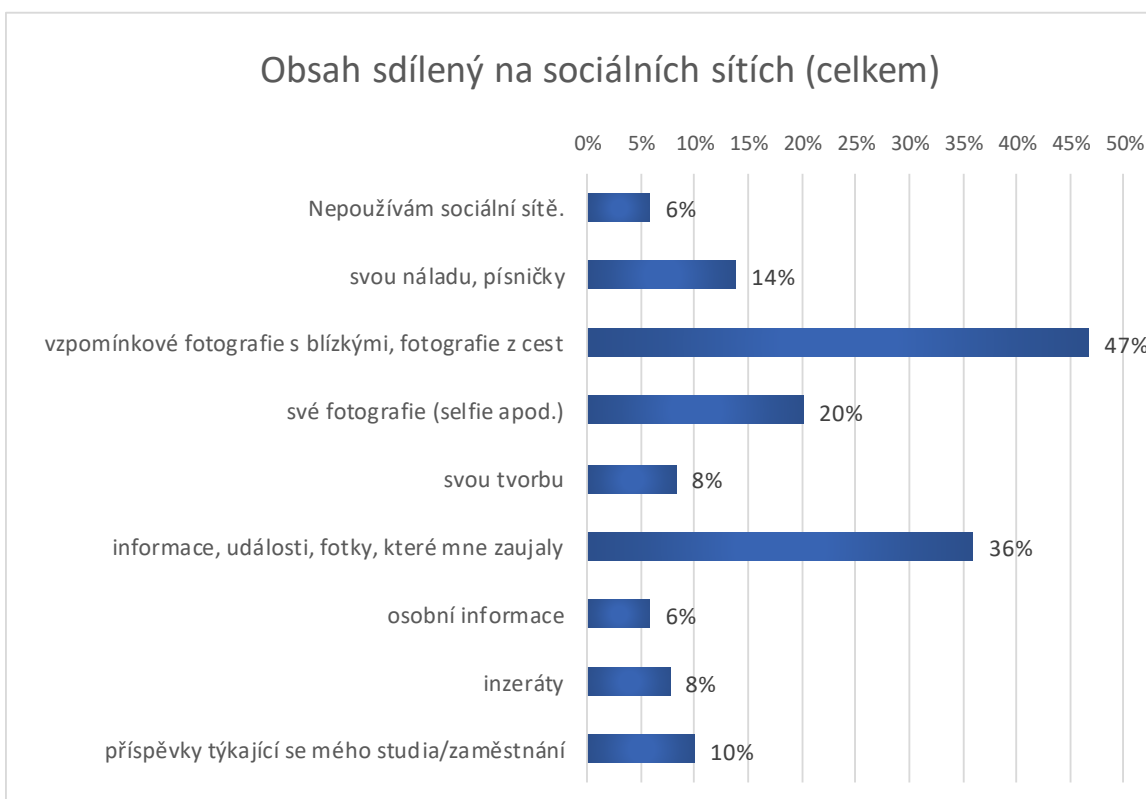
*Graf 16 Trávení času s přáteli osobně/na internetu (srovnání v rámci generací)*

Je překvapivé, že u všech výše uvedených otázek zvolila online svět nejčastěji ze všech generací právě generace Y. Očekávala bych, že by to byla právě nejmladší generace Z. Jelikož jsou ale nejmladší respondenti z velké většiny studenti či žáci, lze předpokládat, že tráví čas s přáteli celý den ve škole. Kdežto generace Y, která se se sociálními sítěmi často setkala také již v dospívání a skládá se především z pracujících, nemá tolik volného času a přátele mají často i mimo zaměstnání. Starší generace také mohou mít větší problém se seznamováním s novými lidmi než generace mladší, které s přáteli častěji chodí za zábavou.

#### 4.3.3.11 Obsah sdílený na sociálních sítích

Z respondentů, kteří zvolili jako nejvíce používané médium nějakou sociální síť, u otázky „Jaký obsah na sociálních sítích převážně sdílíte?“ několik zvolilo „Nepoužívám sociální sítě“. Jelikož jsem zde nenabídla odpověď „nic nesdílím“, lze usuzovat, že ji respondenti vybrali právě z toho důvodu, že sociální sítě tímto způsobem nepoužívají a nic nesdílí. Jednalo se ale o 6 % z těch, kteří uvedli jako často používané médium nějakou sociální síť.

Dále téměř polovina uvedla, že sdílí vzpomínkové fotografie, například s blízkými či z cestování. Další častou odpovědí byly také informace, události, či fotografie a další, které uživatele zaujaly. Pětina respondentů zde sdílí své fotografie (tzv. selfie a podobně). 14 % respondentů uvedlo, že na sociálních sítích s ostatními uživateli sdílí svou náladu nebo písničky. Příspěvky, které se týkají studia či zaměstnání sdílí 10 % respondentů. 8 % respondentů sdílí svou uměleckou tvorbu, jako například umělecké fotografie, malby, kresby či vlastní hudbu. Stejně procento zde vkládá inzeráty. Nejméně respondentů sdílí osobní informace týkající se například jejich zaměstnání, životních událostí a podobně. Viz Graf 17.



Graf 17 Obsah sdílený na sociálních sítích (celkem)



Nejmladší generace nejčastěji sdílí vzpomínkové fotografie (50 %), což je nejvíce ze všech generací. Dále pak své fotografie, čímž se myslí příspěvky, na kterých je respondent (například tzv. selfie), což oproti jiným generacím opět uvedli nejčastěji respondenti generace Z. Dále pak více než čtvrtina sdílí události, fotografie či jiné příspěvky, které uživatele zaujaly. Tuto možnost zvolila generace Z oproti starším generacím méně často. Téměř pětina respondentů zde sdílí svou náladu či písničky. Tuto možnost zvolila oproti ostatním generacím opět nejvíce generace Z.

Generace Y nejvíce sdílí taktéž vzpomínkové fotografie (46 %). Dále pak informace, fotky či jiné příspěvky, které je zaujaly (40 %). Na třetím místě byly opět fotografie, na kterých je respondent (17 %).

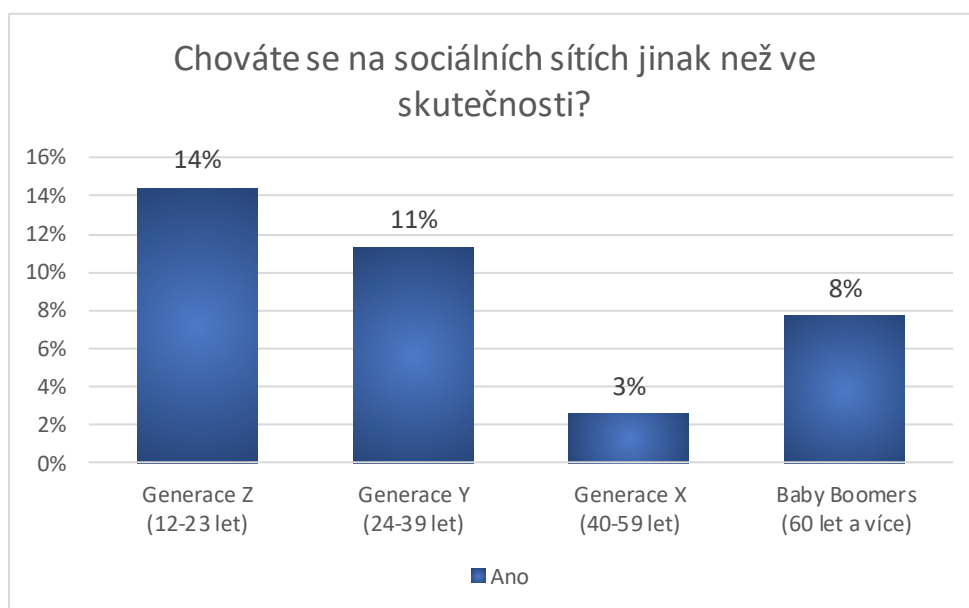
Generace X už nejčastěji sdílí informace a příspěvky, které ji zaujaly (61 %). O čím starší generaci se jedná, tím více respondentů zvolilo tuto možnost. 44 % respondentů uvedlo, že sdílí vzpomínkové fotografie. Dále téměř pětina respondentů této generace vkládá na sociální síť inzeráty. Generace Baby Boomers vkládá inzeráty o něco více (31 %), dále sem vkládá také svoji tvorbu, čímž mohou být například umělecké fotografie, malba nebo vlastní hudba. Viz Tabulka 5.

Tabulka 5 Sdílený obsah na sociálních sítích (srovnání v rámci generací)

Sdílený obsah	Generace Z (12-23 let)	Generace Y (24-39 let)	Generace X (40-59 let)	Baby Boomers (60 let a více)
Nepoužívám sociální síť.	5 %	8 %	4 %	8 %
svou náladu, písničky	19 %	11 %	4 %	0 %
vzpomínkové fotografie s blízkými, fotografie z cest	<b><u>50 %</u></b>	<b><u>46 %</u></b>	<b><u>44 %</u></b>	8 %
své fotografie (selfie apod.)	<b><u>27 %</u></b>	<b><u>17 %</u></b>	4 %	0 %
svou tvorbu (malba, umělecké fotografie, hudba,...)	9 %	7 %	6 %	<b><u>15 %</u></b>
informace, události, fotky nebo videa, které mě zaujaly	<b><u>26 %</u></b>	<b><u>40 %</u></b>	<b><u>61 %</u></b>	<b><u>62 %</u></b>
osobní informace (životní události, změna zaměstnání apod.)	7 %	8 %	1 %	0 %
inzeráty	3 %	8 %	<b><u>19 %</u></b>	<b><u>31 %</u></b>
příspěvky týkající se mého studia/zaměstnání	10 %	11 %	9 %	8 %

#### 4.3.3.12 Odlišné chování na sociálních sítích

Jak bylo zmíněno v teoretické části, online prostředí se může stát místem, které odbourává zábrany. Může se tedy stát, že se tu uživatelé budou chovat trochu odlišně než při osobní komunikaci. Většina respondentů ale uvedla, že se na sociálních sítích a ve skutečnosti chovají stejně. Z generace Z uvedlo 14 % respondentů, jež nejčastěji používají nějakou sociální síť, že se v online světě chovají jinak než ve skutečnosti. Dále pak 11 % respondentů z generace Y. Z generace X pouhé 3 %. Respondenti patřící do Baby Boomers z 8 % uvedli, že se na sociálních sítích chovají odlišně. Opět ale výsledku této generace nelze přisuzovat významnou váhu. Výsledky jsou zaznamenány v Grafu 18.



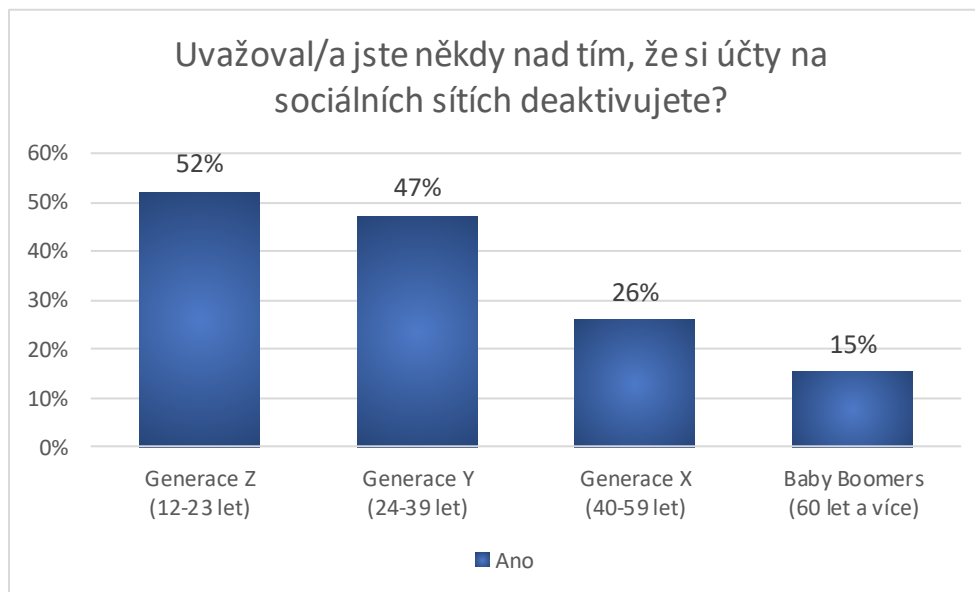
Graf 18 Odlišné chování na sociálních sítích (srovnání v rámci generací)

#### 4.3.3.13 Deaktivace účtu na sociální síti

Z respondentů, kteří uvedli jako nejpoužívanější médium alespoň jednu sociální síť, jich 46 % uvažovalo, že si účet deaktivuje. O čím mladší generaci se jednalo, tím častěji uvažovala nad deaktivací svého účtu. U generace Z se jedná o 52 % respondentů, z generace Y takto uvažovalo celkem 47 % respondentů. U starších generací byl rozdíl oproti předešlým o něco vyšší. 26 % respondentů z generace X přemýšlelo o deaktivaci účtu, u generace Baby Boomers šlo pouze o 15 %. Viz Graf 19.

Častější úvaha nad deaktivací sociálních sítí u mladších generací může souviset s předchozími výsledky. Jedním z nich je názor ohledně pozitivního dopadu sociálních sítí na lidskou psychiku. O čím mladší generaci se jednalo, tím častěji se respondenti domnívali,

že mají sociální sítě spíše negativní dopad (viz Graf 10). Mladší generace se také častěji nechají rozptylovat od studia či práce než generace starší (viz Graf 9). To může dále vést k úvahám nad deaktivací účtu. Někteří studenti v mém okolí si v minulosti dokonce sociální sítě deaktivovali na nějaký čas, než skončilo určité obtížné období (např. maturita a podobně). Negativní emoce vznikající vlivem sociálních sítí taktéž zažívají spíše mladší generace (viz Tabulka 3), což může opět vést k myšlence, že si uživatel svůj účet na sociální síti deaktivuje.



Graf 19 Úvaha nad deaktivací účtů na sociálních sítích (srovnání v rámci generací)

Z respondentů, kteří uvažovali nad deaktivací, pak 80 % uvedlo, že tak neučinili kvůli komunikaci s blízkými. Druhým nejčastějším důvodem bylo, že chce respondent zůstat v obraze (42 %). Lidé skrz sociální sítě komunikují i se spolužáky či kolegy, kde řeší aktuální problémy, a tak 37 % uvedlo, že si účet nezrušili kvůli škole či práci.

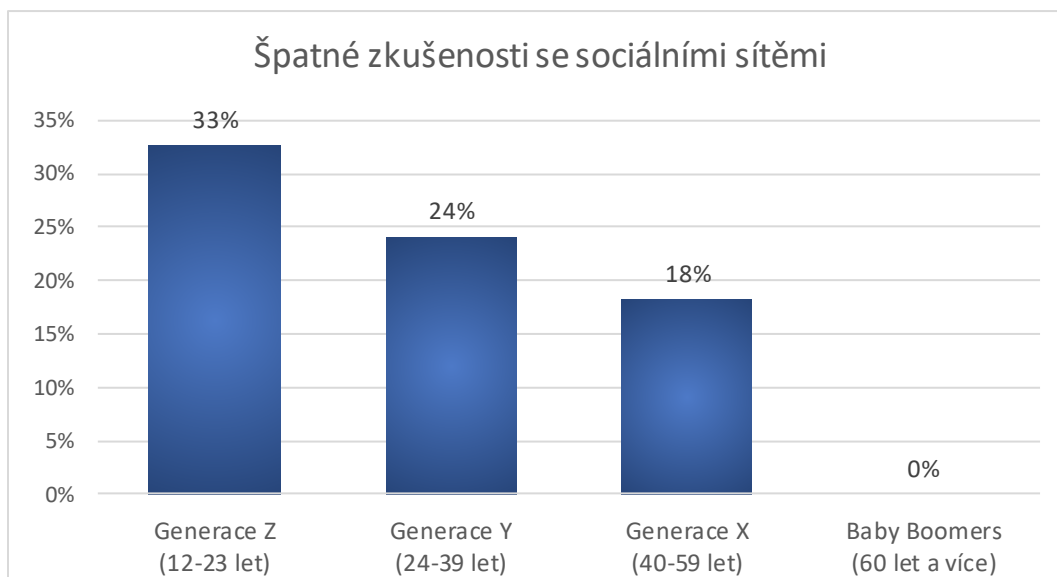
Generace Z, Y a X zvolily tři nejčastější důvody shodně. Generace X ale výrazně častěji zvolila, že chce zůstat v obraze (60 %) než generace Y (35 %) a Z (43 %). Generace Z, častěji než ostatní generace, zvolila, že účet nezrušila kvůli škole či práci. Dalšími důvody byla mezi generacemi také inspirace. Sociální sítě jsou mnohdy plné různých návodů, receptů, cestovatelských tipů a podobně. Dalším důvodem byla také zábava, ale i pocit, že by byl jedinec vyčleněn ze společnosti (celkem 17 %). Viz Tabulka 6.

