

Univerzita Palackého v Olomouci

Filozofická fakulta

Katedra psychologie

VLIV INSTAGRAMU NA
PARTNERSKÉ VZTAHY U
VYSOKOŠKOLSKÝCH STUDENTŮ

THE IMPACT OF INSTAGRAM ON COLLEGE STUDENTS
PARTNER RELATIONSHIPS



Bakalářská práce

Autor: **Tereza Trčálková**

Vedoucí práce: **PhDr. Marek Kolařík, PhD.**

Olomouc

2023

Velké díky patří PhDr. Markovi Kolaříkovi, PhD. nejen za vedení bakalářské práce, za odborné rady, ale hlavně za obrovské dávky optimismu po celou dobu činnosti. Největší poděkování patří mé rodině, která pro mě byla pevnou oporou během celého studia. Za to, že snášeli moje nálady a vždy mi dodávali sílu. Moc také děkuji mým nejbližším přátelům, se kterými jsme vždy společně táhli za jeden provaz. Speciálně pak děkuji Davidovi za jeho trpělivost, pochopení a za to, že mě vždy vracel do reality. Nezapomínám ani na respondenty, kteří dotazník vyplnili a poskytli mi zpětnou vazbu.

Prohlášení

Místopřísežně prohlašuji, že jsem bakalářskou diplomovou práci na téma: „Instagram a partnerské vztahy u vysokoškolských studentů“ vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího diplomové práce a uvedla jsem všechny použité podklady a literaturu.

V Olomouci dne 20. 3. 2023

Podpis

OBSAH

ÚVOD.....	6
TEORETICKÁ ČÁST	7
1 INSTAGRAM	8
1.1 Vymezení pojmu sociální síť	8
1.2 Instagram a jeho vývoj	9
1.3 Specifika komunikace na Instagramu	11
1.4 Uživatelé Instagramu a jejich motivace	12
1.5 Problematické aspekty používání Instagramu.....	15
1.5.1 Závislost na sociálních sítích	16
2 PARTNERSKÉ VZTAHY	18
2.1 Navazování partnerských vztahů	19
2.1.1 Navazování partnerských vztahů v online prostoru.....	20
2.2 Fáze partnerského vztahu.....	21
2.3 Spokojenost ve vztahu.....	21
2.3.1 Vliv sociálních sítí na spokojenost ve vztahu	22
2.4 Konflikty a obětování se ve vztahu	23
2.5 Nevěra a žárlivost.....	25
2.6 Virtuální nevěra a žárlivost	27
3 MLADÁ DOSPĚLOST	30
3.1 Vymezení podle vývojové psychologie	30
3.2 Generace Z	33
3.3 Vysokoškolský student.....	35
4 SHRUTÍ AKTUÁLNÍHO VÝZKUMNÉHO POZNÁNÍ	37
EMPIRICKÁ ČÁST	40
5 VÝZKUMNÝ PROBLÉM.....	41
5.1 Výzkumné cíle a otázky	42
5.2 Použité metody.....	43
5.3 Stanovení výzkumných hypotéz	45
5.4 Typ výzkumu	47
5.5 Pilotní studie a překlad.....	48
6 SBĚR DAT A VÝBĚROVÝ SOUBOR.....	49
6.1 Populace	49
6.2 Výzkumný soubor a jeho charakteristiky.....	50

6.3	Etika a ochrana soukromí.....	52
7	PRÁCE S DATY A VÝSLEDKY	53
7.1	Deskriptivní statistika.....	54
7.2	Testování platnosti statistických hypotéz.....	56
8	DISKUZE.....	62
9	ZÁVĚR.....	68
	SOUHRN.....	69
	SEZNAM LITERATURY	73
	PŘÍLOHY	87

ÚVOD

Instagram, nejpoužívanější sociální síť generace Z, proniká téměř do všech ostatních generací. Hýbe světem. Používáme ho každý den, trávíme na něm volný čas, sledujeme profily našich známých i slavných osobností, sdílíme společně zážitky, seznamujeme se a nonstop udržujeme kontakt. To vše můžeme díky němu, díky Instagramu. Ale jak se říká – „není všechno zlato, co se třpytí“. Slýchávám to od svých blízkých i v konverzacích neznámých lidí v tramvaji. Nezávisle na tom se také v mé hlavě někdy zrodily jedny z následujících myšlenek, vět. Ráda bych na tomto místě některé uvedla.

„Už zase jí komentuje fotky.“

„Už se zase dívá na jeho profil.“

„Proč ho pořád sleduje?“

„Vždyť mi tvrdil, že ji sledovat přestane.“

„Přidal s ní fotku, určitě něco provedl.“

„Přidávají spolu hrozně moc fotek, je to divné.“

„Nepřidali spolu ani jednu fotku, divné, chodí spolu vůbec?“

Možná jste někdy slyšeli některou výše uvedenou frázi nebo vás nějaká podobná také napadla. V této bakalářské práci se budeme věnovat Instagramu, partnerským vztahům a věkové skupině, která odpovídá vysokoškolským studentům, kteří se řadí do mladé dospělosti a reprezentují generaci Z. Co vlastně Instagram přináší a co naopak bere lidem, kteří jsou v partnerském vztahu? Zajímá nás také otázka spokojenosti ve vztahu, ale také nevěra, konflikty a obětování se ve vztahu. Co se stane, když jeden z partnerů tráví na Instagramu příliš mnoho času? Účelem předkládané bakalářské práce je prozkoumat tuto problematiku, zabývá se totiž právě tím, jak Instagram působí na partnerské vztahy u vysokoškolských studentů. Práce je rozdělená do dvou částí. První část je teoretická, kde se budeme věnovat Instagramu, partnerským vztahům a mladé dospělosti, generaci Z a studiu na vysoké škole. Přiložíme i shrnutí aktuálních výzkumných poznatků. Ve druhé části, empirické, představíme realizovaný výzkum a vše s ním spojené.

TEORETICKÁ ČÁST

1 INSTAGRAM

V první kapitole teoretické části práce se zaměříme na Instagram. Protože je jednou ze sociálních sítí, je nutné nejdříve stručně definovat pojem sociální síť. Poté přejdeme na samotný Instagram a jeho charakteristiky. Popíšeme historii a vývoj této platformy. Následně se zaměříme na uživatele Instagramu a jejich motivaci, proč Instagram používají, a specifikujeme prostředky komunikace mezi uživateli, kterou Instagram nabízí. Na konci této kapitoly nastíníme negativní aspekty této platformy, včetně závislosti na sociálních sítích.

1.1 Vymezení pojmu sociální síť

Sociální síť je online služba, která svým zaregistrovaným uživatelům umožňuje vytvořit si profil, který je osobní nebo firemní, veřejný nebo soukromý. Jsou tvořeny online komunitami jedinců, kteří si vyměňují zprávy, sdílí spolu informace, mohou spolupracovat na různých projektech. Komunikace může být soukromá, mezi vybranými uživateli, nebo hromadná, například ve skupině či na diskuzním fóru (Ray, 2022). Pojem pochází ze sociologie, kde znamená síť lidí, kteří jsou spojeni pomocí směnných vztahů. Lidé (neboli subjekty) představují uzlové body na síti. Spojením těchto bodů vznikají vztahy (Kabele, 2018).

Historie sociálních sítí, anglicky SNS (*social networking sites*), sahá do roku 1971, kdy vzniká e-mail. Existuje však spor o tom, zda se e-mail řadí mezi sociální sítě. Důvodem, proč e-mail nemá být zařazen mezi sociální sítě, je ten, že se jedná pouze o distribuční médium, které je součástí mechanismu sociálních sítí. Naopak argument, proč by se e-mail měl zařadit mezi sociální sítě, je, že se jedná o formu sociální komunikace, která probíhá v online prostředí (Sajithra Rajindra & Patil, 2013). Rok vzniku první sociální sítě s názvem BBS (*Bulletin Board System*) je 1978. BBS byla aplikace, která sloužila k výměně zpráv či jiných souborů v síti. Původně se jednalo o elektronickou nástěnku, která se nacházela na pracovištích a sloužila k zasílání zpráv dalším uživatelům, zaměstnancům (Zydyk, n.d.). BBS představovala první systém, který dovoval uživatelům komunikovat ve skupině. Nicméně tento proces byl pomalý, protože v jeden moment mohl být přihlášen pouze jeden uživatel, aby mohl napsat zprávu. Nešlo tak o plynulou konverzaci, jak ji známe dnes (Krčmář, 2013).

Následně v roce 1997, vznikla SixDegrees.com. Ta bývá často nazývaná jako předchůdce Facebooku. Jednalo se o sociální síť, kde si registrovaní uživatelé vytvořili profil a vytvořili si okruh svých přátel. I když síť využívalo více než jeden milion uživatelů aktivně, její provoz byl finančně náročný, a tak byla v roce 2001 její činnost ukončena (Křmář, 2013). Facebook, který vznikl v roce 2004, byl a stále je největším lídrem sociálních sítí. Podle posledních ukazatelů z února 2022 je na Facebooku aktivních přes 2,98 miliardy uživatelů měsíčně. Pod společnost META, která Facebook vlastní, spadají další tři nejrozšířenější sociální sítě. Jedná se o WhatsApp, Facebook Messenger a Instagram. Odhaduje se, že v roce 2022 bude na sociálních sítích zhruba 3,96 miliardy uživatelů (Dixon, 2022). Pro rok 2023 je odhad 4,9 miliardy uživatelů. Podle posledních údajů z ledna roku 2023 je Facebook stále nejvíce používanou sítí (Dixon, 2023).

Existují dva přístupy používání sociálních sítí. Jedná se o aktivní a pasivní uživatele. Pasivní uživatel pouze konzumuje obsah sociálních sítí, sám nic nepřidává. Naopak aktivní uživatel se zapojuje do dění. Přidává příspěvky, komentáře, zajímá se o aktuální dění. Následně oba přístupy přináší typologii uživatelů. Aktivními uživateli jsou tvůrci a poskytovatelé obsahu, kterých je zhruba 10 %. Jejich obsah je šířen hodnotiteli a distributory. Pasivní uživatelé hodnotí obsah, nebo jsou jen pozorovatelé (Tůmová, 2012). Jiné dělení rozlišuje konzumenty neboli účastníky, producenty a participanty. Konzumenti jsou pasivní. Producenti představují aktivní uživatele, kteří tvoří obsah. Participanti jsou pak nejvíce zapojeni do interakce s ostatními uživateli (Kasakowskij et al., 2018).

1.2 Instagram a jeho vývoj

Instagram, zkracován na IG, je sociální síť, která slouží ke sdílení fotek a videí. Je zdarma a volně dostupný pro systémy iOS, Windows a Android. Přístup k Instagramu je možný také přes webové stránky Instagram.com. Registrovat se může každý, kdo je starší třinácti let. Pro registraci stačí zadat e-mailovou adresu a zvolit si uživatelské jméno a heslo (Instagram, n.d.).

Poté, co proběhne registrace, si uživatel nastaví svůj profil. Může si zvolit profilovou fotku a popis – tzv. bio, kde může napsat pár vět o sobě. Dále si může vyhledat účty uživatelů, které chce sledovat. Z hlediska bezpečnosti může být účet soukromý nebo veřejný. Na soukromém profilu uživatel schvaluje a vybírá, kdo ho může začít sledovat. V opačném případě není přítomna žádost o sledování. Aplikace IG poskytuje přehled času stráveného

na aplikaci. Uživatelé mohou regulovat svůj čas strávený na této platformě (Keach, 2021). Hlavní funkcí Instagramu bylo, je a pravděpodobně stále bude sdílení a prohlížení si videí a fotek. Vývojáři Instagramu stále následují trendy a přidávají nové funkce (Evans, 2018).

Zakladateli Instagramu jsou Kevin Systrom a Mike Krieger, milovníci technologií a fotografování. Málokdo ví, že Instagram vznikl z projektu s názvem Burbn. Název je po alkoholu whiskey z Kentucky, kterou měl Systrom v oblibě (Garber, 2014). Projekt Burbn, který vytvořil Systrom, byla mobilní aplikace pouze pro zařízení iPhone. Aplikace uživatelům umožňovala hlásit svou polohu na určitých místech, plánovat setkání s přáteli – a pokud zveřejnili fotky ze setkání, získávali za to body (Keach, 2021). Burbn se velkého úspěchu nedočkal, a tak Systrom přizval Kriegera a společně analyzovali chování uživatelů. Zjistili, že nejvíce úspěšné bylo sdílení fotografií. Původní aplikaci upravili tak, že jí zbyla pouze funkce pro sdílení fotografií a jejich komentování a lajkování. Navíc přidali efekty (Garber, 2014). Zajímavostí je, že prvním příspěvkem na Instagramu byla fotka psa, kterou zveřejnil sám zakladatel Systrom, který však později řekl, že kdyby věděl, jaký úspěch Instagram zažije, snažil by se více (Evans, 2018).

Samotný název vznikl složením dvou slov: telegram a instantní kamera. Oficiálním dnem spuštění aplikace byl 6. říjen 2010 (Instagram, n.d.). Instantní kamera představuje zařízení, ze kterého ihned po vyfocení fotografie vyjede. Do pár minut se fotka vybarví a je hotová. První instantní fotoaparát byl představen v roce 1947 od firmy Polaroid. Po mnoho let je instantní fotoaparát přiřazován pouze ke značce Polaroid, přestože existuje několik firem, které instantní kamery vyrábí (Fišer, 2022). Telegram je aplikace, která slouží k výměně rychlých zpráv. V České republice zaznamenala obrovský nárůst v roce 2021, kdy měly služby Facebook a WhatsApp velké výpadky (Kejduš, 2021).

Keach (2021) popisuje historii vývoje Instagramu následovně. Původně se jednalo pouze o aplikaci pro zařízení iPhone. Verze pro Android vyšla o osm měsíců později. V roce 2012 byl Instagram odkoupen Facebookem za jednu miliardu dolarů. Instagram byl původně dostupný pouze jako mobilní aplikace, ale od roku 2013 je možné používat ho i na webových stránkách. Jediným rozdílem je, že ve webovém prostředí, je možné jen prohlížení příspěvků, nikoli zveřejňování. Vývojáři to zdůvodňují tak, že Instagram je o autenticitě. Uživatelé mají přidávat příspěvky v reálném světě teď a tady (About Instagram, n.d.; Trpková, 2019). Na druhou stranu může být tento aspekt problematický, protože mnoho lidí

opravdu svůj život sdílí teď a tady, což může vést k loupeži či přepadení. Nejčastěji se jedná o slavné osobnosti. Jedním z mnoha případů je modelka Kardashianová, která byla okradena na základě sdílení informací přes svůj Instagram během pracovního pobytu v Paříži (Nečásková, 2016).

1.3 Specifika komunikace na Instagramu

Možnosti komunikace mezi uživateli na Instagramu jsou poměrně široké. Svým sledujícím je možné posílat zprávy, přeposílat příspěvky od dalších uživatelů nebo posílat své fotky a videa. Komunikační kanál se zde nazývá Direct. Další možností je tzv. My Story neboli příběh dne. Každý uživatel si může do svého příběhu nahrát fotky či videa, která zmizí po 24 hodinách. Pokud nechce, aby zmizely, může si je uložit do svých výběrů na profilu a budou i nadále k vidění jeho sledujícím (About Instagram, n.d.).

Jak bylo zmíněno výše, uživatelé si přidávají na svůj účet fotky nebo videa. Fotek může být nahráno až deset najednou. Instagram nabízí úpravu fotek (např. změna jasu, oříznutí fotky) a také přednastavené filtry. Ke každému zveřejněnému příspěvku může být přidán popis, emoji¹ nebo hashtag. Hashtag je křížek „#“, za kterým následuje text. To slouží k propojování příspěvků a umožňuje tak snazší orientaci na Instagramu. Na základě hashtagů uživatelé vyhledávají fotky a videa (Instagram, n.d.).

Ve svých příspěvcích lze označit další uživatele, a to za znakem zavináče „@“. Ke každé fotce lze dát lajk v podobě srdíčka a také napsat komentář. Nově byla přidána možnost, kdy lze omezit komentáře u svých příspěvků. Uživatel může spravovat, který komentář se může pod příspěvkem objevit a který ne. Často tuto funkci využívají celebrity. Donedávna také každý viděl, kolik lajků má daný příspěvek. To už lze také změnit v nastavení. Nepůjde vidět celkový počet lajků, ale objeví se pouze jeden účet, který dal lajk, a za ním „a dalším“. Navíc lze také přidat poloha místa, kde příspěvek vznikl (Instagram, n.d.). K novým způsobům komunikace patří Instagram Live. Ten umožňuje provozovat živé

¹ Jedná se o malý obrázek, který slouží ke komunikaci na sociálních sítích nebo chytrých telefonech. Existují v různých podobách, nejčastěji představují výraz obličeje, běžné předměty, místa, zvířata apod. Slovo pochází z japonštiny (Wigmore, n.d.).

vysílání, které je velice populární nejen u celebrit a různých influencerů². Další novou funkcí je instagramová „televize“, zkratkou IGTV. Je to místo, kde je možné nahrávat videa o maximální délce patnáct minut (Antonelli, 2020). Vedle IGTV existuje také Instagram Reels. Princip Reels je takový, že uživatel natočí krátké 15sekundové video. Může k němu přidat různé efekty (jako je zrychlení či zpomalení), hudbu a zveřejnit ho na svém profilu. Díky Reels lze předat zprávu stručně a úderně (About Instagram, 2020). Nejnovější funkcí z roku 2023 jsou poznámky, které poskytují prostor pro sdílení krátkého textu po dobu jednoho dne. Na poznámky lze reagovat posláním zprávy (Help center, n.d.).

1.4 Uživatelé Instagramu a jejich motivace

V roce 2020 byla po celém světě na Instagramu registrována více než jedna miliarda uživatelů, 60 % z nich tvoří lidé ve věku 18–34 let (Kavková, 2020). Instagram v České republice v roce 2021 zaznamenal enormní nárůst uživatelů. V roce 2021 Instagram používalo 2 900 000 uživatelů. V České republice, stejně jako ve světě, je převaha uživatelů ženského pohlaví. Instagram se tak stal třetí nejvíce populární sítí – hned po Facebooku a YouTube (Kane, 2021). Podle nejnovějších údajů z ledna roku 2023 používá Instagram 1,3 miliardy uživatelů (DataReportal, 2023).

Antonelli (2020) uvádí, že Instagram funguje na jednoduchém principu: sledujete účty, které vás zajímají, ony na oplátku sledují vás, stávají se vašimi sledujícími. Během několika vteřin zde lze vyhledat účty slavných osobností, různých firem, ale i vzdělávací a poučné obsahy. V tom je Instagram oblíbený, protože mnohé slavné osobnosti zde sdílí svůj život a nechají uživatele nahlédnout do svého soukromí (Kavková, 2020). V České republice vlastní účet s nejvíce sledujícími Petr Čech. Ve světě to v roce 2021 byl oficiální účet Instagramu, fotbalista Cristiano Ronaldo, Lionel Messi, modelka Kylie Jenner, zpěvačka Ariana Grande nebo také zpěvák Justin Bieber (Skokánková, 2021).

Obecně se uvádí, že lidé používají sociální sítě na základě principů teorie užití a uspokojení. Znamená to, že je na základě svých potřeb používají tak, aby je uspokojily (Sheldon & Bryant, 2016). Někteří uživatelé je vnímají jako prostředek k seznámení se

² Influencer je osoba, která svým chováním na sociálních sítích ovlivňuje široké publikum uživatelů (Kadeřábková, 2019).

