

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI
FILOZOFICKÁ FAKULTA

Bakalářská diplomová práce

Olomouc 2021

Lenka Daňková

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI
FILOZOFICKÁ FAKULTA
KATEDRA SOCIOLOGIE, ANDRAGOGIKY A KULTURNÍ
ANTROPOLOGIE

VLIV SOCIÁLNÍCH SÍTÍ NA SOCIÁLNÍ SKUPINU VE VĚKU
15-25 LET

Bakalářská diplomová práce

Obor studia: Aplikovaná ekonomická studia-Sociologie

Autor: Lenka Daňková

Vedoucí práce: Mgr. František Znebežánek, Ph.D.

Olomouc 2021

Prohlašuji, že jsem bakalářskou diplomovou práci na téma „Vliv sociálních sítí na sociální skupinu ve věku 15-25 let“ vypracoval(a) samostatně a uvedl(a) v ní veškerou literaturu a ostatní zdroje, které jsem použil(a).

V Olomouci dne.

Podpis

Poděkování

Děkuji vedoucímu práce Mgr. Františku Znebejánkovi, Ph.D. za laskavý přístup, odborné rady a připomínky, které mi poskytl při zpracování bakalářské práce. Dále děkuji mé rodině za podporu a trpělivost.

Anotace

Jméno a příjmení:	<i>Lenka Daňková</i>
Katedra:	Katedra sociologie, andragogiky a kulturní antropologie
Obor studia:	<i>Aplikovaná ekonomická studia - Sociologie</i>
Obor obhajoby práce:	<i>Sociologie</i>
Vedoucí práce:	<i>Mgr. František Znebežánek, Ph.D.</i>
Rok obhajoby:	<i>2021</i>

Název práce:	Vliv sociálních sítí na sociální skupinu ve věku 15-25 let
Anotace práce:	<p>Sociální sítě ovlivňují společnost ve velké míře, neboť jejich možnosti využití jsou příležitostí a zároveň hrozbou. Téma je proto aktuální a zajímavé pro zpracování bakalářské práce. Cílem práce je zjistit, zda mají sociální sítě nějaký vliv na mladou generaci, jakou dobu na nich tráví svůj čas a k jakému účelu je využívají. Dále zjišťuji míru zapojení respondentů, to znamená jak často respondenti lajkují a komentují příspěvky svých přátel. Teoretická část obsahuje popis sociálních sítí, druhy sociálních sítí, příčiny využívání sociálních sítí a jejich důsledky. Teoretická východiska nás seznamují s realitou, v práci jsou popsány vlivy sociálních sítí s odkazy na publikace odborníků, ve kterých se nad fenoménem zamýšlejí. Praktická část je zaměřena na kvantitativní výzkum s pomocí anonymního dotazníku pro respondenty ve věku 15-25 let. Dotazy v něm byly stanoveny na základě teoretických poznatků a stanovených výzkumných otázek. Po analýze získaných dat jsou výsledky interpretovány ve formě tabulek a grafů.</p>
Klíčová slova:	sociální sítě, vlivy sociálních sítí, Facebook, média
Title of Thesis:	The impact of social networks on a social group aged 15- 25

Annotation:	<p>Social networks affect society to a large extent, as their possibilities of use are both an opportunity and a threat. The topic is therefore current and interesting for the elaboration of a bachelor's thesis. The goal of the thesis is to find out whether social networks have any influence on the young generation, how much time they spend their time on them and for what purpose they use them. I also research measure of involvement of the respondents, that means how often the respondents like and comment on their friends' posts. The theoretical part contains a description of social networks, types of social networks, the causes of the use of social networks and their consequences. Theoretical background acquaints us with reality, the work describes the effects of social networks with links to publications of experts in which they reflect on the phenomenon. The practical part is focused on quantitative research with the help of an anonymous questionnaire for respondents aged 15-25 years. The questions were determined on the basis of theoretical knowledge and established research questions. After analysis of the obtained data, the results are interpreted in the form of tables and graphs.</p>
Keywords:	social networks, impacts of social networks, Facebook, media
Názvy příloh vázaných v práci:	Příloha č. 1 Dotazník
Počet literatury a zdrojů:	25
Rozsah práce:	57 stran (56 065 znaků s mezerami)

Obsah

ÚVOD	8
TEORETICKÁ ČÁST.....	10
1. Sociální sítě.....	10
2. Druhy sociálních sítí	12
2.1 Facebook.....	12
2.1.1 Výzkumy.....	13
2.2 Instagram	14
2.3 Twitter.....	15
2.4 YouTube	15
3. Příčiny využívání sociálních sítí	17
4. Důsledky sociálních sítí	18
4.1 Vlivy sociálních sítí	19
4.2 Kyberkriminalita.....	22
4.3 Sociální sítě a volný čas.....	23
5. Média a komunikace	25
EMPIRICKÁ ČÁST.....	27
6. Metodologie výzkumu	27
6.1 Výzkumné otázky	27
6.2 Metody sběru dat	27
6.3 Zkoumaný vzorek účastníků výzkumu	28
6.4 Průběh sběru dat.....	28
6.5 Etická pravidla	28
6.6 Zpracování dat	29
7. Výsledky výzkumu	30
DISKUZE	46
ZÁVĚR.....	48
LITERATURA A ZDROJE	50
PŘÍLOHY	54

ÚVOD

Dnešní společnost ve velké míře ovlivňuje používání sociálních sítí. Vývoj technologií má bezprostřední vliv na naši komunikaci se světem, rozšiřuje znalosti, IT dovednosti a ovlivňuje naše chování. Rozvoj a vývoj technologií je nevyhnutelný a jejich využití je tedy logické. Vlivy sociálních sítí na jedince se projevují a to vše se pak odráží na našem životě a jeho kvalitě.

Jak zmiňuji v teoretické části, uživatelé se stávají díky sociálním sítím rovnými bez ohledu na rasu, sociální pozici, věku, pohlaví nebo vzdělání. Lze nepřetržitě komunikovat s okolím, získávat zde potřebné informace, sledovat aktivity přátel nebo se nechávat inspirovat okolím. Komunikace může být anonymní a to v některých případech uživatelům vyhovovat a mohou se záměrně skrýt pod jinou identitu. Jak je vidět, je řada věcí na sociálních sítích pro ně atraktivní a pro člověka příjemná, což ale může u někoho také vést k přílišnému trávení času na internetu.

Nadměrné užívání sociálních sítí může zhoršovat chování a stabilitu psychiky člověka, kdy je potřebné sledovat tyto ukazatele a vyvodit z toho určitá řešení a případně aktivovat následnou pomoc. Neustálé trávení na sociálních sítích se stávají problémem doby, neboť platformy nabízejí stále více informací, možnosti komunikace ve formě chatů, on-line her nebo videí. Nepředpokládá se, že by zájem společnosti o ně klesal, protože přináší uživatelům řadu výhod a uspokojení potřeb.

Cílem práce je zjistit, zda mají sociální sítě nějaký vliv na mladou generaci ve věku 15-25 let, jakou dobu na nich tráví svůj čas a k jakému účelu je využívají. Dále zjišťuji míru zapojení respondentů, to znamená jak často respondenti lajkují a komentují příspěvky svých přátel.

V empirické části zmiňují metody sběru dat, popisují výzkumný vzorek, stanovují výzkumné otázky a popisují zpracování dat a jejich interpretaci.

TEORETICKÁ ČÁST

1. Sociální sítě

Od 90. let 20. století se sociální sítě začínají velmi rychle rozvíjet. Vznikají první domény, kde si uživatelé vytváří účty a přidávají seznamy přátel. „První rozpoznatelná sociální síť byla zprovozněna v roce 1997“ (Boydová & Ellisonová, 2008, s. 214). Boydová a Ellisonová (2008, s. 211) chápou sociální sítě jako „webové služby umožňující osobám založení si veřejného nebo poloveřejného profilu v ohraničeném systému, vytvoření si seznamu ostatních uživatelů, se kterými budou spojeni, zobrazení a procházení si seznamu jejich kontaktů a ostatních uživatelů v rámci onoho systému“. Kožíšek a Písecký charakterizují sociální sítě velmi podobně a to jako „internetovou službu, která umožňuje svým členům vytvořit veřejné, uzavřené nebo i firemní profily, prezentace, diskuzní fóra a nabízí prostor pro sdílení fotografií, videí, obsahu a dalších aktivit“ (Kožíšek & Písecký, 2016, s. 24).

Velký rozvoj nastal především v roce 2003, kdy s velkým rozmachem technologií se internet začíná nacházet v každém mobilním telefonu. S virtuálním světem jsme tudíž obklopeni neustálé formou mobilních aplikací. Nejznámější platformou, která vznikla v roce 2004, byl Facebook. Ten byl tehdy určený k vytváření osobních profilů pouze pro studenty Harvardovy univerzity.

„Prostředí, která jsou vytvářena díky sociálním médiím, jsou definována především čtyřmi následujícími afordancemi. Přestože tyto afordance nejsou samy o sobě nové, jejich vzájemná interakce v rámci online veřejností vytváří nové příležitosti i hrozby. Jsou jimi:

- *Perzistence: online vyjádření a obsah nepomíjejí*
- *Viditelnost: existuje potenciální publikum, potenciální svědci*

- *Snadná šířitelnost: obsah může být jednoduše sdílen*
- *Dohledatelnost: obsah je možné (znovu) najít“ (boydová, 2017, 24)*

K připojení na sociální sítě uživatele motivuje několik kritérií, mezi ně patří např. zábava, vzdělání, komunikace s přáteli a rodinou, seznamování s novými lidmi nebo sledování známých osobností. Sociální sítě jsou tedy velkým prostředkem komunikace ve společnosti. Mezi nejznámější sociální sítě patří Instagram, Twitter, Youtube a již zmiňovaný Facebook.

2. Druhy sociálních sítí

V současné době existuje nespočet sociálních sítí a další stále přibývají. Ve své práci zmíním a popíši 4 největší a nejúspěšnější sociální sítě ve světě.

2.1 Facebook

Platforma Facebook je momentálně jedna z nejstarších, ale zároveň nejznámějších a nejnavštěvovanějších sociálních sítí ve světě. Podle Kulhánkové (2010, s. 9) je totiž Facebook jiný. *„Roli v tom hraje několik aspektů. Jedním z nich může být skutečnost, že jeho zakladatelé jsou bývalí studenti americké Harvardské univerzity, kteří vytvořili síť seznamů studentů a z ročenek především proto, aby provákům usnadnili orientaci v novém prostředí a v životě na univerzitě.“* Jedním ze zakladatelů je právě bývalý student Harvardské univerzity Mark Zuckerberg.

Hlavní funkce Facebooku je sdílení příspěvků a komunikace mezi lidmi. Podle pravidel Facebooku by měl každý uživatel uvést své jméno pravdivě a fotografii stejně tak (Pospíšilová, 2016). Pak právě podle jména nebo fotografie si hledáme přátele, kteří musí vždy potvrdit naši žádost. Po potvrzení mohou přátelé vidět navzájem všechny své fotografie a aktivity. Na Facebooku také můžeme oznamovat změny našeho sociálního statusu nebo vytvářet vztahy jak rodinné, tak partnerské.