Tabulka 6 Důvod, proč respondenti účet nedeaktivovali (srovnání v rámci generací)

Důvod	Generace Z (12-23 let)	Generace Y (24-39 let)	Generace X (40-59 let)	Baby Boomers (60 let a více)
chci být v obraze (události, trendy, informace o přátelích,...)	<u>43 %</u>	<u>35 %</u>	<u>60 %</u>	50 %
kvůli komunikaci s blízkými	<u>80 %</u>	<u>81 %</u>	<u>80 %</u>	50 %
cítil/a bych se vyčleněn/a ze společnosti	17 %	17 %	10 %	50 %
kvůli škole/práci	<u>42 %</u>	<u>32 %</u>	<u>20 %</u>	0 %
kvůli zábavě	20 %	11 %	15 %	0 %
kvůli sebe prezentaci	1 %	5 %	5 %	0 %
chci s přáteli/světlem určité události sdílet	11 %	6 %	10 %	50 %
sociální sítě používám k inzerci	4 %	8 %	10 %	0 %
kvůli navazování nových vztahů	6 %	3 %	0 %	0 %
kvůli inspiraci (recepty, návody apod.)	18 %	24 %	15 %	0 %
nevím	2 %	2 %	0 %	0 %
jiné	2 %	2 %	5 %	0 %

#### 4.3.3.14 Špatné zkušenosti se sociálními sítěmi

Z respondentů, kteří uvedli jako nejvíce používané médium alespoň jednu sociální síť, jich s nimi má celkem 27 % špatné zkušenosti. Těmi mohou být například krádež účtu, zneužití informací, sexuální obtěžování či kyberšikana. O čím mladší generaci se jedná, tím častěji mají jedinci se sociálními sítěmi špatné zkušenosti. U generace Z je to až jedna třetina respondentů. Z generace Y takto odpověděla téměř jedna čtvrtina dotazovaných. Z generace X má se sociálními sítěmi špatnou zkušenost 18 % respondentů. Nejstarší generace Baby Boomers žádné špatné zkušenosti nemá. Výsledná data týkající se této generace mohou být ale opět zkreslená. Lze ale předpokládat, že oproti mladším generacím by byl podíl opravdu nižší. Data jsou zaznamenána v Grafu 20. V ostatních generacích mají špatné zkušenosti častěji ženy než muži.

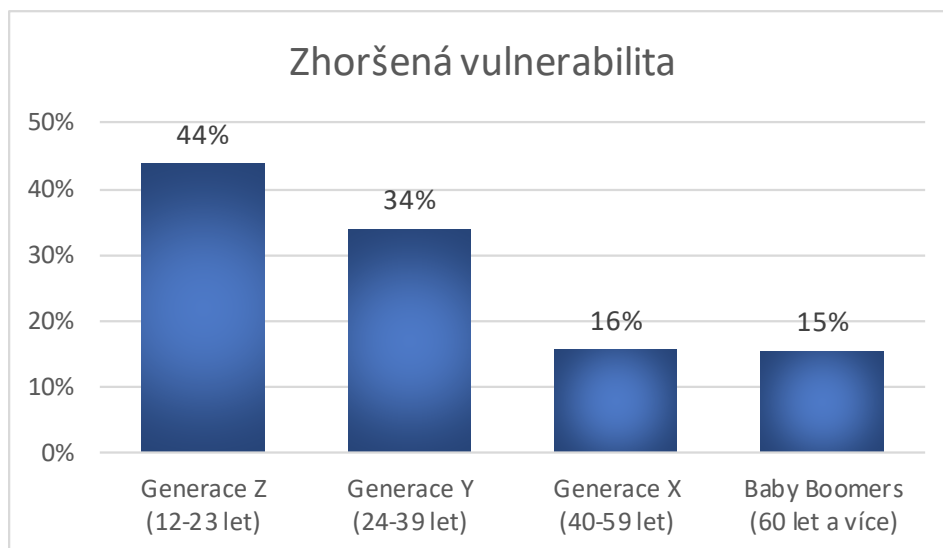


*Graf 20 Špatné zkušenosti se sociálními sítěmi (srovnání v rámci generací)*

#### **4.3.3.15 Vulnerabilita vůči stresu**

Další část dotazníku skládající se z 12 otázek se týkala vulnerability vůči stresu. Byla zde uvedena různá tvrzení, kdy měli respondenti vyjádřit souhlas či nesouhlas. Pokud respondent souhlasil ve více než pěti případech, jeho zranitelnost vůči stresu je zhoršená. Tato část dotazníku je upravena dle Beecha, 1987.

Na základě odpovědí respondentů, kteří uvedli jako nejvíce používané médium nějakou sociální síť, má nejvíce zhoršenou vulnerabilitu nejmladší generace Z (44 %). O čím starší generaci se jednalo, tím méně respondentů mělo zhoršenou vulnerabilitu. Důvodem může být právě věk. Starší generace mají více zkušeností a postupem času se mohou stávat odolnějšími. Z generace Y trpí zhoršenou vulnerabilitou 34 % respondentů, z generace X je to 16 % respondentů. Baby Boomerů se zhoršenou vulnerabilitou je 15 %. Tento výsledek ale může být opět zkreslený. Výsledky jsou zaznamenány v Grafu 21.



*Graf 21 Zhoršená vulnerabilita v rámci generací*

Více než polovina respondentů generace Z, kteří ze všech médií používají nejčastěji sociální síť, uvedla, že bývá čas od času nejistá, rozčilená a utrápená (65 %). Když se něco nedaří, stává se velmi nervózní (64 %). Dále také, že má sklon probírat minulé problémy a často myslí na to, co se stane (60 %). Nejvíce ze všech generací má generace Z sklon se podceňovat a srovnávat se s ostatními ve svůj neprospěch (47 %), což pouze potvrzuje předešlé výsledky (viz Tabulka 3). Stejně procento respondentů je také citlivé na nevlídné poznámky. Zde je ale podíl nižší než u generací Y a X (obě 51 %).

U generace Y jsou první tři nejčastěji zvolená tvrzení shodná. Dále následuje již zmíněná citlivost na nevlídné poznámky (51 %) a srovnávání se s ostatními lidmi ve svůj neprospěch (44 %). Nejčastěji ze všech generací špatně spí a cítí se unavenější než druzí (30 %).

Více než polovina respondentů generace X, jež zvolili taktéž sociální síť, se čas od času cítí nejistá, rozčilená a utrápená (52 %) a je také citlivá na nevlídné poznámky (51 %). Téměř polovina je nervózní, když se něco nedaří (48 %). Ostatní tvrzení nezvolilo ani 30 % respondentů.

Co se týče srovnání výsledných odpovědí mužů a žen, téměř jedna třetina mužů má zhoršenou vulnerabilitu vůči stresu (31 %). U žen se jedná téměř o 41 %. Ženy jsou tedy o 10 % více zranitelné vůči stresu než muži. Opět se jedná o respondenty, kteří zvolili nějakou sociální síť.

#### 4.4 Porovnání dotazníkových šetření v Thajsku a ČR (kategorie 18-23 let)

Díky zahraničnímu studijnímu pobytu v Thajsku v rámci Erasmu+ jsem měla možnost dotázat se i studentů ze Suan Sunandha Rajabhat University (SSRU). Studentům byl rozeslán online dotazník přeložený do anglického jazyka zhotovený prostřednictvím Formulářů Google. V této kapitole nejdříve opět rozdělím výzkumný vzorek do patřičných kategorií a dále se budu zabývat významnými výsledky odpovědí respondentů ve věku 18-23 let z České republiky a z Thajska, kteří uvedli jako nejpoužívanější médium sociální síť (v případě Thajska se jedná o 100 % zúčastněných respondentů, z ČR je to 99 % respondentů této věkové kategorie).

##### 4.4.1 Rozdělení respondentů dle věku, pohlaví a ekonomické aktivity

První tři otázky v dotazníku byly položeny za účelem rozdělení výzkumného vzorku podle pohlaví a věku (viz Tabulka 7) a ekonomické aktivity. Celkem odpovědělo 106 studentů z Thajska ve věku 18-23 let a to 49 mužů a 57 žen. Z českých respondentů ve věku 18-23 let zvolilo celkem 211 jedinců (99 %) jako nejvíce používané médium nějakou sociální síť, 107 mužů a 104 žen.

Tabulka 7 Rozdělení výzkumného vzorku podle pohlaví a věku

	Thajští respondenti		Čeští respondenti	
	18-23 let		18-23 let	
	Počet	%	Počet	%
Muži	49	46 %	107	51 %
Ženy	57	54 %	104	49 %
Celkem	106	100 %	211	100 %

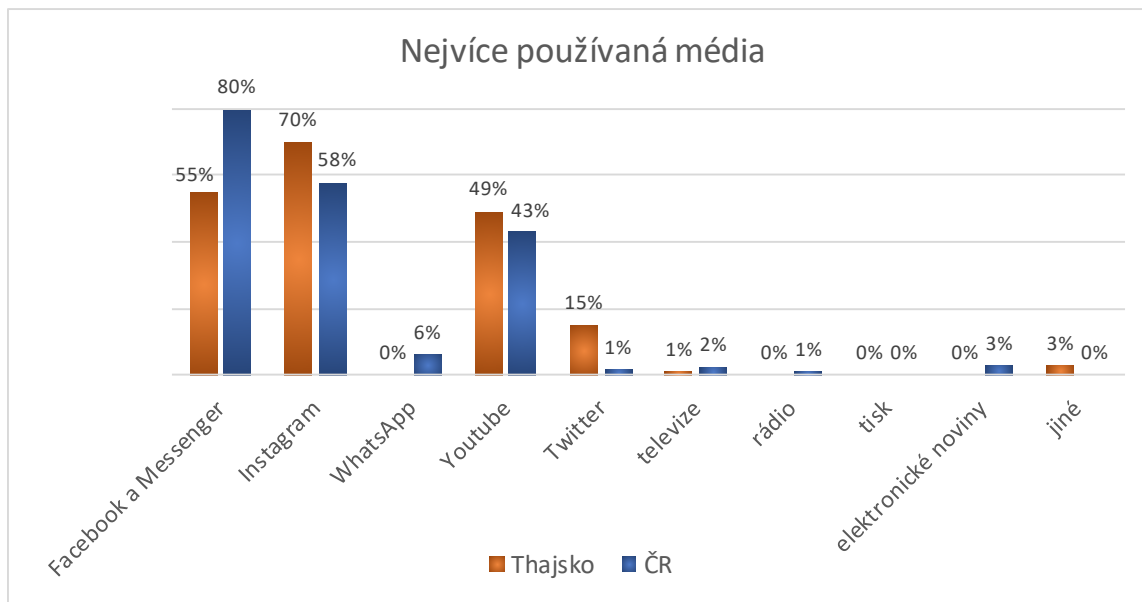
Jelikož se jedná o studenty Suan Sunandha Rajabhat University, jejich ekonomická aktivita je převážně student, někteří ale uvedli, že jsou zároveň i pracujícími (84 % studentů oproti 16 % studentům i pracujícím). Z českých respondentů téhož věku, jež používají nějakou sociální síť je 59,24 % studentů, 32,23 % studentů i pracujících, 8,06 % pracujících a 0,47 % na mateřské dovolené.

#### 4.4.2 Nejvíce používaná média

V otázce zaměřené na média jsem uvedla několik vybraných médií a zjišťovala jsem, které z nich jsou nejvíce využívány. Popis a funkce vybraných sociálních sítí jsem uvedla v teoretické části. Byla zde možnost dvou odpovědí a pro Thajce také možnost doplnit libovolnou odpověď. V případě českých respondentů možnost libovolné odpovědi nebyla z toho důvodu, že jsem chtěla zjistit výsledky především nejpoužívanějších sociálních sítí. U respondentů z Thajska jsem tuto možnost zvolila pouze pro zajímavost.

Thajští studenti odpověděli, že nejčastěji používají sociální síť Instagram. Na druhém místě se umístil Facebook a Messenger a na třetím YouTube. Objevila se také nová odpověď – aplikace Line, která slouží k posílání zpráv, či k hovorům. V Thajsku je tato aplikace velmi používaná, přímo na Suan Sunandha Rajabhat University ji často používali i v rámci komunikace s učiteli, domlouvali se na skupinových projektech, učitelé zde studentům posílali studijní materiály a podobně.

Oproti respondentům stejné věkové kategorie z České republiky, kteří uvedli jako nejvíce používané médium nějakou sociální síť, se pořadí trochu liší. Čeští studenti nejčastěji uváděli Facebook a Messenger, Instagram a dále YouTube. Výsledná data jsou znázorněna v Grafu 22.

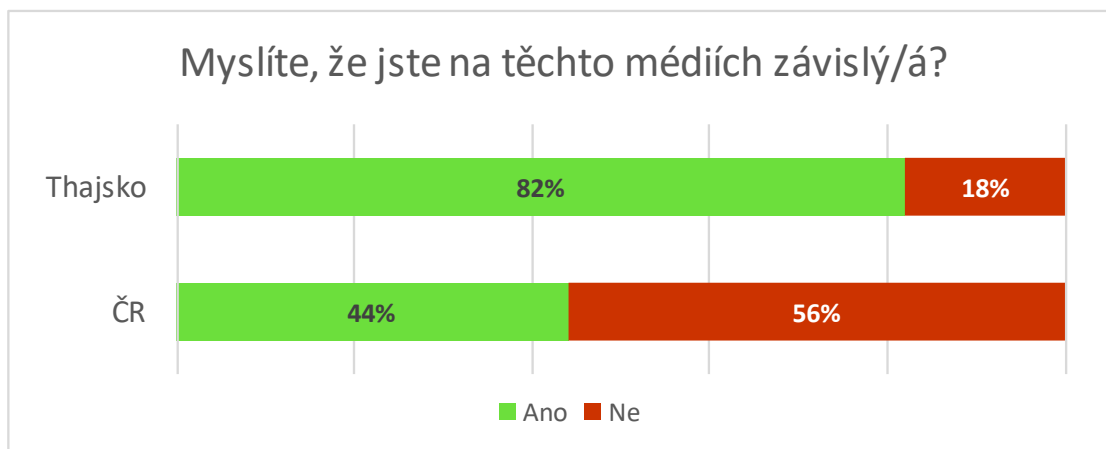


Graf 22 Nejvíce používaná média (srovnání v rámci Thajska a ČR)



#### 4.4.3 Závislost na sociálních sítích

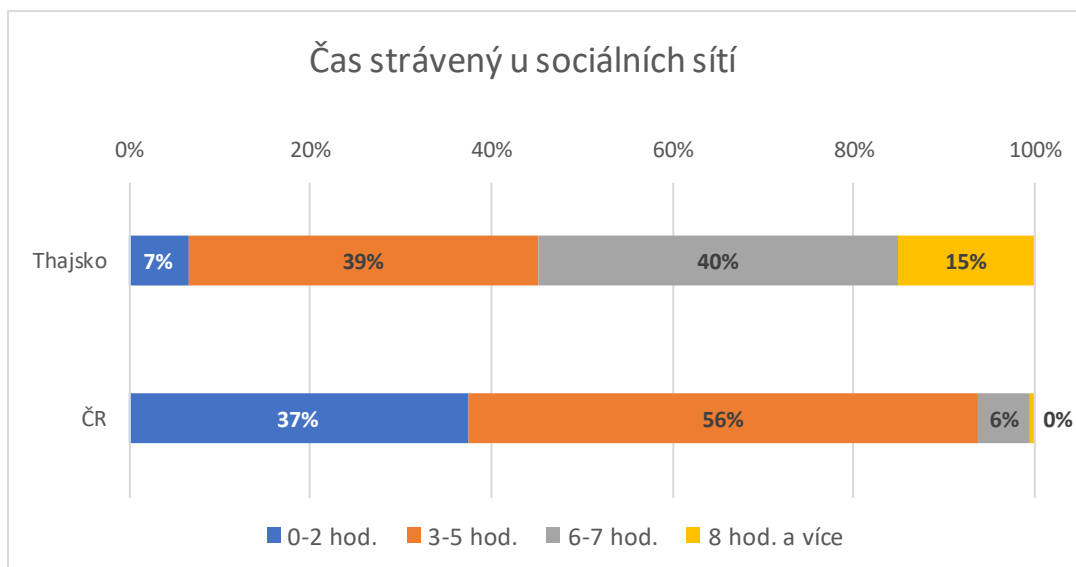
V otázce „Myslíte, že jste na těchto médiích závislý/á?“ se odpovědi respondentů z České republiky a Thajska velmi lišily. 82 % studentů SSRU odpovědělo, že si myslí, že jsou na vybraných médiích závislí. V případě českých respondentů, jež také zvolili jako nejvíce používané médium sociální síť, kladná odpověď zazněla pouze od 44 % respondentů. Rozdíl je tedy téměř dvojnásobný. Výsledná data jsou znázorněna v Grafu 23.