(Shabahang et al., 2022), jiní jako zdroj informací (Alhabash & Ma, 2017). Mezi hlavní potřeby patří únik od reality, dohled, sociální užitečnost a náhrada za společnost. Dále to je osobní identita ve smyslu posílení vlastní hodnoty a sebe prezentace (Sheldon & Bryant, 2016). Mezi nejsilnější motivy pro používání Instagramu patří sebe prezentace a zábava. Navíc intenzita užívání Instagramu je významně předvídána počtem sledovaných uživatelů, sebevyjádřením a pohlavím (Alhabash & Ma, 2017).

Podle průzkumů Pew Research Center z roku 2019 tvoří mladí dospělí ve věku 18–29 největší a nejdůležitější sílu, která stojí za prudkým nárůstem uživatelů sociálních sítí. V současné době se na nich podílí naprostou většinou všech online aktivit. Je tedy důležité pochopit, jaký vliv má používání sociálních sítí na psychiku mladých lidí (Bouffard et al., 2022). Stejný průzkum provedený v roce 2021 ukazuje mírný přírůstek uživatelů Instagramu. Konkrétně se jedná o 71 % uživatelů ve věku 18–29 let. Navíc z výsledků obou průzkumů vyplývá, že se jedná o nejoblíbenější sociální síť mezi touto věkovou kategorií (Auxier & Anderson, 2021). Tito uživatelé Instagramu uvádí jako motivy pro používání aplikace nejčastěji tyto: sebe prezentace, vyplnění volného času, rozptýlení, sociální interakce (Alsalem, 2019). Jiní autoři přidávají jako hlavní motiv sdílení informací (Alhabash & Ma, 2017). Hwang a Cho (2018) zkoumali motivaci vysokoškoláků používajících Instagram. Jako nejsilnější faktor byla vnímaná snadnost použití, protože je snadné naučit se ovládat Instagram. Sheldonová a Bryantová (2016) též zkoumaly skupiny vysokoškoláků a identifikovaly následující motivy. Nejsilnějším byl dohled, přehled či informovanost o druhých. Uživatelé chtějí komunikovat se svými přáteli, chtějí vidět, co sdílejí, a reagovat na jejich příspěvky. Další motiv představovala dokumentace, kdy motivací bylo sdílet svůj život s ostatními a připomínat si důležité události. V poslední řadě se jednalo o prostředek k sebe propagaci. Park et al. (2021) zjistili, že motivace k používání sociálních sítí bývá spojována se sociální odměnou. Čím větší vliv má jedinec na sociálních sítích, tím větší je sociální odměna, kterou dostává. Bylo zjištěno, že motivace k používání sociálních sítí je pozitivně spojena se sociální odměnou. Posledním motivem je kreativita, kdy převažuje prezentace uživatelova umění nebo hledání lidí se společným zájmem (Sheldon & Bryant, 2016).

Uživatelé, kteří mají vysokou míru pocitu sounáležitosti s lidmi v offline světě, používají sociální sítě méně (Badenes-Ribera et al., 2019) než ti, kteří mají nízkou míru sounáležitosti a vysoký pocit osamělosti v offline prostředí (Pittman & Reich, 2016).

Důvody pro používání sociálních sítí se v průběhu let proměňují, avšak některé jsou trvalé. Seidman (2013) tvrdí, že lidé obecně používají sociální sítě, aby mohli komunikovat a udržovat sociální vazby s přáteli. Jiní autoři zastávají názor, že uživatelé mohou skrze sociální sítě sledovat a získávat informace o druhých (Alhabash & Ma, 2017). Whiting a Williams (2013) identifikovali deset motivů pro používání sociálních sítí obecně. Jedná se o tyto motivy: trávení volného času, vyhledávání informací, sociální interakce, relaxace, zábava, komunikační a pohodlná užitečnost, vyjadřování osobních názorů, sledování a získávání informací o druhých. Někteří autoři uvádí, že s rostoucí oblibou a aktivitou na Instagramu se snižuje osamělost, protože se jedná o platformu založenou na obrázcích. Tento aspekt může zmírnit nežádoucí psychické stavy (Pittman & Reich, 2016).

Instagram je, stejně jako například seznamovací aplikace Tinder (které se podrobněji věnujeme později v kapitole 2.1.1), založen na fotografické sebe prezentaci. Instagram i Tinder slouží jako prostředky k navázání nových vztahů. Lidé, kteří mají strach z intimity a vnímají vztahy jako zranitelné, preferují navazování vztahů v online prostředí. Navíc výhody online komunikace, jako je větší míra kontroly, je motivují upřednostnit intimní vztahy online, než vytvářet vztahy tváří v tvář (Shabahang et al., 2022). Statistiky ukazují, že třetina manželství v USA vznikla díky seznámení se online. Popularita online seznamování může spočívat v tom, že má dotyčný menší strach z odmítnutí. Zároveň tato forma seznamování vyžaduje méně času (Orosz et al., 2018).

Důvodem, proč lidé využívají sociální sítě, bývá Fear of Missing Out (FOMO). Jedná se o silný a intenzivní strach, kdy má jedinec pocit, že mu něco uteče, že něco na sociálních sítích zmešká (Brush, 2019). Aplikace, jako je Instagram, umožňuje sledovat životy svých přátel. Zároveň nabádá ke zveřejňování svého života. Motivace k používání Instagramu, jako je seznamování se za účelem randění, navazování přátelství, zábava, sebevyjádření, nehrají ve FOMO významnou roli. Naopak motivace ke sledování a monitorování aktivity ostatních uživatelů a také sociální uznání mají velký vliv na Fear of Missing Out (Dewi & Sari, 2022).

1.5 Problematické aspekty používání Instagramu

Jak už bylo výše popsáno, hlavní funkcí Instagramu je sdílení fotek a videí. Výzkum Macleanové et al. (2020) se zabývá vztahem zveřejňování fotek a well-beingu³. Jinými slovy tím, jak ovlivňuje zveřejňování fotek na Instagramu lidskou pohodu či spokojenost. Ve výzkumu rozlišili sdílení fotek sama sebe a sdílení fotek jiných a taky jestli uživatelé získali pozitivní či negativní sociální odměny. Pozitivní odměnou může být lajk, komentář nebo přesdílení příspěvku dalšími uživateli do jejich Instagram Story. Negativní odměnou může být nežádoucí komentář. Bylo zjištěno, že pozitivní sociální odměny pozitivně korelují s well-beingem. Navíc well-being významně pozitivně koreluje se sdílením vlastních fotek. To znamená, že pokud uživatelé získávají na Instagramu lajky a pozitivní komentáře u příspěvků, kde jsou oni sami, úroveň jejich well-beingu může výrazně pozitivně stoupnout (Macleanová, 2020). Později byla ke sdílení fotografií na Instagramu a well-beingu přidána intenzita sociálního spojení a samota. Úroveň pohody klesá, čím více roste sociální spojení a čím více uživatelé přidávají fotografií. Sdílení fotek je nejvíce prospěšné pro osoby, u kterých se vyskytuje přechodná osamělost a nízká míra sociálního spojení. Naproti tomu u osob, které jsou chronicky osamělé, je vysoká intenzita zveřejňování příspěvků spojena s nejvyšší mírou samoty, a to i když je míra sociálního propojení vysoká (Macleanová et al., 2022).

Stránský uvádí, že sociální sítě jsou pro mozek toxické. Dle jeho slov fungují stejně jako například drogy, a to přes návykové neurochemické kruhy. Lidé tak snáz podléhají stresu, různým strachům a bludům (Skřivánková, 2020). V souvislosti s používáním sociálních sítí se může aktivovat dopaminový systém odměny, pokud dotyčný získává lajky a komentáře. Existuje vysoké spojení mezi používáním sociálních sítí a pocitem štěstí. U americko-evropské generace ve věku 13–18 let byl zaznamenán o 70 % vyšší nárůst deprese, úzkostí a sebevražd oproti předchozím generacím (Hroch, 2019).

Pro zajímavost uvádíme také stinnou stránku Instagramu. Podle Jíchy (2022) je Instagram opředen řadou nelegálních činností. Velice častý je prodej zbraní a drog, výskyt

³ Definic well-beingu je několik. Například Brixová (2019) definuje well-being jako blahobyt, osobní pohodu či životní pohodu.

podvodných aktivit, jako jsou falešné účty nebo podvodné zprávy s odkazy, které obsahují vir. Nechybí zde ani teroristická propaganda, která je velmi jednoduchou cestou šířena veřejnosti. Huffer a Graham (2017) svými analýzami instagramových příspěvků zjistili, že na Instagramu existuje velmi dobře propojená síť uživatelů, kteří obchodují s lidskými ostatky.

1.5.1 Závislost na sociálních sítích

Sociální sítě obecně jsou velmi návykové. Stejně tak na Instagramu může vzniknout závislost. Státní zdravotní ústav (n.d.) definuje závislost jako: „Dlouhodobý, trvalý vztah k někomu nebo k něčemu, vycházející z pocitu silné touhy nebo potřeby toto uspokojit. Takový stav ovlivňuje jednání závislého člověka a omezuje jeho svobodu.“

V České republice existuje pojem netolismus, který značí závislost na internetu a na všem, co nabízí. Řadí se mezi tzv. nelátkové závislosti. Člověk není závislý na látce, ale na procesu nebo na určitém chování. Takovou drogou může být například potřeba být neustále online a kontrolovat sociální sítě. I zde se vyskytují abstinenční příznaky (Státní zdravotní ústav, n.d.).

Janovská (2020) uvádí, že v Česku je přibližně pět milionů uživatelů sociálních sítí a průměrná denní doba strávená na nich je 143 minut. Existuje několik příznaků netolismu:

1. **Stanou se pro uživatele prioritou** – odsouvá vše, aby mohl trávit čas online, zanedbává svůj reálný život a své okolí.
2. **Ztráta kontroly** – čas strávený na internetu neumí regulovat.
3. **Podrážděnost** – pokud není možné připojit se k síti, je nervózní, vzteklý.

Závislost dle Janovské (2020) s sebou nese několik rizik v oblasti psychické, fyzické a sociální. Mezi psychické obtíže mohou patřit zvýšené pocity smutku, deprese, pocit méněcennosti a také úzkosti. Kvůli závislostem lidé často omezují pohyb. Často pozice, ve které uživatel setrvává, není ideální pro pohybový aparát, vyskytují se bolesti v oblasti krční a bederní páteře. Dále trpí zrak, který je namáhán a může být oslabován. Navíc z monitorů vyzařují modrá světla, která potlačují tvorbu hormonu melatoninu, jehož činnost je důležitá pro kvalitní spánek. Melatonin navozuje ospalost (Newsom, 2022). Vztahová rovina bývá vlivem závislosti na sociálních sítích rovněž zasažena. Může dojít ke zhoršení spokojenosti

v partnerských, přátelských či rodinných vztazích. Uživatel se mnohdy izoluje, nemá zájem o druhé, ztrácí kontakt se svým okolím (Janovská, 2020).

2 PARTNERSKÉ VZTAHY

„Ty nejkrásnější chvíle

se nikdy nedostaly na sociální sítě

a přesto

jsem je s někým sdílel“

(Kratochvíl, 2021)

V následující kapitole se věnujeme romantickým partnerským vztahům v kontextu online prostředí. V zahraniční literatuře se partnerské vztahy objevují pod pojmem romantické vztahy. Zde se vyskytují oba termíny, protože čerpáme jak z českých, tak ze zahraničních zdrojů. V práci uvádíme jak díla současná, tak díla staršího data. Důvodem, proč se zde nachází i díla starší, je přesvědčení, že jsou stále aktuální, jiná slouží pro porovnání. V kontextu partnerských vztahů popisujeme, jak se lidé seznamují, fáze partnerského vztahu podle vybraných konceptů, spokojenost v partnerském vztahu a vliv sociálních sítí na partnerskou spokojenost. Následuje část věnovaná obětování se ve vztahu, žárlivosti a nevěře v romantických vztazích.

Partnerské vztahy mají několik definic. Dle Willertona (2012, str. 9): „Probíhají v čase, ačkoliv některé jsou podstatně kratší než jiné; zahrnují pravidelný kontakt čili interakci mezi dvěma lidmi.“ Partnerské vztahy se řadí do interpersonálních vztahů, které jsou spojeny se sdílením zájmů a života partnerů. Důležitými aspekty vztahu jsou emoční propojení a zodpovědnost obou partnerů (Hartl & Hartlová, 2015). Collins et al. (2009) definují romantické vztahy jako dobrovolné interakce, které jsou vzájemně uznávány oběma partnery. Podle Kovářové (2021) je vztah pouto jednoho člověka ke druhému, pro které je typický emocionální náboj. Vztahy se vyvíjejí a v průběhu času se mění. Každý z nás má různě silnou potřebu vztahu, lásky, prožitku a uznání. V každém vztahu se postupně vytváří závislost, kterou nasytí milovaná osoba – partner či partnerka.

McDaniel a Coyne (2016) přichází s pojmem technoference. Jedná se o každodenní průniky moderních technologií do párových interakcí a jejich společně stráveného času. Většina respondentů z výzkumu McDaniela a Coyneho uvedla, že technologická zařízení, jako je telefon, často narušují interakce s partnerem – například u jídla či během konverzace.

Sociální síť, včetně Instagramu, hrají v dnešním světě důležitou roli v procesu vzniku, udržování, ale i rozpadu partnerských vztahů. Je zjevné, že Instagram zasahuje do partnerských vztahů. Přestože se většina výzkumů zaměřuje na to, jak Instagram ovlivňuje partnerské vztahy, Fejes-Vékássy (2020) zkoumala, jak aktuální status vztahu ovlivňuje způsob užívání Instagramu. Na počátku vztahu je typická nižší aktivita. Uživatelé mají tendenci zveřejňovat osobnější a smysluplnější příspěvky. Po rozchodu je typické sledování aktivity bývalých partnerů, časté jsou různé nepřímé zprávy adresované právě jim. Ženy často zveřejňují své fotky, které jsou nadměru upravené. Typické je vymazání všech příspěvků, na kterých je bývalý partner, nebo zrušení sledování jeho účtu.

2.1 Navazování partnerských vztahů

Kde se nejčastěji lidé seznamují? Starší pohled na seznamování poskytuje Šmolka (2004), který uvádí pravidlo seznamování 5 x 20. Znamená to, že 20 % párů se seznamuje během studia. Dvacet procent v zaměstnání, dalších dvacet při zájmových aktivitách. Další skupina se seznamuje ve společenském, rodinném životě a při cestování. Posledních 20 % partnerů se seznamuje prostřednictvím inzerátů a na různých akcích.

Partnerský vztah nejčastěji začíná tak, že se běžná lidská setkávání přemění v blízký vztah. Obecně se uvádí, že blízký vztah nastává tehdy, kdy jedinec začne uvažovat v rovině „my“ namísto „já“. Cestou k blízkému vztahu se partneři postupně sebeodhalují, sdílí společně osobnější a intimnější informace. Typicky se také zvyšuje vzájemná závislost, která se týká oblasti prožívání, chování a myšlení. Partneři chtějí společně prožívat pozitivní a překonávat negativní záležitosti (Willerton, 2012).

Aby z běžného setkávání vznikl partnerský vztah, musí fungovat přitažlivost. Kratochvíl (2009) uvádí, že volba partnera prochází třemi fázemi. V první fázi je klíčová přitažlivost, vzhled a chování. Druhou fází je proces hodnocení, kdy zjišťujeme, zda jsou hodnoty a zájmy potenciálního partnera v souladu s našimi. Jako poslední se zvažuje kompatibilita rolí (Matějková, 2007). Existuje několik teorií, které přichází s vysvětlením, jak si lidé volí partnery. Koncepce duplikačního teorému říká, že nejvíce stabilní a spokojené jsou ty páry, kde se vyskytuje komplementarita sourozeneckých pozic. Komplementarita nastává, když se v partnerském vztahu jedinec dostává do stejné pozice, jakou měl v sourozeneckém vztahu (Kratochvíl, 2009). Jedním z předpokladů úspěšnosti, které Toman (1970, citováno v Pitáková, 2017) uvádí, je tehdy, když je partnerkou starší sestra, která má

mladšího bratra, a partnerem je mladší bratr, který má starší sestru. Je zvyklá o něj pečovat a on je zvyklý být opečováván.

2.1.1 Navazování partnerských vztahů v online prostoru

Přestože se může zdát navazování vztahů v online prostředí povrchní kvůli nedostatečné interakci tváří v tvář, stává se stále oblíbenějším. Seznámení v kyberprostoru nabízí větší míru kontroly, než když se lidé potkají osobně (Shabahang et al., 2022). Například při psaní zpráv. Než zprávu dotyčný pošle, může si promyslet, co napíše, má čas na úpravu. Z konverzace se sice vytrácí autenticita, ale tím je umožněno vytvářet lepší obraz sama sebe. Goffman (2018) hovoří o fasádě. Jedná se o vybavení a prostředky jedince, které využívá během svého představení. Jinými slovy na sociálních sítích nebo na seznamce je opravdu jednoduché vytvořit si profil (fasádu) tak, aby byla pro ostatní atraktivní. Otázkou je, zda je tato fasáda opravdová. Bylo zjištěno, že komunikace na internetu jsou osobnější než ty fyzické v reálném světě. Je jednodušší osobnější věc napsat než ji sdělit osobně (Willerton, 2012). Příkladem je výzkum vysokoškoláků, kdy jedna skupina komunikovala tváří v tvář a druhá online. Ti, kteří komunikovali online, se během konverzace svému partnerovi mnohem více odhalili. Toto zjištění naznačuje, že komunikace v kyberprostoru zvyšuje míru osobního odhalení, což pomáhá v počátcích při budování nejen romantických vztahů (Bruss & Hill, 2010).

Seznámit se je možné přes sociální sítě, přes seznamky nebo přes mobilní aplikace na seznamování. Jednou z nich je Tinder, bezplatná seznamovací aplikace, která je dostupná osobám starším osmnácti let. Funguje na principu Swipe right neboli přejetí prstem po obrazovce doprava. Pokud se tak stane mezi dvěma uživateli, vznikne mezi nimi match neboli souhra a mohou navázat konverzaci (Tinder, n.d.). Takové seznamovací aplikace umožní uživateli najít si vztah zcela odděleně od jeho sociálního okolí, jako jsou přátelé, práce, škola. Dříve právě tyto skupiny sloužily jako výchozí bod pro navazování vztahů. Jedná se o privatizaci intimity. Na rozdíl od sociálních sítí, které většinou slučují sociální kontexty uživatelů, seznamovací aplikace umožňují zcela oddělit sexuální a vztahové záležitosti od zbytku života (Pettis, 2022). Pro úspěšné navázání kontaktu je důležité vybrat správné fotografie na uživatelský profil. Profilové fotografie vytváří budoucí interakce. Nejvíce podstatné je, aby byl vidět na fotce obličej uživatele. Dobré je, pokud jsou fotky

různorodé a originální, mohou tak o dané osobě mnoho prozradit a zaujmout (Jänkälä et al., 2019).

2.2 Fáze partnerského vztahu

Každý vztah v průběhu času prochází fázemi. Například Matějková (2007) dělí fáze partnerských vztahů na zamilovanost a lásku. Zamilovanost trvá dva, maximálně tři roky. Poté přichází láska, která se po 18–20 letech vztahu přerodí v kamarádkou lásku, která je klidná a trvalá, partneři se již dokonale znají. Vágnerová (2007) popisuje jako první zamilovanost, na kterou navazuje vztah realistický. Zamilovanost na první pohled je stejně častým prediktorem úspěšného vztahu jako zamilovanost po více než dvouměsíční známosti (Willi, 2011).