Jako každá sociální síť má i Facebook své nevýhody. *„Z důvodu snahy nalézt přátele, spolužáky, známé či kolegy zveřejňují uživatelé Facebooku ve svých profilech velké množství osobních údajů. Mnozí z nich si ani nedávají příliš mnoho práce s nastavením jejich ochrany a díky tomu se stávají snadným cílem krádeží takových informací“* (Kulhánková, 2010, s. 102). Dalším obrovským nedostatkem je výskyt deviantů, kteří mohou ohrožovat hlavně mladší uživatele.

2.1.1 Výzkumy

V roce 2020 proběhl výzkum ve Spojených státech amerických, kde zjistili, že Facebook je velmi důležitým zdrojem novinek a informací pro respondenty. *„Odpovědi účastníků na otázky a následné rozhovory objasňují různé způsoby, jakými může Facebook zlepšovat životy lidí, ať už jako zdroj zábavy, způsob organizace charity, skupinu aktivistů nebo sociální záchranné lano pro ty, kteří jsou izolovaní. Jakákoliv diskuse o nevýhodách sociálních sítí by neměla skrýt základní skutečnost, že naplňuje hluboké a rozšířené potřeby“* (Hunt Allcott, Luca Braghieri, Sarah Eichmeyer & Matthew Gentzkow, 2020, s. 672). Na druhou stranu z výzkumu vyplývá, že nevýhody Facebooku a sociálních sítí existují a jsou reálné. *„Bylo shledáno, že čtyři týdny bez Facebooku zlepšují subjektivní pohodu a podstatně snižují potřebu být na Facebooku po experimentu, což naznačuje, že síly jako závislost a předpojatost mohou způsobit to, že lidé budou používat Facebook více, než za normálních okolností“* (Hunt Allcott, Luca Braghieri, Sarah Eichmeyer & Matthew Gentzkow, 2020, s. 672).

Další výzkum, který proběhl v České republice, popisuje Marie Pospíšilová ve své knize. Z výsledků výzkumu chtěla zjistit, jakou roli má Facebook v každodenním životě. Výzkumný vzorek se skládal z opustivších (lidé, kteří Facebook z nějakého důvodu opustili) a z uživatelů Facebooku ve věkovém rozmezí 16-26 let. Díky tomu chtěla autorka zjistit, zda se odpovědi uživatelů Facebooku na výhody a nevýhody shodují s odpověďmi opustivších. Problém nastal při rozhovorech, kdy se zjistilo, že opustivší se opakovaně vracejí na Facebook. *„Uživatelé považovali informační a komunikační funkci Facebooku (ať už otevřeného, nebo „špehování“) za tu nejvýznamnější“* (Pospíšilová, 2016, s. 39). Podle Pospíšilové (2016) naopak respondenti nepovažovali za výhodu mít co největší počet přátel

a neměli ani potřebu zveřejňovat příspěvky, kvůli známým informacím z předešlého kontaktu tváří v tvář.

Dále z výzkumu vyplývá, že nejčastější důvody k odchodu z Facebooku může být právě nekonečné množství informací, u kterých jedinec nerozezná, které jsou relevantní, a ze kterých může čerpat. Díky tomu se jedinec pak cítí unavený a znechucený. Dalším důvodem je nedostatečný počet důležitých známých, kvůli kterému se pak důležitá informace nedostane k uživateli a Facebook se stává neefektivním (Pospíšilová, 2016).

2.2 Instagram

Sociální platforma Instagram je založen hlavně na grafickém obsahu a je velmi jednoduché si jej zdarma stáhnout do svého chytrého telefonu. Uživatelé zde sdílí hlavně zážitky, zkušenosti a novinky ze svého osobního života formou fotografií, obrázků nebo dokonce videozáznamů. Instagram má ve své kompetenci fotografie pořídít, posléze je měnit, upravovat a vylepšit pomocí filtrů. Výhodou Instagramu může být možnost sdílet své příspěvky do různých sociálních sítí.

Prvním krokem je založení profilu, který reprezentuje uživatele v dané sociální síti. Čím více profil uživatel vyplní, tím lépe pak bude dohledatelný a více důvěryhodný. Tento profil je samozřejmě možné nastavit jako soukromý a ostatní uživatelé neuvidí příspěvky, dokud jim daný uživatel nepotvrdí žádost o sledování. Těmito uživateli, kteří sledují jiné účty, se stávají tzv. followeři. Follower vidí, hodnotí a komentuje příspěvky uživatelů, které sleduje na dané sociální síti. Followeři se hlavně získávají sdílením kvalitního kontentu, který zaujme danou skupinu lidí se stejnými zájmy. S růstem followerů na Instagramu se právě začínají formovat noví influenceři, kteří ovlivňují ostatní uživatele.

Dalším důležitým rysem Instagramu je hashtag, který se poprvé objevil v roce 2007 na sociální síti Twitter. Jedná se o slovo nebo

frázi, která se napíše za tento znak: „#“. Význam hashtagu je chápán jako forma klíčového slova, díky kterému můžeme najít podobné příspěvky, čehož využívá mnoho uživatelů Instagramu pro větší pravděpodobnost vyhledání jejich příspěvků.

2.3 Twitter

Twitter, založený v roce 2006, poskytuje uživatelům posílat a číst příspěvky, které byly sdíleny jinými uživateli. Tyto příspěvky se nazývají tweety, vychází z anglického slovíčka twitter, což znamená „cvrlikání“, „švitoření“. Stejně jako u Instagramu uživatelé sledují účty, které je zaujmou, přijdou jim vtipné nebo chtějí sledovat známé osobnosti. Na rozdíl od Facebooku je možné navázat kontakt s cizí osobou, aniž by bylo potřeba potvrdit jeho žádost. Pokud se rozhodne uživatel někoho sledovat, tak to znamená pouze projevení zájmu o obsah, nikoliv osobní pouto mezi uživateli. Tito uživatelé pak přidávají textový příspěvek o maximálně 280 znacích. Součástí těchto textových příspěvků tzv. „tweetů“ mohou být také obrázky nebo videa.

Jak jsem již zmiňovala na sociální síti Twitter se poprvé objevila funkce hashtag, která zastupuje funkci klíčového slova. Tím se stává vyhledávání podobných příspěvků o hodně snazší. *„Uživatelé mohou vzájemně reagovat na své příspěvky, mohou se zmiňovat a mohou příspěvky, které se jim líbí „posílat dál“ k vlastním následovníkům, což funguje jako virální šíření“* (Bednář, 2011, s. 29).

2.4 YouTube

Další internetový server je využíván k ukládání krátkých videí ke sdílení s veřejností. Byl založen v roce 2005 a začal mít obrovskou sledovanost. Původně sloužil k zavěšování hudebních videoklipů, později byl využíván pro výuková videa, přednášky, filmové trailery nebo video-blogy. V dnešní době je vlastněn společností Google.

„Je na výběr z pěti možných účtů. Základní účet umožňuje nahrát, sdílet, vyhledávat a komentovat videa; řídicí účet umožňuje činnosti jako například přidávat logo na svou stránku; účet hudebníka nebo komika umožňuje provádět další úpravy a vložit odkaz na nákup CD apod; a poslední účet pro odborníky dovoluje přidávat uživatelská loga a odkazy do základní stránky“ (Oliver, 2008, s. 78). Uživatel se nejprve zaregistruje a ukládá videa s možností komentářů nebo je možné si vytvořit vlastní kanál. Někteří youtubeři mají obrovskou sledovanost, díky které z ní mohou finančně profitovat. Služba YouTube umožňuje živé přenosy, které byly využity poprvé například při koncertu irské rockové kapely U2 nebo při rozhovorech s prezidentem USA Barackem Obamou, který je zároveň nejsledovanější uživatel na Twitteru.

3. Příčiny využívání sociálních sítí

Sociální sítě působí na společnost ve velké míře a jedna z příčin využívání sociálních sítí může být fakt, že lidé mají více volného času, méně práce a více prostoru k zábavě. Další velmi důležitou příčinou může být právě velmi snadná dostupnost a značně nízké nároky na uživatele, to znamená, na uživatele není kladen žádný inteligenční nebo ekonomický nárok k využívání sociálních sítí. S postupem času je čím dál větší nárůst technologií a s ním spojená globalizace. *„Různé pokusy o definici globalizace se shodují v tom, že se jedná o dlouhodobý proces vzájemného sblížení zájmů lidí celé planety na všech úrovních společenského života. Je to tedy proces kulturní, politický a ekonomický“* (Rolný, Lacina, 2004, s. 13). Díky globalizaci se masová kultura, a s ní i sociální sítě šíří rychle po celém světě.

Sociální sítě poskytují širokou škálu možností jak uspokojit potřeby lidí, ať už se cítí osamělí nebo mají potřebu vyjádřit a sdílet své pocity virtuálně s ostatními. *„Na individuální úrovni jsme svědky vzestupu sítí jako explicitní a stále systematictější způsob navazování kontaktů a zlepšování sociálních vztahů“* (DIJK, 2006, s. 29). *„Sociální média umožňují lidem navázat kontakt a znovu navázat kontakt – někdy na velké vzdálenosti, nabízí příležitost k sebevyjádření, které nemusí být vždy offline, poskytují příležitosti k učení a sdílení informací, které jsou neobvyklé a podporují potřeby uživatelů kontrolovat jejich online zážitky“* (Hoffman & Novak, 2012, s. 4).

Sociální sítě jsou v dnešní době trendem ve společnosti a využívá je bezmála většina populace. Proto může dojít i k nátlaku společnosti na jedince, který pokud nebude využívat sociální sítě jako ostatní, bude vyloučen na okraj společnosti.

4. Důsledky sociálních sítí

S růstem oblíbenosti sociálních sítí vznikají i rizika spojená s užíváním těchto sítí. Nadměrné užívání sociálních sítí negativně ovlivňuje spánek a kvalitu učení, zhorší se vaše pozornost, jste více ve stresu, cítíte se osamělí apod. Na sociálních sítích máme neustálou tendenci porovnávat se s ostatními uživateli a jejich životy, to je i částečný důvod, proč se cítíme osamoceni. Psycholog Walter Mischel říká, že lidé na sociálních sítích ukazují jen nejlepší verzi samu sebe, ukazují jen to perfektní a nejlepší chvíle svého života. V tomto ohledu jsou podle něj sociální média velmi nebezpečná, protože ukazují jen ty nejúspěšnější momenty života druhých. To potvrzuje i studie provedena v Americe na mladých lidech, ze které vyplynulo, že vyšší používání Facebooku vede ke snížení momentálního štěstí a poklesu spokojenosti. *„Nežádoucí účinky jako jsou sebevraždy a deprese, se podle všeho prudce zvýšily v období, kdy se rozšířilo používání chytrých telefonů a sociálních sítí“* (Hunt Alcott, Luca Braghieri, Sarah Eichmeyer & Matthew Gentzkow, 2020, s. 630).

Na druhou stranu sociální sítě mohou studentům pomáhat rozvinout důležité znalosti a sociální schopnosti a dovednosti, pomáhají vytvářet a sdílet kreativní obsah s dalšími uživateli. Podle Luska *„jedním z pozitivních aspektů online komunit je to, že je mladí lidé mohou využívat pro akademickou pomoc a podporu“* (Lusk, 2010, s. 3-4). Díky snadnému přístupu k sociálním sítím a schopnosti vytvářet dostupnější komunikaci, přináší sociální sítě spoustu výhod pro mladé, včetně poskytnutí virtuálního prostoru pro jejich zkoumání, zájmy nebo řešení problémů s podobnými jednotlivci. Oproti tomu zjištění Jacobsena a Forste *„naznačují, že používání elektronických médií je negativně spojováno se známkami. Zjistili také, že přibližně dvě třetiny studentů uvedli, že elektronická média používají během hodiny, učení nebo dělání domácích úkolů“* (Jacobsen, Forste, 2010, s. 279). Toto využívání během učení

nebo domácích úkolů může vést k rozptýlení. Z některých dřívějších výzkumů vychází, že toto chování může být škodlivé pro projev studenta.