Graf 23 Závislost na sociálních sítích (srovnání v rámci Thajska a ČR)

#### 4.4.4 Čas strávený u sociálních sítí

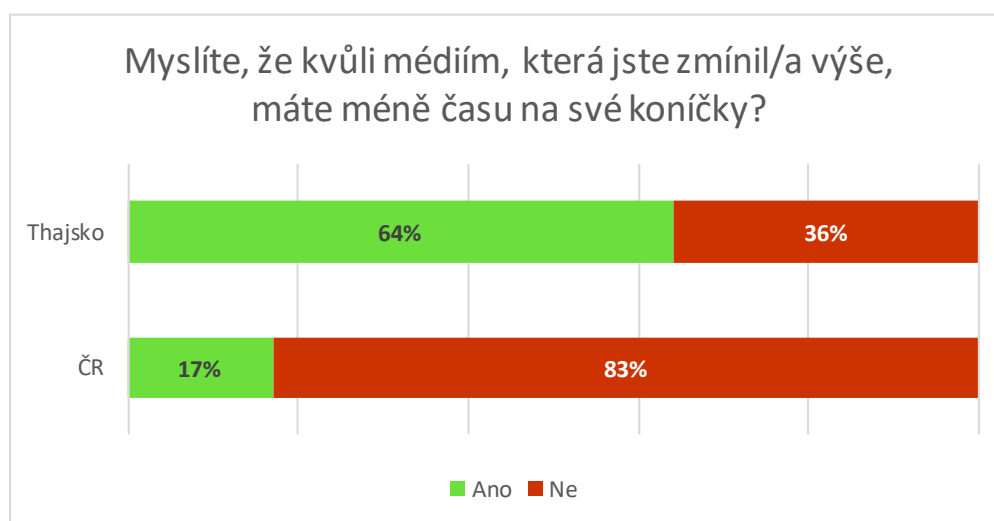
Thajští studenti tráví u sociálních sítí výrazně více času než Češi. Tímto se pak potvrzuje výsledek předešlé otázky týkající se závislosti na sociálních sítích. Přes 15 % respondentů z Thajska odpovědělo, že u nich stráví 8 hodin denně a více (tj. jedna třetina dne). 40 % zde stráví 6-7 hodin denně a 39 % respondentů 3-5 hodin denně. Pouhých 7 % u sociálních sítí stráví 0-2 hodin denně. Více než polovina českých respondentů, kteří zvolili jako nejvíce používané médium sociální síť, používá sociální síť 3-5 hodin denně. 37 % pak 0-2 hodiny denně. Osm hodin denně a více zde tráví pouze 0,47 % českých respondentů. Výsledky jsou tedy velmi rozdílné. Graf byl vytvořen v programu Microsoft Excel pomocí kontingenčních tabulek a obsahuje drobné chyby v zaokrouhlení. Viz Graf 24.



Graf 24 Počet hodin denně strávených u sociálních sítí (srovnání v rámci Thajska a ČR)

#### 4.4.5 Méně času na koníčky

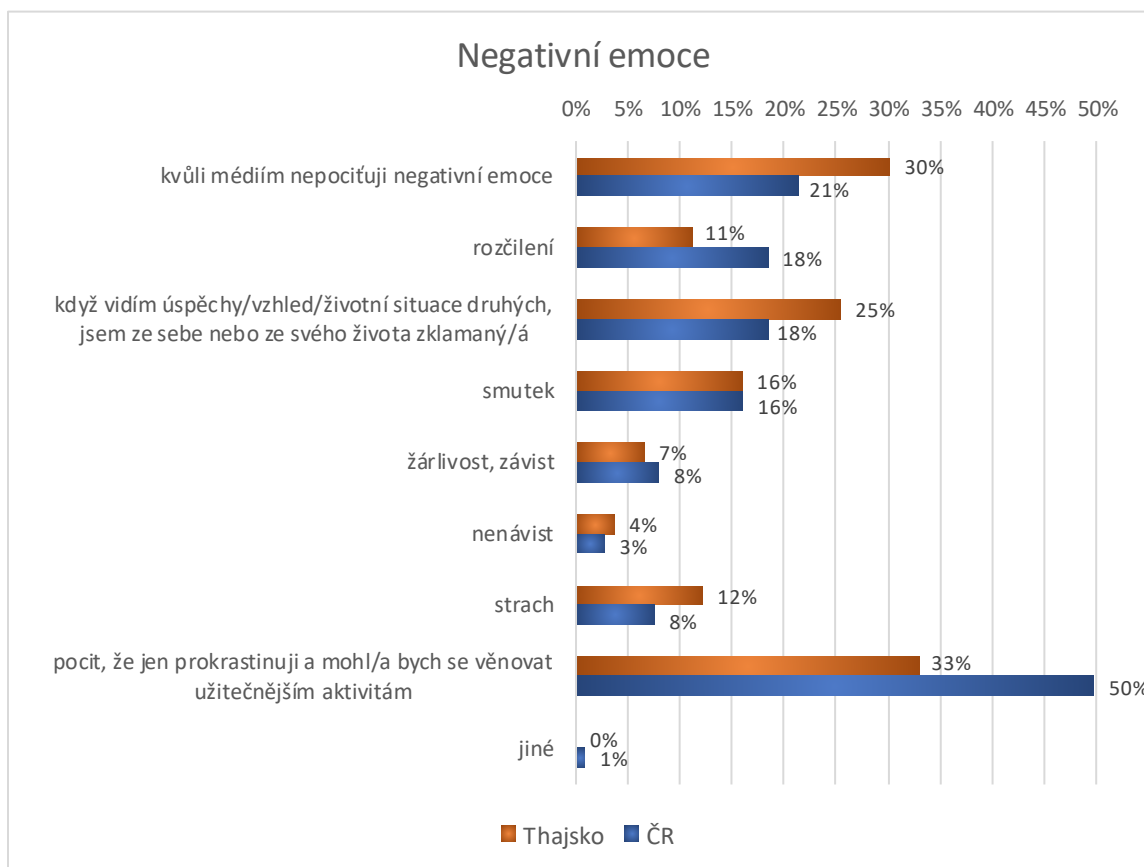
Více než polovina studentů z Thajska odpověděla, že si myslí, že má kvůli sociálním sítím méně času na své koníčky. Takto odpovědělo pouze 17 % respondentů stejné věkové kategorie z České republiky, kteří zvolili jako nejvíce používané médium sociální síť. Vzhledem k tomu, kolik času Thajci na sociálních sítích tráví, není tento výsledek příliš překvapivý. Opět směřuje k jejich možné závislosti na sociálních sítích. Výsledná data jsou znázorněna v Grafu 25.



Graf 25 Méně času na koníčky vlivem sociálních sítí (srovnání v rámci Thajska a ČR)

#### 4.4.6 Negativní emoce

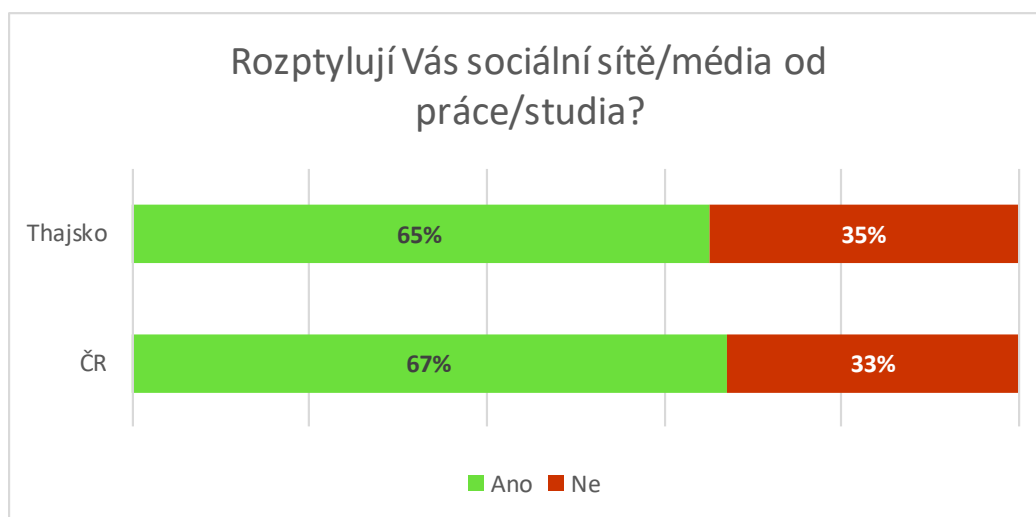
U otázky „Jaké negativní emoce kvůli těmto médiím nejčastěji pociťujete?“ byla možnost maximálně dvou odpovědí. Respondentům bylo umožněno dopsat vlastní odpověď. Thajci ji nevyužili a z Čechů, kteří zvolili jako nejvíce používané médium sociální síť, pouze dva respondenti (1 %), jejichž odpovědi byly zmíněny v předchozí kapitole. Nejčastější odpovědi jsou u obou národů téměř shodné. Na prvním místě je, že by se jedinec mohl věnovat užitečnějším aktivitám. V České republice takto odpověděla téměř polovina respondentů, v Thajsku třetina. Druhou nejčastější odpovědí u obou zemí bylo, že respondent kvůli médiím negativní emoce nepociťuje. V Česku takto odpovědělo 21 % respondentů, v Thajsku opět téměř třetina (30 %). Thajci dále nejčastěji odpověděli, že se ze sebe nebo ze svého života cítí zklamaní, když vidí úspěchy, vzhled nebo životní situace ostatních lidí (25 %). Podobně jsou na tom Češi, kteří takto odpověděli asi o 7 % méně často. Na třetí pozici se u Čechů současně objevilo i rozčilování. Nejméně častou emocí je u obou národů nenávisť. Viz Graf 26.



Graf 26 Negativní emoce vznikající vlivem sociálních sítí (srovnání v rámci Thajska a ČR)

#### 4.4.7 Odvádění pozornosti od práce či studia

Na otázku, zda sociální sítě či jiná média respondenty rozptylují od práce či studia, odpovídaly oba národy věkové kategorie 18-23 let, které zvolily jako nejvíce používané médium sociální síť, obdobně. Čeští respondenti odpověděli kladně o něco častěji než Thajci. Výsledná data jsou znázorněna v Grafu 27.

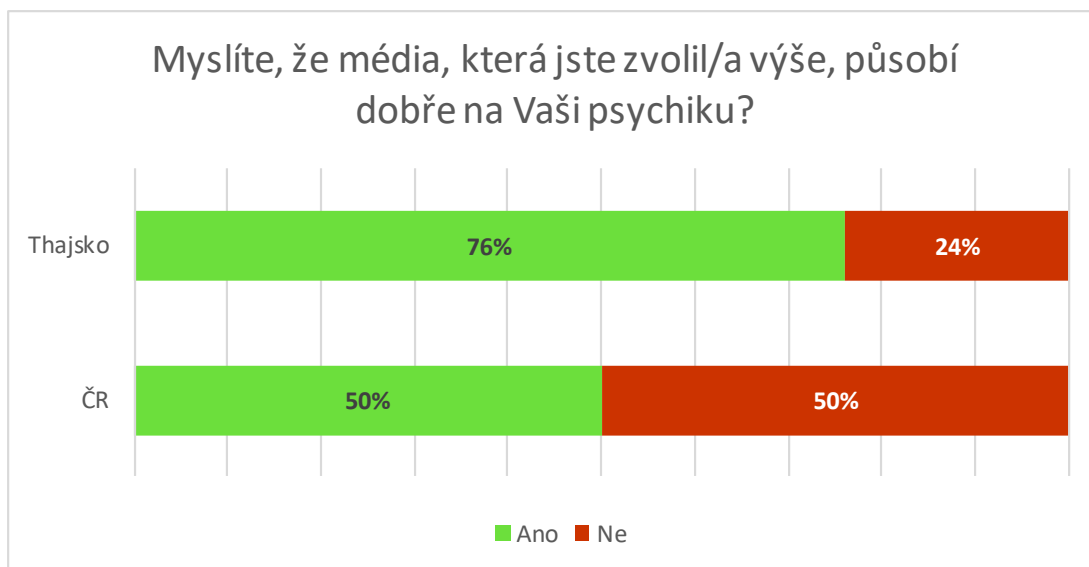


Graf 27 Odvádění pozornosti sociálními sítěmi od práce či studia (srovnání v rámci Thajska a ČR)

#### 4.4.8 Vliv sociálních sítí na psychiku respondentů

Na otázku "Myslíte, že média, která jste zvolil/a výše, působí dobře na Vaši psychiku?" odpověděla polovina českých respondentů, kteří zvolili jako nejvíce používané médium sociální síť, kladně. Thajští respondenti jsou o pozitivním vlivu na jejich psychiku přesvědčeni o něco více (76 %). Viz Graf 28.

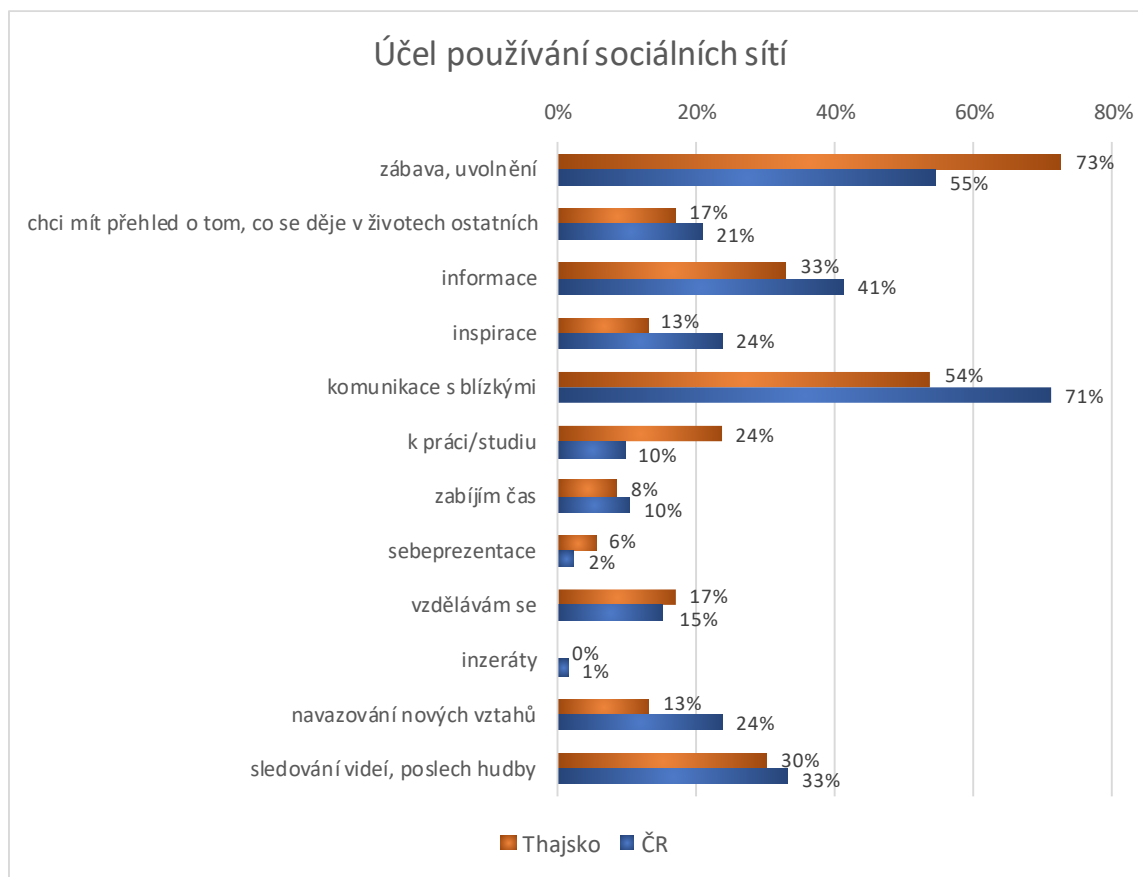
Výsledek je ale zajímavý, protože v předchozích otázkách odpověděla pouze třetina thajských studentů, že u nich média nevyvolávají negativní emoce. Většina respondentů také odpověděla, že si myslí, že jsou na zvolených médiích závislí (82 %) a z 65 % zvolila, že média odvádějí jejich pozornost od práce či studia. Nadpoloviční většina (64 %) odpověděla, že mají kvůli médiím méně času na své koníčky. Vysvětlením by mohlo být, že většina thajských studentů (téměř 73 %) využívá zvolená média za účelem zábavy a uvolnění a více než polovina ke komunikaci s blízkými (viz Graf 29). Dále také to, že se v případě, kdy jsou sami a bez přístupu k sociálním sítím, cítí osaměle (58 %) – viz Graf 31.



Graf 28 Vliv sociálních sítí na psychiku respondentů (srovnání v rámci Thajska a ČR)

#### 4.4.9 Účel používání sociálních sítí

I v této otázce se pořadí nejčastějších odpovědí českých a thajských respondentů ve věku 18-23 let trochu liší. Téměř 73 % respondentů z Thajska používá sociální sítě za účelem zábavy či uvolnění. Více než polovina zde komunikuje s blízkými a 33 % považuje sociální sítě za zdroj informací. V České republice je u této věkové kategorie, která zvolila jako nejvíce používané médium sociální síť, na prvním místě komunikace s blízkými (71 %), u více než poloviny zábava či uvolnění a 41 % používá zvolená média za účelem získávání informací. Nejméně oba národy zvolená média používají pro zveřejňování inzerátů, za účelem sebe prezentace a jen tak, aby zabily čas. Češi oproti Thajcům používají sociální sítě méně často k práci či studiu (10 % oproti 24 %) a také se zde méně často vzdělávají (15 % oproti 17 %). Častěji prostřednictvím sociálních sítí ale navazují nové vztahy (24 % oproti 13 %). Výsledná data jsou znázorněna v Grafu 29.