Vojtko (2020) hovoří o fázi symbiotické, která je na počátku vztahu a trvá zhruba jeden rok. Vyznačuje se hormonovou bouří a naprostou dokonalostí protějšku. Laicky se říká „má růžové brýle“. Následuje uvědomění si, že partner zkrátka není dokonalý, tím se vztah přesouvá do fáze diferenciacní. Mnohdy se ukáží rozdílné hodnoty či očekávání od vztahu. Pokud pár nalezne společné řešení situace, dostává se do komitující fáze. Typicky se vztah posune o krok dál, například společným sestěhováním. Dle Williho (2011) je na počátku milostná touha po lásce, která vede k seznámení se s partnerem. V ideálním případě k zamilovanosti. Zamilovanost vede k symbióze a k idealizaci vztahu.

Odlíšné je navazování vztahu v online prostředí, které prochází třemi fázemi. Na začátku je hledání romantických možností. Uživatel vyhledává potenciální partnery, prohlíží si jejich uživatelské profily. Sociální sítě umožní anonymně, rychle a jednoduše vyhledat informace před prvním kontaktem. Druhou fází je navazování vztahu, poté je budování vztahu (Goldberg et al., 2022).

2.3 Spokojenost ve vztahu

Gallerová a Halama (2016) uvádí, že spokojenost ve vztahu se vyznačuje měrou, do které je vztah pro oba partnery zdrojem štěstí. Lidé, kteří ve vztahu naplňují své osobní potřeby, jsou spokojenější. Spokojenější lidé jsou také ti, kteří dostávají za nízké náklady vysoké odměny. Takovou odměnou může být sexuální nebo citové uspokojení, případně podpora, kterou nám partner poskytne. Náklady jsou investice do vztahu, které mohou být velmi diskutované,

někdy až neoblíbené. Jedním z takových nákladů je otázka financí (Impett et al., 2001, citováno v Gallerová & Halama, 2016).

Kovářová (2021) uvádí, že lidé, pro které jsou vztahy prioritní, bývají v životě šťastnější než ti, kteří se zaměřují na materiální hodnoty. Z výzkumů spokojenosti v České republice plyne, že z hlediska osobního štěstí jsou nejvíce spokojené manželské páry. A to i přes vyšší rozvodovost. V Česku bylo historické maximum rozvodů 50 %, konkrétně v roce 2010. Od té doby toto číslo klesá. Pro zajímavost – v roce 2014 bylo evidováno 26 764 rozvodů. V roce 2020 toto číslo kleslo na 21 734 rozvedených manželství (Český statistický úřad, 2020).

Kalina (2014) uvádí, že vztahy se obecně nerozpadají kvůli velkým chybám, ale kvůli maličkostem, které se opakují – a tak vztah postupně rozvracejí. Na začátku vztahu je spokojenost vysoká, avšak postupem času klesá. Přichází neshody, které je nutno řešit. Jedním z předpokladů spokojenosti ve vztahu je funkční komunikace. Často vznikají hádky, které jsou považovány za nejnižší úroveň komunikace a zdroj bolesti. Existuje konstruktivní hádka. Ta má svou strukturu a pravidla. Pár musí řešit aktuální problém. Nevytahují věci z minulosti, nepřerušují se, vyslechnou druhého, nenadávají si apod. (Helingerová, 2011).

Muži a ženy mají rozdílná očekávání ve vztahu od svých partnerů. To, do jaké míry se tato očekávání naplní, je významný ukazatel spokojenosti ve vztahu. Muž od ženy očekává fyzickou atraktivitu. Má pečovat jak o sebe, tak i o partnera. Podle Blechové (2003) žena očekává od muže romantiku, klid, vyrovnanost, společný smích. Nechce hrubost, násilí, vulgaritu. Šmahajová dává do souvislosti pohlavní styk a projevy lásky. Díky sexu je muž schopen projevovat více lásky. A naopak – když žena cítí lásku, je více nakloněna sexu. Vedle sexu muž očekává, že ho žena ocení a pochválí, také potřebuje něhu a objetí (V. Šmahajová, osobní sdělení, duben 2022).

2.3.1 Vliv sociálních sítí na spokojenost ve vztahu

Sociální sítě jsou v dnešní době součástí života většiny mladých párů. Je tedy jisté, že mají vliv na partnerské vztahy. Velmi prospěšné a zvyšující spokojenost ve vztahu jsou tzv. dyadické projevy. Příkladem je zveřejnění fotografie, na které jsou oba partneři, nebo okomentování příspěvků partnera. Také se ukazuje, že soukromá komunikace s partnerem pozitivně koreluje s většími pocity blízkosti (Toma & Choi, 2015). Aktuální spokojenost

v partnerském vztahu lze mnohdy vyčíst z instagramového profilu. Když je uživatel spokojený, může zveřejňovat méně příspěvků, než když se cítí ohrožený nebo žárlí. Pokud je jedinec spokojený, intenzita používání Instagramu klesá (Fejes-Vékássy et al., 2020).

Existuje ale několik důkazů, že používání sociálních sítí narušuje romantické vztahy a je spojováno s nižší spokojeností ve vztahu (McDaniel & Coyne, 2016). Aktivní používání Instagramu pozitivně koreluje se zvýšeným stresem. Tedy pokud jeden z partnerů používá Instagram nadměrně, zvýší se hladina stresu u druhého, tím může klesnout spokojenost ve vztahu. Aktivita, které souvisí se stresem, jsou posílání zpráv dalším uživatelům, komentování, označování přátel nebo zveřejňování příspěvků (Delle et al., 2022). Bouffard et al. (2022) zjistili, že dlouhodobé používání Instagramu snižuje spokojenost ve vztahu. To má za důsledek zvýšenou četnost konfliktů a negativních důsledků ve vztahu. Navíc zvýšené používání Instagramu může vést k závislosti. K sociálním sítím uživatelé přistupují nejčastěji přes mobilní telefon. Lapierre a Custer (2021) zkoumali, jaký vliv má používání mobilních telefonů na spokojenost ve vztahu. Bylo rozlišeno normální používání a závislost. Používání telefonu zprostředkovává komunikaci mezi partnery, pokud je míra komunikace vysoká, vede to k láskyplné komunikaci. Naopak závislost na smartphonech je spojena s méně láskyplnou komunikací, což snižuje spokojenost ve vztahu. Nadměrné používání sociálních sítí obecně významně souvisí jak s online, tak s fyzickou nevěrou, nespokojeností ve vztahu nebo také s vyšším rizikem rozchodu. Důležitým aspektem je vztahová zaangažovanost, která často určuje, zda vztah přežije (Abbasi, 2019).

2.4 Konflikty a obětování se ve vztahu

Partnerské vztahy se často neobejdou bez ústupků a kompromisů obou partnerů. V každém vztahu se vyskytují konflikty v různé míře a různé četnosti. Jedná se o střetnutí protichůdných sil a navzájem se vylučujících tendencí a snah. Řešení konfliktů je možné soupeřením nebo spoluprací (Křivohlavý, 2008). Používání sociálních sítí významně predikuje konflikty v partnerském vztahu (Arikewuyo et al., 2022).

Jak bylo popsáno výše, konflikty vznikají proto, že je každý z partnerů jiný, pochází z jiného rodinného zázemí, má jiná přání a očekávání od vztahu a od života vůbec. Někdy je nutné vzdát se svých potřeb, vlastního zájmu vůči potřebám partnera či vztahu obecně. Jinými slovy je nutné udělat oběť ve prospěch vztahu či ve prospěch partnera. To se liší od poskytnutí podpory či pomoci, protože když se jedinec obětuje, podřídí se – a to přinese

výhodu partnerovi (Righetti, 2020). Ukazuje se, že pokud je partner ochoten obětovat se pro druhého, zvyšuje to spokojenost ve vztahu. To má za následek nižší četnost konfliktů a zmírnění negativních důsledků ve vztahu, tedy nevěry (Bouffard et al., 2022).

Partneři se jeden pro druhého téměř každodenně obětují. Ve výzkumech se často objevuje tvrzení, že pokud má vztah vydržet dlouho, musí na něm oba partneři pracovat. Takovou prací se rozumí i ochota obětovat svá vlastní přání či touhy a podpořit blaho partnera či vztahu (Van Lange Rusbult et al., 1997, citováno v Impett et al., 2012). Obětování se může vypadat tak, že jeden z partnerů jde na nákup nebo vyvenčit psa, druhý jde s rodiči na oběd atd. Jedná se o formy obětování se na běžné úrovni.

Může to vypadat i tak, že jeden z partnerů dostane vysněnou pracovní nabídku, která ale vyžaduje stěhování (Krauss Whitbourne, 2022). Tento jev zkoumal tým Murphyové. Pro pochopení fungování vztahů po velké oběti byla využita teorie attachmentu⁴. Úzkostný typ vazby se může projevovat strachem ze ztráty partnera a pochybnostmi o vlastní hodnotě. Pro jedince, u kterých převažuje vyhýbavý typ, jsou typické nepříjemné pocity z intimity a citové blízkosti. Výsledky ukazují, že jedinci s nejistou vazbou (úzkostnou či vyhýbavou) zažívali více konfliktů po přestěhování než jedinci s bezpečnou vazbou. Ti navíc uváděli, že stěhování jejich vztahu prospělo. Respondenti s nejistou vazbou vnímali stěhování opačně (Murphy, 2022).

Obětovat se pro druhé je znakem prosociálního chování. High a Stříbrská (n.d.) definují prosociální chování jako: „Jakýkoli akt chování vykonaný ve prospěch druhého člověka nebo skupiny osob, jako pomáhající chování, jehož cílem je přinést užitek jiným.“ Podle některých autorů je tendence obětovat se pro druhé altruismem, který patří pod prosociální chování. Altruismus je pomoc druhým, která není spojena s očekáváním zisku či odměny. Jedná se o nezištnou pomoc, neočekává se sociální souhlas. Altruista jedná a nezvažuje případné náklady, jako je ztráta či oběť (Výrost & Slaměník, 2008).

⁴ Teorie attachmentu – teorie citové vazby (Bowlby, Ainsworthová). Byly rozlišeny 4 typy citové vazby, které může mít dítě k matce. Jedná se o bezpečnou, vyhýbavou, úzkostnou a úzkostně-vyhýbavou. Vznikají v prvním roce života a ovlivňují vztahovost lidí po zbytek života (Manson, 2017).

Jaký vliv má obětování se pro druhého na oba partnery? Righetti et al. (2020) zkoumali souvislost mezi obětováním se ve vztahu a osobní a vztahovou pohodou. Zkoumali čtyři aspekty oběti: ochotu obětovat se, chování při obětování se, spokojenost s obětí a náklady. Ochota jedince obětovat se ve vztahu byla pozitivně spojena s životní i partnerskou pohodou. Chování se při oběti bylo negativně spojeno s vlastní pohodou. Spokojenost s obětí byla pozitivně spojena s osobní i partnerskou pohodou. Náklady na oběť byly negativně spojeny s osobní a partnerskou pohodou. Kogan et al. (2010) zkoumali, který z partnerů má největší benefity z toho, že se obětuje pro druhého. Ve výzkumu jsou použity pojmy communal strength neboli komunitní síla, kterou se rozumí míra motivace reagovat na potřeby partnera (Mills et al., 2004), a communal relationship, tedy vztah, kdy jedinec přebírá odpovědnost za blaho svého partnera. Partner tak činí bez jakýchkoli závazků, nevzniká zde dluh (Baumeister & Vohs, 2007). Bylo zjištěno, že čím více byli partneři motivováni reagovat na potřeby svého partnera, tím více prožívali pozitivní emoce během vykonávání každodenních obětí. Navíc cítili, že je partner více oceňuje, když se pro něj ve vztahu obětovali (Kogan et al., 2010).

2.5 Nevěra a žárlivost

Často se setkáváme s tvrzením, že základem kvalitního partnerského vztahu je věrnost. Podle Uzla (2017) věrnost znamená vztah fyzický a emoční k jedné osobě, tedy k partnerovi. Pokud je toto porušeno, hovoříme o nevěře. Uvádí se, že celoživotní věrnosti dosáhne pouze 3–4 % partnerských vztahů. Pohled na nevěru se historicky během sexuálních revolucí měnil. První z nich proběhla v Evropě, je spojována s křesťanstvím a přinesla zavedení striktní monogamie muže a ženy (Možný, 2017). Striktní monogamie značí, že se jedná o společností vytvořený konstrukt. Nevěra byla a bude vždy přítomná. Rozdílem je, že dnes je zvýšené riziko prozrazení – za vysvětlením stojí moderní technologie (Uzel, 2017).

Další možnou definicí nevěry je dle Kovářové (2021, str. 173): „Jakékoli porušení exkluzivity, kterou zažíváme výlučně se životním partnerem.“ Nevěra nemusí nutně souviset s pohlavním stykem. Podle této definice se nevěrou může rozumět výměna koketních zpráv, objímání se, společné sportování. K nevěře dochází, jestliže ve vztahu něco chybí. Nejčastěji to je sex, vášně, intimita, důvěra nebo radost či touha po dobrodružství.

Kirshenbaum (2009) popisuje sedmnáct druhů nevěry, kdy každá z nich má svůj motiv, který je dobré znát a rozhodnout se, jak dál pokračovat. Patří zde například nevěra

jako požitek, nevěra ze msty, nevěra jako rozptýlení. Prozrazení nevěry představuje stresové období pro oba partnery, ale i pro danou třetí osobu. Nevěrou bývá zasažena celá rodina. Baker (2005) popisuje nevěru z biologického hlediska a ukazuje, že se z ní dá i těžit. Pokud se ženě nedaří otěhotnět s jejím partnerem, může ji oplodnit její milenec. Stejně tak může muž zplodit dítě s jinou ženou, než je jeho partnerka. Oba tak zvýší svou reprodukční úspěšnost, kdy předají své geny.

Často se říká „kdo nežárlí, nemiluje“. Znamenalo by to, že je žárlivost podmínkou kvalitního vztahu. Mírná forma žárlení je žádoucí a přirozená, ale extrémní žárlivost může být pro vztah destruktivní (Klimeš, 2005). Hartl (2004, str. 177) definuje žárlivost: „Partnerská žárlivost je pocit úzkosti, partnerů hetero- i homosexuálních, který vyrůstá z nejistoty o citech milované osoby; žárlivost je zaměřena vůči třetí osobě nebo osobám, které jsou vnímány jako ohrožující.“ Může se jednat o formu obranné reakce, pokud je vnímáno ohrožení vztahu. Projevy a předměty žárlivosti se liší mezi pohlavími. Pro ženy je předmětem žárlivosti citový vztah partnera k jiné ženě. Muži žárlí, pokud jde o sexuální stránku, vysvětlením je strach z výchovy nevlastního potomka. Snahou bývá zabránit kontaktu s třetí osobou (Klimeš, 2005). Žárlivost často partnery donutí dělat věci, které by normálně nedělali. Uvádí se, že ženy partnerům prohledávají telefon, peněženku, historii bankovních výpisů, ale i kapsy u kalhot. Muži žárlí, když jejich partnerka přijde od kadeřnice či v novém oblečení. Ženy díky své vyvinutější intuici dokáží lépe nevěru vycítit (Blechová, 2003).

Mezi typické charakterové rysy žárlivých lidí dle Haucka (1996, citováno v Zapletalová, 2008) patří:

- *Pocity méněcennosti*: žárlivci jsou přesvědčeni, že nejsou hodni lásky.
- *Mentalita otrokáře*: žárlivec je přesvědčen, že jejich partner je jejich majetkem.
- *Sebezničující chování*: odhání od sebe partnera, přitom má strach, že o něj přijde.
- *Potíže s přijímáním vlastní zodpovědnosti*: neuznávají, že zdrojem žárlivosti jsou oni sami, nikoli partner.
- *Sobeckost a nevyspělost*: partner jako vlastnictví, často žárlí i na jeho rodinu, protože nevěnuje celou svou lásku pouze jemu.
- *Bázlivost*: nejistota, strach, že je partner odmítne nebo se s ním rozejde. Většinou naprosto bezdůvodně.

2.6 Virtuální nevěra a žárlivost

Šmolka (2010) spojuje virtuální nevěru s internetem, seznamkami a chatovacími službami. Popisuje i kybersex, který představuje nějakou sexuální aktivitu, kterou nabízí kyberprostor. Základní charakteristikou je anonymita a touha po vzrušení. Tím, že je omezen fyzický kontakt, lidé se nevidí tváří v tvář, interakce jsou neomezené, tak uživatelé sdílí své touhy a myšlenky více intenzivně (Abbasi & Alghamdi, 2019). Dochází k menší sebekontrolě, ke snížení zábrán tak, že může dojít k emocionální nevěře, která je pro online nevěru typická (Hertlein & Piercy, 2006).

Alvin Cooper popisuje koncept „Triple A Engine“ (Accessibility, Affordability, Anonymity). Vysvětluje tři aspekty virtuální nevěry, které ji odlišují od nevěry fyzické. Vyznačuje se snadným přístupem k internetu, cenovou dostupností a anonymitou (Divínová, 2005). Později byla přidána aproximace čili přibližování. Znamená to, že internet poskytuje možnosti pro experimentování s novým, neznámým chováním. Lidé mohou na internetu vyzkoušet takové sexuální chování, které by jinak neprovozovali (Hertlein & Piercy, 2006). Ve Španělsku byl proveden výzkum, který zkoumal negativní důsledky užívání sociálních sítí na romantické vztahy u vysokoškoláků. Zásadním zjištěním bylo, že probandi věří, že sociální sítě podněcují žárlivost a podporují praktikování stalkingu a kontrolování partnerů skrze sociální sítě. To má za důsledek zvýšenou konfliktnost ve vztahu. Někteří respondenti litovali, že takové praktiky prováděli. Jiní je obhajovali, protože díky nim mohli odhalit případnou nevěru (Hernández-Santaolalla & Hermida, 2020). Vojtko (2020) uvádí, že sociální sítě mohou sloužit jako tzv. zadní vrátka, skrze která lidé udržují nebo záměrně navazují kontakt s potenciálními partnery. Důvod je, kdyby to s těmi současnými nevyšlo. Dalším rizikem, které mohou představovat sociální sítě, je stalking a žárlivost. Je velice jednoduché sledovat aktivity svého partnera na sociálních sítích (Vojtko, 2022).

Jaké chování praktikují muži a ženy ve vztahu, aby si udrželi partnera? Podle Lopes et al. (2017) ženy častěji kontrolují komunikaci svého partnera. Navíc častěji žádají své partnery, aby si někoho odebrali z přátel nebo aby ho zablokovali. Toto chování může snížit riziko nevěry. Ženy si svou profilovou fotku více upravují a zkrášlují, což může vyvolat žárlivost u partnera. Zároveň častěji označují své muže na fotkách, to slouží jako pojistka, aby ostatní ženy viděly, že je zadaný. Partneri často očekávají potvrzení svého vztahu na sociálních sítích, například deklarování partnerského vztahu je spojeno s vyšším

závazkem (Bouffard et al., 2022). Častý důvod k hádkám může být, když jeden z partnerů nechce svůj vztah zveřejnit na sociálních sítích (Papp et al., 2012, citováno v Bouffard et al., 2022).