Další výzkum, který provedli Qingya Wang, Wei Chein a Yu Liang (2011) na studentech vysokých škol, ukazuje, že většina studentů preferuje používat sociální sítě a tudíž stráví nespočet hodin na internetu. Mezi jednu z nejoblíbenějších sociálních sítí mezi studenty na vysoké škole patří Facebook, který je používán i během hodin ve škole. 90% respondentů odpovědělo, že tráví čas na sociálních sítích pro zábavu a je velmi málo těch, kteří používají sociální sítě ke splnění domácích úkolů. Dokonce 80% studentů přiznalo, že používali sociální sítě během dělání domácích úkolů, což může vést k rozptýlení. Výzkum Qingya Wang, Wei Chein a Yu Liang (2011) ukázal, že vysokoškolští studenti byli ovlivněni sociálními médii. *„Sociální média jsou atraktivní; poskytují vysokoškolským studentům nejen další svět k získání nových přátel, ale také poskytuje dobrý způsob k uvolnění stresu. Do jisté míry, absolutně ovlivňují život vysokoškoláků, včetně známek“* (Qingya Wang, Wei Chein, Yu Liang, 2011, s. 9).

4.1 Vlivy sociálních sítí

Vliv sociálních sítí na mladé lidi je obrovský. Pro většinu mladých lidí jsou sociální sítě nedílnou součástí každodenního života. Sociální sítě nabízejí spoustu nových příležitostí a mohou být velmi užitečné. Například umožňují vztahy na dálku nebo spojují lidi napříč světem. Adolescenti používají sociální sítě hlavně ke sledování novinek jak ohledně své rodiny, tak svých přátel, komunikace nebo taky k zábavě. Některé sítě mohou pomáhat mladistvým ke schopnosti socializace s ostatními vrstevníky. *„S pokrokem sociálních sítí mnoho organizací využívá tyto média ke zlepšení jejich praktik. S využíváním sociálních sítí můžeme inzerovat nebo komunikovat efektivnějším způsobem. Stejně tak se lidé nemusí spoléhat na média nebo televizi pro získání každodenní dávky zpráv, to vše lze získat ze stránek*

sociálních sítí. Lidé mohou sledovat nebo získat informace z celého světa“ (Akram, Kumar, 2017, s. 347).

Co se týče vlivů sociálních sítí na vzdělání, studenti mohou velice snadno komunikovat mezi sebou a sdílet informace přes sítě jako Facebook, Instagram a jiné. Jedním z důležitých aspektů vyrůstání je socializace a vytváření přátel jak ve škole, tak i v budoucím zaměstnání. Socializace je důležitá pro vytváření vazeb, učení se novým věcem, a výměně názorů s ostatními, to může mít i za následek vyšší sebevědomí v budoucnosti. Dále můžou studenti získat velmi rychle informace přes sociální sítě a tyto vědomosti pak sdílet mezi sebou. Podle Akrama a Kumara (2017, s. 350) „*studenti často nemají to správné jeviště, kde by sdíleli své pocity. Prostřednictvím technologií sociálních sítí dostávají možnost zformulovat své myšlenky. Pokud je studentům dovoleno sdílet, co si myslí a cítí, je pro ně jednoduché rozhodnout, co je dobré a co špatné*“. Na sociálních sítích existují i různé skupiny, kde můžete sdílet své problémy podobné ostatním a získat potřebné rady nebo pomoc od ostatních.

„Sociální sítě pomáhají setkat se s lidmi, které možná nepotkali mimo fóra sociálních sítí. Pomáhá také sdílet myšlenky přes zeměpisné hranice. Dalším pozitivním vlivem sociálních sítí je sjednocování lidí na obrovské platformě pro dosažení konkrétních cílů. To přináší pozitivní změnu ve společnosti.“ (Shabnoor Siddiqui, Tajindera Singhi, 2016, s. 73). Sociální sítě primárně slouží ke komunikaci s přáteli nebo lidmi obecně. Podle Manfreda Spitzera (2016) však digitalizovaný život poškozuje vzdělání i naše společenské soužití. Kontakt přes reproduktory a monitory, například právě přes Facebook, nemůže lidem nahradit reálné setkávání, jelikož při něm chybí veškeré smyslové požitky.

Sociální sítě jsou škodlivé i na psychiku jedince a mohou mít nepříznivé dopady na život. Tomu napomáhá neustálá tendence porovnávat se

s na první pohled dokonalými životy ostatních uživatelů. Avšak nejenom pocit nespokojenosti z dokonalých životů ostatních snižuje naše sebevědomí, ale také reakce od ostatních uživatelů k příspěvkům. Pokud je očekávání o míře zapojení (lajky, komentáře) vysoké a nenaplní se, může to vést k pocitům méněcennosti. Právě při těchto interakcích se uvolňuje hormon zvaný dopamin, který je spojován s pocitem štěstí. Proto počítání lajků nebo posouvání na Instagramu vede ke zvýšení hladiny dopaminu v těle, tudíž je posouzena jako činnost, která musí být opakována. Velkou nevýhodou však je, že je velice návykový.

Podle Shabnoora Siddiqui a Tajindera Singhi (2016, s. 74) „jedním z negativních vlivů sociálních sítí je, že dělají lidi závislími. Lidé tráví spoustu času na sociálních sítích, které mohou odklonit koncentraci a soustředění od konkrétního úkolu. Sociální sítě mohou snadno ovlivnit děti, důvodem je, že někdy lidé sdílí fotografie, videa na sítích, které obsahují násilí a negativní věci, které mohou ovlivnit chování dětí, nebo teenagerů. Zneužívá také společnost tím, že narušuje soukromí lidí“.

Z vybraných výzkumů vyplývá, že použití sociálních sítí má velký vliv na každodenní život společnosti, neboť žijeme v době technologického rozvoje. Pro společnost je snazší komunikovat právě přes sociální sítě, organizovat společenské akce, seznamovat se s novými lidmi, sledovat okolní události nebo se vzdělávat. Některé výzkumy naznačují, že využívání sociálních sítí značně ovlivňují výkony studentů ve školách k horším výsledkům, jelikož se nezvládnou soustředit na domácí úkoly nebo učení na testy. Jiní odborníci zase usuzují, že sociální sítě velmi pomáhají studentům při studiu a slouží jako důležitá akademická podpora.

Z teoretických východisek nelze jednoznačně zjistit vhodnou délku času pro využívání sociálních sítí denně, tzn. kolik hodin denně strávených na sociálních sítích je ještě přijatelných a kolik už nikoliv. Záleží na

jedincích, jakým způsobem se nechají ovlivnit. Lze předpokládat, že sociální sítě ulehčují život společnosti, stejně tak mohou být nebezpečné. Sociální sítě mohou mít daleko hlubší dopady na společnost, a proto se v následující kapitole zmiňují o škodlivém jednání, které se sociálních sítí také týká.

4.2 Kyberkriminalita

Problémem dnešní společnosti používáním sociálních sítí se stává kyberkriminalita, která patří k málo diskutovaným vlivům. Ohroženými skupinami se stávají mládež, senioři a dokonce děti. Je nutné snížit rizikové chování na sítích, neboť s tímto typem kriminality souvisejí další fenomény, zejména kyberšikana a sexting (různé formy vydírání, vyhrožování, poškozování obětí s pomocí informačních a komunikačních technologií), kybergrooming (komunikace s neznámými uživateli internetu vedoucí k osobní schůzce), kyberstalking a stalking (nebezpečné pronásledování), rizika sociálních sítí (zejména sítě Facebook), hoax a spam nebo zneužití osobních údajů v prostředí elektronických médií.

Podle Završníka (2017) kyberkriminalitu definují tři hlavní novinky: (1) uskutečňuje se v novém „virtuálním“ prostoru; (2) obsahuje nová deviantní chování (podle eliminačního testu je „pravou“ kyberkriminalitou taková kriminalita, která by neexistovala bez internetu) a (3) novinky v trestněprávních reakcích (například digitální forenzní analýza).

Kyberšikana je psychická trýzeň, která je realizovaná na sociální síti vůči jinému jedinci. Úzce souvisí se školní šikanou, ale nemusí to být pravidlem. Útočník cílí většinou opakovaně, ale pro poškození osoby stačí jednorázový atak, aby působil na sociálních sítích delší dobu.

Projevy kyberšikany:

- Ztrapňování, urážky, pomluvy, nadávky (v chatech nebo mailech)
- Obtěžování, pronásledování (psaním zpráv)
- Manipulace s účty (krádeže identity)
- Vydírání, zastrašování, vyhrožování
- Zveřejňování intimních fotografií nebo videí

Kybergrooming zahrnuje snahu zpravidla sexuálního útočníka donutit oběť k osobnímu kontaktu, jehož následkem je fyzické napadení, pornografie nebo sexuální zneužití.

Sexting znamená zasílání zpráv se sexuální tematikou, může se jednat o zasílání obnažených fotografií nebo videí. Oběť se vystavuje možnému vydírání, sexuálnímu útoku, obtížím v zaměstnání (ztráta prestiže) nebo vlastnímu trestnímu stíhání za šíření pornografie.

4.3 Sociální sítě a volný čas

Jelikož mladí lidé tráví stále více volného času na sociálních sítích, domnívám se, že nelze opomenout se o tomto tématu zmínit. V dnešní době sociální sítě prostupují čím dál více mladistvým do volného času a je potřebné čas strávený na sociálních sítích regulovat. Nekontrolované trávení volného času mladých lidí ovlivňuje psychické i fyzické zdraví. Podle Kulhánkové a Čamka (2010) jsou sociální sítě velkým fenoménem dnešní doby, proto mladí lidé velmi rádi využijí svůj volný čas právě trávením na internetu. Velkou část dne lidé stráví sledováním videí, sociálních sítí nebo hraním počítačových her. To ukázaly i studie HBSC (Health Behaviour in School-aged Children), které se zaměřují na chování a zdraví dětí. Podle jejich studie je v současnosti moderní trávit volný čas v nákupních centrech, kde je zdarma internetové připojení. Několikrát týdně se tam vydává každé třetí dítě.

Z výzkumu Venduly Homolkové a Magdy Taliánové (2012), které snažily zjistit průměrnou délku trávení času na sociálních sítích, vychází, že studenti VŠ tráví na internetové síti průměrně 1,63 hodin denně (cca 100 minut), zatímco studenti SŠ 2,19 hodin denně (cca 130 minut). Dalším faktorem jejich zkoumání bylo místo bydliště. Studenti s místem bydliště mimo město tráví na sociální síti průměrně 2,86 hodin denně (cca 174 minut). Studenti žijící ve městě pak 1,81 hodin denně (cca 108 minut).

Tím, že mladí lidé tráví na sociálních sítích spoustu času, jak volného, tak často i ve škole, můžeme říci, že nemohou mít ponětí o tom, jak by vypadal život bez chytrých mobilních telefonů, protože se do světa hromadných sdělovacích prostředků přímo narodili. Dalším faktorem častého trávení volného času na sociálních sítích může být to, že se k internetu dá připojit velmi snadno kdekoliv, kdykoliv a odkudkoliv. Proto mají děti a mladí lidé příležitost být neustále online a trávit svůj veškerý volný čas na internetu stále více.