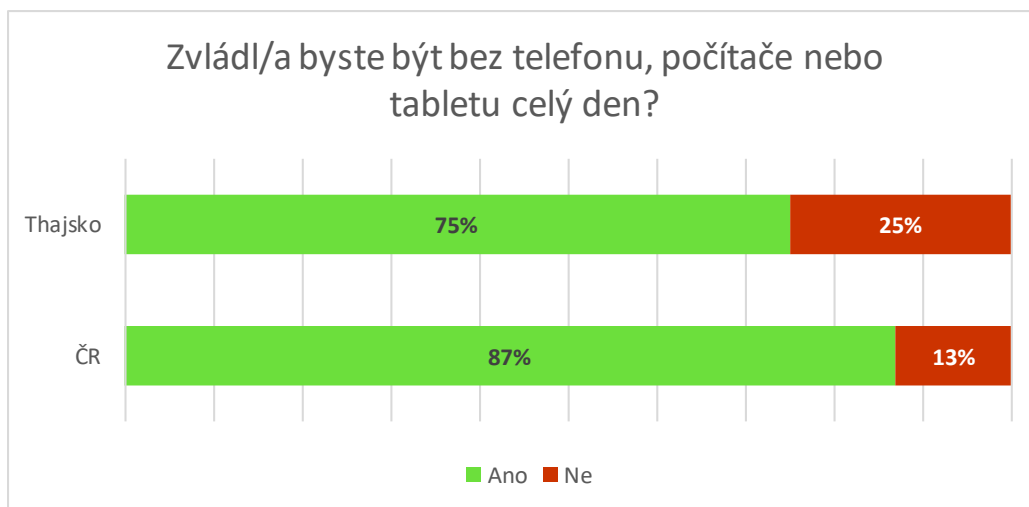


Graf 29 Účel používání sociálních sítí (srovnání v rámci Thajska a ČR)

#### 4.4.10 Den bez telefonu, počítače či tabletu

O 12 % více Čechů než Thajců ve věku 18-23 let, kteří zvolili jako nejvíce používané médium sociální síť, uvedlo, že by bez telefonu nebo jiných zařízení zvládlo celý den (87 %). Čtvrtina Thajců uvedla, že by bez telefonu či jiných zařízení celý den nevydržela. Výsledná data jsou znázorněna v Grafu 30.

Moderní doba je natolik rychlá, že mají lidé tendenci neustále něco dělat. Často, i když člověk pouze čeká na autobus, má v ruce telefon, s někým skrz sociální síť komunikuje nebo jen brouzdá internetem a neustále přijímá nějaké informace. Jak už bylo řečeno v teoretické části, dnes lidé za den přijímají takové množství informací, jako lidé před sto lety za celý život (Vojáček, 2020).

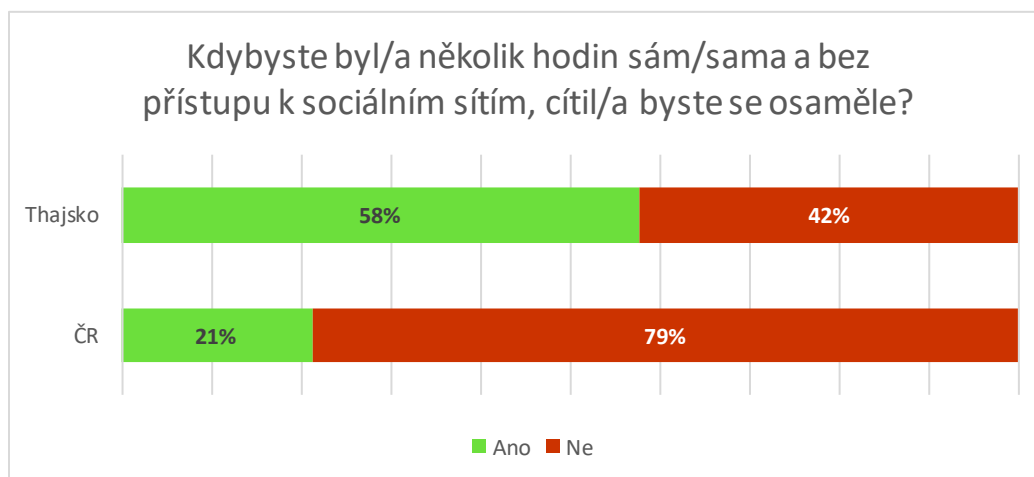


*Graf 30 Den bez telefonu, počítače či tabletu (srovnání v rámci Thajska a ČR)*

#### 4.4.11 Pocit osamělosti bez přístupu k sociálním sítím

Jak bylo zmíněno v teoretické části, generace Z je nejvíce náchylná k pocitům samoty. Otázka „Kdybyste byl/a sám/sama a bez přístupu k sociálním sítím, cítil/a byste se osaměle?“ byla položena za účelem zjistit, zda mladá generace využívá sociální sítě proto, aby měla neustálý kontakt s ostatními a netrpěla tak pocity samoty. Více než polovina thajských studentů odpověděla, že by se v tomto případě cítila osaměle. U respondentů stejné věkové kategorie z České republiky kladná odpověď zazněla u 21 %. Výsledná data jsou znázorněna v Grafu 31.

Tyto pocity mohou u studentů z Thajska opět vést k nadměrnému používání sociálních sítí a dále k již zmíněné závislosti.

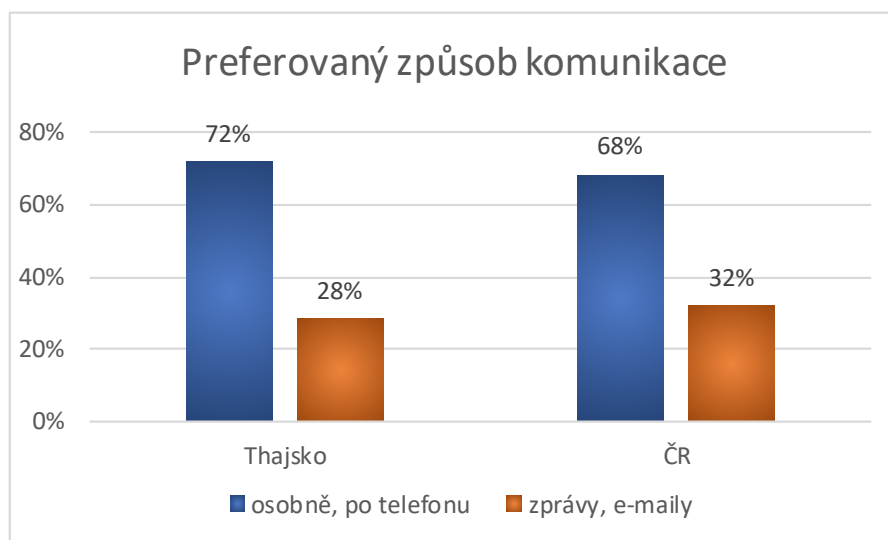


*Graf 31 Pocit osamělosti (srovnání v rámci Thajska a ČR)*

#### 4.4.12 Realita a svět online

S preferencí komunikace jsou na tom oba národy podobně. Z respondentů ve věku 18-23 let, kteří uvedli jako nejvíce používané médium sociální síť, 72 % respondentů z Thajska preferuje osobní komunikaci či komunikaci po telefonu. Češi takto odpověděli z 68 %. Thajci tedy tento způsob komunikace preferují o 4 % častěji. Výsledná data jsou zaznamenána v Grafu 32.

Čeští respondenti v předešlých otázkách častěji uvedli, že na sociálních sítích převážně komunikují se svými blízkými (viz Graf 29), což může souviset s těmito výsledky.

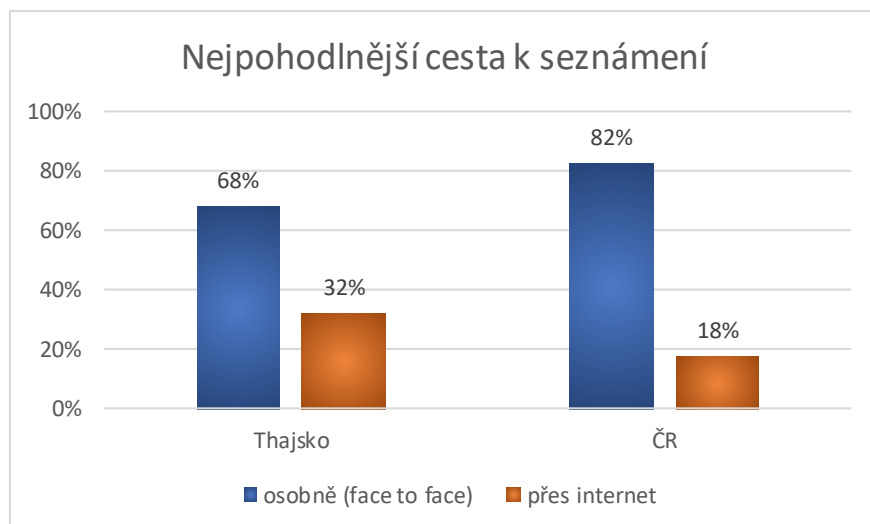


Graf 32 Preferovaný způsob komunikace (srovnání v rámci Thajska a ČR)

Co se týče nejpohodlnější cesty k seznámení, Češi preferují osobní setkání výrazně častěji než Thajci. Z respondentů, kteří uvedli jako nejvíce používané médium sociální síť, zvolilo seznámení formou osobního setkání 82 % Čechů oproti 68 % Thajců. Výsledná data jsou zaznamenána v Grafu 33.

Výsledek je ale zajímavý, protože v předešlé otázce týkající se účelu používání sociálních sítí téměř čtvrtina Čechů odpověděla, že tyto platformy využívají k navazování nových vztahů. Thajci takto odpověděli ze 13 % (viz Graf 29).

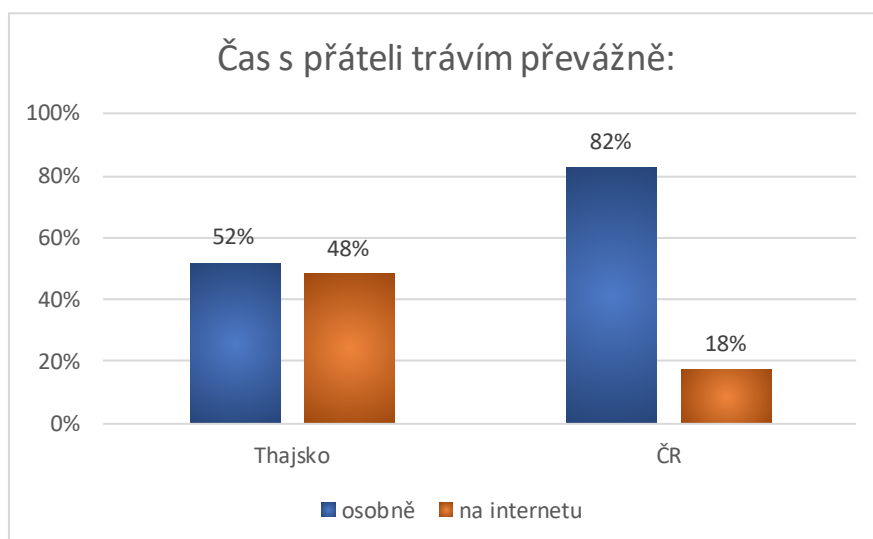




Graf 33 Nejpohodlnější cesta k seznámení (srovnání v rámci Thajska a ČR)

Čeští respondenti výrazně častěji tráví čas s přáteli osobně než na internetu. Z respondentů z České republiky ve věku 18-23 let, kteří zvolili jako nejvíce používané médium sociální síť, jich 82 % uvedlo, že tráví čas s přáteli převážně osobně. U respondentů stejné věkové kategorie z Thajska jde o 52 %. V jejich případě je tedy způsob trávení času s přáteli téměř vyrovnaný. Výsledná data jsou zaznamenána v Grafu 34.

Vzhledem k předchozím odpovědím respondentů z Thajska není ale výsledek příliš překvapivý. Na sociálních sítích tráví mnohem více času než čeští respondenti a také častěji uvedli, že by se bez přístupu k sociálním sítím, když by měli být celý den sami, cítili osaměle. Češi ale častěji uvedli, že na sociálních sítích především komunikují se svými blízkými.

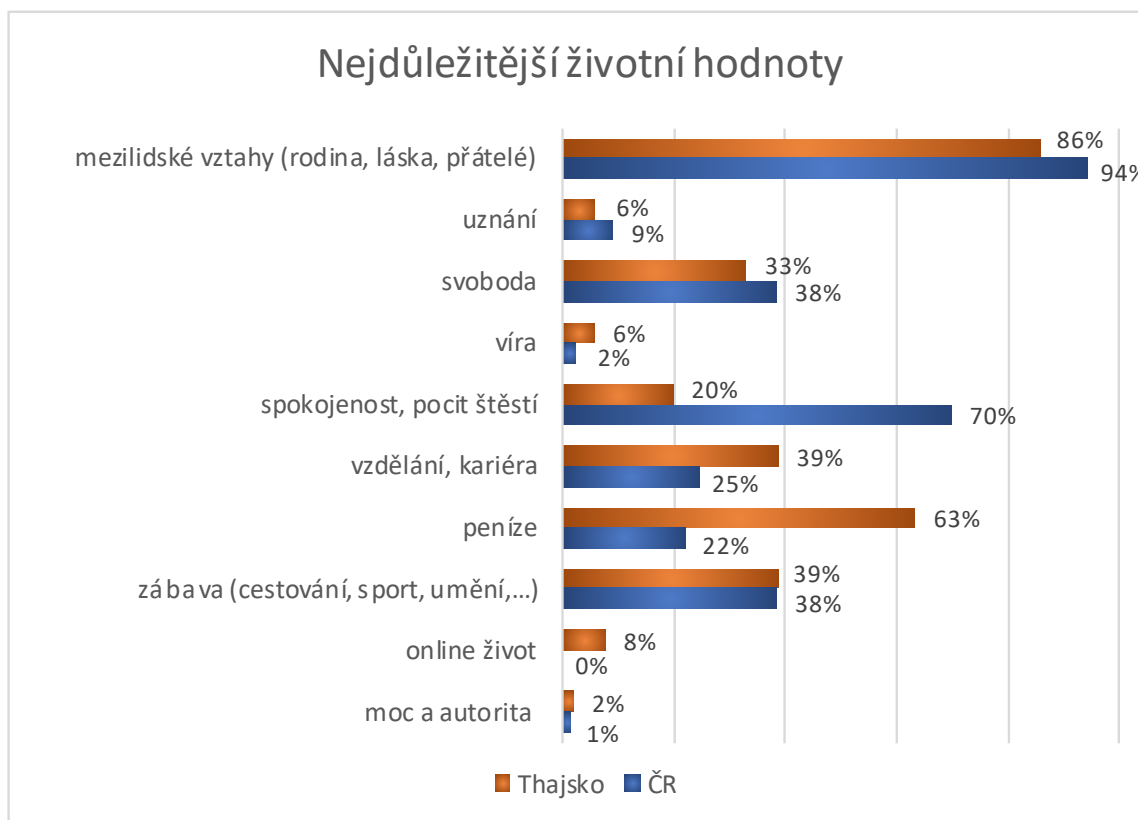


Graf 34 Trávení času s přáteli osobně/na internetu (srovnání v rámci Thajska a ČR)

#### 4.4.13 Nejdůležitější životní hodnoty

Respondenti měli vybrat tři nejdůležitější životní hodnoty. Pro respondenty ve věku 18-23 let z Thajska patří mezi nejdůležitější životní hodnoty mezilidské vztahy, dále peníze a na třetím místě jsou současně zábava a vzdělání/kariéra. Respondenti z České republiky, kteří zvolili jako nejpoužívanější médium sociální síť, uvedli jako první mezilidské vztahy, dále spokojenost či pocit štěstí a jako třetí nejčastější svobodu. Těsně za ní byla také zábava. Thajci zvolili vzdělání či kariéru o 14 % častěji než Češi, ti naopak až o 50 % častěji zvolili pocit štěstí či spokojenost. 8 % respondentů z Thajska zvolilo jako důležitou hodnotu také online život. Z českých respondentů tuto možnost nezvolil nikdo. Viz Graf 35.