Utz (2022) uvádí tři faktory, které predikují žárlivost vyvolanou používáním sociálních sítí. Jedná se o individuální rozdíly mezi uživateli, jednotlivé možnosti platform a vztahové proměnné. Mezi individuální rozdíly se řadí rozdílné objekty žárlení mezi ženami a muži. Každý má také jinou potřebu být populární, s tím se pojí aktivita na sociálních sítích. Žárlivější jsou ti lidé, u kterých se vyskytuje rysová žárlivost. Jedná se o interindividuální stabilní prožívání žárlivosti. Vztahové proměnné jsou faktory, které mohou ovlivnit žárlivost. Patří zde obecná spokojenost ve vztahu nebo oddanost partnerovi a vztahu (Utz, 2022). Konflikty vyvolané používáním sociálních sítí bývají založeny na žárlivosti. Používání sociálních sítí je přímo spojeno se žárlivostí a se sledováním romantického partnera (Arikewuyo et al., 2022), navíc pozitivně koreluje s hádkami mezi partnery. Obě pohlaví navozují žárlivost partnera záměrně tím, že udržují konverzaci či zveřejní příspěvek s jiným mužem či ženou (Lopes et al., 2017). Stewartová et al. (2022) zmiňuje, že žárlivost, která vyplývá z používání sociálních sítí, je součástí reakční smyčky. Pokud jeden z partnerů používá Instagram hodně, zvýší to žárlivost a tendenci u druhého více kontrolovat a monitorovat online aktivitu. To ale vede ke zvýšené pravděpodobnosti rozpadu vztahu. Pokud se jedinci cítí ohroženi, může to zvyšovat jejich aktivitu na Instagramu, a to například tím, že budou zveřejňovat fotky s partnerem (Fejes-Vékássy et al., 2020). Žárlivost na partnerské aktivity na sociálních sítích je pozitivně spojena s konflikty (Arikewuyo et al., 2022).

Zvýšená žárlivost ve vztahu nastává, pokud partner zveřejňuje své fotky, které upravil, běžně se jedná o vyhlazení pleti, vybělení zubů aj. Může to být vnímáno jako ohrožení vztahu tak, že dotyčný dává signál ostatním potenciálním partnerům (Stewart et al., 2022). Žárlivost výrazně předpovídá množství času stráveného na Instagramu, obecnou důležitost IG a důležitost prezentace svého vztahu na IG. S rostoucí žárlivostí a nespokojeností ve vztahu roste také čas strávený na IG a vyšší zaangażovanost na Instagramu (Fejes-Vékássy et al., 2020). Navíc osoby, které jsou více nejisté či úzkostné kvůli jejich vztahu, mají tendenci vztah více zviditelnit na svých sociálních sítích, tím se prodlužuje čas strávený na těchto platformách (Emery et al., 2014). Dopady žárlení na vztah

jsou buď akutní behaviorální, kam patří zvýšené monitorování aktivit partnera na SNS, nebo dlouhodobé účinky, mezi které patří snížená spokojenost ve vztahu (Utz, 2022).

3 MLADÁ DOSPĚLOST

V předposlední části teorie se zaměříme na mladou dospělost. Vymezíme toto vývojové období podle několika známých pojetí z vývojové psychologie. Popíšeme digitální Generaci Z a přiblížíme, co obnáší studium na vysoké škole, včetně vybraných práv a povinností studentů.

3.1 Vymezení podle vývojové psychologie

Obecně se uvádí, že období mladé dospělosti prezentují lidé ve věku 20–35 let. Nicméně vymezení mezi různými autory nebývá jednotné. Podle Thorové (2015) je mladá dospělost ohraničena věkem 20–35 let. Vágnerová (2007) hovoří o mladé dospělosti jako o životním období v rozmezí 20 až 30 let. Langmeier a Krejčířová (2006) značí toto období jako časnou dospělost, konkrétně od 20 do 25 let. Říčan (2004) hovoří o tzv. zlatých dvacátých letech, tedy období mezi 20 až 30 lety. Pro přechod z adolescence do dospělosti se používá pojem vynořující se dospělost, která je ohraničena věkem 18–29 let (Blatný, 2016). Levinson rozdělil období dospělosti na stabilní a přechodové, kdy dochází k největším změnám. První přechodové stadium je ve věku 17–22 let, poté je vstup do dospělosti, který trvá do 28 let (Thorová, 2015). Sheehyová (1999) v konceptu zkušební dvacítky definuje prozatímní dospělost, která je od 18 do 30 let. Nicméně oba koncepty se pro dobové zatížení nepoužívají.

Podle Langmeiera a Krejčířové (2006) je pro časnou dospělost charakteristické upevnění identity, zpřesnění životních cílů, produktivita, hledání partnera a zakládání rodiny. Dále pak změna vztahu s rodiči a nezávislost na nich, volba povolání a získávání zodpovědnosti v dané práci. Vágnerová (2007) tvrdí, že role, kterou dospělý získává, je spojována s většími právy, s větší zodpovědností a s rostoucí sociální prestiží. Navíc je spojována se sociálním očekáváním, jelikož má každá kultura od mladého dospělého jistá očekávání. Příkladem může být vstup do manželství a založení rodiny. Období mladé dospělosti je tvořeno důležitými životními mezníky, mezi které patří stabilnější profese, uzavření manželského sňatku a získání rodičovské role. Pro dosažení celkové životní stability je důležitá spokojenost v oblasti profese, rodičovství a partnerství.

Z výše uvedeného vyplývá, že jedním z klíčových úkolů pro období mladé dospělosti je navázat partnerský vztah. Erikson připisuje vývojový úkol pro toto období

intimitu vs. osamělost, kdy je hlavním úkolem vytvořit stabilní, důvěrný a spolehlivý vztah, který je zdrojem citové jistoty a bezpečí a stává se tak základem pro manželství a rodinu (Vágnerová, 2007). Jestliže jedinec selže, čeká ho samota v manželství, ve vztazích nebo v sexuální promiskuitě. Může se jednat o pseudointimitu, která představuje klamnou, zdánlivou blízkost. Pro toto vývojové období jsou příznačné sociální tlaky, které mají tendenci s rostoucím věkem zesilovat. Jedná se o tzv. sociální hodiny, které jsou typické otázkami na vstup do manželství (Říčan, 2004). V dnešní době se věk vstupu do manželství zvyšuje, a tak se mladá dospělost stává prodlouženým obdobím experimentování v partnerských vztazích. Vedle manželství se častěji vyskytují různé alternativní způsoby soužití. Jedním z nejznámějších jsou tzv. singles, tedy osoby žijící bez partnera. Pokud se jedná o singles z hlediska práva, patří zde podle zákona nesezdané páry, rozvedení či ovdovělí nebo svobodní lidé žijící bez partnera. Singles z pohledu společenského jsou lidé, kteří nejsou ve vážném partnerském vztahu. Existují také společná soužití bezdětných manželů, společná soužití homosexuálních párů nebo společná soužití adoptivních či pěstounských rodičů (Blatný, 2016). Kromě toho se také zvyšuje věk pro početí prvního dítěte. U žen častěji nastává dilema rodina versus kariéra. Prvorodičky jsou starší a s tím se zvyšuje riziko komplikací během těhotenství. Zároveň klesá celkový počet dětí na osobu, roste počet bezdětných lidí nebo rodin s jedním potomkem. I odstěhování od rodičů se často zpožďuje. V dnešní západní společnosti je zjevná podpora individualismu, očekávání od mladých nejsou už tak striktní (Langmeier & Krejčířová, 2006).

Další důležitou oblastí pro toto období je otázka profese. Říčan (2004) uvádí, že se profesionální dráha v tomto období může zkomplikovat například chybným zvolením vysoké školy nebo rozhodnutím studovat vysokou školu. Problematické bývá studium na škole, pro kterou nemá student předpoklady nebo ho nebaví. Často školu vystudují a někteří si ke svému oboru najdou lásku později. Další problematickou oblastí bývá, že mladí lidé nezačnou studovat včas. Kvůli tomuto se také může opozdit finanční nezávislost na rodičích (Blatný, 2016).

Na základě longitudinální studie s názvem Helsinky Longitudinal Student Study, která se věnuje profesní oblasti mladých dospělých, bylo identifikováno šest kariérních a partnerských cest. Jedná se o (Blatný, 2016):

- **Tradicionalisté:** klíčové změny v oblasti studia, partnerství a rodiny nastávají v očekávaném čase a pořadí.
- **Skupina s rychlým začátkem:** klíčové změny u této skupiny nastupují velmi brzy.
- **Lidé s raným partnerstvím, ale pozdním rodičovstvím:** časně uzavření sňatků, avšak pozdní založení rodiny.
- **Kariéristi s nestabilním partnerstvím:** větší počet partnerů, opakující se rozchody, rychlé ukončení studií a nástup do zaměstnání.
- **Singles s pomalou kariérou:** tápající, problémy v navazování partnerských vztahů a pomalý rozběh kariéry.
- **Lidé s pomalým začátkem:** odkládání kariéry, partnerství a rodičovství.

U některých osob se vyskytuje nezralá dospělost. Příkladem je bydlení u rodičů v dospělosti. V roce 1995 to bylo 15 % žen a 32 % mužů ve věku 25–29. V roce 2013 se tato čísla zvýšila – u žen na 30 % a u mužů na necelých 50 % (Thorová, 2015). Důvodem bývají finanční možnosti a výhody, které vyplývají ze soužití s rodiči, s tím se pojí problematické přijímání odpovědnosti a samostatné rozhodování o sobě a svém životě. Navíc soužití dvou generací mívá dopad na osobní život. Polovina těchto mladých lidí má problém navázat a udržovat partnerský vztah, a to nejčastěji z nedostatku soukromí (Stem/Mark, 2015). Vedle nezralé dospělosti existuje koncept vynořující se dospělosti. Arnett (2007) navrhl pět rysů, které jsou v období vynořující se dospělosti častější než v jiných obdobích. Jedná se o tyto rysy: věk zkoumání identity, věk nestability, věk zaměření se na sebe, věk pocitů mezi a věk možností. Věkem zkoumání identity myslí to, že se rozhodují, kdo jsou a co chtějí od života. Věk nestability je charakteristický častými změnami škol, zaměstnání, ale i kolísáním ve vztahové oblasti. Věk zaměření se na sebe neboli snaha mladých získat co nejvíce zkušeností před tím, než nastoupí do zaměstnání a než založí vlastní rodinu. Věk pocitů mezi znamená, že jedinec vnímá, že má za sebe zodpovědnost, ale je stále silně připoután k rodině, je to takový pocit „na půli cesty“ mezi dětstvím a dospělostí. Pro věk možností jsou typické vidiny neomezených možností a optimistických plánů. Víra v to, že budou lepší než jejich rodiče (Thorová, 2015).

Arnett (2004) charakterizuje období vynořující se dospělosti jako období zkoumání romantických zážitků. Podle něho je zapojení se do romantického vztahu jedním z hlavních vývojových úkolů. Vynořující se dospělí tak mohou vnímat, že splněním tohoto úkolu nastane jejich větší životní spokojenost. Přesto se někteří mladí vztahům vyhýbají, rozhodnou se být single, aby splnili jiné úkoly, jako jsou studium a kariéra (Beckmeyer & Cromwell, 2019). Koncept vynořující se dospělosti je sociální konstrukt, který byl vytvořen na základě významných změn u euro-americké populace mladých lidí. Tyto změny se týkají přijímání zodpovědnosti a závazků nebo finanční nezávislosti. Kritéria, která jsou součástí života dospělých, se posouvají do vyššího věku (Blatný, 2016).

Beckmeyer a Cromwell (2019) zkoumali vliv rodinného statusu u skupiny vynořujících se dospělých na jejich životní spokojenost. Rozlišili respondenty do tří skupin: ve vztahu, bez zájmu o vztah a s velkým zájmem o vztah. Skupina s velkým zájmem vykazovala větší depresivní symptomy než další dvě skupiny, které se od sebe významně nelišily. Ti, kteří byli ve vztahu, vykazovali obecně větší životní spokojenost. Skupina bez zájmu o vztah vykazovala nižší míru osamělosti než skupina se zájmem o vztah.

3.2 Generace Z

Generace je sociální skupina, která je vymezená narozením v určitém časovém období. Společně sdílí podobnou kulturu, hodnoty a preference. Tato generační označení, jak je známe dnes, existují léta, ale jejich pravidelné používání se stalo kulturním zvykem docela nedávno. První označení Ztracená generace použila ve svém díle autorka Gertruda Steinová ve 20. století (Rosenberg, 2020). Používá se také označení Tichá generace pro narozené během let 1928–1945, tedy mezi válkami. Následují tzv. Baby boomers s horní hranicí narození 1964. Dále jsou to generace X (1965–1980) a generace Y neboli Mileniálové (1981–1995). Lidé narození po roce 1995 patří do generace Z (Parker & Igielnik, 2020). Nejmladší generace obyvatelstva narozená v letech 2010–2024 se označuje jako generace Alfa. Jedná se o první generaci, která je narozená čistě ve 21. století (Rosenberg, 2020). Podle staršího vymezení zde patří i lidé narození od poloviny 90. let 20. století do 2010 (Dolot, 2018).

Společným významným ukazatelem je to, že se lidé z generace Z narodili do doby s neomezeným přístupem k internetu a moderním digitálním technologiím. Nepamatují si, jak vypadal svět bez nich, nemají porovnání. Díky tomu se označují jako digital natives

neboli digitální domorodci. Další označení jsou Děti internetu, Generace Google nebo iGenerace. Termín generace Z vznikl čistě kvůli abecednímu pořadí (Kreacic & Cooper, 2022). Závodná (2022) pracuje s pojmenováním „sněhové vločky“, protože každá sněhová vločka je jiná, stejně tak jako každý jedinec generace Z. Starší generace nahlíží na generaci Z jako na slabou a citlivou. Typická je nadměrná ochrana od rodičů, jedná se o tzv. helikoptérové rodiče. Česko-norský výzkum prokázal vyšší přecitlivělost pouze u žen. Citlivost se promítá také ve výuce, významnými zjištěními jsou tyto vlastnosti: stres, úzkost, plachost, neschopnost soustředit se, přetížení informacemi a další (Závodná et al., 2022).

Sak (2016) hovoří o tzv. páté generaci, která se datuje od roku narození 2000. Hranice není ostrá, ale narodila se do světa informačních a komunikačních technologií. Generační znaky Z jsou rozmanité. Někdo se orientuje na spotřebu a konzumerismus. Další část hledá alternativní styl života. Kreacic a Cooper (2022) hovoří o tzv. klimatické úzkosti, kterou velká část lidí z generace Z prožívá. Nejedná se pouze o strach z klimatické změny. Hlavním zdrojem úzkosti a strachu jsou média, která tyto informace poskytují. Nicméně navzdory obavám málokdo podnikne nějaké kroky ke zmírnění této problematiky, jako je například změna jídelníčku, nákup udržitelných produktů, omezení spotřeby energií a podobně. Tato generace je technicky nadaná, umí ovládat moderní zařízení bez problému. Generace Z využívá nejvíce právě sociální síť Instagram a TikTok⁵, dále pak Twitter. Nebaví je zdlouhavě číst, využívají krátká a stručná videa, která platformy Instagram a TikTok poskytují (Kochová, 2022).

Generace Z preferuje online sociální sítě pro komunikaci a interakci s lidmi, které znají. Zcela přirozenou součástí jejich socializačního chování jsou interakce v online světě. Považují za důležité poskytovat jim aktivní zpětnou vazbu a komentáře o různých značkách, službách nebo problémech, ale cení si i názorů ostatních (Dolot, 2018). Jedná se o vysoce aktivní přispěvatele, ale i konzumenty online obsahů. Generace Z má mezi sebou silnou virtuální vazbu, která jim pomáhá vymanit se z psychických či emocionálních bojů, kterým mohou čelit mimo internet (PrakashYadav & Rai, 2017).

Drtivá většina využívá sociální sítě, které na ně mají určitý dopad. Z výzkumu PrakashYadav a Rai (2017) vychází jak pozitivní, tak negativní působení sociálních sítí na

⁵ TikTok je mobilní aplikace, která umožňuje vytvářet a prohlížet si krátká videa. Uživatelé se mohou zaregistrovat, aplikace to však nevyžaduje. TikTok vznikl v Číně v roce 2016 (Montag et al., 2021).

generaci Z. Sociální sítě mohou zvyšovat psychosomatické a emocionální pohodlí. V dnešní době slouží jako prostředek, který pomáhá udržovat komunikaci mezi rodinami nebo v partnerských vztazích, což posiluje vztahové vazby. Příznivě působí vyhledávání si informací o zdravém životním stylu, o výživě nebo o tom, jak dbát na duševní a fyzické zdraví. Negativně působí „touha po popularitě“, se kterou je spojená delší doba strávená online, která může vyústit v závislost. Navíc kvůli tomu často dochází ke sdílení osobnějších informací, což může zvýšit riziko krádeže identity, kyberstalkingu aj. Sak (2016) hovoří o silné manipulaci médií a schopnosti kriticky ji reflektovat a reagovat na ni. Problematická je důvěryhodnost zveřejněných informací. Dochází k šíření falešných zpráv, existuje nepřehledné množství zdrojů dat, které je nutno kriticky selektovat.

Zájem o studium na vysokých školách je u generace Z oproti předešlým generacím obrovský. Navíc 60 % studentů zvládne paralelně pracovat na plný úvazek. V naší zemi se vyskytuje jev, kdy studují na vícero vysokých školách, které bývají odlišného zaměření. Motivací může být větší pravděpodobnost uplatnění v neisté době. Jinou motivací mohou být výhody, které poskytuje status studenta, se kterým se pojí odkládání praktického života (Sak, 2016). Navíc jsou zvyklí déle studovat, mají lepší možnosti než generace předešlé. Typická je pružnost a flexibilita, různorodé zájmy, zakládání kariéry a angažmá v mnoha projektech (Kochová, 2022). Americké průzkumy Pew Research z roku 2020 naznačují, že generace Z je na dobré cestě stát se nejvzdělanější generací. Je méně pravděpodobné, že ukončí studium na střední škole, a více pravděpodobné, že začnou studovat na vysoké škole. V roce 2018 bylo 57 % z nich zapsáno na vysoké škole. Pro srovnání s generací X, u které to bylo 43 % (Parker & Igielnik, 2020).

Generace Z bývá označována jako pružná a mobilní. Z výzkumu Dolotové (2018) plyne, že 23 % z nich uvažuje o trvalém přestěhování se do zahraničí. Více než půlka výzkumného souboru je ochotna podnikat služební cesty, ale za prací by se přestěhovalo necelých 30 % vzorku. Sak (2016) také hovoří o zájmu této generace žít mimo Českou republiku. Uvádí, že 20 % lékařů odchází do zahraničí ihned po vystudování.

3.3 Vysokoškolský student

Vysokoškolským studentem se člověk stává dnem zápisu na danou vysokou školu. Nástup na vysokou bývá nejčastěji hned po střední škole. Příjímáčí řízení je modifikováno Zákonem č. 111/1998 Sb. (tedy zákonem o vysokých školách), který v § 48, odst. 1 uvádí,

že „podmínkou přijetí ke studiu v bakalářském a magisterském studijním programu je dosažení úplného středního nebo úplného středního odborného vzdělání“. Ukončení studia bývá zpravidla kolem dvacátého šestého roku. Avšak studovat lze déle a téměř v kterémkoli pozdějším věku. Studium na vysoké škole také pokračuje status studenta, který zahrnuje různé výhody – stát studentům hradí povinné zdravotní pojištění, poskytuje úlevy v sociálním pojištění a daní, mohou využívat různé slevy apod. Status studenta zaniká ukončením či přerušením studia. Dále pak dovršením 26. roku či roku či úspěšným dokončením školy (Večerková, 2021).