5. Média a komunikace

V mé práci se věnuji jedním z typů médií, proto považuji za důležité a zajímavé řešit tuto problematiku z hlediska společnosti. *„Ze slova „médiium“ je zřetelně patrný jeho původ. Vychází z latiny a znamená prostředek, prostředníka, zprostředkující činitel – tedy to, co něco zprostředkovává, zajišťuje. S výrazem či pojmem médiium se tak můžeme setkat ve fyzice, chemii, biologii, výpočetní technice i teorii sociální komunikace. A právě obory, které se věnují různým projevům mezilidské, sociální komunikace, označují pojmem médiium/média to, co zprostředkovává někomu nějaké sdělení, tedy médiium komunikační“* (Jirák & Köpplová, 2003, s. 16). V médiích se však čím dál více začínají objevovat klamné zprávy, mystifikace tzv. „hoax“. *„Oddělit hodnověrné či užitečné informace od odpadu, marketingu, naprostých nesmyslů a účelových lží vyžaduje určitý stupeň mediální gramotnosti, kterého ne vždy dosahujeme“* (Giles, 2012, s. 18). Uživatelé často věří hoaxům a jednají podle nich. To odborníci berou často jako nebezpečný jev, kterému se musí zabránit.

Obrovskou výhodou sociálních sítí je možnost komunikace uživatelů mezi sebou. *„Komunikaci lze vcelku jednoduše definovat jako přenos sdělení a významů. Komunikace hraje klíčovou roli v životě většiny organismů – vzájemně si jednoduchá sdělení vyměňují i nejjednodušší jednobuněčné formy života, prakticky všechny formy života komunikují prostřednictvím chemických signálů, mnohé živočišné druhy ke komunikaci využívají i signály optické, zvukové nebo dotekové“* (Macek, 2011, s. 7). V komunikaci rozdělujeme různé typologie mezilidské komunikace. To nejčastěji rozdělujeme podle toho, v jaké rovině organizace společnosti se komunikace odehrává.

Jirák a Köpplová (2003, s. 16) popisují, že podle tohoto rysu lze rozlišit komunikaci:

- a) *„intrapersonální (komunikace se sebou samým, např. při zpracování nového poznatku jedincem či zvažování výhod různých řešení před rozhodnutím)*
- b) *interpersonální (komunikace mezi dvěma až třemi lidmi, tedy dyadická či triadická)*
- c) *skupinová (komunikace uvnitř nějaké ustavené skupiny, např. rodiny)*
- d) *meziskupinová (komunikace mezi ustanovenými skupinami, např. mezi třídami ve škole, mezi sportovními týmy, či mezi zájmovými skupinami uvnitř nějaké komunity)*
- e) *institucionální/organizační (komunikační procesy v rámci politického systému, uvnitř podnikatelského subjektu, mezi takovými subjekty atd.)*
- f) *celospolečenská (komunikační procesy, jež jsou potenciálně dostupné všem příslušníkům určité společnosti – sem spadá i komunikace podmíněná existencí masových médií, tedy mediální komunikace).“*

EMPIRICKÁ ČÁST

6. Metodologie výzkumu

Cílem práce je zjistit, zda mají sociální sítě nějaký vliv na mladou generaci ve věku 15-25 let, jakou dobu na nich tráví svůj čas a k jakému účelu je využívají. Dále zjišťuji míru zapojení respondentů, to znamená jak často respondenti lajkují a komentují příspěvky svých přátel.

V následující části se budu věnovat specifikaci cíle mého výzkumu, výzkumným otázkám, způsobu sběru dat a výběru účastníků.

6.1 Výzkumné otázky

Na základě tématu vlivu sociálních sítí, které mě zaujalo a dnes je ve společnosti velmi aktuální, jsem stanovila tyto výzkumné otázky:

- **K jakému účelu využívají respondenti sociální sítě?**
- **Kolik času tráví respondenti na sociálních sítích?**
- **Jaký vliv mají sociální sítě na respondenty?**
- **Jaká je míra zapojení respondentů na sociálních sítích? (míra zapojení = lajky, počet přátel, komentáře)**

6.2 Metody sběru dat

Pro zjištění stanovených cílů jsem zvolila kvantitativní výzkum. *„Podstata kvantitativního výzkumu spočívá ve zkoumání vztahů mezi proměnnými. V kvantitativním výzkumu se realita zachycuje pomocí proměnných, jejich hodnoty se zjišťují měřením a primárním cílem je nalézt, jak jsou proměnné rozloženy a zvlášť jaké jsou mezi nimi vztahy a proč tomu tak je“* (Punch, 2008, s. 12).

Při sběru dat byla využita metoda dotazníkového šetření. Dotazník je podle Punche (2008, s. 46) *„určen výzkumnými otázkami a slouží ke sběru dat. Proto zaujímá pozici mezi výzkumnými otázkami a strategií a procesem sběru dat.“*

6.3 Zkoumaný vzorek účastníků výzkumu

Dotazník byl určen pro věkový limit 15-25 let, tudíž se jedná o účelový výběr vzorku. Tato cílová skupina využije nejlépe své zkušenosti s danou problematikou. Na základě jejich odpovědí bude proveden výzkum a zodpovězeny výzkumné otázky.

6.4 Průběh sběru dat

K výzkumu mé bakalářské práce byl sestaven dotazník, který zahrnoval 12 otázek. Otázky byly polootevřené a uzavřené, kdy respondenti nejdříve měli určit své pohlaví, dále pak dotazník obsahoval otázky, ve kterých si mohli vybrat více odpovědí. U polootevřených otázek měl respondent na výběr z odpovědí nebo mohl napsat svoji vlastní odpověď, pokud ani s jednou navrženou odpovědí nesouhlasil. Dotazník jsem zavěsila na internetovou stránku VYPLNTO.cz, kde jsem omezila věkový limit respondentů na 15-25 let. Dotazník vyplnilo celkem 245 respondentů.

6.5 Etická pravidla

Respondenti byli seznámeni s tím, že bude zachována jejich anonymita a pro jaké účely budou data zpracována. Soukromí je potřebné zachovat dle etických pravidel výzkumu a data nesmějí být použita pro jiné účely. Výzkumník by neměl sdělovat získané informace jiným osobám a výsledky mohou být použity jen k výzkumné činnosti.

Ve výzkumu je důležité uplatnit svoje zkušenosti, předvídavost a respektovat cílovou skupinu osob. Velký význam je třeba klást na dodržení důvěryhodnosti a právě anonymity participantů. „Badatel by měl ubezpečit všechny účastníky zkoumání o zachování důvěryhodnosti a měl by to důsledně dodržovat. Výzkumník by v žádném případě neměl sdělovat

účastníkům nebo i svým kolegům informace od jiného účastníka“ (Švaříček & Šedová, 2007, 45).

6.6 Zpracování dat

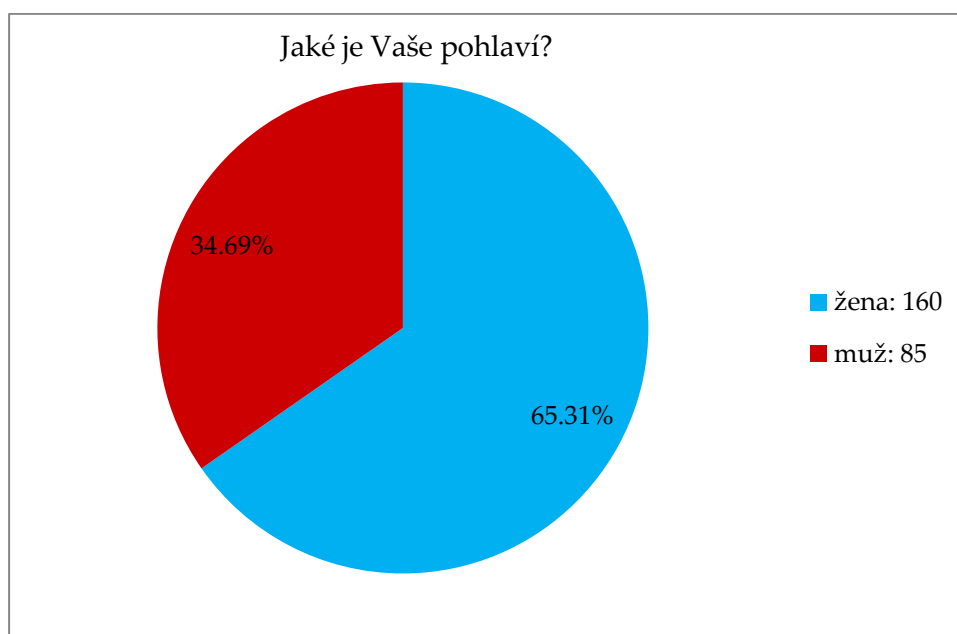
Po dokončení sběru dat jsem zpracovala výsledky z výzkumu a odpovědi zaznamenala do tabulkového softwaru MS Excel pro vizualizaci a analýzu dat. Data jsem poté zpracovala v MS Excel ve formě grafů, ty jsem použila sloupcové, výsečové a pruhové. Prezentace dat je takto výstižná a přehlednější.

7. Výsledky výzkumu

1. otázka: Jaké je Vaše pohlaví?

Pohlaví	Počet respondentů	Procenta
Žena	160	65,31%
Muž	85	34,69%

Tabulka č. 1



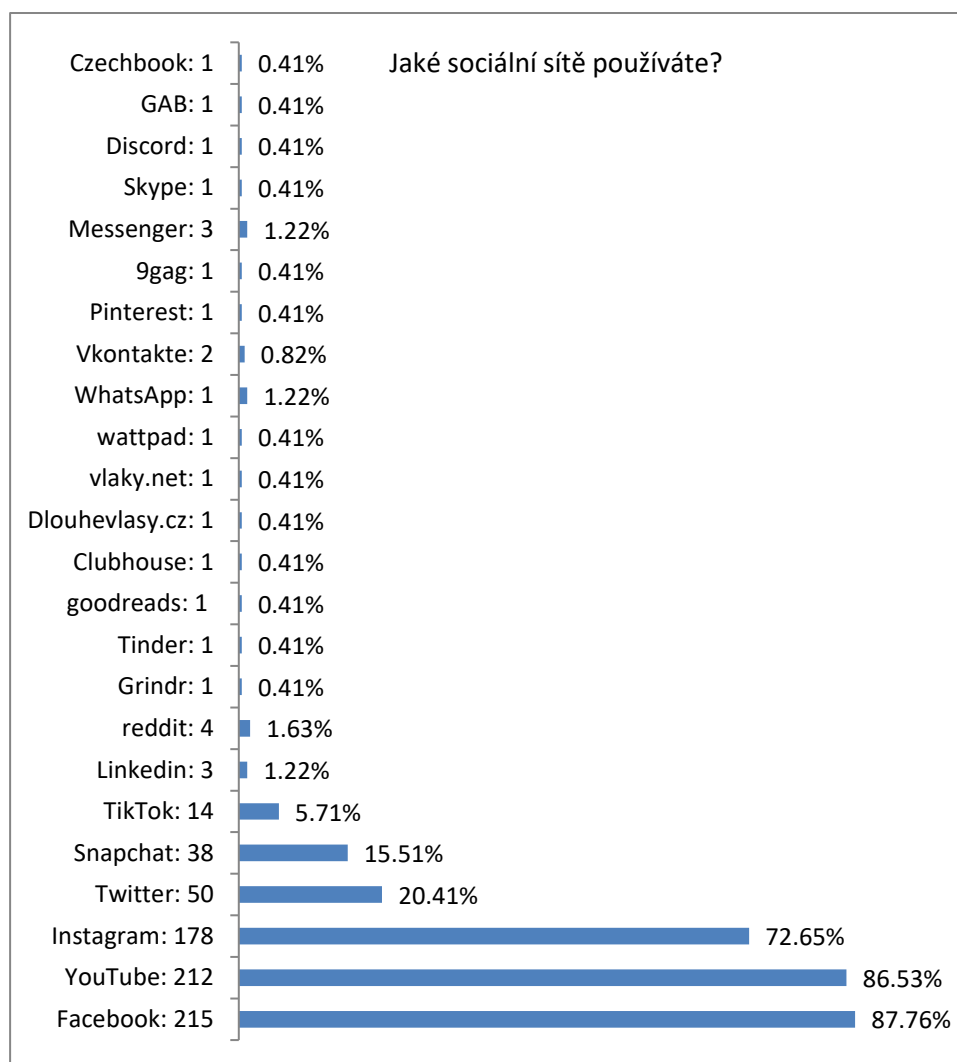
Graf č. 1 (zdroj: vlastní výzkum)

Z celkových 245 respondentů výzkumu odpovědělo 160 žen a 85 mužů. Procentuální podíl je vyjádřen v tabulce a grafu č. 1 (65 % žen a 35 % mužů).