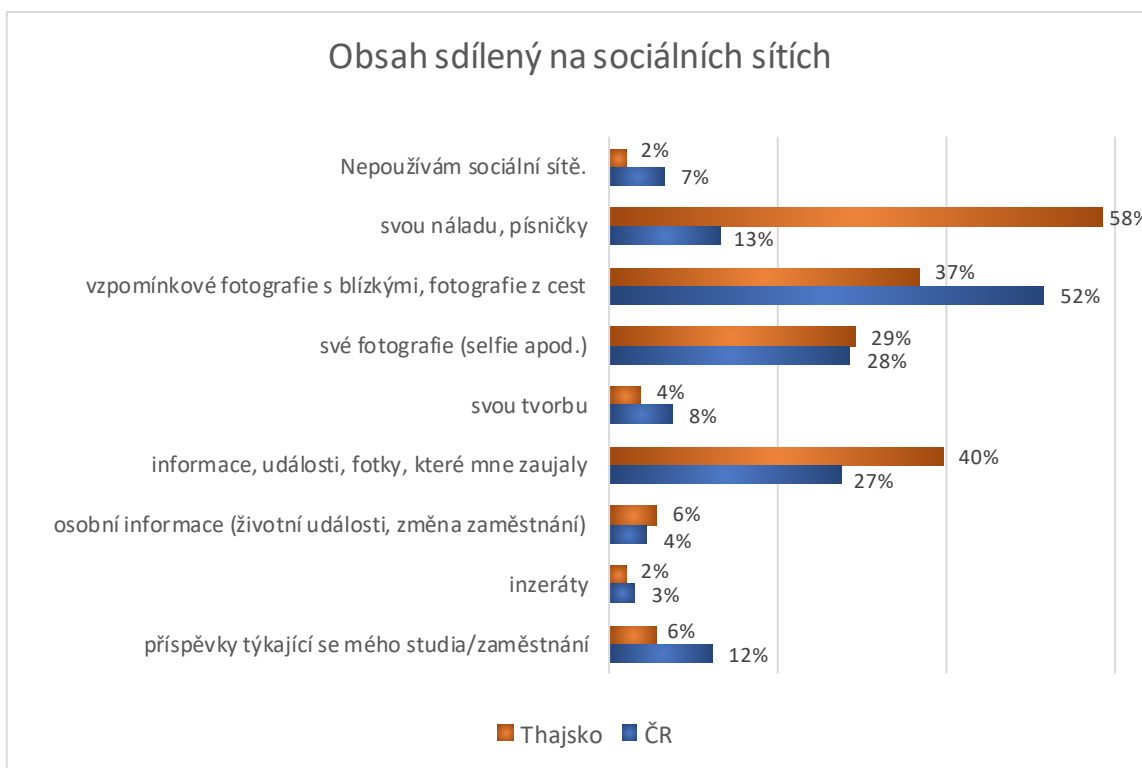
Domnívám se, že Thajci uvedli peníze častěji než Češi z toho důvodu, že Česká republika je vyspělejší zemí než Thajsko. Obyvatelé mají tedy vyšší životní úroveň i více peněžních prostředků. V teoretické části je zmiňován mezní užitek bohatství, což znamená, že od určité míry bohatství je pro člověka hodnota peněz nižší.



Graf 35 Nejdůležitější životní hodnoty (srovnání v rámci Thajska a ČR)

#### 4.4.14 Obsah sdílený na sociálních sítích

Respondenti z Thajska na sociálních sítích nejčastěji sdílí svou náladu nebo písničky (58 %). Dále pak informace, události, fotografie nebo videa, které je zaujaly (40 %). Další nejčastější odpovědi byly vzpomínkové fotografie s blízkými nebo fotografie z cest (37 %). Svou náladu a písničky Thajci sdílí výrazně častěji než Češi (o 45 %). Češi naopak častěji sdílí vzpomínkové fotografie (52 %). Další nejčastější odpovědi jsou selfies (28 %), kde se národy procentuálně téměř shodují. Dále je pro Čechy typické sdílení informací, událostí, fotek či videí, které je zaujaly (27 %). Velmi málo oba národy sdílí inzeráty, osobní inzeráty a svou tvorbu. Češi častěji sdílí příspěvky týkající se jejich studia či zaměstnání. Což je ale zajímavé, protože v předešlé otázce týkající se účelu používání sociálních sítí Thajci častěji zvolili právě studium či práci (viz Graf 29). Výsledná data jsou znázorněna v Grafu 36.

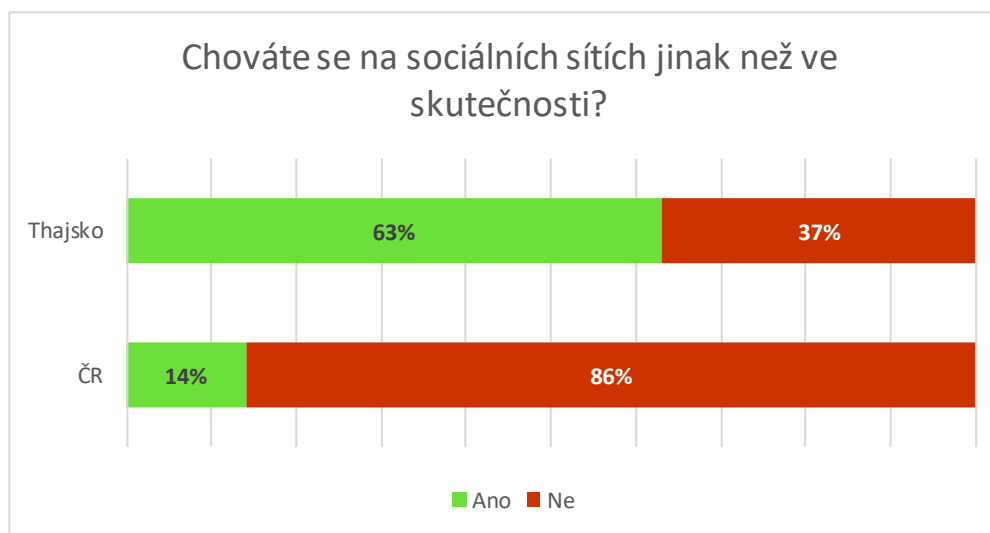


Graf 36 Obsah sdílený na sociálních sítích (srovnání v rámci Thajska a ČR)

#### 4.4.15 Odlišné chování na sociálních sítích

V otázce „Chováte se na sociálních sítích jinak než ve skutečnosti?“ se odpovědi respondentů z Thajska a České republiky, kteří uvedli jako nejvíce používané médium sociální síť, také liší. Více než polovina Thajců uvedla, že se na sociálních sítích skutečně chová odlišně (63 %). Z českých respondentů takto odpovědělo pouze 14 %. Výsledná data jsou zaznamenána v Grafu 37.

Důvodem změny chování může být vlastnost prostředí, jež online svět nabízí. V teoretické části bylo již zmíněno, že sociální sítě mohou být prostředím bez zábrán, což může vést ke změně chování uživatele. Plaší jedinci se zde mnohdy méně obávají komunikovat s ostatními, vyjadřovat svůj názor či se jakkoli jinak projevit.

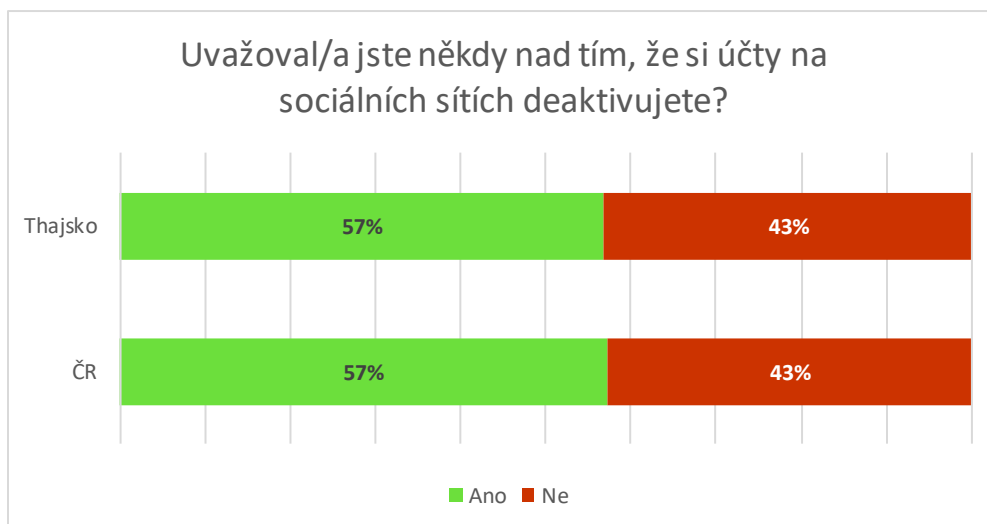


Graf 37 Odlišné chování na sociálních sítích (srovnání v rámci Thajska a ČR)

#### 4.4.16 Deaktivace účtu na sociální síti

Co se týče myšlenky ohledně deaktivace účtu na sociální síti oba národy nad tím uvažovaly téměř shodně. Respondenti ve věku 18-23 let z České republiky, kteří uvedli jako nejvíce používané médium sociální síť, nad tímto ale uvažovali o něco častěji než Thajci (57,35 % oproti 56,60 %). Výsledná data jsou zaznamenána v Grafu 38.

Důvodů k deaktivaci účtů na sociálních sítích může být několik. Již zmiňované odvádění pozornosti uživatele od práce či studia, nadměrné využívání sociálních sítí, díky kterým uživatel ztrácí mnoho času, či negativní emoce, které mu přináší. Sociální sítě jsou ale levnou alternativou komunikace a mohou mít mnoho dalších výhod. Lze zde oslovit velké množství uživatelů, což lze uplatnit například při propagaci. Uživatelé tu také mohou nalézt velké množství inspirace.



Graf 38 Úvaha nad deaktivací účtů na sociálních sítích (srovnání v rámci Thajska a ČR)

Z respondentů ve věku 18-23 let, kteří uvedli jako nejvíce používané médium sociální síť a uvažovali nad deaktivací svého účtu, 47 % Thajců uvedlo, že si účet nezrušili, protože zde komunikují s blízkými. Také zde zažívají zábavu (45 %) a dalším důvodem je i to, že chtějí zůstat v obraze (38 %). Češi také nejčastěji uvedli jako důvod komunikaci s blízkými, a to výrazně častěji než Thajci (83 % proti 47 %). Další častou odpovědí respondentů z České republiky bylo také, že si účet nezrušili kvůli škole či práci (43 %) a dále to, že chtějí zůstat v obraze (42 %). Viz Tabulka 8.

Tabulka 8 Důvod, proč respondenti účet nedeaktivovali (srovnání v rámci Thajska a ČR)

Důvod	Thajsko	ČR
chci být v obraze (události, trendy, informace o přátelích,...)	<b>38 %</b>	<b>42 %</b>
kvůli komunikaci s blízkými	<b>47 %</b>	<b>83 %</b>
cítil/a bych se vyčleněn/a ze společnosti	22 %	17 %
kvůli škole/práci	37 %	<b>43 %</b>
kvůli zábavě	<b>45 %</b>	16 %
kvůli sebe prezentaci	7 %	2 %
chci s přáteli/světlem určité události sdílet	15 %	8 %
sociální síť používám k inzerci	5 %	4 %
kvůli navazování nových vztahů	15 %	5 %
kvůli inspiraci (recepty, návody apod.)	13 %	19 %
nevím	3 %	2 %
Jiné	0 %	2 %

#### 4.4.17 Špatné zkušenosti se sociálními sítěmi

Z respondentů ve věku 18-23 let, kteří uvedli jako nejvíce používané médium sociální síť, má více než polovina Thajců se sociálními sítěmi špatné zkušenosti (58 %). Z českých respondentů je to více než třetina (35 %). Výsledná data jsou znázorněna v Grafu 39.

Jelikož Thajci na sociálních sítích tráví více času, je více pravděpodobné, že se zde setkají i s negativními zážitky. Oproti Čechům o něco častěji uváděli strach jako negativní emoci vznikající vlivem sociálních sítí (viz Graf 26).



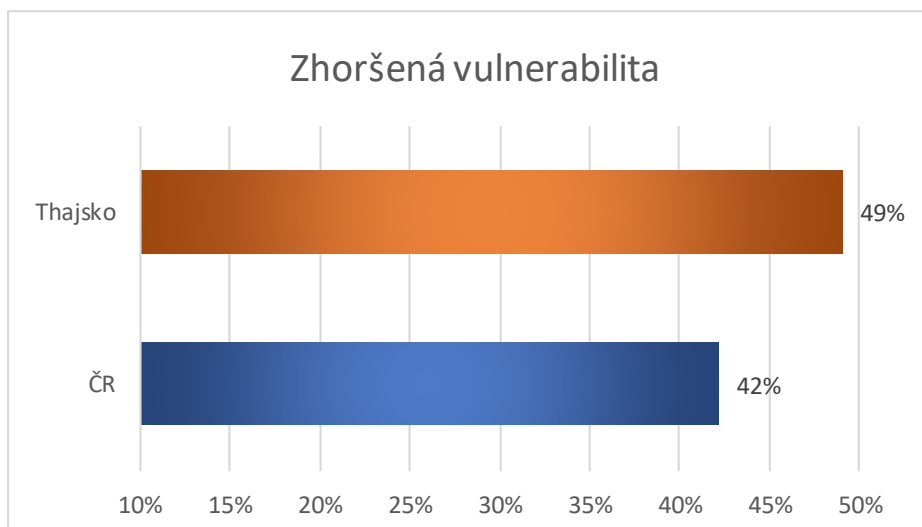
Graf 39 Špatné zkušenosti se sociálními sítěmi (srovnání v rámci Thajska a ČR)

#### 4.4.18 Vulnerabilita vůči stresu

Z respondentů ve věku 18-23 let, kteří uvedli jako nejvíce používané médium sociální síť, má téměř polovina Thajců zhoršenou vulnerabilitu. Respondenti z České republiky jsou na tom o něco lépe s 42 %. Data jsou znázorněna v Grafu 40.

Thajci ale, o něco častěji než Češi, odpovídali, že nepocítují vlivem médií negativní emoce (30 % oproti 21 %). Viz Graf 26.

Tato část dotazníku byla upravena dle Beecha, 1987.



Graf 40 Zhoršená vulnerabilita (srovnání v rámci Thajska a ČR)

Z respondentů ve věku 18-23 let, kteří zvolili jako nejvíce používané médium sociální síť, souhlasilo s každým tvrzením alespoň 32 % Thajců. 61 % se často cítí dost napjatých a vzrušených, má sklon probírat minulé problémy a myslet na to, co se stane. Dalším nejčastějším tvrzením bylo, že musí respondenti často vyhledávat lidi, kteří by jim rozmluvili jejich „černé myšlenky“ (60 %). Opět více než polovina Thajců je citlivá na nevlídné poznámky (59 %) a stává se nervózní, když se něco nedaří (52 %). Nejméně častou odpovědí je v jejich případě tvrzení, že nespí dobře a cítí se unavenější než druzí (32 %).

Respondenti z České republiky nejčastěji souhlasili s tvrzením, že se stávají velmi nervózními, když se něco nedaří (67 %). Dále pak, že bývají čas od času nejistí, rozčilení a utrápení (66 %). 61 % má sklon probírat minulé problémy a myslet na to, co se stane. Nejméně časté je v jejich případě tvrzení, že musí často vyhledávat lidi, kteří by jim rozmluvili jejich „černé myšlenky“ (11 %).

Čeští respondenti zvolili častěji než Thajci pouze čtyři tvrzení. Častěji bývají nejistí, rozčilení a utrápení (66 % oproti 43 %) a jsou více ustaraní a mají sklon vidět černé stránky věcí (37 % oproti 34 %). Také se častěji stávají nervózními, když se jim něco nedaří (67 % oproti 52 %). Češi také častěji uvedli, že mají sklon se podceňovat a srovnávat se s ostatními ve svůj neprospěch (49 % oproti 44 %). Výsledná data jsou znázorněna v Tabulce 9.

Co se týče srovnání odpovědí mužů a žen, 68 % žen z Thajska má zhoršenou vulnerabilitu, z mužů je to 27 %. Z respondentů z České republiky má zhoršenou vulnerabilitu 52 % žen a 33 % mužů.

Tabulka 9 Vulnerabilita (srovnání v rámci Thajska a ČR)

<b><u>Tvrzení</u></b>	<b>Thajsko</b>	<b>ČR</b>
Musím často vyhledávat lidi, kteří by mi rozmluvili mé "černé myšlenky".	<b><u>60 %</u></b>	11 %
Musím přiznat, že moje nálada je velmi proměnlivá. Někdy se cítím dost rozrušený/á, aniž by se stalo něco, co tento pocit vyvolalo.	43 %	41 %
Mám sklon být příliš citlivý/á na kritiku nebo nevlídné poznámky.	59 %	50 %
Dost často trpím pocity viny bez skutečného důvodu.	33 %	24 %
Často se cítím dost napjatý/á a vzrušený/á.	<b><u>61 %</u></b>	35 %
Čas od času bývám nejistý/á, rozčilený/á a utrápený/á.	43 %	<b><u>66 %</u></b>
Dost snadno se stávám podrážděným či špatně naloženým.	41 %	36 %
Jsem ustaraný/á a mám sklon vidět černé stránky věcí.	34 %	37 %
Mám sklon probírat minulé problémy a myslet na to, co se stane.	<b><u>61 %</u></b>	<b><u>61 %</u></b>
Stávám se velmi nervózní, když se něco nedaří.	52 %	<b><u>67 %</u></b>
Mám sklon příliš se podceňovat a srovnávat se s druhými lidmi ve svůj neprospěch.	44 %	49 %
Nespím příliš dobře a cítím se unavenější než druzí.	32 %	28 %



## 4.5 Testování hypotéz

Na základě dat z ČSÚ (viz Graf 41) jsem chtěla zjistit, zda mladší generace používají sociální sítě více než starší generace. Mladšími generacemi se rozumí generace Z a Y (12-39 let), staršími jsou generace X a Baby Boomers (40 let a více). Za tímto účelem byl proveden Pearsonův chí-kvadrát test. Týkal se nejprve tří nejpoužívanějších sociálních sítí jednotlivě (Facebook a Messenger, Instagram a YouTube) a dále sociálních sítí celkem.