Každý student má právo zažádat a získat stipendium, pokud splní podmínky stipendijního řádu, může volit a být zvolen do akademického senátu, navrhopvat téma své závěrečné kvalifikační práce. Povinností studenta je hradit poplatky, pokud jsou mu stanoveny, dále musí dodržovat vnitřní předpisy na dané škole (Zákon č. 111/1998 Sb.). Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy uvádí, že v roce 2020 studovalo v České republice 299 396 studentů prezenčně a v kombinované formě to bylo 65 783 studentů. Nejvíce jich bylo na Karlově Univerzitě v Praze, v Olomouci na Univerzitě Palackého studovalo 22 672 studentů (MŠMT, 2020).

Dle českého statistického úřadu v roce 2021 studovalo na vysokých školách celkem 304 054 studentů. Nejvíce z nich studovalo bakalářský obor s počtem 182 454 studentů, dále to byly obory navazující magisterské s počtem 70 033 studentů. Co se týká pohlaví, studovalo více žen. Obecně nejvíce studentů bylo přihlášených na oborech obchod, administrativa a právo. U žen převažovala oblast zdravotnictví a sociálních služeb. U mužů již zmíněný obchod, administrativa a právo (Český statistický úřad, 2022). S rostoucím počtem studentů na vysokých školách souvisí pojem netradiční studenti. Jsou to skupiny studentů, kteří mají nyní snadnější přístup ke vzdělání. Například pochází ze znevýhodněného socioekonomického prostředí, mají zdravotní handicap, jsou vyššího věku a jiné. Dříve se v této souvislosti hovořilo o ženách a jejich přístupu ke vzdělání (Brücknerová & Rabušicová, 2019).

4 SHRUTÍ AKTUÁLNÍHO VÝZKUMNÉHO POZNÁNÍ

V poslední části teoretické části práce shrneme aktuální výzkumy. Logickou strukturou v posloupnosti práce, tedy Instagram, partnerské vztahy a Instagram, zopakujeme aktuální výzkumné poznatky.

Macleanová (2020) uvádí, že pokud uživatel dostává lajky a komentáře, zvyšuje se jeho well-being. Čím více má uživatel spojení s dalšími, tím menší je jeho osobní pohoda. Významným zjištěním je vztah mezi osamělostí a sociálním propojením. U uživatelů, kteří jsou chronicky osamělí, je vysoká míra zveřejňování příspěvků na sociálních sítích spojena s nejvyšší mírou prožívané samoty, a to i když byli spojeni s dalšími uživateli (Macleanová et al., 2022).

Na počátku partnerského vztahu bývá aktivita na Instagramu nižší a uživatelé často zveřejňují soukromější a intimnější příspěvky. Naopak po rozchodu aktivita na Instagramu stoupá. Zvyšuje se četnost nepřímých zpráv, které jsou mířeny na bývalého partnera, zvyšuje se i počet přidávání upravených fotek, odstranění příspěvků, na kterých je bývalý partner (Fejes-Vékássy, 2020). Navazování vztahu online představuje osobnější komunikaci než v reálném světě (Willerton, 2012). To potvrzují Bruss a Hill (2010), kteří zjistili, že skupina vysokoškolských studentů, která se seznamovala online, se mnohem více odhalila než skupina komunikující naživo. Seznamování se online je oblíbené pro ty, kteří chtějí oddělit své sociální okolí, tedy přátele, rodinu či práci, od svého partnerského vztahu, ať už je vážný či chvilkový (Pettis, 2022). Významným prediktorem úspěšnosti navázání kontaktu je výběr fotografie na uživatelský profil. Nejdůležitější se zdá být fotka, kde je vidět obličej, dále pak různorodé a originální fotografie (Jänkälä et al., 2019).

Spokojenost ve vztahu zvyšují tzv. dyadické projevy na sociálních sítích, například zveřejněná společná fotografie. Dále to je soukromá konverzace mezi partnery (Toma & Choi, 2015). Pokud je partner spokojený, často zveřejňuje méně příspěvků. Naopak pokud se cítí ohrožen či žárlí, zveřejňuje příspěvků více (Fejes-Vékássy et al., 2020). Aktivní používání Instagramu je spojeno s vyšší produkcí stresu, který snižuje spokojenost ve vztahu (Delle et al., 2022). Stejně tak dlouhodobé používání IG snižuje spokojenost ve vztahu a zvyšuje četnost negativních důsledků ve vztahu, jako je např. nevěra (Bouffard et al., 2022). Používání sociálních sítí v partnerských vztazích je přímý prediktor

konfliktů mezi partnery, navíc je spojeno se žárlivostí a monitorováním aktivit partnera (Arikewuyo et al., 2022).

Dle Abbasiho (2019) je nadměrné používání Instagramu spojeno s vyšší četností nevěry. Navíc nevěra na sociálních sítích má přímý vliv na partnerské konflikty (Arikewuyo et al., 2022). Používání mobilu, díky kterému je zprostředkovaná intenzivní komunikace mezi partnery, zvyšuje spokojenost, ale závislost na telefonu se vyznačuje méně intenzivní komunikací mezi partnery, což snižuje spokojenost ve vztahu (Lapierre & Custer, 2021)

Krauss Whitbourne (2022) tvrdí, že partnerský vztah vyžaduje téměř každodenně různé oběti. Ochota partnera obětovat se pro druhého zvyšuje spokojenost ve vztahu (Bouffard et al., 2022). Righetti et al. (2020) ve svém výzkumu uvádí, že ochota jedince obětovat se ve vztahu a spokojenost s obětí je pozitivně spojena s osobní i partnerskou pohodou. Čím vyšší náklady na oběť jsou, tím nižší je osobní i partnerská pohoda. Murphy et al. (2022) zkoumali situaci, kdy jeden z partnerů dostal pracovní nabídku, která vyžadovala stěhování. U respondentů byly rozlišeny podle teorie attachmentu typy citových vazeb. U jedinců s bezpečnou vazbou stěhování proběhlo bez větších konfliktů, navíc často uváděli, že to jejich vztahu prospělo. Navíc Kogan et al. (2010) uvádějí, že čím více je jedinec motivován reagovat na potřeby svého partnera, tím více prožívá pozitivní emoce během každodenních obětí, navíc cítí větší ocenění ze strany partnera, pokud se pro něj obětuje.

Z výzkumu Hernández-Santaolalla a Hermida (2020) plyne, že vysokoškoláci vnímají, že sociální sítě podněcují žárlivost. Žárlivost vyvolává zvýšené kontrolování partnera na sociálních sítích a stalking. Vojtko (2020) také uvádí jako riziko sociálních sítích jednoduchost monitorování aktivit partnera a stalking. Lopes et al. (2017) uvádí, že ženy častěji kontrolují své partnery na sociálních sítích, častěji také zveřejňují upravené fotografie, aby ve svém partnerovi vyvolaly žárlivost.

Utz (2022) uvádí jako dopady žárlivosti na vztah akutní behaviorální chování, kam se řadí kontrolování partnerových kroků na IG. Mohou to být i dlouhodobé účinky, kam se řadí snížená spokojenost ve vztahu. Stewartová et al. (2022) popisují tzv. reakční smyčku. Znamená to, že nadměrné používání IG zvyšuje žárlivost u druhého, čímž se zvyšuje monitorování jeho online chování. To však vyvolává nedůvěru, čímž se zvyšuje pravděpodobnost rozpadu vztahu. Dle Fejes-Vékassy et al. (2020) žárlivost předpovídá

množství času stráveného na IG. S rostoucí žárlivostí roste čas strávený na IG. Emery et al. (2014) tvrdí, že nejistí jedinci kvůli jejich vztahu více zviditelňují svůj romantický vztah na sociálních sítích, čímž se prodlužuje čas strávený na těchto platformách.

EMPIRICKÁ ČÁST

5 VÝZKUMNÝ PROBLÉM

Instagram představuje nejvíce populární platformu nejen pro generaci Z, prosakuje i do ostatních generací. Propojuje širokou masu lidí po celém světě, zprostředkovává nejnovější informace, poskytuje náhled do života uživatelů. Téměř tři miliony mladých v České republice, konkrétně ve věku 15–29 let, v roce 2021 používalo Instagram (Kane, 2021). Životní období pro tuto věkovou kategorii definujeme dle vývojové psychologie jako mladou dospělost, pro kterou je typické hledání si životního partnera, studium na vysoké škole či nástup do zaměstnání (Vágnerová, 2007). Lidé na Instagramu tráví svůj volný čas, může u nich vzniknout závislost, která mívá negativní důsledky (Janovská, 2020).

Instagram, ale i sociální sítě obecně, se promítají také do romantických vztahů. V první části práce jsme shrnuli aktuální výzkumné poznatky, které zkoumají spojitost používání Instagramu a partnerských vztahů. Z dosavadních výzkumů realizovaných na toto téma jasně vyplývá, že partnerské vztahy jsou Instagramem ovlivňovány. V případě pozitivního působení Instagramu na romantické vztahy se jedná o zveřejňování příspěvků s romantickým partnerem nebo soukromou konverzací (Bouffard et al., 2022; Fejes-Vékássy et al., 2020; Toma & Choi, 2015). Při spokojenosti ve vztahu klesá čas strávený na Instagramu (Fejes-Vékássy et al., 2020).

Používání sociálních sítí narušuje romantické vztahy a je spojováno s nižší spokojeností ve vztahu (McDaniel & Coyne, 2016). Jedná se také o významný prediktor konfliktů a navíc je spojeno s žárlivostí a monitorováním aktivit romantického partnera (Arikewuyo et al., 2022). Pokud jeden z partnerů používá Instagram příliš často, zvyšuje se stres u druhého partnera, čímž klesá spokojenost v partnerském vztahu (Delle et al., 2022). Bouffard et al. (2022) uvádí, že se zvyšujícím se časem stráveným na Instagramu roste četnost konfliktů a nevěry, Instagram tedy může podněcovat žárlivost (Arikewuyo et al., 2022; Hernández-Santaolalla & Hermida, 2020), stejně tak může sloužit jako prostředek k emocionální nevěře (Abbasi & Alghamdi, 2019). Důležitým aspektem virtuální nevěry je anonymita uživatelů (Divínová, 2005) nebo aproximace, kdy lidé mohou ve virtuálním světě zkoušet nové praktiky, mezi které se řadí i nevěra (Hertlein & Piercy, 2006), která se díky Instagramu právě často odhalí (Hernández-Santaolalla & Hermida, 2020).

Vedle vlivu Instagramu na partnerské vztahy nás zajímá také otázka obětování se ve vztahu. Pokud se jedinec pro svého partnera více obětuje, je ve vztahu šťastnější, než

pokud by dělal obětí méně? Které pohlaví se ve vztahu častěji obětuje? Bylo zjištěno, že pokud je partner ochoten obětovat se pro druhého, zvyšuje to spokojenost ve vztahu (Bouffard et al., 2022). Čím více jsou osoby motivovány reagovat na potřeby svých partnerů, tím pozitivnější emoce prožívají během vykonávání každodenních obětí (Kogan et al., 2010), navíc ochota obětovat se pro partnera pozitivně koreluje s životní i partnerskou pohodou (Righetti et al., 2020).

Instagram je celosvětovým fenoménem, který je v zahraničí v souvislosti s partnerskými vztahy velmi často zkoumán. Považujeme za důležité zjistit a pochopit spojitosti, které Instagram a partnerské vztahy mají. V České republice takové výzkumy zatím nenacházíme. Rozhodli jsme se tedy naše předpoklady ověřit na populaci vysokoškolských studentů v Česku. Vycházíme ze studie autorů Bouffarda et al. (2021), výzkum nereplikujeme, jelikož používané metody přesahují rámec dosavadních znalostí statistických metod autorky výzkumu. Pan Zane Zheng byl několikrát neúspěšně kontaktován s žádostí o poskytnutí přesného znění metody. Dotazník jsme proto sestavili podle veřejně dohledatelných informací ve vydaném článku. Testujeme námi stanovené hypotézy. Jelikož je původní znění metody v anglickém jazyce, bylo nutné dotazník přeložit do českého jazyka.

5.1 Výzkumné cíle a otázky

Abychom mohli odpovědět na výše uvedené myšlenky a otázky, je nutné je výzkumně ověřit pomocí metod inferenční a deskriptivní statistiky. Výzkumným cílem této práce je ověřit naše předpoklady a zjistit, do jaké míry ovlivňuje Instagramu partnerské vztahy u studentů vysokých škol. Jak bylo zmíněno, v České republice zatím nebyly provedeny výzkumy zabývající se námi zvolenou tematikou. Naším cílem je tedy ověřit poznatky ze zahraničních výzkumů na populaci studentů České republiky.

Na základě našich předpokladů a cílů jsme stanovili tyto tři výzkumné otázky:

VO1: JAK PŮSOBÍ ČAS STRÁVENÝ NA INSTAGRAMU NA PARTNERSKÝ VZTAH?

VO2: JAKÝ VLIV MÁ OBĚTOVÁNÍ SE NA PARTNERSKÝ VZTAH?

VO3: JAK OVLIVŇUJE ZÁVISLOST NA INSTAGRAMU PARTNERSKÝ VZTAH?

5.2 Použité metody

Z logiky věci by čtenář nyní očekával představení jednotlivých hypotéz. Aby však jasně porozuměl jednotlivým hypotézám, je nutné nejprve popsat zvolené výzkumné metody. Všechny metody jsme využívali stejně jako Bouffard et al. (2022), nicméně statistické zpracování a vyhodnocení dat proběhlo odlišně. Jako první jsme zjišťovali pohlaví a věk respondenta. Následovaly otázky filtrační, pokud respondent odpověděl ne, byl automaticky přesunut na konec dotazníku. První otázka byla na partnerský vztah, druhá na studium na vysoké škole a třetí otázka zjišťovala, zda respondent používá Instagram. Pokud odpověděl na tyto otázky, následovaly další části, které zde jednotlivě popíšeme.

Čas strávený na Instagramu

Pro účely výzkumu bylo jako první nutné zjistit, kolik minut týdně stráví naši respondenti na Instagramu. Postupovali jsme v souladu s výzkumem Bouffarda a kolektivu z roku 2022. Předpokládali jsme, že jsou respondenti zbláhli v používání Instagramu, ale pro jistotu jsme je navedli pomocí instrukcí: „Otevřete si aplikaci IG na telefonu, přejděte na Vaše aktivita, následně klikněte na čas.“ Do prázdných kolonek, označených jako „pondělí – neděle“, vypsali jednotlivé denní časy, které aplikace změřila. V naší datové matici jsme pomocí funkce suma sečetli jednotlivé časy od pondělí do neděle, tím jsme získali přesný počet minut každého respondenta během jednoho týdne. Aplikace zároveň poskytla průměrný denní čas, který respondenti uváděli také.

The Couples Satisfaction Index (CSI)

K měření spokojenosti ve vztahu jsme využili metodu od autorů Funka a Roggeho z roku 2007, která slouží pro hodnocení spokojenosti v partnerství či v manželství. Dotazník obsahuje 32 položek, ale pro úsporu času může být zkrácen na 16 nebo na 4 otázky

(Funk & Rogge, 2007). V tomto výzkumu používáme metodu v plném znění. Respondenti odpovídali na škále Likertova typu. Příkladem otázek jsou: „Se svým partnerem tvoříme tým“, „Nedovedu si představit, že by mě jiná osoba dělala tak šťastným jako můj partner“. Vysoký skóre CSI značí vysokou spokojenost ve vztahu.

Četnost konfliktů ve vztahu

Bouffard et al. (2022) upravili původní dotazník autorů Claytona a kolektivu z roku 2013, který zkoumá konflikty vyplývající z používání Facebooku. Slovo Facebook nahradili Instagramem. Dotazník obsahuje devět otázek, kdy respondent odpovídá na škále vždy – nikdy. Příkladem otázky zde je: „Jak často se hádáte se svým partnerem kvůli tomu, že se dívá na IG profil kamaráda/kamarádky?“. Četnost konfliktů je určena pomocí hrubého skóre všech odpovědí. Čím vyšší skóre, tím více je konfliktů ve vztahu.

Negativní důsledky ve vztahu

Bouffard et al. (2022) na základě dotazníku od Claytona et al. z roku 2013, který zjišťuje negativní důsledky ve vztahu, které souvisí s používáním Facebooku, dotazník upravili tak, aby zkoumal negativní důsledky Instagramu. Dotazník obsahuje pět otázek, příkladem je: „Podvedli jste někdy fyzicky partnera/partnerku s někým, s kým jste v kontaktu na IG?“. Indexem skóre byl celkový součet „Ano“ položek. Čím více respondent odpovídal „Ano“, tím se zvyšoval jeho skóre, tedy více negativních důsledků, tedy nevěry.

Relationship sacrifice test

Pro obětování se ve vztahu jsme použili metodu, kterou vyvinuli Bouffard et al. (2022). Jedná se o test, který je koncipován jako dva scénáře, mezi kterými dotyčný volí. Slouží k posouzení ochoty jedince obětovat se pro druhého v reálných životních situacích. Jedna možnost vždy znamenala ochotu upřednostnit zájem partnera, druhá možnost znamenala upřednostnit vlastní zájem. Celkový počet bodů, kdy jedinec upřednostní zájem partnera, představuje index tendence obětovat se ve vztahu. Jeden ze čtyř scénářů byl: „Je pátek večer, Vy a Váš partner jste už třetí pátek doma. Rád/a byste ale šel/šla někam do baru a pobavil/a se s přáteli. Váš partner vypadá ale nerozhodně a raději by zůstal doma. Jak se zachováte?“. Na výběr možností bylo „a) Půjdu ven bez partnera“ nebo „b) Zůstanu doma s partnerem“. Ze zpětné vazby víme, že právě tato část dotazníku byla pro respondenty nejzajímavější.

Social Media Disorder Scale

Pro zjištění závislosti na Instagramu jsme použili SMD škálu od autorů Van den Eijnden et al. (2016), kde jsme podle Bouffarda et al. (2022) nahradili pojem sociální síť Instagramem. Účastníci výzkumu vybírali odpověď „Ano x Ne“. Celkový součet ano odpovědí představoval index stupně závislosti na Instagramu. Čím vyšší index, tím vyšší známky závislosti respondent vykazoval. Jednou z otázek bylo: „V posledním roce jsem pravidelně zanedbával/a své aktivity (sport, jiné záliby), protože jsem chtěl/a trávit více času na IG“.

5.3 Stanovení výzkumných hypotéz

Na základě našich výzkumných otázek a cílů jsme stanovili výzkumné hypotézy, které jsme ověřili pomocí statistických metod. Jedná se o celkem devět hypotéz. První výzkumná otázka se zabývá vlivem množství času stráveného na Instagramu na partnerské vztahy. U partnerských vztahů jsme zjišťovali četnost konfliktů, spokojenost ve vztahu a negativní důsledky ve vztahu. Hypotézy, které ověřují V01, zní následovně:

H1: S rostoucím časem stráveným na Instagramu klesá hrubý skór CSI.

U respondentů jsme změřili čas, který stráví na Instagramu za jeden týden. Jednotkou času byly minuty. Spokojenost ve vztahu jsme měřili pomocí 32položkové škály CSI (The Couple Satisfaction Index) od autorů Funka a Roggeho (2007). Získali jsme metrickou proměnnou – množství času a ordinální proměnnou – spokojenost ve vztahu.

H2: S rostoucím časem na Instagramu roste četnost konfliktů ve vztahu.

První proměnnou je opět celkový čas strávený na Instagramu. Druhou proměnnou je četnost konfliktů, kterou jsme měřili pomocí dotazníku od autorů Bouffarda et al. (2022). Odpovědi devíti otázek byly zaznamenávány na pětibodové Likertově škále. Hrubý skór četnosti konfliktů je dán součtem jednotlivých odpovědí.

H3: S rostoucím časem stráveným na Instagramu roste hrubý skór negativních důsledků ve vztahu.