2. otázka: Jaké sociální sítě používáte?

Sociální síť	Počet respondentů	Procenta
Facebook	215	87,76%
YouTube	212	86,53%
Instagram	178	72,65%
Twitter	50	20,41%
Snapchat	38	15,51%
TikTok	14	5,71%
reddit	4	1,63%
Linkedin	3	1,22%
Messenger	3	1,22%
Grindr	1	0,41%
Tinder	1	0,41%
goodreads	1	0,41%
Clubhouse	1	0,41%
Dlouhevlasý.cz	1	0,41%
vlaky.net	1	0,41%
wattpad	1	0,41%
WhatsApp	1	0,41%
Vkontakte	2	0,82%
Pinterest	1	0,41%
9gag	1	0,41%
Skype	1	0,41%
Discord	1	0,41%
GAB	1	0,41%
Czechbook	1	0,41%

Tabulka č. 2 (zdroj: vlastní výzkum)



Graf č. 2 (zdroj: vlastní výzkum)

Druhá otázka zjišťovala, jaké druhy sociálních sítí respondenti používají. V dotazníku bylo na výběr označit více možností známých sociálních sítí a otázka dala příležitost sdělit a doplnit vlastní odpověď, tedy i méně známé sítě. Kvůli možnosti volby více možných odpovědí nedává součet procent u jednotlivých odpovědí dohromady 100%.

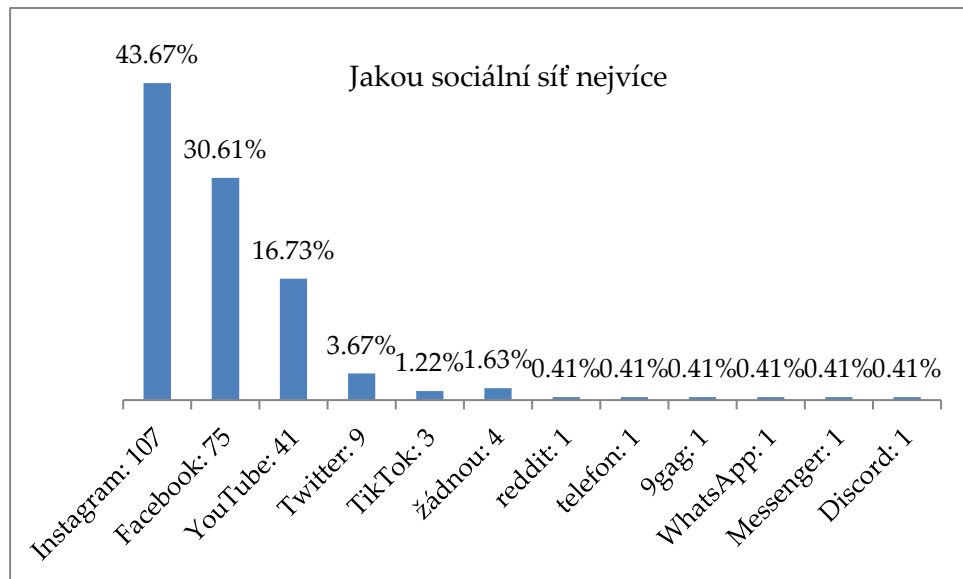
Z výsledků vyplývá, že nejčastěji je využíván Facebook a další dva nejčastější YouTube a Instagram. Všechny tři užívá více jak 70 % respondentů. Dále jsou využívány Twitter, Snapchat, TikTok, LinkedIn, Reddit, Clubhouse, Wattpad, Vkontakte, WhatsApp, Pinterest, 9GAG, Messenger nebo Skype. V jednom případě participant uvádí internetové

stránky, které však sociální sítě nejsou a jeden uvádí Goodreads, což je aplikace pro čtenáře, zabývající se knihami a autory publikací. Odpovědi jsou procentuálně vyjádřeny v grafu č. 2.

3. otázka: Jakou sociální síť nejvíce preferujete?

Sociální síť	Počet respondentů	Procenta
Instagram	107	43,67%
Facebook	75	30,61%
YouTube	41	16,73%
Twitter	9	3,67%
TikTok	3	1,22%
žádnou	4	1,63%
reddit	1	0,41%
telefon	1	0,41%
9gag	1	0,41%
Whatsapp	1	0,41%
Messenger	1	0,41%
Discord	1	0,41%

Tabulka č. 3



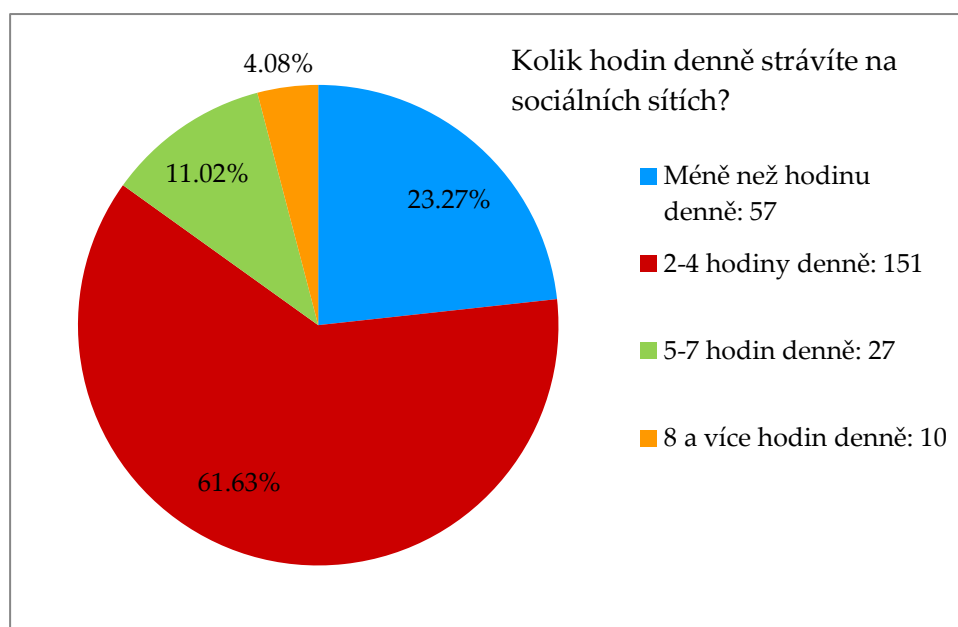
Graf č. 3 (zdroj: vlastní výzkum)

V této otázce se volila pouze jedna odpověď nebo byla možnost odpovědi vlastní. Nejvíce preferovaný je Instagram, který uvedlo 107 osob (44 % z celého počtu respondentů). Na druhém místě figuruje Facebook, zvolený 75 osobami (31 % z celkového počtu respondentů). YouTube uvádí 41 osob (17 % z celkového počtu respondentů).

4. otázka: Kolik hodin denně strávíte na sociálních sítích?

Doba strávená na sociálních sítích	Počet respondentů	Procenta
Méně než hodinu denně	57	23,27%
2-4 hodiny denně	151	61,63%
5-7 hodin denně	27	11,02%
8 a více hodin denně	10	4,08%

Tabulka č. 4



Graf č. 4 (zdroj: vlastní výzkum)

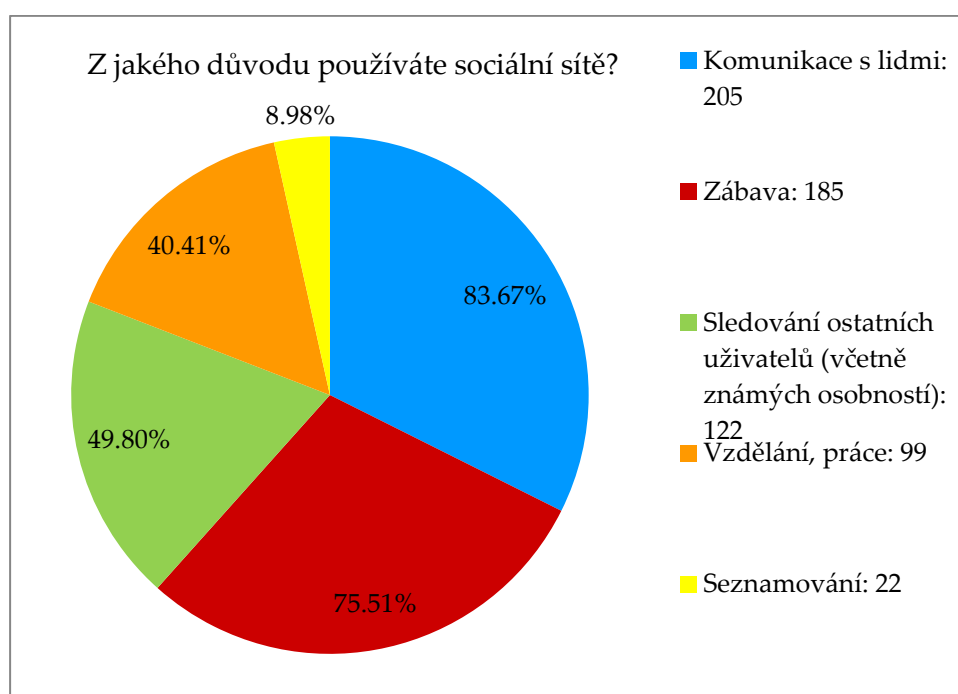
Nejvíce respondentů (151 osob) uvádí, že stráví denně 2-4 hodiny na sociální síti. 57 osob označilo méně než hodinu, 27 osob 5-7 hodin denně a 10 osob věnují sociálním sítím 8 a více hodin volného času. Zde jsem předpokládala, že lidé budou trávit na sociálních sítích více času, což se nepotvrdilo.

Tato otázka v dotazníku slouží na zodpovězení výzkumné otázky „Kolik času tráví respondenti na sociálních sítích“.