V Tabulce 10 jsou uvedena potřebná data pro jednotlivé sociální sítě. Hodnota 0 značí, že respondenti danou sociální síť nezvolili, hodnota 1 značí, že ano. Výsledky Pearsonova chí-kvadrát testu, který byl proveden pomocí programu SPSS, jsou znázorněny v Tabulce 11. Df značí počet stupňů volnosti a asymptotická signifikance značí p-hodnotu.

Tabulka 10 Používané sociální sítě (mladší/starší generace)

<b>Facebook a Messenger</b>		<b>0</b>	<b>1</b>	<b>Celkem</b>
<b>Mladší generace</b>	Počet	91	319	410
	%	22,2 %	77,8 %	100 %
<b>Starší generace</b>	Počet	79	80	159
	%	49,7 %	50,3 %	100 %
<b>Instagram</b>		<b>0</b>	<b>1</b>	<b>Celkem</b>
<b>Mladší generace</b>	Počet	198	212	410
	%	48,3 %	51,7 %	100 %
<b>Starší generace</b>	Počet	150	9	159
	%	94,3 %	5,7 %	100 %
<b>YouTube</b>		<b>0</b>	<b>1</b>	<b>Celkem</b>
<b>Mladší generace</b>	Počet	252	158	410
	%	61,5 %	38,5 %	100 %
<b>Starší generace</b>	Počet	136	23	159
	%	85,5 %	14,5 %	100 %

Nulové hypotézy  $H_0$  říkají, že mladší a starší generace používají Facebook a Messenger, Instagram a YouTube ve stejné míře. Alternativní hypotézy  $H_1$  říkají, že mladší generace používají Facebook a Messenger, Instagram a YouTube více než starší generace.

Hladina významnosti byla stanovena na 5 %. Tabulková kritická hodnota pro 1 stupeň volnosti se stanovenou hladinou významnosti 5 % je 3,84. V případě Facebooku, Instagramu

i YouTube se nulové hypotézy zamítají, protože p-hodnoty jsou u všech nižší než hladina významnosti 0,05 a realizace testové statistiky (Value) u každé sociální sítě překročila kritickou hodnotu. Mladší generace tedy jednotlivé sociální sítě používají více než starší generace. Všechny rozdíly jsou statisticky signifikantní, a tedy zobecnitelné ze stávajícího výběru na populaci. Viz Tabulka 11.

Tabulka 11 Pearsonův chí-kvadrát test pro jednotlivé sociální sítě

Pearson Chi-Square	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Facebook a Messenger	41,327 <sup>a</sup>	1	1,29E-10
Instagram	102,264 <sup>a</sup>	1	4,86E-24
YouTube	30,604 <sup>a</sup>	1	3,16E-08

Pozn.: Tabulková kritická hodnota pro 1 stupeň volnosti a hladinu významnosti 5 % = 3,84.

Pro zajímavost jsem vytvořila také chí-kvadrát test pro vybrané sociální sítě celkem. Test byl proveden v programu Microsoft Excel. V Tabulce 12 jsou uvedena potřebná data. Hodnota 0 značí, že respondent nepoužívá žádnou sociální síť, hodnota 1 značí, že ano.

Tabulka 12 Respondenti používající alespoň jednu sociální síť

Používání sociálních sítí		0	1	Celkem
Mladší generace	Počet	5	405	410
	%	1,2 %	98,8 %	100 %
Starší generace	Počet	52	107	159
	%	32,7 %	67,3 %	100 %

Nulová hypotéza H<sub>0</sub> říká, že mladší a starší generace používají sociální sítě ve stejné míře. Alternativní hypotéza H<sub>1</sub> říká, že mladší generace používají sociální sítě více než starší generace. Hladina významnosti je stanovena na 5 % a stupeň volnosti se rovná 1. Tabulková kritická hodnota je tedy opět 3,84. P-hodnota se rovná 3,08E-29 a je nižší než hladina významnosti 0,05. Hodnota chí-kvadrátu je rovna 125,995 a je vyšší než kritická hodnota. Nulovou hypotézu tedy zamítáme. Závěrem je, že mladší generace používají sociální sítě více než starší generace. Rozdíl je statisticky signifikantní, a tedy zobecnitelný ze stávajícího výběru na populaci.

## 5. Závěr a diskuse

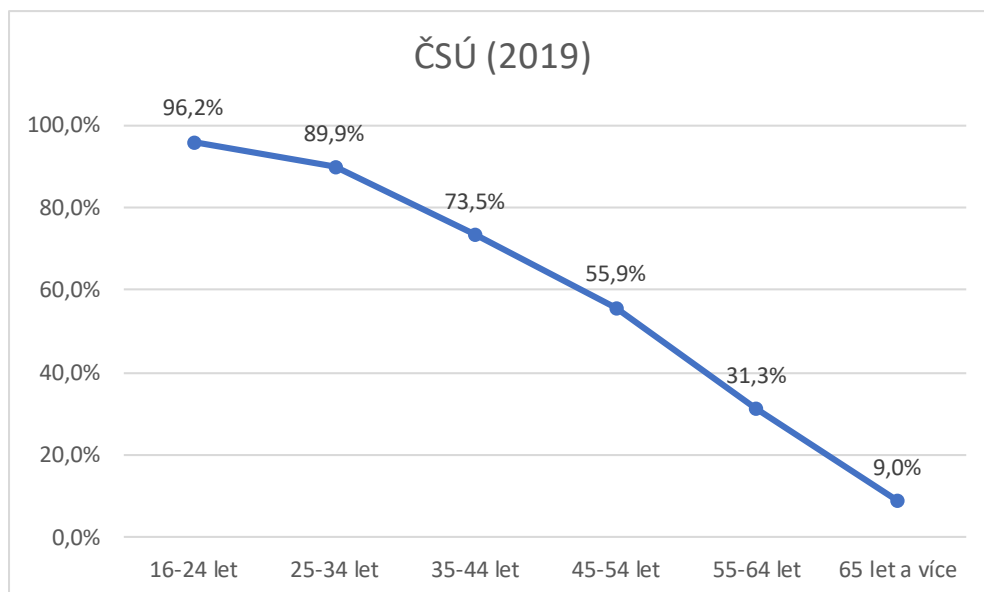
Elektronická komunikace je v současnosti velmi důležitá. Je využívána jak jednotlivci, tak celými organizacemi. Hlavní výhodou je rychlá komunikace i přes velké vzdálenosti. Využívá se například při internetovém bankovníctví nebo internetovém obchodě. V oblasti lékařství lze například zaslat pacientovi recept na léky. S pomocí elektronických podpisů lze zaslat i velmi důležité informace.

V současné době poznamenané Covidem-19 byla elektronická komunikace obzvláště užitečná. Zákazníci si mohli stále objednávat zboží alespoň prostřednictvím internetu. Studenti byli stále v kontaktu se svými vyučujícími a mohli pokračovat ve studiu formou elektronické výuky. Členové rodiny spolu mohli hovořit a vidět se i přes to, že se nemohli stýkat. Díky tomu si ale mnozí uvědomili, jak moc je osobní komunikace stále důležitá.

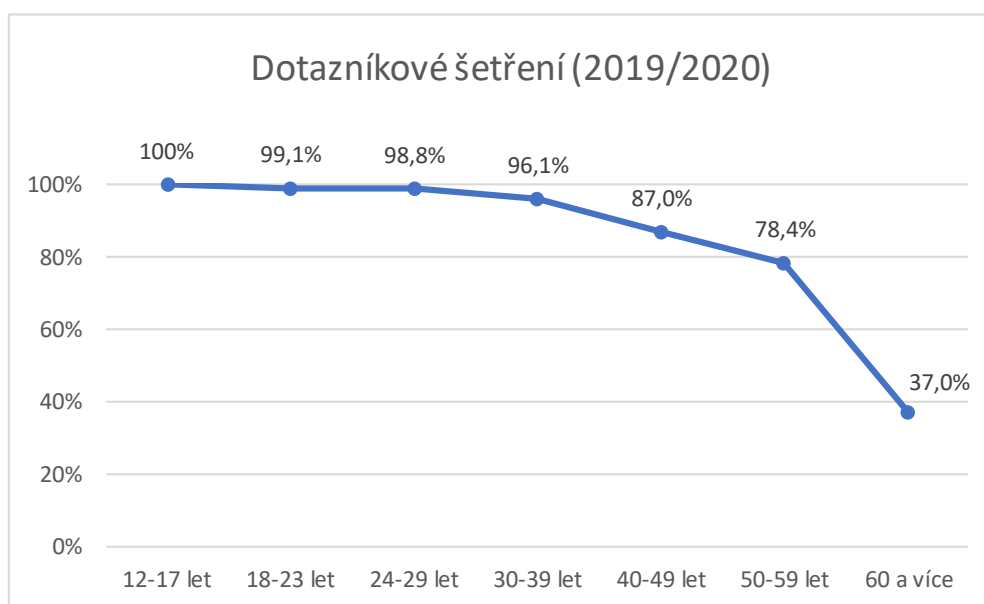
Sociální sítě jsou pro mnohé již součástí každodenního života a nepochybně ovlivňují i vývoj společnosti. Příslušníci generace Z či Alpha jsou často uživateli už od dětství, což ale může mít vliv na jejich vývoj.

Sociální sítě jsou také významným marketingovým nástrojem a mohou svým uživatelům přinášet i spoustu příležitostí. Firmy zde zakládají své stránky, kterými se snaží zvýšit povědomí o značce či konkrétních produktech, udržet stávající zákazníky či získávat nové nebo také podávat informace o slevách a podobně. Je zde i možnost placené propagace. Kromě firem se zde mohou zviditelnit i samotní uživatelé. V několika případech se lidé díky sociálním sítím stali slavnými. Jsou nazýváni jako již zmiňovaní influenceři. Jedná se například o lidi, kteří si píšou blog, cestují a sdílí své zážitky či doporučení nebo ti, co točí videa na YouTube. Kvůli počtu lidí, které mohou oslovit, s nimi pak chtějí různé firmy navazovat spolupráci a podobně.

Podle Českého statistického úřadu k listopadu 2019 používalo v ČR alespoň jednu sociální síť 59 % jednotlivců ve věku 16-74 let. Muži a ženy jsou na tom s používáním sociálních sítí podobně. Nejčastějšími uživateli jsou studenti (97,9 %), další častou skupinou jsou ženy v domácnosti (88,7 %). Nejméně častou skupinou jsou starobní důchodci s 10,4 %. Co se týče věkové hranice, nejčastěji vlastní profil na sociální síti jednotlivci ve věku 16-24 let. S rostoucí věkovou skupinou obliba sociálních sítí klesá. Podíly jsou vypočteny z jednotlivců v dané socio-demografické skupině. U kategorie žen v domácnosti jsou zahrnuti ženy i muži, kteří jsou na rodičovské či mateřské dovolené (ČSÚ, 2019). Je nutno upozornit, že věkové kategorie z vlastního dotazníkového šetření se neshodují s kategoriemi ČSÚ. Data jsou tedy znázorněna ve dvou grafech. Viz Graf 41, 42.



Graf 41 Využívání sociálních sítí v rámci věkových kategorií (ČSÚ, 2019)



Graf 42 Využívání sociálních sítí v rámci věkových kategorií (vlastní dotazníkové šetření, 2019/2020)

Celkem 90 % respondentů je dle dotazníkového šetření uživatelem nějaké sociální sítě. S rostoucím věkem se počet uživatelů sociálních sítí snižuje. Téměř každý člověk generace Z používá nějakou sociální síť (99,3 %), generace Y je na tom obdobně (97,8 %). O něco vyšší rozdíl už vykazuje generace X s 82,9 % a v nejstarší generaci Baby Boomers používá nějakou sociální síť pouze 37 %.

Na základě Pearsonova chí-kvadrát testu se potvrdilo, že mladší generace používají sociální sítě více než starší generace. Všechny rozdíly byly statisticky signifikantní, a jsou tedy zobecnitelné ze stávajícího výběru na populaci.

Dle dotazníkového šetření používají nejčastěji sociální sítě mladší generace, s rostoucím věkem generací se jejich využívání snižuje. Generace Z nejčastěji uvedla, že používá Facebook a Messenger, Instagram a YouTube. Generace Y zvolila stejné pořadí médií, těsně za YouTube byl ale WhatsApp. Generace X nejvíce využívá taktéž Facebook a Messenger, dále televizi a YouTube. Nejstarší generace Baby Boomers, případně Pre Boomers využívá nejvíce televizi, současně pak WhatsApp a rádio a jako třetí nejvíce používané médium byly elektronické noviny.

Téměř polovina respondentů generace Z, kteří uvedli jako nejvíce používané médium sociální síť, se domnívá, že je na sociálních sítích závislá. S rostoucím věkem generací bylo přesvědčení nižší. Výjimku tvořila generace Baby Boomers, u které ale nebyl dostatečný počet respondentů, a tak může být výsledek zkreslený. Méně času na koníčky má vlivem médií nejčastěji generace Y, dále generace Z, X a nejméně často Baby Boomers.

Téměř 40 % respondentů, kteří uvedli jako nejvíce používané médium sociální síť, zažívají jejich vlivem pocit, že jen prokrastinují a mohli by se věnovat užitečnějším aktivitám. 27 % uvedlo, že vlivem médií nepocítuje negativní emoce. Více než pětina pocítuje rozčilení a 17 % cítí smutek. Sociální sítě mají negativní vliv především na psychiku mladších generací. Téměř 76 % z respondentů generace Y, jež uvedli jako nevíce používané médium sociální síť, pocítuje jejich vlivem negativní emoce. Generace Z je na tom téměř shodně (o 0,3 % méně), u ostatních generací byl rozdíl vyšší. S nízkým věkem se častěji objevovaly emoce jako například, že by se jedinec mohl věnovat užitečnějším aktivitám než sociálním sítím či zklamání ze svého života nebo dokonce ze sebe sama, když uživatel vidí, jak se ostatním daří. Pro pocit promarněného času hlasovala téměř polovina respondentů generace Z, kteří jako nejvíce používané médium uvedli sociální síť. Ženy zažívají vlivem médií o 12 % častěji negativní emoce než muži, mají větší tendenci se srovnávat s druhými a muži se zase častěji rozčilují.

Čím mladší generace, tím spíše sociální sítě odvádí její pozornost od studia či práce. U generace Z se jedná až o 63 % respondentů, kteří uvedli jako nejvíce používané médium sociální síť, u generace Y je to 52 %. Generace X se nechá rozptylovat z 19 % a Baby Boomers vůbec.

Nadpoloviční většina respondentů ze všech generací, kteří zvolili jako nejvíce používané médium sociální síť, se ale domnívá, že mají sociální sítě na jejich psychiku pozitivní vliv. Mladší generace jsou o tomto ale přesvědčeny nejméně. Vysvětlením mohou být předešlé výsledky, kdy mladší generace častěji prožívají vlivem sociálních sítí negativní emoce, jejich pozornost je častěji odváděna a mají také méně času na své koníčky.

Zajímavým výsledkem bylo, že se generace Y o něco častěji přiklání k elektronické komunikaci než generace Z. Nejvíce ze všech generací preferuje komunikaci prostřednictvím zpráv, seznámení přes internet a také zde tráví čas se svými přáteli. Z respondentů této generace, kteří uvedli sociální síť jako nejvíce používané médium, se preference internetu pohybovala mezi 25 % - 38 %.

Čím mladší generace, tím častěji mají uživatelé se sociálními sítěmi špatné zkušenosti. Stejně tak tomu je i s myšlenkou o deaktivaci účtu na sociální síti. Ženy uváděly špatné zkušenosti častěji než muži. U generace Z se jedná až o 52 % respondentů uvažujících o deaktivaci z těch, kteří uvedli sociální síť jako nejvíce používané médium.

Zhoršenou vulnerabilitu vůči stresu mají také spíše mladší generace. Téměř polovina respondentů z generace Z, kteří zvolili jako nejvíce používané médium sociální síť, má zhoršenou vulnerabilitu. Se staršími generacemi se vulnerabilita zlepšila. Ženy mají o něco častěji zhoršenou vulnerabilitu než muži.

Všichni respondenti z Thajska uvedli jako nejvíce používané médium sociální síť. Odpovědi byly srovnány s respondenty z ČR stejné věkové kategorie (18-23 let), kteří taktéž zvolili nějakou sociální síť. Thajci nejvíce využívají Instagram, dále Facebook a YouTube. Češi zvolili nejčastěji Facebook, Instagram a taktéž YouTube.