První proměnnou v této hypotéze představuje množství času stráveného na Instagramu. Druhou proměnnou je index skóru negativních důsledků ve vztahu, které představuje nevěra. Byl použit dotazník o pěti položkách, kde respondenti odpovídali „Ano x Ne“. Hrubý skór negativních důsledků ve vztahu je celkový součet ano položek.

Druhá výzkumná otázka se týká obětování se ve vztahu. Jaký vztah má obětování se ve vztahu se spokojeností, s konflikty a nevěrou. Byly sestaveny tři hypotézy, které zní následovně:

H4: CSI pozitivně koreluje s obětováním se ve vztahu.

CSI-32 je spokojenost ve vztahu. Obětování se ve vztahu bylo zjišťováno pomocí testu scénáře, kdy respondenti volili vlastní zájem nebo zájem svého partnera. Index obětování se pro svého partnera byl vypočítán na základě součtu odpovědí, které byly ve prospěch partnera.

H5: Četnost konfliktů ve vztahu pozitivně koreluje s obětováním se ve vztahu.

H6: Obětování se je negativně spojeno s negativními důsledky ve vztahu.

Hypotézy 5 a 6 pracovaly s proměnnou obětování se ve vztahu. Hypotézu 5 doplnila proměnná četností konfliktů ve vztahu, tedy hrubý skór konfliktů. Hypotéza 6 operovala s proměnnou negativních důsledků ve vztahu.

Třetí a poslední výzkumná otázka se týká závislosti na Instagramu. Zda má závislost na Instagramu souvislost s negativními důsledky v partnerském vztahu, s četností konfliktů a spokojeností ve vztahu.

H7: Hrubý skór SMD škály pozitivně koreluje s četností negativních důsledků ve vztahu.

Závislost na Instagramu jsme měřili pomocí SMD škály (Social Media Disorder Scale). Čím vyšší skór je u respondenta naměřen, tím vyšší závislost se u něj projevuje. Negativní důsledky ve vztahu jsme měřili pomocí hrubého skóru indexu negativních důsledků ve vztahu.

H8: Hrubý skór SMD škály je pozitivně spojen s počtem konfliktů v partnerském vztahu.

H9: Hrubý skór SMD škály je negativně spojen se spokojeností v partnerském vztahu.

Hypotézy 8, 9 operují s proměnnou závislosti na Instagramu, tedy SMD škály. U hypotézy 8 jsme přidali proměnnou počet konfliktů a u hypotézy 9 spokojenost ve vztahu měřenou pomocí CSI škály.

5.4 Typ výzkumu

V této bakalářské práci jsme zvolili kvantitativní typ metodologie, přesněji online dotazníkové šetření. Hypotézy jsme ověřovali pomocí dotazníku, který jsme umístili na platformu Vypĺňto.cz Online dotazník, složený z výše uvedených metod, obsahoval celkem 47 otázek. Podmínkou účasti ve výzkumu bylo studium na vysoké škole, být v partnerském vztahu a používat Instagram. Pokud jednu z těchto podmínek respondent nespĺňoval, byl automaticky přesunut na konec dotazníku, jeho účast tak končila. Výjimkou bylo, pokud jeho vztah skončil před méně než rokem. Takový respondent nebyl z výzkumu vyřazen.

Online dotazník se skládal z úvodní části, samotných otázek a závěrečného poděkování. V úvodu jsme respondentům představili záměr a účel výzkumu. Požádali jsme je o vyplnění všech otázek pravdivě, vysvětlili jsme podmínky výzkumu. Respondenti byli informováni o dobrovolnosti a anonymitě jejich odpovědí. Časové nároky na vyplňování jsme dle pilotní studie stanovili na 15 minut. Přidali jsme i kontakt na autorku výzkumu, aby ji respondenti mohli kontaktovat v případě jakýchkoli dotazů týkajících se výzkumu.

Následoval samotný dotazník. Všechny otázky v dotazníku byly povinné, osoby tedy musely na otázku odpovědět. Na konci dotazníku byla jedna otázka, která byla nepovinná. Před každou sadou otázek byly uvedeny instrukce, jak vyplňovat. První otázky se týkaly demografických údajů respondenta. Konkrétně šlo o pohlaví a věk. Poté následovaly otázky vyřazovací, tedy otázka na partnerský vztah, studium na vysoké škole a používání Instagramu. U partnerského vztahu jsme zjišťovali, jak dlouho trvá, zajímala nás také konkrétní vysoká škola, kterou respondent navštěvuje. U Instagramu jsme zjišťovali počet minut u každého dne v týdnu. V další části bylo zařazeno devět otázek na závislost na Instagramu, tedy SMD škála. Třetí část dotazníku tvořilo devět otázek zkoumajících konflikty spojené s používáním Instagramu. Do čtvrté části byly zařazeny otázky zjišťující negativní důsledky ve vztahu. Předposlední celek dotazníku byl tvořen otázkami na spokojenost ve vztahu – The Couples Satisfaction Index (CSI). Tento celek byl

nejobsáhlejší. Skládal se ze 32 položek, kdy respondent vybíral odpovědi na škálách Likertova typu. Poslední část dotazníku tvořily otázky na obětování se ve vztahu. Po instrukci „přečtete si následující scénáře a vyberte variantu, ke které se přikláníte“ byly respondentům představeny čtyři scénáře, které jsou v reálném životě běžné. V samotném závěru dotazníku byla nepovinná otázka, která představovala prostor pro zpětnou vazbu. Respondenti mohli napsat své poznámky, připomínky, domněnky. V případě, že by měli zájem o výsledky výzkumu, mohli zde zanechat svůj kontakt. Kolonku na zpětnou vazbu využívali respondenti hojně, což nás těší.

5.5 Pilotní studie a překlad

Jelikož se jednalo o metodu, která byla vyvinuta ve Spojených státech amerických v roce 2022, zatím nebyl k dispozici český překlad. Dostupný byl pouze u metody CSI-32. Nejdůležitější částí před samotným sběrem dat byl překlad metody do českého jazyka. V tomto procesu bylo zapojeno více osob, aby bylo zaručeno co nejpřesnější a nejvíce autentické znění dotazníku.

Přeložený dotazník byl po dohodě zadán dvěma osobám – nejprve v tištěné formě. Jednalo se o studentku Univerzity Palackého a o studenta Ostravské univerzity. Byli požádáni o vyplnění dotazníku, změření času, kolik jim vyplňování zabralo, a o zpětnou vazbu. Oba nám předložili otázky, které se jim zdály nejasné. Jednalo se o překladatelské nejasnosti, které byly následně upraveny. Na základě zpětné vazby byl dotazník upraven a převeden do elektronické formy. Po revizi dotazníku jsme požádali další dva studenty, kteří online dotazník vyplnili. Jejich zpětná vazba byla pozitivní, online dotazníkové šetření mohlo být zahájeno.

6 SBĚR DAT A VÝBĚROVÝ SOUBOR

V následující kapitole představujeme skupinu respondentů, kteří se výzkumu zúčastnili. Popisujeme, jakým způsobem jsme sesbírali data, zaměřujeme se také na populaci, ze které účastníci pochází. Následně komplexně charakterizujeme výzkumný soubor. V závěru kapitoly uvádíme etické aspekty výzkumu.

Sběr dat probíhal od 26. 2. 2022. Dotazník se nacházel v online prostředí na platformě Vyplňto.cz. Jednalo se o soukromou verzi výzkumu, dotazník mohl vyplnit pouze ten, kdo získal odkaz. Respondenti byli osloveni prostřednictvím sociálních sítí. Autorka výzkumu dotazník sdílela na svém Instagramu a Facebooku s žádostí o jeho vyplnění. Navíc byl dotazník zveřejněn i ve skupině vysokoškolských studentů na Facebooku. Dotazník vyplnili dobrovolně ti, kteří projevíli zájem o výzkum. Pokud respondent splňoval všechna předem daná kritéria, byl zařazen do výzkumu.

Metody sběru dat, které byly zvoleny, představují nepravděpodobnostní metody výběru. Nevýhodou je, že nelze garantovat reprezentativnost výběrového souboru. Jedná se o příležitostný výběr, přesněji o tzv. samovýběr, kdy je vzorek tvořen lidmi, kteří jsou v daný moment dostupní. V našem případě to byli uživatelé Instagramu a Facebooku, kteří projevíli zájem a dobrovolně dotazník vyplnili. Vedle příležitostného výběru můžeme uvažovat také o technice sněhové koule neboli lavinovém výběru. Princip je takový, že se na jednoho respondenta „nabalí“ další respondenti. Lavinový výběr proto, že připomíná sesuv laviny (Ferjenčík, 2015). V praxi to vypadalo tak, že účastníci výzkumu mohli přeposlat dotazník svým přátelům, kteří splňovali kritéria, případně dotazník sdíleli na svém facebookovém či instagramovém profilu.

6.1 Populace

Tato bakalářská práce zaměřila výzkum na vysokoškolské studenty. Předpokládáme, že se výzkumu zúčastnili především občané České republiky. Vyloučena není ani účast studentů ze Slovenska, kteří poměrně hojně studují na vysokých školách v Česku. Do výzkumu jsme zařadili vysoké školy soukromé i veřejné, ale také vyšší odborné školy. Jsme si vědomi, že vysokou školu může studovat člověk téměř v kterémkoli věku. Nicméně vycházeli jsme z konceptů vývojové psychologie, která popisuje mladou dospělost ve věkovém rozmezí zhruba 20–30 let. Všechny potřebné informace jsme popsali v kapitole 3.1. Účastníci

výzkumu zároveň patří do generace Z, kterou charakterizujeme v kapitole 3.2. Předpokládali jsme, že nejsnazší bude digitální generaci kontaktovat v online prostoru na sociálních sítích.

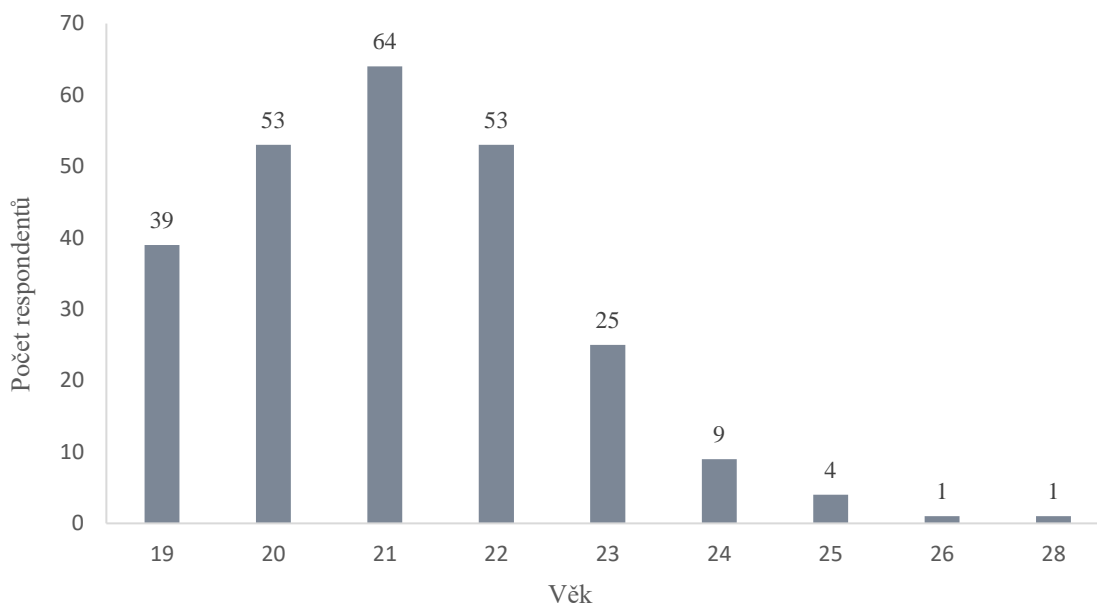
Výzkum byl zaměřen na vysokoškoláky, kteří jsou v partnerském vztahu. V souladu s Bouffardem et al. (2022) byli do výzkumu zařazeni i ti, kteří měli vztah během posledních 12 měsíců. Pokud se jejich vztah rozpadl před rokem a méně, byli do výzkumu zařazeni. Pokud jejich vztah skončil před více než rokem, nemohli být do výzkumu zařazeni. V našem případě se jednalo pouze o dvě osoby, které nebyly aktuálně ve vztahu. Zároveň jsme hledali takové respondenty, kteří používají Instagram. Zajímali nás jejich průměrný denní čas na Instagramu a čas strávený během jednotlivých dnů v týdnu. Výsledky výzkumu je možné zobecnit na danou část populace, konkrétně na vysokoškolské studenty ve věku cca 20–30 let, kteří mají partnerský vztah a jsou na Instagramu.

6.2 Výzkumný soubor a jeho charakteristiky

Výzkumný soubor tvoří vysokoškolští studenti ve věku 19–28 let, kteří jsou v partnerském vztahu a jsou uživateli Instagramu. Dotazník vyplnilo celkem 271 respondentů. Z důvodu nesplnění podmínek výzkumu bylo 23 respondentů z výzkumu vyloučeno (jedna osoba nesplňovala podmínku partnerského vztahu, 14 z nich nestudovalo na vysoké škole a 8 osob nepoužívalo Instagram). **Finální číslo je 248 respondentů.**

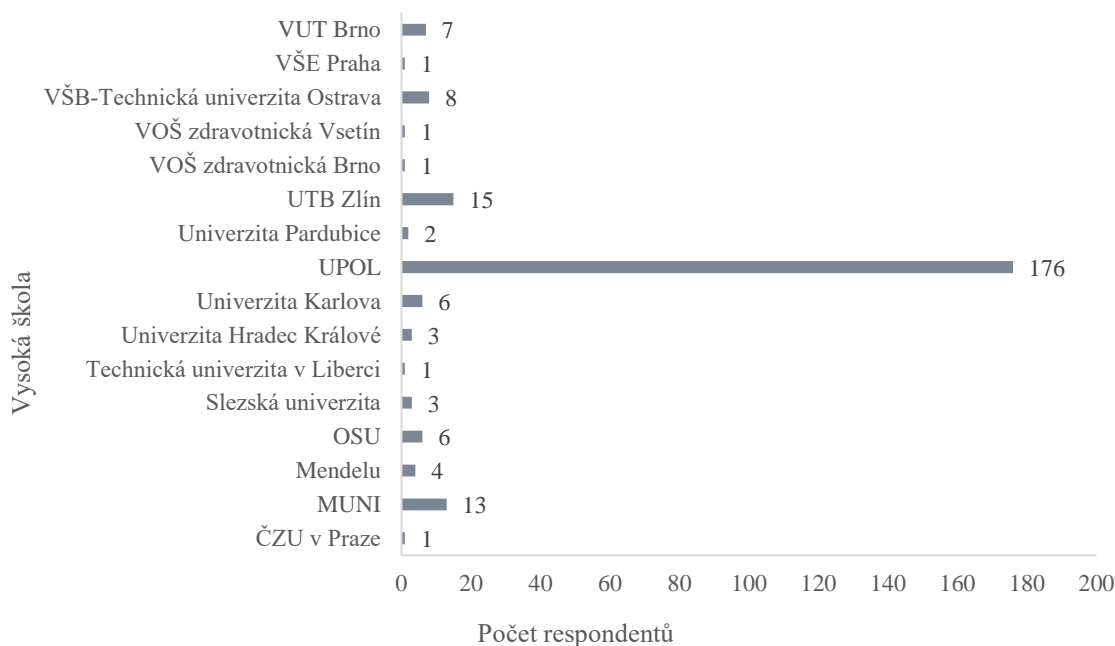
Výzkumu se zúčastnilo celkem 198 žen a 50 mužů. Průměrný věk žen a mužů je 21 let. Nejmladším účastníkům bylo 19 let, nejstaršímu bylo 28 let. Přesné věkové rozložení zobrazuje Graf 1. Průměrný čas, který strávili respondenti na Instagramu, je 55 minut denně. Průměrně tedy respondenti tráví denně zhruba hodinu na Instagramu. Průměrná délka vztahu představuje 28,43 měsíců. Přičemž u žen je to 28,56 měsíců. U mužů je to 28,41 měsíců. Průměrně jsou tedy účastníci výzkumu v partnerském vztahu dva roky a čtvrt, navíc u žen je toto číslo mírně vyšší.

Graf 1: Věkové rozložení respondentů



Ve výzkumu bylo zaznamenáno 16 různých vysokých škol, z nichž 2 byly vyšší odborné školy. Nejpočetnější skupinu představovali studenti Univerzity Palackého v Olomouci (176 studentů), dále studenti Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně (15). Třetí nejpočetnější skupinou byli studenti Masarykovy univerzity (13). Jednotlivé vysoké školy a četnosti respondentů zobrazuje Graf 2.

Graf 2: Četnosti vysokých školy ve výzkumném souboru



6.3 Etika a ochrana soukromí

Každý respondent byl předem informován o účelu a podmínkách výzkumu. Samotný dotazník nesl název „Instagram a partnerské vztahy u VŠ studentů“. Respondent byl seznámen s faktem, že dotazník slouží autorce výzkumu k její bakalářské práci. Navíc bylo v textu uvedeno, že je určen vysokoškolským studentům, kteří jsou v partnerském vztahu a jsou aktivní na Instagramu. Nechybělo ani poučení o dobrovolnosti účasti a zachování anonymity odpovědí. Výzkumné osoby také znaly počet otázek a časovou dotaci na vyplnění dotazníku, která činila 15 minut. Jelikož se dotazník skládal z více částí, před každou částí se nacházela instrukce, jak dále pracovat.

Ve výzkumu nebyl nikdo klamán, nežádali jsme tedy souhlas etické komise. Kromě poslední nepovinné otázky byly všechny povinné. Poslední otázka představovala volný prostor pro zpětnou vazbu. Vyplněním dotazníku vyjádřil respondent souhlas se zpracováním jeho odpovědí za účelem výzkumu k bakalářské práci. Vzhledem k tomu, že respondent z demografických údajů udával pouze své pohlaví a věk, identifikace konkrétní osoby by byla velmi složitá. Pokud by si přesto někdo svou účast rozmyslel, mohl kontaktovat autorku výzkumu a společně by respondentovy odpovědi mohli dohledat a odstranit je z výzkumu. V praxi jsme se ale s takovou situací nesetkali.

7 PRÁCE S DATY A VÝSLEDKY

Všechna data, která byla shromážděna pomocí platformy Vyplňto.cz, byla převedena do datové matice v programu Microsoft Excel. Data bylo nutné vytřídit a seřadit. Následovalo kódování dat na číselné hodnoty, aby bylo možné provést statistickou analýzu a vytvořit grafy a tabulky. Pro statistické vyhodnocení dat byl využit program STATISTICA 13. V programu STATISTICA 13 jsme získaná data zpracovali pomocí Spearmanova korelačního koeficientu s mírou účinku Spearmanovým r .

Nyní představíme získaná data a výsledky výzkumu. V první části se věnujeme deskriptivní statistice, kdy jsme ověřovali vybrané rozdíly mezi ženami a muži, v další části se věnujeme ověřování platnosti stanovených statistických hypotéz. Pro popis dat využíváme odborné symboly a zkratky, které jsou zažité – uvádíme je a popisujeme níže.

Seznam symbolů a zkratk:

N	Počet respondentů
\bar{x}	Průměr
SD	Směrodatná odchylka
HS	Hrubý skór
r_s	Spearmanův korelační koeficient
t	Hodnota testové statistiky T
p	p-hodnota

7.1 Deskriptivní statistika

Pro popsání a lepší orientaci v získaných datech nám poslouží deskriptivní statistiky. Využijeme je k doplnění výzkumných otázek, než přejdeme k samotnému testování hypotéz. Byly použity pro získání rozdílů mezi ženami a muži, tedy ke zjištění vlivu faktoru pohlaví.