5. otázka: Z jakého důvodu používáte sociální sítě?

Důvody	Počet respondentů	Procenta
Komunikace s lidmi	205	83,67%
Zábava	185	75,51%
Sledování ostatních uživatelů	122	49,80%
Vzdělání, práce	99	40,41%
Seznamování	22	8,98%

Tabulka č. 5



Graf č. 5 (zdroj: vlastní výzkum)

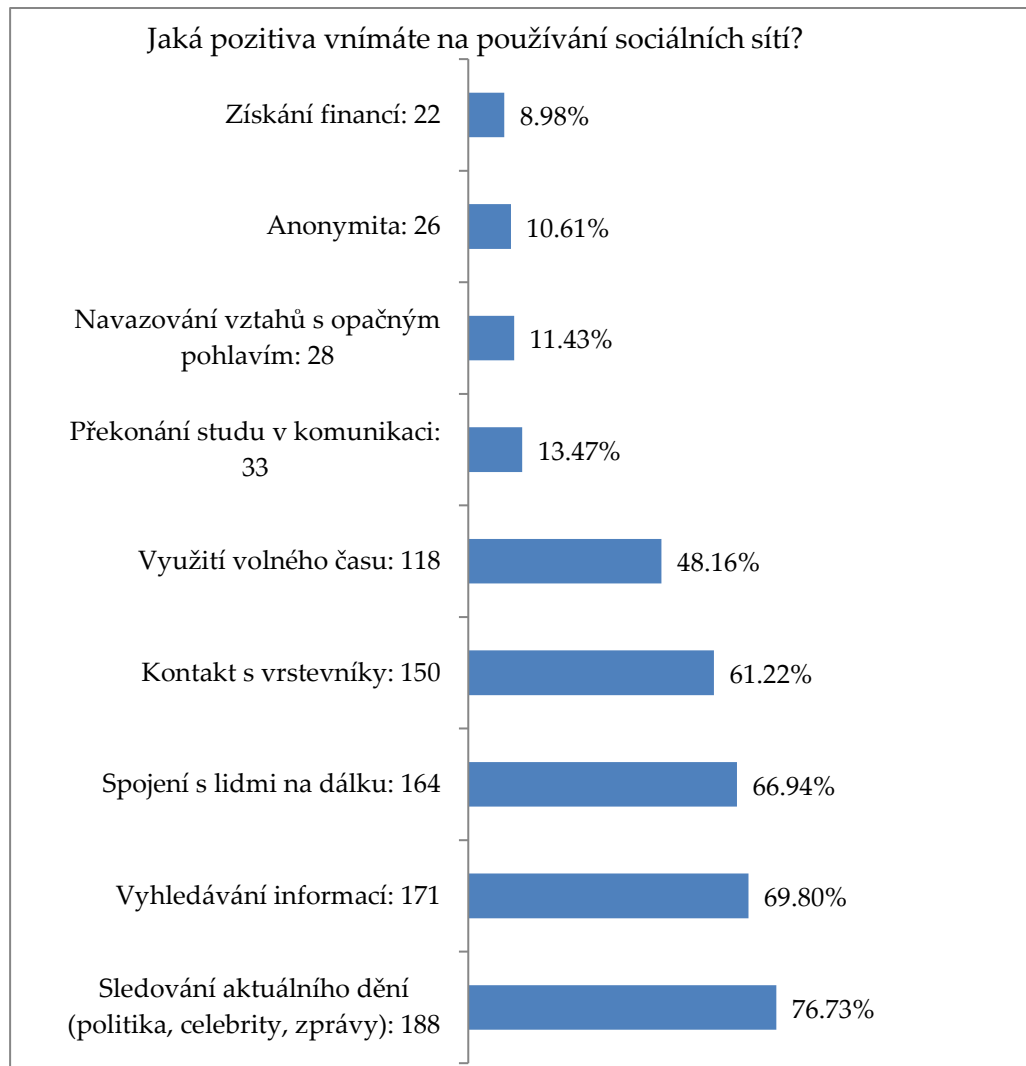
Cílová skupina má možnost odpovědět na více možností v otázce, minimálně musela označit jednu odpověď. Z výsledků vyplývá, že nejvíce uživatelů využívá sociální sítě ke komunikaci s lidmi (84 %) a zábavě (76 %). Sledování ostatních uživatelů nebo celebrit hraje také významnou roli spolu s využitím sítí v souvislosti se vzděláním a prací. Nejméně osoby používají sociální sítě k seznamování (9 %).

Graf č. 5 vyznačuje jednotlivé procentuální zastoupení důvodů respondentů použít sociální síť.

6. otázka: Jaká pozitiva vnímáte na používání sociálních sítí?

Pozitiva	Počet respondentů	Procenta
Sledování aktuálního dění (politika, celebrity, zprávy)	188	76,73%
Vyhledávání informací	171	69,80%
Spojení s lidmi na dálku	164	66,94%
Kontakt s vrstevníky	150	61,22%
Využití volného času	118	48,16%
Překonání studu v komunikaci	33	13,47%
Navazování vztahů s opačným pohlavím	28	11,43%
Anonymita	26	10,61%
Získání financí	22	8,98%

Tabulka č. 6



Graf č. 6 (zdroj: vlastní výzkum)

Respondent volil minimálně jednu odpověď, případně i více odpovědí.

188 osob (77 %) kladně hodnotilo používání sociálních sítí ke sledování aktuálního dění ve společnosti. 171 osob (70 %) pozitivně hodnotí vyhledávání potřebných informací, 164 osobám (67 %) se líbí využívání sítě ke spojení s lidmi na dálku, 150 osob (61 %) označilo kontakt s vrstevníky a 118 osob (48 %) využití volného času.

Pouze 33 osob (13 %) uvádí jako pozitivum na používání sociálních sítí překonání studu v komunikaci a přibližně stejné množství osob zaznačilo

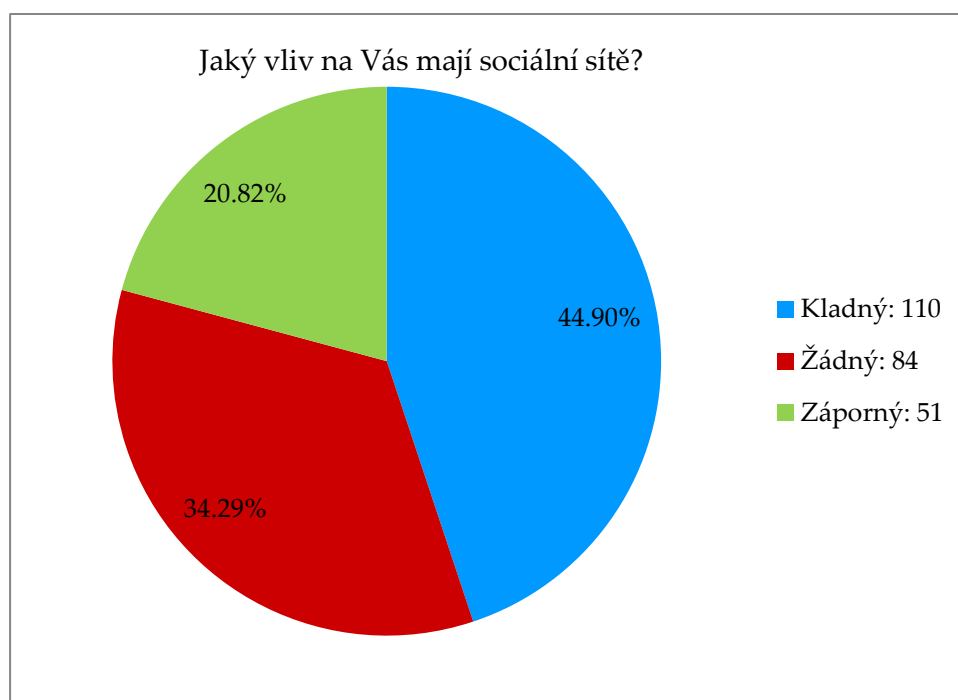
navazování vztahu s opačným pohlavím, anonymitu nebo možnost získání financí.

Otázky 5-6 lze subsumovat pod výzkumnou otázku „K jakému účelu využívají respondenti sociální sítě?“

7. otázka: Jaký vliv na Vás mají sociální sítě?

Vliv	Počet respondentů	Procenta
Kladný	110	44,90%
Žádný	84	34,29%
Záporný	51	20,82%

Tabulka č. 7



Graf č. 7 (zdroj: vlastní výzkum)

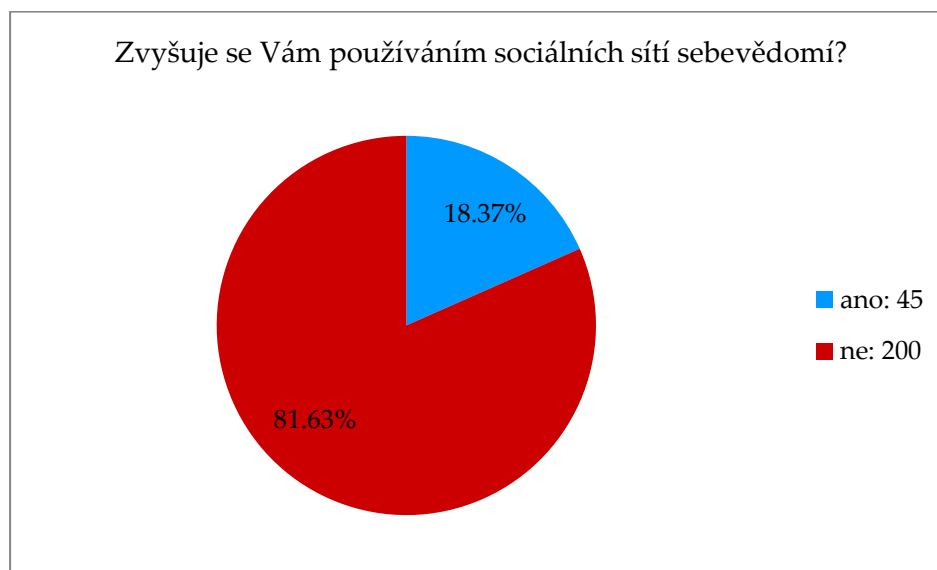
V otázce č. 7 jsem zjišťovala, jakou odpověď zvolí účastníci na výzkumu ohledně vlivu sociálních sítí na jejich osobu. Měli možnost zvolit tři odpovědi a pro volbu kladný vliv se rozhodlo 110 osob (45 %). 84 osob se domnívá, že žádný vliv sociální sítě na ně nemají. V grafu č. 6 tomu odpovídá 34 %. 51 osob (21 %) z celkového počtu 245 respondentů má pocit, že na ně mají sociální sítě záporný vliv.

K zodpovězení výzkumné otázky „Jaký vliv mají sociální sítě na respondenty?“ jsem si stanovila otázky v dotazníku 7 a 8.

8. otázka: Zvyšuje se Vám používáním sociálních sítí sebevědomí?