Thajci na sociálních sítích tráví výrazně více času než Češi a také se častěji domnívají, že jsou na sociálních sítích závislí. 15 % jich odpovědělo, že u zvolených médií stráví 8 hodin denně a více. Téměř polovina Thajců ale tráví čas s přáteli převážně na internetu, u Čechů je to pouze 18 %.

Oproti Čechům pocítují Thajci vlivem médií negativní emoce méně častěji. Nejčastější je u nich ale pocit, že by mohli trávit čas smysluplněji, Češi tuto odpověď uváděli častěji. Až čtvrtina Thajců bývá ze sebe nebo ze svého života zklamaná, když na sociálních sítích vidí, jak se druhým daří. Oba národy jsou sociálními sítěmi rozptylovány od práce či

studia obdobně, Češi ale o něco více. Výrazný rozdíl se objevil u názoru, zda sociální sítě působí pozitivně na respondentovu psychiku. Thajci se z 76 % domnívají, že ano, Češi takto odpověděli z 50 %. Více než dvojnásobný rozdíl se objevil u pocitu osamělosti v případě, že by respondent neměl přístup k sociálním sítím a měl trávit několik hodin sám. 58 % Thajců odpovědělo, že by se v tomto případě cítilo osaměle. V případě odlišného chování na sociálních sítích byl mezi Thajci a Čechy také výrazný rozdíl. Pouze 14 % Čechů uvedlo, že se chová odlišně, Thajců bylo 63 %.

Thajci jsou o něco zranitelnější vůči stresu než Češi (49 % oproti 42 %). Pokud bych ale měla rozebrat jednotlivá tvrzení z dotazníku, která značí prožívání stresu, pro každé hlasovalo minimálně 30 % Thajců.

Co se týče životních hodnot obou národů, výsledky jsou zajímavé. Oba národy zvolily nejčastěji mezilidské vztahy. Druhou nejčastější odpovědí Thajců byly ale peníze a třetí nejčastější hodnotou byly současně vzdělání/kariéra a zábava. Druhou nejčastější hodnotou Čechů byla spokojenost a třetí svoboda. Lze se domnívat, že Thajci zvolili na rozdíl od Čechů peníze z toho důvodu, že Česká republika je oproti Thajsku ekonomicky vyspělejší. Lidé tu tedy mají vyšší životní úroveň, mají uspokojeny základní potřeby a zaměřují se na potřeby seberealizace a podobně. Lze také vzít v úvahu již zmiňovaný mezní užitek bohatství, který je sice pro každou sociální vrstvu odlišný, jakmile ho ale lidé dosáhnou, význam peněz či jejich hodnota je pro ně nižší.

Myslím, že sociální sítě mohou být velice užitečným nástrojem, pokud se používají s rozmyslem. Doufám tedy, že má práce někoho přiměje se nad tímto tématem více zamyslet.

## 5.1 Zdroje

### 5.1.1 Seznam použité literatury

1. BEDROŠOVÁ, M., HLAVOVÁ, R., MACHÁČKOVÁ, H., DĚDKOVÁ, L., & ŠMAHEL, D. (2018). *České děti a dospívající na internetu: Zpráva z výzkumu na základních a středních školách. Projekt EU Kids Online IV – Česká republika*. Brno: Masarykova univerzita.
2. BLATNÝ, Marek, ed. *Psychologie celoživotního vývoje*. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2016. ISBN 9788024634623.
3. CARR, Nicholas G. *Nebezpečná mēlčina: jak internet mění náš mozek: analýza stavu lidské psychiky v době digitální*. Přeložila Jaroslava PŘEROVSKÁ. V Praze: Dauphin, 2017. ISBN 978-80-7272-780-3.
4. HEŘMANOVÁ, Eva. *Koncepty, teorie a měření kvality života*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2012. Studijní texty (Sociologické nakladatelství). ISBN 9788074191060.
5. HILL, Grahame. *Moderní psychologie: hlavní oblasti současného studia lidské psychiky*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-641-1.
6. HLADKÝ, A. *Zdravotní aspekty zátěže a stresu: skripta pro posluchače Filozofické fakulty Univerzity Karlovy*. Praha: Karolinum, 1993. ISBN 80-7066-784-2.
7. JANDOUREK, Jan. *Slovník sociologických pojmů: 610 hesel*. Praha: Grada, 2012. ISBN 9788024736792.
8. KŘIVOHLAVÝ, Jaro. *Psychologie pocitů štěstí: současný stav poznání*. Praha: Grada, 2013. Psyché (Grada). ISBN 9788024744360.
9. KŘIVOHLAVÝ, Jaro. *Psychologie zdraví*. Vyd. 3. Praha: Portál, 2009. ISBN 9788073675684.
10. McCRINDLE, Mark. *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations* 3. doplněné vydání. Kindle Edition, 2014, Kindle location 1270-1271 of 4200, ISBN 978-0-9924839-0-6.
11. PELCÁK, Stanislav. *Osobnostní nezdolnost a zdraví*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2013. Recenzované monografie. ISBN 9788074353420.
12. SELYE, Hans. *Stres života*. Přeložila Petra KUDRNÁČOVÁ. Hodkovičky: Pragma, 2016. ISBN 9788073493929.
13. SCHREIBER, Vratislav. *Lidský stres*. 2. upr. vyd. Ilustroval Jaroslav PLESL. Praha: Academia, 2000. ISBN 8020002405.
14. SPITZER, Manfred. *Digitální demence: jak připravujeme sami sebe a naše děti o rozum*. Brno: Host, 2014. ISBN 978-80-7294-872-7.



15. 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. Recenzované monografie. ISBN 9788074355677.
16. STRNADOVÁ, Věra. *Kurz psychologie I: přehled základních témat moderní psychologie*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2005. ISBN 8070414758.
17. ŠEVČÍKOVÁ, Anna. *Děti a dospívající online: vybraná rizika používání internetu*. Praha: Grada, 2014. *Psyché* (Grada). ISBN 978-80-210-7527-6.
18. ŠMAHEL, David. *Psychologie a internet: děti dospělými, dospělí dětmi*. Praha: Triton, 2003. *Psychologická setkávání*. ISBN 80-7254-360-1.
19. VOJÁČEK, Jan. *Umění být zdravý*. V Brně: CPress, 2020. ISBN 978-80-264-3031-5.

### 5.1.2 Internetové zdroje

20. BURNELL, K., GEORGE, M. J., VOLLET, J. W., EHRENREICH, S. E., & UNDERWOOD, M. K. Passive social networking site use and well-being: The mediating roles of social comparison and the fear of missing out. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace* [online]. 2019, 13(3), article 5. [cit. 15. 3. 2020] ISSN: 1802-7962. DOI: <https://doi.org/10.5817/CP2019-3-5>
21. CLEMENT, J. Countries with the most Facebook users 2020. In: *Statista.com* [online]. 14. 2. 2020. [cit. 28. 3. 2020] Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/268136/top-15-countries-based-on-number-of-facebook-users/>
22. CLEMENT, J. Countries with the most Instagram users 2020. In: *Statista.com* [online]. 14. 2. 2020. [cit. 29. 3. 2020] Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>
23. CLEMENT, J. Most popular global mobile messaging apps 2019. In: *Statista.com* [online]. 20. 11. 2019. [cit. 29. 3. 2020] Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/258749/most-popular-global-mobile-messenger-apps/>
24. CLEMENT, J. Most popular social networks worldwide as of January 2020, ranked by number of active users. In: *Statista.com* [online]. 14. 2. 2020. [cit. 29. 3. 2020] Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
25. CLEMENT, J. Worldwide digital population as of April 2020. In: *Statista.com* [online]. 4. 6. 2020. [cit. 19. 6. 2020] Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>

26. Český Statistický Úřad. *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci – 2019*. [online]. 26. 11. 2019 [cit. 3. 12. 2019] Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/7-vyhledavani-vybranych-informaci-na-internetu-491bf37fh>
27. HOU, Y., XIONG, D., JIANG, T., SONG, L., & WANG, Q. (2019). Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace* [online]. 2019, 13(1), article 4. [cit 15. 3. 2020] ISSN: 1802-7962. DOI: <http://dx.doi.org/10.5817/CP2019-1-4>
28. KARDARAS, Nicholas. Generation Z: online and at risk? *Academic Search Complete* [online]. 1. září 2016, Vol. 27 Issue 5, p64-69. 6p. [cit 15. 3. 2020] ISSN: 1555-2284. DOI: <http://dx.doi.org/10.1038/scientificamericanmind0916-64>
29. KASÍK, Pavel. Facebook jsme udělali návykový schválně, přiznal bývalý prezident Parker. In: *iDnes.cz* [online]. 10. 11. 2017. [cit. 8. 6. 2020] Dostupné z: [https://www.idnes.cz/technet/internet/sean-parker-facebook-navykovy.A171110\\_134710\\_sw\\_internet\\_pka](https://www.idnes.cz/technet/internet/sean-parker-facebook-navykovy.A171110_134710_sw_internet_pka)
30. MADDEN, Mary; LENHART, Amanda; CORTESI, Sandra; DUGGAN, Maeve; SMITH, Aaron; BEATON, Meredith. Teens, Social Media, and Privacy In: *Pewresearch.org*. [online]. 21. 5. 2013. [cit. 23. 7. 2019] Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/internet/2013/05/21/teens-social-media-and-privacy/>
31. PRAŽÁK, Dan. Instagram bez lajků. Kontroverzní novinka dorazila už i do Česka. In: *Jablickar.cz* [online]. 15. 11. 2019. [cit. 31. 3. 2020] Dostupné z: <https://jablickar.cz/instagram-zacal-v-cesku-skryvat-pocet-lajku-u-prispevku/>
32. PRINCLÍK, Jan, Mgr. Facebook a jeho stručná historie. In: *Proexperty.cz* [online]. 2013 [cit. 28. 3. 2020] Dostupné z: <http://www.proexperty.cz/web-2-0/socialni-site/105-5-1-facebook-a-jeho-strucna-historie>
33. PRINCLÍK, Jan, Mgr. Základní funkční vlastnosti Facebooku. In: *Proexperty.cz* [online]. 2013 [cit. 29. 3. 2020] Dostupné z: <http://www.proexperty.cz/web-2-0/socialni-site/106-5-2-funkcnost-facebooku>
34. SMRŽ, JIŘÍ. Youtube v ČR – nejpoblárnější video platforma v číslech. In: *Detekomanie.cz* [online]. 25. 6. 2017. [cit. 30. 3. 2020] Dostupné z: <https://dotekomanie.cz/2017/06/youtube-cr-nejpopularnejsi-video-platforma-cislech/>
35. Twitter, Inc. How to Tweet. [online]. 2020 [cit. 30. 3. 2020] Dostupné z: <https://help.twitter.com/en/using-twitter/how-to-tweet>

36. VAN OUYTSEL, J., WALRAVE, M., PONNET, K., WILLEMS, A., & VANDAM, M. Adolescents' perceptions of digital media's potential to elicit jealousy, conflict and monitoring behaviors within romantic relationships. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace* [online]. 2019, 13(3), Article 3. [cit 15. 3. 2020] ISSN: 1802-7962. DOI: <https://doi.org/10.5817/CP2019-3-3>
37. YÜCEBALKAN, B. & AKSU, B. An Application on the Use of Facebook by Generation Z in the Context of Social Network as a Means of Virtual Communication. *International Journal of Eurasia Social Sciences* [online]. 2018, Vol: 9, Issue: 34, pp. (2194-2217). ISSN: 2146-1961. Dostupné z: <http://www.ijoess.com/DergiTamDetay.aspx?ID=2422&Detay=Ozet>
38. ZIKMUND, Martin; moderováno DRTINOVOU Danielou (DVTV). Mozek máme, abychom přežili, ne byli šťastní. Mluvíme o sexu, ne o svých emocích, říká Zikmund. In: *Youtube.com*. [online]. Zveřejněno 2. 9. 2019 [cit. 8. 6. 2020] Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=9b5EG1wmV4g&list=WL&index=9>

## 6. Seznam tabulek a grafů

### 6.1 Seznam tabulek

Tabulka 1 Rozdělení generací dle věku a pohlaví.....	46
Tabulka 2 Nejčastější využívání sociálních sítí v rámci generací .....	50
Tabulka 3 Negativní emoce vznikající vlivem sociálních sítí v rámci generací .....	55
Tabulka 4 Účel používání sociálních sítí (srovnání v rámci generací).....	60
Tabulka 5 Sdílený obsah na sociálních sítích (srovnání v rámci generací).....	66
Tabulka 6 Důvod, proč respondenti účet nedeaktivovali (srovnání v rámci generací) .....	69
Tabulka 7 Rozdělení výzkumného vzorku podle pohlaví a věku.....	72
Tabulka 8 Důvod, proč respondenti účet nedeaktivovali (srovnání v rámci Thajska a ČR) 86	
Tabulka 9 Vulnerabilita (srovnání v rámci Thajska a ČR).....	89
Tabulka 10 Používané sociální sítě (mladší/starší generace) .....	90
Tabulka 11 Pearsonův chí-kvadrát test pro jednotlivé sociální sítě .....	91
Tabulka 12 Respondenti používající alespoň jednu sociální síť .....	91

### 6.2 Seznam grafů

Graf 1 Ekonomická aktivita respondentů z ČR.....	47
Graf 2 Nejvíce používaná média celkem.....	47
Graf 3 Nejvíce používaná média v rámci jednotlivých generací.....	48
Graf 4 Závislost na sociálních sítích v rámci generací.....	50
Graf 5 Počet hodin denně strávených u sociálních sítí (srovnání v rámci generací).....	51
Graf 6 Méně času na koníčky vlivem sociálních sítí v rámci generací .....	52
Graf 7 Negativní emoce vznikající vlivem sociálních sítí (celkem) .....	53
Graf 8 Negativní emoce vznikající vlivem sociálních sítí (srovnání odpovědí mužů a žen)56	
Graf 9 Odvádění pozornosti sociálními sítěmi od práce či studia (srovnání v rámci generací) .....	57
Graf 10 Pozitivní vliv sociálních sítí na psychiku respondentů (srovnání v rámci generací) .....	58
Graf 11 Účel používání sociálních sítí (celkem) .....	59
Graf 12 Den bez telefonu, počítače či tabletu (srovnání v rámci generací) .....	61
Graf 13 Pocit osamělosti (srovnání v rámci generací) .....	62
Graf 14 Preferovaný způsob komunikace (srovnání v rámci generací) .....	63
Graf 15 Nejvhodnější cesta k seznámení (srovnání v rámci generací) .....	63
Graf 16 Trávení času s přáteli osobně/na internetu (srovnání v rámci generací).....	64
Graf 17 Obsah sdílený na sociálních sítích (celkem) .....	65

Graf 18 Odlišné chování na sociálních sítích (srovnání v rámci generací) .....	67
Graf 19 Úvaha nad deaktivací účtů na sociálních sítích (srovnání v rámci generací).....	68
Graf 20 Špatné zkušenosti se sociálními sítěmi (srovnání v rámci generací) .....	70
Graf 21 Zhoršená vulnerabilita v rámci generací .....	71
Graf 22 Nejvíce používaná média (srovnání v rámci Thajska a ČR).....	73
Graf 23 Závislost na sociálních sítích (srovnání v rámci Thajska a ČR) .....	74
Graf 24 Počet hodin denně strávených u sociálních sítí (srovnání v rámci Thajska a ČR) .	75
Graf 25 Méně času na koníčky vlivem sociálních sítí (srovnání v rámci Thajska a ČR) ....	75
Graf 26 Negativní emoce vznikající vlivem sociálních sítí (srovnání v rámci Thajska a ČR)	76
.....	
Graf 27 Odvádění pozornosti sociálními sítěmi od práce či studia (srovnání v rámci Thajska	77
a ČR).....	
Graf 28 Vliv sociálních sítí na psychiku respondentů (srovnání v rámci Thajska a ČR).....	78
Graf 29 Účel používání sociálních sítí (srovnání v rámci Thajska a ČR) .....	79
Graf 30 Den bez telefonu, počítače či tabletu (srovnání v rámci Thajska a ČR).....	80
Graf 31 Pocit osamělosti (srovnání v rámci Thajska a ČR) .....	80
Graf 32 Preferovaný způsob komunikace (srovnání v rámci Thajska a ČR) .....	81
Graf 33 Nejvhodnější cesta k seznámení (srovnání v rámci Thajska a ČR) .....	82
Graf 34 Trávení času s přáteli osobně/na internetu (srovnání v rámci Thajska a ČR).....	82
Graf 35 Nejdůležitější životní hodnoty (srovnání v rámci Thajska a ČR) .....	83
Graf 36 Obsah sdílený na sociálních sítích (srovnání v rámci Thajska a ČR) .....	84
Graf 37 Odlišné chování na sociálních sítích (srovnání v rámci Thajska a ČR).....	85
Graf 38 Úvaha nad deaktivací účtů na sociálních sítích (srovnání v rámci Thajska a ČR) .	86
Graf 39 Špatné zkušenosti se sociálními sítěmi (srovnání v rámci Thajska a ČR) .....	87
Graf 40 Zhoršená vulnerabilita (srovnání v rámci Thajska a ČR) .....	88
Graf 41 Využívání sociálních sítí v rámci věkových kategorií (ČSÚ, 2019).....	93
Graf 42 Využívání sociálních sítí v rámci věkových kategorií (vlastní dotazníkové šetření,	93
2019/2020).....	