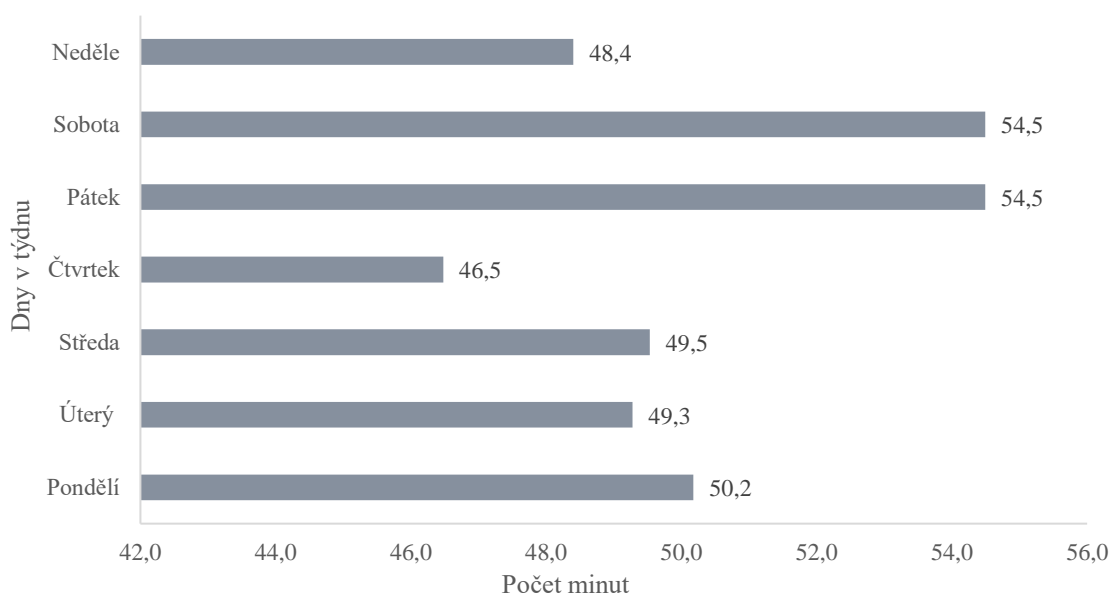
Základní přehled zobrazuje Tabulka 1. Zároveň přikládáme Graf 3, kde je zobrazeno, kolik času průměrně strávili naši respondenti na Instagramu v průběhu jednoho týdne. Čas je uveden v minutách. Průměrný denní čas strávený na Instagramu je 55 minut. Co se týče jednotlivých dnů, je zajímavé, že nejméně minut připadá na čtvrtek. Naopak překvapivé není, že nejvíce času to je v pátek a sobotu.

Tabulka 1: Základní údaje výběrového souboru

Skupina	N	\bar{x} věk	SD věk	\bar{x} čas na IG	\bar{x} délka vztahu
Ženy	198	21,13	1,53	56	28,56
Muži	50	21,13	1,54	56	28,41
Celkem	248	21,13	1,53	56	28,43

Poznámka: Průměrná délka nebyla vypočítána u respondentů, kteří uvedli, že jejich vztah skončil před rokem a méně (N = 246).

Graf 3: Průměrný čas strávený na Instagramu během jednoho týdne (N = 248)



Pro zodpovězení otázky, zda muži nebo ženy tráví více času na Instagramu a které pohlaví vykazuje vyšší hrubý skór SMD škály, jsme využili deskriptivních statistik. Přičemž na otázky odpovídaly všechny výzkumné osoby (N = 248). U každého respondenta byl vypočítán hrubý skór. Tabulka 2 zobrazuje výsledky, které ukazují, že soubor žen vykazuje nepatrně vyšší známky závislosti na Instagramu. Nedá se ale tvrdit, že by ženy byly skutečně více závislé, může to být způsobeno nevyváženým poměrem obou pohlaví ve výzkumném souboru.

Tabulka 2: Zobrazení závislosti na Instagramu pomocí SMD škály (N = 248)

Pohlaví	N	\bar{x} HS	SD
Ženy	198	1,19	1,08
Muži	50	1,15	1,06

Poslední záležitost, kterou jsme zjišťovali pomocí deskriptivních statistik, se týkala pohlaví a tendence obětování se ve vztahu. Zajímalo nás, které z pohlaví vykazuje větší tendenci obětovat se pro partnera. Část dotazníku, která toto zjišťovala, obsahovala čtyři otázky. Na základě odpovědí byl proveden výpočet hrubého skóru. Jak zobrazuje Tabulka 3, ani zde nelze jasně říci, že by ženy v partnerském vztahu vykonávaly více obětí pro své partnery.

Tabulka 3: Zobrazení tendence obětování se ve vztahu

Pohlaví	N	\bar{x} HS	SD
Ženy	198	1,96	0,88
Muži	50	1,95	0,88

7.2 Testování platnosti statistických hypotéz

Nyní představíme výsledky ověřování platnosti jednotlivých statistických hypotéz. Využili jsme korelace, které zkoumají sílu vzájemné závislosti mezi dvěma proměnnými. Používali jsme Spearmanův korelační koeficient, včetně míry účinku Spearmanovo r . Aby mohla být platnost alternativní hypotézy přijata, byla určena hladina statistické významnosti $p < 0,05$. Pro ověřování hypotéz bylo použito několik proměnných, které vždy náležitě popíšeme.

První výzkumnou otázku jsme ověřovali pomocí tří statistických hypotéz. Pro připomenutí: *JAK PŮSOBÍ ČAS STRÁVENÝ NA INSTAGRAMU NA PARTNERSKÉ VZTAHY?* Jedná se o tyto hypotézy:

H1: S rostoucím časem stráveným na Instagramu klesá hrubý skór CSI.

H2: S rostoucím časem na Instagramu roste četnost konfliktů ve vztahu.

H3: S rostoucím časem stráveným na Instagramu roste hrubý skór negativních důsledků ve vztahu.

V první hypotéze první proměnnou představoval čas na Instagramu, který respondent strávil na IG v průběhu jednoho týdne, jednalo se tedy o metrickou proměnnou. Druhou proměnnou byl hrubý skór CSI-32 indexu, tedy spokojenost ve vztahu, která je ordinální proměnnou, kdy respondenti vybírali odpovědi na škále Likertova typu. Ani v případě hypotézy číslo 3 nebyl nalezen statisticky signifikantní výsledek ($p(H1) = 0,835$, $p(H2) = 0,103$, $p(H3) = 0,984$). Nelze tedy tvrdit, že by mělo zvýšené množství času stráveného na Instagramu za důsledek sníženou spokojenost ve vztahu, stejně tak nezvyšuje počet konfliktů ve vztahu ani počet negativních důsledků v partnerském vztahu. Jak ukazuje tabulka číslo 4, jedná se o triviální korelaci (H1), nízkou negativní korelaci (H2) a triviální pozitivní korelaci (H3). Na základě uvedených zjištění hypotézy **H1, H2 a H3 nepřijímáme**.

Tabulka 4: Výsledky hypotéz H1, H2, H3 (N = 248)

Hypotéza	Proměnné	N	\bar{x}	SD	r_s	t (N-2)	p
H1	Čas na IG	248	352	281	-0,01	-0,21	p > 0,05
	Spokojenost		127	21,5			
H2	Čas na IG	248	352	281	-0,1	-1,63	p > 0,05
	Konflikty		12,7	3,8			
H3	Čas na IG	248	352	281	0,001	0,02	p > 0,05
	Neg. důsledky		0,7	0,97			

Poznámka: Spokojenost = vztahová spokojenost. Konflikty = konflikty ve vztahu plynoucí z používání IG. Neg. důsledky = negativní důsledky ve vztahu.

Při hledání odpovědi na druhou výzkumnou otázku: *JAKÝ VLVIV MÁ OBĚTOVÁNÍ SE NA PARTNERSKÝ VZTAH?* jsme sestavili následující hypotézy:

H4: CSI pozitivně koreluje s obětováním se ve vztahu.

H5: Četnost konfliktů ve vztahu pozitivně koreluje s obětováním se ve vztahu.

H6: Obětování se je negativně spojeno s negativními důsledky ve vztahu.

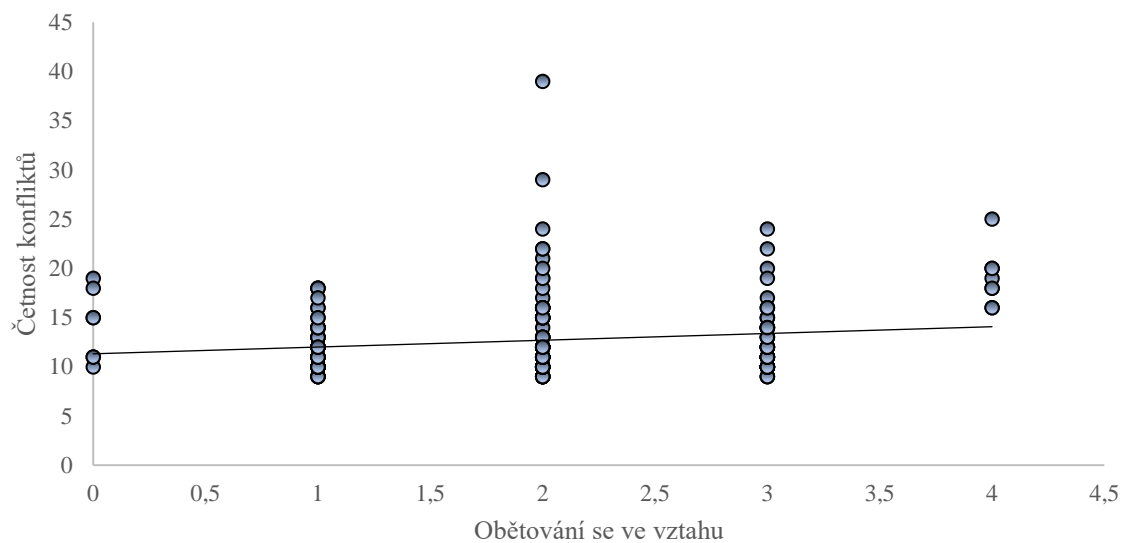
Pro ověření H4, H5 a H6 jsme použili Spearmanův korelační koeficient s mírou účinku Spearmanovým r. Operovali jsme s metrickou proměnnou obětování se ve vztahu, kdy byl vypočítán hrubý skór u každého respondenta. V první hypotéze jsme přidali proměnnou spokojenosti, která je měřená pomocí CSI. Výsledek hypotézy H4 nebyl shledán jako statisticky významný (p (H4) = 0,273). U hypotézy číslo 5 jsme zkoumali HS proměnné konfliktů ve vztahu. V H6 byl zkoumán vztah obětování se a negativních důsledků ve vztahu. V případě H5 a H6 byl nalezen statisticky signifikantní výsledek (p (H5) = 0,037, p (H6) = 0,019). Korelace u H5 byla slabá pozitivní, u H6 byla zjištěna slabá negativní korelace. Na základě zjištěného platí následující: **H4 nepřijímáme, H5 a H6 přijímáme.**

Tabulka 5: Výsledky hypotéz H4, H5 a H6 (N = 248)

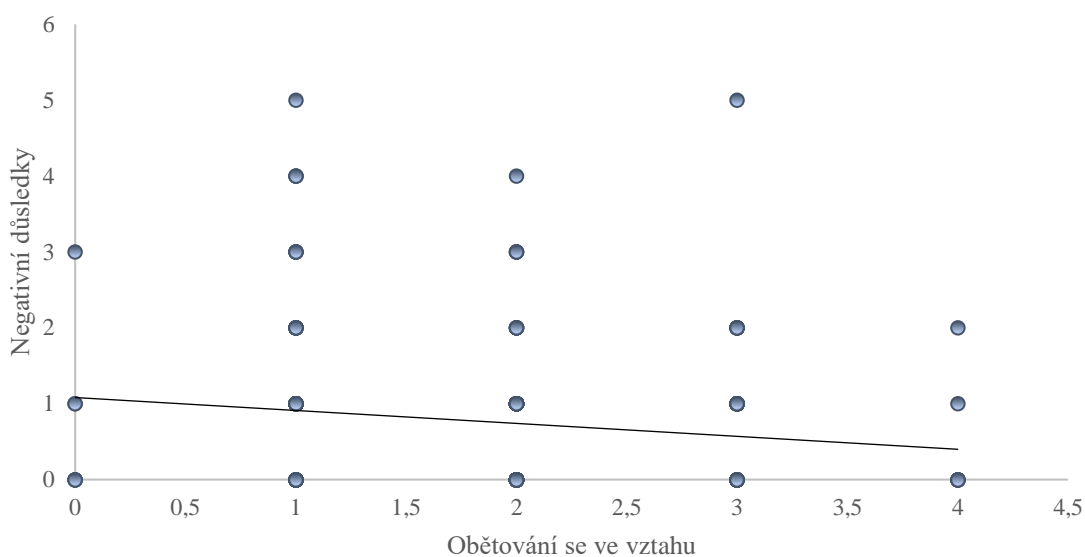
Hypotéza	Proměnná	N	x	SD	r_s	t (N-2)	p
H4	Obětování se	248	1,9	0,8	-0,07	-1,09	p > 0,05
	Spokojenost		127	22			
H5	Obětování se	248	1,9	0,8	0,13	2,09	p < 0,001
	Konflikty		12,7	3,7			
H6	Obětování se	248	1,9	0,8	-0,15	-2,34	p < 0,001
	Neg. důsledky		0,7	0,9			

Poznámka: Spokojenost = spokojenost v partnerském vztahu. Konflikty = konflikty ve vztahu plynoucí z používání Instagramu. Neg. důsledky = negativní důsledky ve vztahu.

Graf 4: Bodový graf vztahu obětování se a četností konfliktů (H5)



Graf 5: Bodový graf vztahu závislosti obětování se ve vztahu a negativních důsledků ve vztahu (H6)



Abychom mohli odpovědět na třetí výzkumnou otázku: *JAK OVLIVŇUJE ZÁVISLOST NA INSTAGRAMU PARTNERSKÝ VZTAH?*, bylo nutné ověřit platnost následujících statistických hypotéz:

H7: Hrubý skór SMD škály pozitivně koreluje s četností negativních důsledků ve vztahu.

H8: Hrubý skór SMD škály je pozitivně spojen s počtem konfliktů v partnerském vztahu.

H9: Hrubý skór SMD škály je negativně spojen se spokojeností v partnerském vztahu.

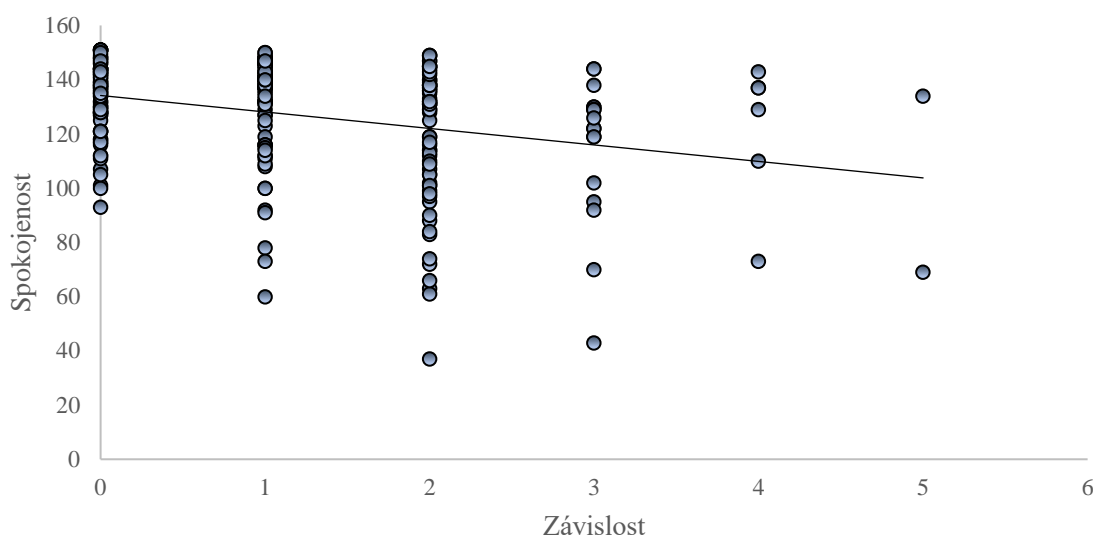
U první hypotézy (H7) nebyl nalezen statisticky signifikantní výsledek ($p(H7) = 0,803$) s korelací ($r_s = -0,02$). U druhé hypotézy (H8) také nebyl zjištěn statisticky signifikantní výsledek ($p = 0,000634 = p < 0,001$), korelace vyšla slabá, ale v opačném směru ($r_s = -0,21$). Třetí hypotézu (H9) jsme přijali, výsledek je statisticky signifikantní ($p = 0,000015 = p < 0,001$) se slabou negativní korelací ($r_s = -0,27$). Na základě těchto zjištění hypotézy **H7, H8 nepřijímáme a hypotézu H9 přijímáme.**

Tabulka 6: Výsledky hypotéz H7, H8 a H9 (N = 248)

Hypotéza	Proměnná	N	\bar{x}	SD	r_s	t (N-2)	p
H7	Závislost	248	1,2	1,1	-0,02	-0,25	p > 0,05
	Neg. důsledky		0,7	0,9			
H8	Závislost	248	1,2	1,1	-0,21	-3,46	p > 0,05
	Konflikty		12,7	3,7			
H9	Závislost	248	1,2	1,1	-0,27	-4,41	p < 0,001
	Spokojenost		12,7	21,5			

Poznámka: Závislost = závislost na Instagramu. Neg. důsledky = negativní důsledky v partnerském vztahu. Konflikty = konflikty ve vztahu plynoucí z používání Instagramu. Spokojenost = spokojenost v partnerském vztahu.

Graf 6: Bodový graf vztahu závislosti na Instagramu a spokojenosti ve vztahu (H9)



U každé hypotézy jsme navíc statisticky zjišťovali, zda mělo pohlaví respondentů vliv na výsledky. Tento faktor byl prokázán pouze u hypotéz statisticky významných (H5, H6, H9). Jinde nebyl vliv pohlaví prokázán.

Pro větší přehlednost přidáváme shrnutí výsledků všech hypotéz:

H1 nepřijata

H2 nepřijata

H3 nepřijata

H4 nepřijata

H5 přijata

H6 přijata

H7 nepřijata

H8 nepřijata

H9 přijata

8 DISKUZE

Nyní přejdeme k celkovému zhodnocení realizovaného výzkumu. Získané výsledky propojíme s poznatky z teoretické části a srovnáme je s výsledky z jiných výzkumů realizovaných v této oblasti. Zamyslíme se nad omezujícími limity projektu, kriticky zhodnotíme jednotlivé výsledky, které zde byly prezentovány deskriptivně a statisticky. V závěru diskuze uvádíme možné oblasti výzkumu, na které by se dalo v budoucnu navázat.