Odpověď	Počet respondentů	Procenta
Ano	45	18,37%
Ne	200	81,63%

Tabulka č. 8



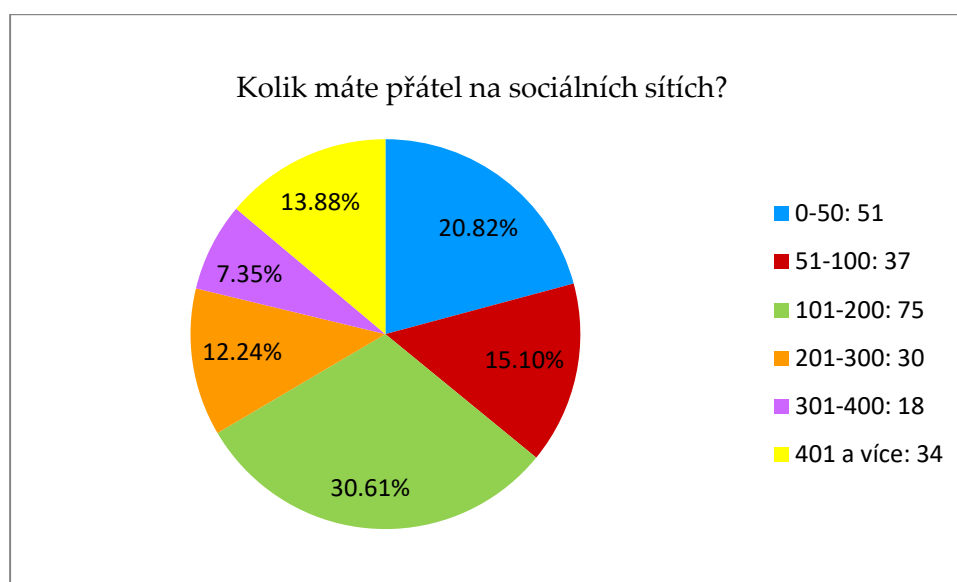
Graf č. 8 (zdroj: vlastní výzkum)

Na základě položené otázky vyplývá skutečnost, že respondenti většinou nemají pocit zvýšeného sebevědomí. Drtivá většina (82 %) označila odpověď NE. U této odpovědi mě výsledek překvapil, neboť jsem předpokládala, že osobám se sebevědomí zvětšuje. Právě počtem lajků a komentářů u příspěvků nebo fotografií z „dokonalého“ života chceme dosáhnout sebeuspokojení a zvýšení sebevědomí.

9. Otázka: Kolik máte přátel na sociálních sítích?

Počet přátel	Počet respondentů	Procenta
0-50	51	20,82%
51-100	37	15,10%
101-200	75	30,61%
201-300	30	12,24%
301-400	18	7,35%
401 a více	34	13,88%

Tabulka č. 9



Graf č. 9 (zdroj: výzkum vlastní)

Respondent volil pouze jednu odpověď.

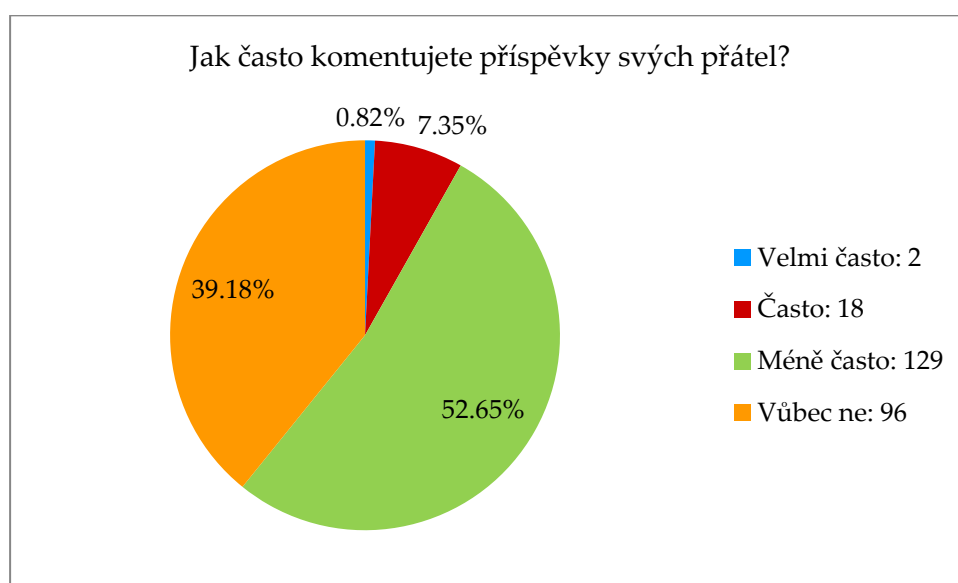
Nejvíce osob (31 %) z celkového počtu dotazníků zvolilo možnost, že má 101-200 přátel. 21 % uvedlo poměrně málo kontaktů (0-50 přátel). Vysoký počet 401 a více přátel uvádí skoro 14 % respondentů.

U otázek 9-12 jsem se zabývala výzkumnou otázkou „Jaká je míra zapojení respondentů na sociálních sítích? (míra zapojení = lajky, počet přátel, komentáře).“

10. otázka: Jak často komentujete příspěvky svých přátel?

Odpověď	Počet respondentů	Procenta
Velmi často	2	0,82%
Často	18	7,35%
Méně často	129	52,65%
Vůbec ne	96	39,18%

Tabulka č. 10



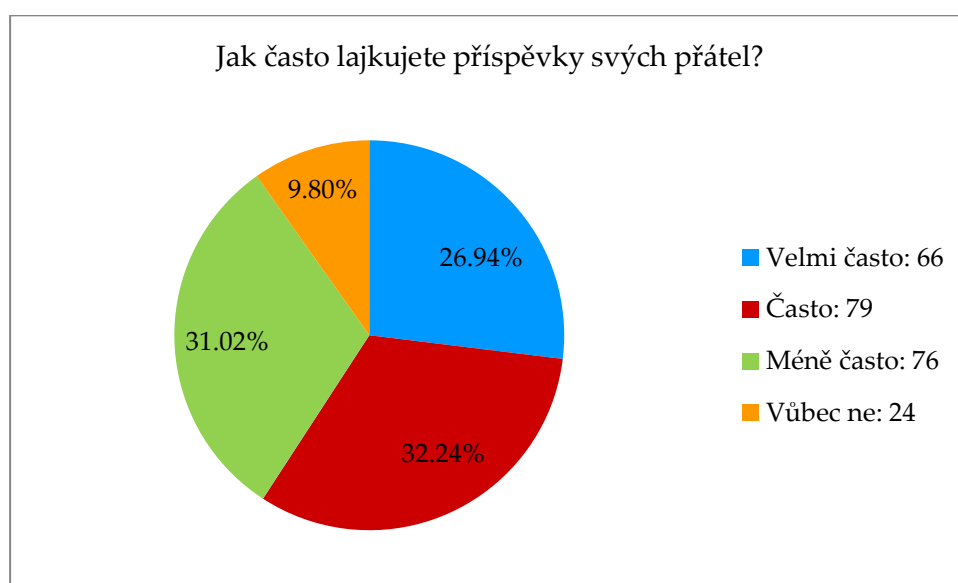
Graf č. 10 (zdroj: vlastní výzkum)

Touto otázkou jsem chtěla zjistit jak častá je míra zapojení respondentů, zejména ke komentování příspěvků svých přátel. Nejčastější odpovědí (52,65%), kdy tuto odpověď označilo 129 respondentů, bylo MÉNĚ ČASTO. Druhou nejčastější odpovědí pak VŮBEC NE (39,18%). ČASTO (7,35%) odpovědělo jen 18 respondentů.

11. otázka: Jak často lajkujete příspěvky svých přátel?

Odpověď	Počet respondentů	Procenta
Velmi často	66	26,94%
Často	79	32,24%
Méně často	76	31,02%
Vůbec ne	24	9,80%

Tabulka č. 11



Graf č. 11 (zdroj: vlastní výzkum)

U této otázky jsem se ptala opět na míru zapojení, tentokrát ale na lajkování příspěvků svých přátel. Tady byla nejčastější odpověď ČASTO (32,24%), kdy takto odpovědělo 79 respondentů. MÉNĚ ČASTO (31,02%) pak lajkuje příspěvky svých přátel 76 respondentů. Lajkování příspěvků využívají respondenti zřejmě častěji než komentování, protože označení „To se mi líbí“ dává VELMI ČASTO (26,94%) k příspěvkům svých přátel 66 respondentů. 9,80% respondentů nelajkuje příspěvky svých přátel vůbec.

12. otázka: Zapojujete se do veřejných diskuzí na sociálních sítích?

Odpověď	Počet respondentů	Procenta
Ano	54	22,04%
Ne	191	77,96%

Tabulka č. 12



Graf č. 12 (zdroj: vlastní výzkum)

Z grafu č. 12 lze vyčíst, že většina respondentů se nezapojují do veřejných diskuzí na sociálních sítích, tuto možnost odpovědi zvolilo 191 respondentů (77,96%) respondentů. 54 respondentů uvedlo, že se zapojuje (22,04%) do veřejných diskuzí.

DISKUZE

V České republice a v zahraničí došlo k několika výzkumům právě na téma sociální sítě a jejich vlivy. V mém výzkumu byly zjišťovány druhy sociálních sítí, proč lidé nejčastěji využívají sociální sítě, kolik času na nich denně tráví a jak často reagují na příspěvky ostatních uživatelů. V jedné z otázek v dotazníku se ptám právě na pozitiva, které respondenti vnímají na sociálních sítích. Z odpovědí lze říci, že největším pozitivem a funkcí je právě sledování aktuálního dění a vyhledávání informací. Jako třetí nejčastější odpověď byla možnost komunikace s lidmi na dálku. Velmi podobné výsledky vyšly v jednom z výzkumů u nás v České republice, který zmiňuji v teoretické části. V tomto výzkumu Pospíšilová (2016) uvádí, že podle uživatelů je právě informační a komunikační funkce nejdůležitější.

Na mou otázku proč respondenti používají sociální sítě, bylo nejčastěji odpovězeno, že právě díky lehce dostupné komunikaci s lidmi a zábavě. To může potvrdit i výzkum ve Spojených státech amerických v roce 2020, kdy odpovědi účastníků výzkumu používající Facebook ilustrují prostředky, které zlepšují životy lidí jako zdroj zábavy nebo právě zdroj komunikace. V mém výzkumu byl zrovna Facebook označen za nejpoužívanější sociální síť, kterou používá 87,76% z 245 respondentů a druhá nejvíce preferovaná síť.

U výsledků na dobu strávenou na sociálních sítích jsem byla překvapena, protože z výzkumu, který jsem zmiňovala v kapitole Důsledky sociálních sítí, vyplynulo, že studenti tráví nespočet hodin na sociálních sítích a dokonce je používají i během studia nebo k vypracování domácích úkolů. Z mého dotazníkového šetření se však zjistilo, že většina (61,63%) tráví na sociálních sítích 2-4 hodiny denně, což je menší část dne a nehodnotím to jako nadměrně strávený čas. Druhou nejčastější odpovědí

byla „méně než jednu hodinu denně“. Z čehož vyplývá, že respondenti netráví tolik času na sociálních sítích, jak by se mohlo předpokládat.

ZÁVĚR

Sociální sítě jsou dnes neodmyslitelnou součástí každodenního života ve společnosti. Těžko bychom si představovali život právě bez nich. Ulehčují nám spoustu práce a otevírají nové příležitosti v životě.

Cílem výzkumu bylo zjistit, zda mají sociální sítě nějaký vliv na mladou generaci, jakou dobu na nich tráví svůj čas a k jakému účelu je využívají. Dále jsem zjišťovala míru zapojení respondentů, to znamená jak často respondenti lajkují a komentují příspěvky svých přátel.