## 7. Přílohy

### 7.1 Příloha 1 – dotazník v českém jazyce

#### Vliv sociálních sítí na současnou generaci

Dobrý den, v rámci své bakalářské práce Vás prosím o vyplnění následujícího dotazníku.  
Děkuji za Vaši spolupráci.

Aneta Cipryánová

1. Pohlaví

- muž
- žena

2. Věková kategorie

- 12-17 let
- 18-23 let
- 24-29 let
- 30-39 let
- 40-49 let
- 50-59 let
- 60 a více

3. Ekonomická aktivita

- žák/student
- pracující
- student i pracující
- na mateřské dovolené
- nezaměstnaný/á
- senior – pracující
- senior – nepracující

4. Které z uvedených médií používáte nejvíce? (max. 2 možnosti)

- Facebook a Messenger
- Instagram
- WhatsApp
- YouTube
- Twitter
- televize
- rádio
- tisk
- elektronické noviny

5. Myslíte, že jste na těchto médiích závislý/á?
- ANO
  - NE
6. Kolik hodin denně strávíte u těchto médií?
- 0-2
  - 3-5
  - 6-7
  - 8 a více
7. Myslíte, že kvůli médiím, která jste zmínil/a výše, máte méně času na své koníčky?
- ANO
  - NE
8. Jaké negativní emoce kvůli těmto médiím nejčastěji pociťujete? (max. 2 možnosti)
- kvůli médiím nepociťuji negativní emoce
  - rozčilení (např. kvůli odlišným názorům druhých – politika apod.)
  - když vidím úspěchy/vzhled/životní situace druhých, jsem ze sebe nebo ze svého života zklamaný/á
  - smutek (např. kvůli špatným zprávám, dopravním nehodám apod.)
  - žárlivost, závist
  - nenávisť (např. kvůli příspěvkům celebrit nebo uživatelů, které nemáte rád/a apod.)
  - strach (např. ze situace ve světě, zneužití informací/fotografií apod.)
  - pocit, že jen prokrastinuji a mohl/a bych se věnovat užitečnějším aktivitám
  - jiné: \_\_\_\_\_
9. Rozptylují Vás sociální sítě/média od práce/školy?
- ANO
  - NE
  - Nepoužívám sociální sítě.
10. Myslíte, že média, která jste zvolil/a výše, působí dobře na Vaši psychiku?
- ANO
  - NE
11. Za jakým účelem tato média používáte nejvíce? (max. 3 možnosti)
- zábava, uvolnění
  - chci mít přehled o tom, co se děje v životě ostatních lidí
  - informace (co se děje ve světě, nadcházející události apod.)
  - inspirace (návody, recepty, tipy na výlety, módní inspirace apod.)
  - komunikace s blízkými
  - k práci/studiu

- zabívám čas
  - sebe prezentace
  - vzdělávám se (dokumentární filmy/video, čtení různých článků, finanční gramotnost apod.)
  - inzeráty
  - navazování nových vztahů
  - sledování videí, poslech hudby
12. Zvládl/a byste být bez telefonu, počítače nebo tabletu celý den?
- ANO
  - NE
13. Kdybyste byl/a několik hodin sám/sama a bez přístupu k sociálním sítím, cítil/a byste se osaměle?
- ANO
  - NE
14. Komunikujete raději prostřednictvím zpráv nebo osobně (face to face)? Např. i v případě formálních záležitostí apod.
- prostřednictvím zpráv, e-mailů
  - osobně (face to face), po telefonu
15. Jaká je pro Vás nejpohodlnější cesta k seznámení s jinou osobou?
- přes internet
  - osobně (face to face)
16. Vyberte jedno z následujících tvrzení, které odpovídá Vaším postojům:
- Čas s přáteli trávím převážně na internetu.
  - Čas s přáteli trávím převážně osobně.
17. Jak nejčastěji trávíte svůj volný čas? (max. 2 možnosti)
- sport
  - umělecká tvorba (malba, fotografování,...)
  - zpěv, hra na hudební nástroj
  - tanec
  - knihy
  - trávím čas s blízkými
  - TV, filmy, videa, kino
  - cestování, výlety
  - deskové hry, kvízy, křížovky
  - na počítači (programování apod.)



- herní konzole, počítačové hry
- kultura (divadla, koncerty,...)
- sociální síť

18. Kolik hodin denně strávíte těmito aktivitami?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5 a více

19. Kolik hodin týdně sportujete?

- 0
- 1-3
- 4-6
- 7-9
- 10 a více

20. Co jsou pro Vás 3 nejdůležitější životní hodnoty?

- mezilidské vztahy (rodina, láska, přátelé)
- uznání
- svoboda
- víra
- spokojenost, pocit štěstí
- vzdělání, kariéra
- peníze
- zábava (cestování, sport, umění,...)
- online život
- moc a autorita

Pokud nepoužíváte sociální síť, přeskočte na stranu 6 – Skóre vulnerability vůči stresu

21. Jaký obsah na sociálních sítích převážně sdílíte? (max. 2 možnosti)

- Nepoužívám sociální síť
- svou náladu, písničky
- vzpomínkové fotografie s blízkými, fotografie z cest
- své fotografie (selfie apod.)
- svou tvorbu (malba, umělecké fotografie, hudba,...)
- informace, události, fotky nebo videa, které mne zaujaly
- osobní informace (životní události, změna zaměstnání apod.)
- inzeráty

- příspěvky týkající se mého studia/zaměstnání (propagace, materiály pro spolužáky/kolegy apod.)
22. Chováte se na sociálních sítích jinak než ve skutečnosti?
- ANO
  - NE
  - Nepoužívám sociální sítě.
23. Uvažoval/a jste někdy nad tím, že si účty na sociálních sítích deaktivujete?
- ANO
  - NE
  - Nepoužívám sociální sítě.
24. Pokud jste v předchozí otázce odpověděl/a “ano”, ale sociální sítě stále používáte, proč jste si svůj účet nedeaktivoval/a? (max. 3 odpovědi)
- Nepoužívám sociální sítě.
  - Neuvažoval/a jsem nad deaktivací svého účtu.
  - chci být v obraze (události, trendy, informace o přátelích,...)
  - kvůli komunikaci s blízkými
  - cítil/a bych se vyčleněn/a ze společnosti
  - kvůli škole/práci
  - kvůli zábavě
  - kvůli sebe prezentaci
  - chci s přáteli/světlem určité události sdílet
  - sociální sítě používám k inzerci
  - kvůli navazování nových vztahů
  - kvůli inspiraci (recepty, návody apod.)
  - nevím
  - jiné: \_\_\_\_\_
25. Máte se sociálními sítěmi nějaké špatné zkušenosti? (např. zneužití osobních informací, krádež účtu, sexuální obtěžování, kyberšikana apod.)
- ANO
  - NE
  - Nepoužívám sociální sítě.

*Pokračujte, prosím, na další straně.*

### Skóre vulnerability vůči stresu (vulnerabilita = zranitelnost)

1	Musím často vyhledávat lidi, kteří by mi rozmluvili mé "černé myšlenky".	ANO	NE
2	Musím přiznat, že moje nálada je velmi proměnlivá. Někdy se cítím dost rozrušený/á, aniž by se stalo něco, co tento pocit vyvolalo.	ANO	NE
3	Mám sklon být příliš citlivý/á na kritiku nebo nevlídné poznámky.	ANO	NE
4	Dost často trpím pocity viny bez skutečného důvodu.	ANO	NE
5	Často se cítím dost napjatý/á a vzrušený/á.	ANO	NE
6	Čas od času bývám nejistý/á, rozčilený/á a utrápený/á.	ANO	NE
7	Dost snadno se stávám podrážděným či špatně naloženým.	ANO	NE
8	Jsem ustaraný/á a mám sklon vidět černé stránky věcí.	ANO	NE
9	Mám sklon probírat minulé problémy a myslet na to co se stane.	ANO	NE
10	Stávám se velmi nervózní, když se něco nedaří.	ANO	NE
11	Mám sklon příliš se podceňovat a srovnávat se s druhými lidmi ve svůj nepospěch.	ANO	NE
12	Nespím příliš dobře a cítím se unavenější než druzí.	ANO	NE

(upraveno dle Beecha, 1987)

## 7.2 Příloha 2 – dotazník v anglickém jazyce

### The impact of social networking on the present generation

Hello, I would like to ask you to complete the following questionnaire for my Bachelor Thesis.  
Thank you for your help.

Aneta Cipryánová

#### 1. Gender

- male
- female

#### 2. Age

- 12-17 years
- 18-23 years
- 24-29 years
- 30-39 years
- 40-49 years
- 50-59 years
- 60 and more

#### 3. Status

- student
- employee
- student and employee
- maternity leave
- unemployed
- senior - employed
- senior – unemployed

#### 4. What media do you use the most? (maximum 2 options)

- Facebook a Messenger
- Instagram
- WhatsApp
- YouTube
- Twitter
- television
- radio
- printed media
- electronical news

5. Do you think you are addicted to these media?
  - YES
  - NO
  
6. How many hours a day do you spend on these media?
  - 0-2
  - 3-5
  - 6-7
  - 8 and more
  
7. Do you think that you have less time for your hobbies because of the media?
  - YES
  - NO
  
8. What negative emotions do you often feel because of using the media? (maximum 2 options)
  - I don't feel negative emotions because of the media.
  - anger (e. g. because of the different opinions of others - politics,...)
  - When I see success/beauty/life of others, I feel dissapointed of myself or of my life.
  - sadness (e. g. because of some bad news, road accidents,...)
  - jelaousy, envy
  - hate (e. g. because of the posts of celebrities or people that I don't like)
  - fear (e. g. situation in the world, misuse of personal information/photos,...)
  - The feeling that I am just wasting my time and I could do meaningful things.
  - Other:
  
9. Does social media distract you from your work/school?
  - YES
  - NO
  - I don't use social media.
  
10. Do you think that the media you have chosen above have a good effect on your psyche?
  - YES
  - NO
  
11. Why do you use the media? (maximum 3 options)
  - fun, relaxation
  - I want to know what is happening in others' lifes.
  - information (e. g. what is happening in the world, upcoming events,...)
  - inspiration (e. g. tutorials, recipes, tips for traveling, fashion,...)
  - communication with my friends/family

- for work/school
  - I'm wasting my free time.
  - self-presentation
  - studying (documentary movies/videos, reading some articles, financial literacy)
  - placing advertisements
  - establishing new relationships
  - watching videos, listening to music
12. Could you be a whole day without your phone, computer or tablet?
- YES
  - NO
13. If you were alone for several hours without access to social media, would you feel lonely?
- YES
  - NO
14. Do you prefer to communicate via messages or face to face? (e.g. even in case of formalities, etc.)
- via messages, emails
  - in person (face to face), over the phone
15. What is the most convenient way for you to establish a new relationship?
- via the Internet
  - in person (face to face)
16. Select one of the following statements that correspond to your attitudes:
- I spend time with my friends mostly on the Internet.
  - I spend time with my friends mostly in person.
17. How do you spend your free time? (maximum 2 options)
- sport
  - art (painting, photography,...)
  - singing, playing a musical instrument
  - dancing
  - books
  - spending time with my loved ones
  - TV, movies, videos, cinema
  - traveling, trips
  - board games, quizzes, crosswords
  - computer (programming, etc.)

- game consoles, computer games
  - culture (theaters, concerts,...)
  - social media
18. How many hours a day do you spend doing these activities?
- 1
  - 2
  - 3
  - 4
  - 5 and more
19. How many hours a week do you do sports?
- 0
  - 1-3
  - 4-6
  - 7-9
  - 10 and more
20. What are the most important life values for you? (3 options)
- relationships (family, friends, love)
  - appreciation
  - freedom
  - religion
  - satisfaction, feeling of happiness
  - education, career
  - money
  - fun (traveling, sport, art,...)
  - life online
  - power and authority
21. What content do you often share on social media? (maximum 2 options)
- I don't use social media.
  - my feelings, songs
  - memorable photography, photos from traveling
  - photos of me (selfies,...)
  - my art (paintings, photography, music,...)
  - information, events, photos or videos that I find interesting
  - personal information (e.g. life situations, change of your job,...)
  - I place advertisements there.
  - posts about studies/work (e.g. promotion, study/work materials for my classmates/colleagues,...)

22. Does your behavior differ on social media and in real life?
- YES
  - NO
  - I don't use social media.
23. Uvažoval/a jste někdy nad tím, že si účty na sociálních sítích deaktivujete?
- YSE
  - NO
  - I don't use social media.
24. If you answered "yes" in the previous question, why didn't you deactivate it? (maximum 3 options)
- I have never thought about deactivating my account.
  - I don't use social media.
  - I want to be informed (events, trends, information about friends,...).
  - Because of the communication with my loved ones.
  - I would feel separated from society.
  - Because of school/work.
  - Because of fun.
  - Because of my self-presentation.
  - I wanna share some events with my loved ones/with the world.
  - I use social media for placing advertisements.
  - Because I want to meet new people there.
  - Because I find inspiration there (recipes, DIY,...).
  - I don't know.
  - Other: \_\_\_\_\_
25. Have you ever had any bad experiences with social media? (e.g. personal information misuse, account stealing, sexual harassment, cyberbullying,...)
- YES
  - NO
  - I don't use social media.



### **The score of vulnerability (stress resisement) Beech, 1987**

1	I often have to be with people that can change my negative thoughts.	YES	NO
2	My mood changes a lot. Sometimes i feel upset, even if nothing wrong happened.	YES	NO
3	I am sensitive to criticism or harsh remarks.	YES	NO
4	I often have feelings of guilt, without any reason.	YES	NO
5	I often feel tense or nervous.	YES	NO
6	Sometimes I feel uncertain, angry or sad.	YES	NO
7	I am easily becoming irritated or have a bad mood.	YES	NO
8	I am often worried about things and I always see a negative side of things.	YES	NO
9	I tend to think about the past and think about what will happen.	YES	NO
10	I am very nervous if something isn't going well.	YES	NO
11	I tend to underestimate myself and to compare myself with other people to my disadvantage.	YES	NO
12	I don't sleep very well, and I feel more tired than others.	YES	NO

(Beech, 1987)

## 7.3 Příloha 3 - zadání práce

UNIVERZITA HRADEC KRÁLOVÉ  
Fakulta informatiky a managementu  
Akademický rok: 2018/2019

Studijní program: Ekonomika a management  
Forma studia: Prezenční  
Obor/kombinace: Finanční management – anglický  
jazyk (fm-p-a)

### Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta

Jméno a příjmení: **Aneta Cipryánová**  
Osobní číslo: **I1700382**  
Adresa: **Lichnická 57, Seč, 53807 Seč 1, Česká republika**  
Téma práce: **Vliv sociálních sítí na stresový potenciál a kvalitu života současné generace**  
Téma práce anglicky: **The impact of the social media on stress potential and quality of life of the present generation**  
Vedoucí práce: **PhDr. Věra Strnadová, Ph.D.**  
**Katedra managementu**

Zásady pro vypracování:

Cíl: Cílem práce je poukázat na vliv sociálních sítí na stresový potenciál a dopad na kvalitu života současné generace. Dále pak přiblížit témata spojená s touto problematikou.

Osnova:

I. Úvod

- a) Literární rešerše
- b) Cíl práce
- c) Metoda a způsob řešení

II. Teoretická část

- a) Definice stresových faktorů
- b) Copingové strategie
- c) Psychosomatika
- d) Pozitivní psychologie
- e) Kvalita života v současnosti
- f) Současná generace
- g) Vliv sociálních sítí na současnou generaci

III. Praktická část

- a) Výběr respondentů
- b) Porovnání dat a statistik
- c) Výzkum
- d) Celkové shrnutí výzkumu

IV. Závěr a doporučení

Seznam doporučené literatury:

- ŠEVČÍKOVÁ, A. A KOLEKTIV Děti a dospívající online – vybraná rizika používání internetu, 1. vyd. Praha 7: Grada Publishing, a. s. ve spolupráci s Masarykovou univerzitou, 2014, ISBN: 978-80-247-5010-1 (Grada Publishing), ISBN: 978-80-210-7527-6 (Masarykova univerzita)
- SPITZER, M. Digitální demence, 1. vyd. Brno: Host – vydavatelství, s.r.o., 2017, ISBN: 978-80-7294-872-7
- KOLEKTIV AUTORŮ Kvalita života 1, 1. vyd. Ústí nad Labem: Ústav zdravotnických studií, 2007, ISBN: 978-80-7044-893-9
- BOYD, D. Je to složitější: sociální život teenagerů na sociálních sítích, 1. vyd. Praha: Akropolis, 2017, ISBN: 978-80-7470-165-8

Garantující pracoviště: Katedra managementu,  
Fakulta informatiky a managementu

Vedoucí práce: PhDr. Věra Strnadová, Ph.D.

Datum zadání závěrečné práce: 15. 10. 2019