Podle mého názoru byly zodpovězeny všechny výzkumné otázky. Z první výzkumné otázky „K jakému účelu využívají respondenti sociální sítě“ zjišťuji, že je to nejčastěji komunikace s lidmi, zábava a sledování ostatních uživatelů, včetně známých osobností. Nejméně častým důvodem využívání sociálních sítí bylo seznamování.

U druhé výzkumné otázky „Kolik času tráví respondenti na sociálních sítích?“ jsem se dozvěděla, že 62% tráví 2-4 hodiny denně. Což je pouze 1/6 z celého dne. Ale i přesto 10 respondentů tráví na sociálních sítích 8 a více hodin, což bych považovala za extrémní situaci.

Na třetí otázku „Jaký vliv mají sociální sítě na respondenty?“ jsem dostala odpověď, že z 44,9% kladný, 34,29% si myslí, že žádný a 20,82% záporný vliv. Dále jsem zjišťovala, jestli mají sítě vliv na jejich sebevědomí, popřípadě jestli se jim zvyšuje. Většina (81,63%) odpověděla, že ne.

Poslední výzkumná otázka „Jaká je míra zapojení respondentů na sociálních sítích?“ byla myšlena jako dotaz na to jak často respondenti lajkují a komentují příspěvky svých přátel a jak často se zapojují do veřejných diskuzí. U míry komentování bylo nejčastější odpovědí méně často (52,65%) a vůbec ne (39,18%). Na druhou stranu u lajkování byla nejčastější odpověď

často (32,24%) hned za ní méně často (31,02%) a pak 66 respondentů uvedlo velmi často (26,94%). Tudíž můžeme říci, že lajkování je pro respondenty atraktivnější než komentování. Možná díky tomu, že u lajkování stačí jen kliknout a jste anonymní mezi ostatními lajkujícími, zatímco u komentování musíte vynaložit nějaké úsilí a jste velmi dobře viditelní pod tímto příspěvkem. Dále mě zajímalo, zda se respondenti zapojují do veřejných diskuzí, kde drtivá většina (77,96%) uvedla, že ne. Právě zapojení se do veřejných diskuzí hodně souvisí s komentováním příspěvků a tento výsledek jsem očekávala. V neposlední řadě mě zajímalo, kolik mají respondenti počet přátel. Nejčastěji respondenti odpověděli, že mají 101-200 přátel, druhá nejčastější odpověď byl 0-50 přátel. To odpovídá i výzkumu Pospíšilové (2016) kdy pro většinu nebylo podstatné mít co nejvíce přátel, ale mít radši méně, kteří poskytnou pomoc nebo poradí.

Obecně lze z výzkumu vyvodit, že lidé vnímají sociální sítě spíše pozitivně a domnívají se, že jsou pro ně přínosem a nebo hodnotí, že na ně nemají žádný vliv. Přesto se najdou respondenti, kteří uvádí záporný vliv a mohou mít špatné zkušenosti nebo neovládají korigovat svůj volný čas na sítích. Předpokládám, že tato skupina má určité problémy přicházející s dobou a bylo by možné v tomto směru se v další práci tomuto tématu věnovat. V této době jsou sociální sítě aktuálním tématem a zajímalo by mě, jak se tento fenomén bude nadále vyvíjet v následujícím období.

LITERATURA A ZDROJE

ALCOTT, H.; BRAGHIERI, L.; EICHMEYER, S.; GENTZKOE, M. (2020). *The Welfare Effects of Social Media*. Dostupné z: <https://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/aer.20190658>

AKRAM, W.; KUMAR, R. (2017). *A Study on Positive and Negative Effects of Social Media on Society*. Dostupné z: https://www.researchgate.net/profile/Waseem-Akram-19/publication/323903323_A_Study_on_Positive_and_Negative_Effects_of_Social_Media_on_Society/links/5ab1c064a6fdcc1bc0bfefef/A-Study-on-Positive-and-Negative-Effects-of-Social-Media-on-Society.pdf

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

BOYD, danah. (2017). *Je to složitější: sociální život teenagerů na sociálních sítích*. Praha: Akropolis. ISBN 978-80-7470-165-8.

BOYDOVÁ, danah m.; ELLISONOVÁ, Nicole B. (2008). *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 13. Dostupné z <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

DIJK, van Jan (2006). *The Network Society*. London: SAGE Publications Ltd. ISBN 1-4129-0867-1

GILES, David (2012). *Psychologie médií*. Praha: Grada Publishing, a.s. ISBN 978-80-247-3921-2

HOFFMAN, D. L.; NOVAK, T. (2012). *Why Do People Use Social Media? Empirical Findings and a New Theoretical Framework for Social Media Goal Pursuit*. Dostupné z: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1989586

HOMOLKOVÁ, V.; TALIÁNOVÁ, M. (2012). *Riziko dopadu internetových sociálních sítí na životní styl studentů*. Dostupné z: https://dk.upce.cz/bitstream/handle/10195/54143/HomolkovaV_RizikoDopadu_2012.pdf?sequence=1&isAllowed=y

HOVORKA, Michael (2015). *Jak získat pro firmu (ne)legálně 5000 fanoušků na sociální síti za jediný den*. Podnikatel [online]. Dostupné z: <https://www.podnikatel.cz/clanky/jak-ziskat-pro-firmu-ne-legalne-5000-fanousku-na-socialni-siti-za-jediny-den/>

JACOBSEN, Wade C., & FORSTE, Renata (2011). *The Wired Generation: Academic and Social Outcomes of Electronic Media Use Among University Students*. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/47508990_The_Wired_Generation_Academic_and_Social_Outcomes_of_Electronic_Media_Use_Among_University_Students

JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara (2003). *Média a společnost*. Praha: Portál. ISBN 80-7178-697-7

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

KULHÁNKOVÁ, H.; ČAMEK, J. (2010). *Fenomén Facebook*. Kladno: BigOak. ISBN 978-80-904764-0-0

LUSK, Brooke (2010). *Digital natives and social media behaviors: An overview*. Prevention Researcher. Dostupné z: https://teachandtechassign3.weebly.com/uploads/1/4/2/0/14202725/digital_natives_and_social_media_behaviour.pdf

MACEK, Jakub (2011). *Úvod do nových médií*. Vyd. 1. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě. ISBN 978-80-7464-025-4

OLIVER, Dan (2008). *500 Internet Pět set rad, tipů a technik*. Praha: Slovart. ISBN 978-80-7391-148-5

POSPÍŠILOVÁ, Marie (2016). *Facebooková (ne)závislost: Identita, interakce a uživatelská kariéra na Facebooku*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Karlova: Karolinum. ISBN 978-80-246-3306-0

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

QINGYA, W.; WEI, Ch.; YU, L. (2011). *The Effects of Social Media on College Students*. Dostupné z:

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/40319725/The_Effects_of_Social_Media_on_College_Students.pdf?1448349994=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DThe_Effects_of_Social_Media_on_College_S.pdf&Expires=1616094617&Signature=fKgHCyJQx69SLU6sXL6zfJF5pb8vepJAnNzzZaA0lMa-qfzmRxZoAsNIFfN6ukq9H68XQYqLl8xGsedo7CR0sWOdj0Yd5quUp0Uwut hIZIK5GaqBDWIJdEPxTR0juoEpqF~8VwxbP3tboAOjkgHQcJ81hoh6-Wst1YGBJE~vFwGyJKJo3t05lJMuxwo62ws2H3ca9vfqdCiako-FDTKT0BAEHKuTGUlooOnQCmb2cawtP0MOu09v-RvXzOETbY6OUv9M2V6JSgqpllCILDo9ffGewnCjqdvc~4Fxz-T9G7MCQ0WxRPqE9Vnc7tRkKgYMiDkbONvAapXqdgPb9ZdfQ__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

ROLNÝ, I. a LACINA, L. (2004). *Globalizace, etika, ekonomika*. Ve Věrovanech: Jan Piskiewicz. ISBN 20-86768-04-X

SIDDIQUI, S.; SINGH, T. (2016). *Social Media its Impact with Positive and Negative Aspects*. International Journal of Computer Applications Technology

and Research Volume 5– Issue 2, 71 – 75. ISSN:- 2319–8656 Dostupné z:
<https://jogamayadevicollege.ac.in/uploads/1586197536.pdf>

SPITZER, Manfred. 2016. kybernemoc! Jak nám digitalizovaný život ničí zdraví. Vyd. 1. Brno: Host – vydavatelství, s. r. o. ISBN 978-80-7491-792-9

ŠVAŘÍČEK, R. a ŠEĎOVÁ K. (2007). *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Praha: Portál.

ZAVRŠNÍK, Aleš (2017). *Kyberkriminalita*. Praha: Wolters Kluwer ČR. ISBN 978-80-7552-758-5

PŘÍLOHY

Příloha č. 1

Dotazník

Příloha č. 1

Dobrý den,

chtěla bych Vás požádat o vyplnění mého dotazníku, který je na téma Vliv sociálních sítí. Tento dotazník bude sloužit jako podklad pro moji Bakalářskou práci na VŠ.

S poděkováním

Lenka Daňková

1) Jaké je Vaše pohlaví?

- a. Žena
- b. Muž

2) Jaké sociální sítě používáte? (možnost více odpovědí)

- a. Instagram
- b. Facebook
- c. Twitter
- d. Snapchat
- e. Youtube
- f. Jiné (dopíšte vlastní)

3) Jakou sociální síť nejvíce preferujete? (jedna odpověď)

- a. Instagram
- b. Facebook
- c. Twitter
- d. Snapchat
- e. Youtube
- f. Jiné (dopíšte vlastní)

- 4) Kolik hodin denně strávíte na sociálních sítích?**
- a. Méně než hodinu denně
 - b. 2-4 hodiny denně
 - c. 5-7 hodin denně
 - d. 8 a více hodin denně
- 5) Z jakého důvodu používáte sociální sítě? (možnost více odpovědí)**
- a. Komunikace s lidmi
 - b. Zábava
 - c. Vzdělání, práce
 - d. Seznamování
 - e. Sledování ostatních uživatelů (včetně známých osobností)
- 6) Jaký vliv na Vás mají sociálních sítě?**
- a. Kladný
 - b. Záporný
 - c. Žádný
- 7) Jaká pozitiva vnímáte na používání sociálních sítích? (možnost více odpovědí)**
- a. Kontakt s vrstevníky
 - b. Překonání studu v komunikaci
 - c. Sledování aktuálního dění (politika, celebrity, zprávy)
 - d. Navazování vztahů s opačným pohlavím
 - e. Anonymita
 - f. Využití volného času
 - g. Spojení s lidmi na dálku
 - h. Vyhledávání informací
 - i. Získání financí
- 8) Zvyšuje se Vám používáním sociálních sítí sebevědomí?**
- a. Ano

b. Ne

9) Kolik máte přátel na sociálních sítích?

a. 0-50

b. 51-100

c. 101-200

d. 201-300

e. 301-400

f. 401 a více

10) Jak často komentujete příspěvky svých přátel?

a. Velmi často

b. Často

c. Méně často

d. Vůbec ne

11) Jak často „lajkujete“ příspěvky svých přátel?

a. Velmi často

b. Často

c. Méně často

d. Vůbec ne

12) Zapojujete se do veřejných diskuzí na sociálních sítích?

a. Ano

b. Ne