Výzkum, který zkoumal vliv Instagramu na partnerské vztahy u vysokoškolských studentů, jsme realizovali prostřednictvím online dotazníkového šetření. Vnímáme, že jedním z limitů v této výzkumné studii byl právě použitý způsob provedení. Důsledkem online výzkumů je zcela omezená kontrola odpovědí respondentů, což je značná nevýhoda oproti výzkumům, které jsou realizované prezenční formou. I přes upozornění o anonymitě získaných dat a prosbu o upřímné odpovídání na všechny otázky nemůžeme zaručit, že respondenti odpovídali zcela upřímně. V tomto výzkumu konkrétně mohlo dojít ke zkreslení dat u otevřených otázek, které zjišťovaly, kolik času tráví výzkumné osoby na Instagramu po dobu jednoho týdne. Ze statistik dotazníku, které poskytla platforma Vyplňto.cz, víme, že právě tyto otázky byly ty, kde respondenti nejčastěji opouštěli dotazník. Důvodem může být zdánlivá pracnost vyplnění, kdy museli respondenti otevřít aplikaci Instagram, vyhledat kolonku Vaše aktivita a vepsat strávený čas na Instagramu do dotazníku. Je teoreticky možné, že právě tyto otázky odradily několik respondentů, a to z důvodu obavy, že jim zabere dotazník mnoho času. Avizovaná časová dotace na vyplnění dotazníku byla 15 minut, skutečná doba vyplňování byla 14 minut a 18 sekund. Dalším problematickým aspektem online šetření je riziko, že jeden respondent vyplní dotazník vícekrát. Jsme si však vědomi, že jsme tuto prosbu v úvodu dotazníku neuvedli. Z toho plyne ponaučení do další výzkumné činnosti.

Co se týče otázky výzkumného souboru, i zde nacházíme limity. Ke sběru dat jsme použili nepravděpodobnostní metody výběru. Jedná se o metody, které nemohou garantovat reprezentativnost výzkumného souboru. Patří k nim právě použitý samovýběr nebo lavinový výběr. Výzkumu se zúčastnilo 77 % žen a 23 % mužů, jedná se tedy o značnou nevyváženost souboru, co se týče pohlaví. I tento aspekt mohl výsledky zkreslit. Možným vysvětlením nevyváženosti výzkumného souboru je to, že je zvolené téma více atraktivní pro ženy. Jistý nedostatek by mohl být viděn v zastoupení jednotlivých vysokých škol ve výběrovém

souboru. Nejvíce respondentů (N = 176) bylo z Univerzity Palackého v Olomouci. Možné vysvětlení spočívá ve využití nepravděpodobnostních metod, tedy že dotazník vyplňovali především známí od autorky výzkumu, kteří také studují na Univerzitě Palackého. Přesto tento fakt nebereme jako zásadní nedostatek, protože na Univerzitě Palackého studují lidé z celé České republiky – není to tak, že se jedná pouze o studenty z Moravy apod. Potíž však vidíme ve velikosti rozsahu výběrového souboru. Získali jsme data od 248 respondentů, nicméně s vyšším číslem mohl být výsledek jiný a přesnější. Přestože dotazník vyplnilo 271 osob, musely být později vyřazeny, a to z důvodu nesplnění požadavků. Do budoucna se budeme snažit vyhledat a oslovit více respondentů. Velký limit vidíme v nezkušenosti autorky s výzkumnou činností. Jedná se o její první práci takového rozsahu.

Potenciální problém vidíme i v metodě samotné. Jednalo se o dotazník přejetý od výzkumníků z USA. Při procesu překladu do českého jazyka mohla nastat chyba, a to i přes pilotní studii, přes co největší snahu o autentičnost a přizpůsobení českému prostředí. Výzkumnice se snažila několikrát spojit s kontaktní osobou výzkumu, ze kterého metodu použila, nicméně bez úspěchu. Dotazník sestavila podle dostupných informací uvedených v textu zveřejněného článku. Originální dotazník by mohl sloužit jako inspirace, mohl by být vytvořen do zajímavější formy, která by mohla být pro respondenty subjektivně příjemnější na vyplňování. I přes tento aspekt jsme pro výzkum získali 248 respondentů, kdežto v původním výzkumu Bouffarda a kolektivu z roku 2022 to bylo 221 respondentů.

Než přejdeme k výsledkům statistických hypotéz, prozkoumáme i prezentované výsledky deskriptivních statistik, které zkoumaly rozdíly pohlaví. Výběrový soubor byl tvořen ze 198 žen a z 50 mužů. Průměrná délka partnerského vztahu respondentů byla dva roky a tři měsíce a průměrný denní čas strávený na Instagramu byl 55 minut. Čas se mezi ženami a muži nelišil. Při porovnání s dřívějším výzkumem byl denní průměr času participantů 31,5 minut (Bouffard et al., 2022). Respondenti našeho výběrového souboru tráví na Instagramu podstatně delší čas, může to být způsobeno například dobou, kdy byla data získávána. Jistě se liší množství času v době zkouškového období a například o prázdninách. Přestože se průměrný čas nelišil mezi pohlavími, zajímalo nás, které pohlaví vykazuje vyšší známky závislosti na Instagramu. K tomu jsme využili SMD škálu, kde hrubý skór vyšel vyšší u žen (HS = 1,19) než u mužů (HS = 1,15). Výsledek je tedy nepatrně rozdílný. Přestože je náš výzkumný soubor mezi pohlavími konzistentní, z předešlých výzkumných zjištění víme, že ženy častěji kontrolují svým partnerům mobilní telefony

(Blechová, 2003), také častěji kontrolují partnerovu online komunikaci na sociálních sítích a sociální sítě obecně (Lopes et al., 2017). Mohlo by to znamenat, že na Instagramu tráví více času ženy, teoreticky by u nich mohlo být větší riziko vzniku závislosti. Samotnému vztahu závislosti na Instagramu a partnerským vztahům se věnujeme ve třetí výzkumné otázce, kde jsme ověřovali platnost tří statistických hypotéz. Pro dokreslení V03 jsme využili deskriptivní statistiky. Nakonec jsme zjišťovali, které pohlaví má větší tendence obětovat se pro svého partnera. Nenašli jsme žádné výzkumně ověřené tvrzení o tom, zda mají muži nebo ženy větší sklony pro vykonávání obětí v partnerském vztahu. Je ale zjištěno, že pokud je osoba motivována reagovat na potřeby svého partnera, emoce, které během obětování se prožívá, jsou pozitivní (Kogan et al., 2010). Stejně tak obětování se ve vztahu souvisí s altruismem s communal strength (Mills et al., 2004) a také s communal relationship (Baumeister & Vohs, 2007) – viz kapitola 2.4. Výsledky popisné statistiky ukazují HS obětování se = 1,96 pro ženy, HS obětování se = 1,95 pro muže. Nelze tedy tvrdit, zda mají ženy nebo muži větší sklony pro děláním více ústupků a obětí ve vztahu. V otázce obětování se ve vztahu nejspíš nezáleží na pohlaví, ale na osobnosti partnerů. Obětování se ve vztahu vnímáme jako velmi zajímavé, rádi bychom se mu věnovali i v budoucnu.

Nyní se zaměříme na cíle výzkumu a výzkumné otázky. První výzkumná otázka zněla: Jak působí čas strávený na Instagramu na partnerský vztah? Dle Janovské (2020) stráví průměrný Čech na sociálních sítích 143 minut denně. Z výsledků výzkumného souboru v této práci se jedná průměrně o 56 minut denně na Instagramu. Ukazuje se, že používání sociálních sítí narušuje partnerské vztahy, McDaniel a Coyne (2016) pro to zavedli pojem technoference, kdy z výsledků jejich výzkumné činnosti vyplývá, že moderní technologie a sociální sítě narušují například komunikaci mezi partnery. Zjišťovali jsme, jak spolu souvisí čas strávený na Instagramu a spokojenost ve vztahu. Dřívější výzkumy nasvědčují tomu, že se zvyšujícím se časem na Instagramu klesá spokojenost v partnerském vztahu (Bouffard et al., 2022; Delle et al., 2022). Navíc závislost na smartphonech a sociálních sítích je spojena s nižší spokojeností v partnerském vztahu (Lapierre & Custer, 2021). Pokud je osoba ve vztahu spokojená, intenzita času stráveného na Instagramu klesá (Fejes-Vékássy et al., 2020). Ve výzkumu jsme předpokládali, že s rostoucím časem stráveným na Instagramu klesá spokojenost ve vztahu. Spokojenost ve vztahu jsme měřili pomocí hrubého skóru CSI-32. Nicméně výsledek hypotézy nevyšel statisticky významný, zjištěná korelace se rovnala hodnotě -0,01. Možným vysvětlením, proč jsme hypotézu potvrdit nemohli, je to, že získaný výběrový soubor na základě deskriptivní statistiky

nevykazoval nápadné známky závislosti na Instagramu. Obecně můžeme tvrdit, že čas strávený na Instagramu u respondentů nebyl příliš vysoký. Dále jsme ověřovali vztah mezi četností konfliktů v romantickém vztahu a množstvím času stráveného na Instagramu. Protože jsou sociální sítě významným prediktorem konfliktů v partnerském vztahu (Arikewuyo et al., 2022), předpokládali jsme, že s rostoucím časem stráveným na Instagramu roste i počet konfliktů ve vztahu. Hypotéza 2 nebyla přijata, výsledná p-hodnota není statisticky signifikantní, $r_s = -0,1$. Třetí hypotéza zkoumala vztah času a nevěry. Předpokládala, že se zvyšujícím se časem stráveným na Instagramu roste počet negativních důsledků ve vztahu, tedy že roste výskyt nevěry. H3 byla zamítnuta, $r_s = 0,001$. To se neshoduje s výsledky výzkumu Bouffarda et al. (2022), kteří předkládají, že dlouhodobé používání Instagramu snižuje spokojenost ve vztahu. To má za důsledek zvýšenou četnost konfliktů a negativních důsledků ve vztahu. Navíc nadměrné používání sociálních sítí statisticky významně souvisí s online i fyzickou nevěrou, nespokojeností ve vztahu či s vyšším rizikem rozchodu (Abbasi, 2019).

Přesuneme se k druhé výzkumné otázce, která zní: Jaký vliv má obětování se na partnerský vztah? Pomocí Spearmanova korelačního koeficientu jsme ověřovali tři hypotézy. Jako první nás zajímalo, jak těsný je vztah spokojenosti a obětování se v partnerském vztahu. Přestože některé dřívější výzkumy ukazují, že pokud je spokojenost ve vztahu nízká, je nutné vykonávat pro partnera a pro vztah oběti, aby vztah dlouho vydržel (Van Lange Rusbult et al., 1997, citováno v Impett et al., 2012), my jsme se rozhodli testovat pravý opak. Stejně jako Bouffard et al. (2022) uvádí, že pokud je osoba ochotna obětovat se pro partnera, zvyšuje se spokojenost ve vztahu, jsme i my předpokládali, že s rostoucí spokojeností ve vztahu roste tendence obětovat se ve vztahu. Jinými slovy – čím spokojenější je člověk ve vztahu, tím více je ochoten udělat obětí pro partnera. Alternativní hypotézu jsme nepřijali (p (H4) = 0,273, $r_s = -0,07$). Druhá a třetí hypotéza (H5, H6) zkoumala vztah obětování se ve vztahu, četnost konfliktů a negativní důsledky ve vztahu. Dle Bouffarda et al. (2022) roste spokojenost, pokud se zvyšuje tendence obětovat se, a to má za důsledek nižší četnost konfliktů a negativních důsledků ve vztahu, tedy nevěru. H5 testovala, zda četnost konfliktů ve vztahu pozitivně koreluje s obětováním se ve vztahu, tedy čím více konfliktů ve vztahu je, tím více je nutné obětovat se pro partnera. U hypotézy H5 byl nalezen signifikantní výsledek (p (H5) = 0,03, $r_s = 0,13$). Hypotéza 6 testovala vztah obětování se a nevěry. Tedy zda je obětování se negativně spojeno s nevěrou v romantickém vztahu. U H6 byl nalezen statisticky významný výsledek (p (H6) = 0,019, $r_s = -0,15$). V obou

případech (H5, H6) se jedná o slabý vztah. Silnější korelace by teoreticky mohl přinést rozsáhlejší výzkumný soubor. Zjištění přispívají například Lopes et al. (2017), kteří uvádí, že ženy častěji žádají jejich partnery, aby si na sociálních sítích zrušili s někým přátelství nebo ho zablokovali, což může snižovat riziko nevěry. Na toto chování můžeme nahlížet jako na vykonání oběti. Partnerskému vztahu prospívají tzv. dyadické projevy, tedy zveřejnění příspěvků s partnerem (Toma & Choi, 2015), časté hádky partnerů vznikají, pokud si jeden z nich nechce zveřejnit například společnou fotografii (Bouffard et al., 2022; Papp et al., 2012, citováno v Bouffard et al., 2022). Pokud by taková osoba přidala společnou fotografii, vykonala by tak oběť. To by mohlo zvýšit spokojenost ve vztahu, snížit četnost konfliktů a snížit výskyt nevěry.

Přecházíme na poslední, tedy třetí výzkumnou otázku. Zajímalo nás, jak ovlivňuje závislost na Instagramu partnerský vztah. Přestože je Instagram vnímán jako užitečná platforma, hrozí zde riziko silné závislosti. Závislost na sociálních sítích zasahuje do mnoha oblastí lidského života (Janovská, 2020), navíc značně snižuje spokojenost v partnerském vztahu (Lapierre & Custer, 2021). Jedním z motivů, proč lidé používají Instagram, je právě za účelem navázání vztahu (Shabahang et al., 2022), navíc používání Instagramu může působit kladně na well-being, pokud jedinec získává lajky a komentáře (Macleanová et al., 2020). Často množství času ovlivňuje Fear of Missing Out neboli strach, že na sítích něco zmeškáme (Brush, 2019). Trojice hypotéz H7, H8 a H9 ověřovala vztah závislosti a partnerských vztahů. Závislost jsme měřili pomocí SMD škály. Konkrétně H7 a H8 zkoumaly vztah závislosti, četnosti nevěry a konfliktů. U H7 ($p(H7) = 0,803$, $r_s = -0,02$) nebyl potvrzen předpoklad, že čím nižší skóre SMD škály, tím méně se ve vztahu vyskytuje nevěra a konflikty. H7 a H8 nebyly přijaty. Statisticky významný výsledek byl nalezen u H9, která předpokládala, že čím nižší známky závislosti na IG jedinec vykazuje, tím je více spokojen v partnerském vztahu. To potvrzují i předchozí výzkumná zjištění (Abbasi, 2019; Lapierre & Custer, 2021). Přijali jsme tři hypotézy z celkových devíti.

Závěrem této části nastíníme oblasti možných výzkumu, které by mohly být dále rozvinuty. Jelikož je téma sociálních sítí a partnerských vztahů v České republice málo prostudované, vnímáme jako užitečné začít mu věnovat pozornost právě ve výzkumu. Zajímalo by nás, jak by zkoumání dopadlo, kdyby bylo realizováno na mnohem větším výzkumném souboru. Domníváme se, že takové výsledky by mohly zmapovat tuto oblast v širokém celku. Následně by mohla být vydána doporučení, která by mohla být užitečná

pro páry, kterých se tato problematika týká. Srozumitelná doporučení by tak mohla pomáhat nejen skrze párová poradenství či terapie, ale mohla by být poměrně jednoduchou cestou distribuována cílenému publiku, a to například ve formě knihy. Dále by nás zajímala oblast obětování se ve vztahu, především v otázce genderu a partnerských vztazích.

9 ZÁVĚR

V této bakalářské práci jsme zkoumali, zda a jak Instagram ovlivňuje partnerské vztahy u vysokoškolských studentů. Realizovali jsme kvantitativní výzkum, kdy jsme za využití dotazníkového online šetření mohli prostřednictvím metod deskriptivní a inferenční statistiky zodpovědět naše tři výzkumné otázky. Dotazník jsme použili ze studie autorů Bouffarda a kolektivu z roku 2022. Na základě cílů práce jsme sestavili 9 hypotéz, které jsme statisticky ověřili a získali tak výsledky, které v následujících řádcích shrneme.

Předpokládali jsme, že množství času, které stráví uživatel na Instagramu, souvisí se spokojeností v partnerském vztahu, dále pak s četností konfliktů ve vztahu a vyšším výskytem nevěry. Ani jeden předpoklad nebyl potvrzen. Dále jsme ověřovali vztah obětování se ve vztahu s vybranými aspekty. Předpoklad, že čím více je člověk spokojen v partnerském vztahu, tím více je ochoten obětovat se pro svého partnera, potvrzen nebyl. Zjistili jsme souvislost mezi četností konfliktů a obětováním se ve vztahu, tedy že s rostoucím počtem konfliktů ve vztahu je nutné dělat více obětí. Slabý vztah byl také nalezen mezi nevěrou a tendencí obětovat se pro partnera.

Vedle množství času stráveného na Instagramu nás zajímala otázka závislosti na Instagramu. Předpoklad, že čím nižší známky závislosti člověk vykazuje, tím nižší je četnost konfliktů a nevěry, nebyl shledán jako statisticky významný. Byl nalezen slabý negativní vztah mezi závislostí a spokojeností v partnerském vztahu. Pro zodpovězení otázek týkajících se rozdílů mezi pohlavími jsme využili deskriptivní statistiky. Množství času stráveného na Instagramu se mezi pohlavími nelišilo. Stejně tak se neliší známky závislosti na Instagramu mezi muži a ženami. Přestože byl zjištěn nepatrný rozdíl, kdy větší závislost vykazoval soubor žen, domníváme se, že to je kvůli převaze žen ve výběrovém souboru. V otázce, které pohlaví vykazuje větší tendence obětovat se pro partnera, také nebyl nalezen signifikantní rozdíl.

SOUHRN

V následující kapitole poskytneme stručný souhrn celé bakalářské práce, která se skládá z teoretické a empirické části. Zkoumá problematiku partnerských vztahů a Instagramu u českých vysokoškolských studentů.

V první kapitole práce jsme čtenářům představili Instagram a sociální sítě obecně. Existuje spor o nejstarší sociální síť, někteří autoři tvrdí, že se jedná o e-mail (Sajithra Rajindra & Patil, 2013), jiní tvrdí, že se jedná o Bulletin Board System – BBS (Zydyk, n.d.). Samotný Instagram byl do provozu spuštěn dne 6. října 2010. Jedná se o platformu, kde si lidé na svůj profil přidávají fotky a videa, sledují a jsou sledováni dalšími uživateli (Instagram, 2022). Zakladatelé jsou Systrom a Krieger, kteří Instagram vytvořili z projektu Burbn (Keach, 2021). Uživatelé na Instagramu komunikují hlavně prostřednictvím Directu, My Story nebo pomocí hashtagů (About Instagram, n.d.). Počet uživatelů stále roste, nicméně v roce 2021 bylo zaregistrováno 2 900 000 uživatelů v České republice (Kane, 2021), celosvětově používá Instagram 1,3 miliardy lidí (DataReportal, 2023). Představili jsme některé problematické aspekty Instagramu a také závislost na něm, která se značí pojmem netolismus tedy nelátková závislost (Státní zdravotní ústav, n.d.).

Druhá kapitola se zabývala partnerskými vztahy. Existuje nespočet definic partnerských vztahů, například podle Kovářové (2021) se jedná o pouto jednoho člověka k druhému, kde je přítomen emocionální náboj. Jedná se o interpersonální vztah, kdy jsou důležitými aspekty emoční propojení a zodpovědnost (Hartl & Hartlová, 2015). Vznik partnerského vztahu se vyznačuje osobnějším a intimnějším sdílením, postupným sebeodhalováním. Typicky začíná tehdy, kdy jedinec začne uvažovat namísto „já“ v rovině „my“ (Willerton, 2012). V dnešní době, které vládou sociální sítě, se lidé velmi často seznamují právě na nich. Klíčovým prediktorem úspěchu je správné zvolení fotografie, aby zaujala (Jänkälä et al., 2019). Vedle sociálních sítí se lidé seznamují na online seznamkách, kde je možné zcela oddělit reálný život – Pettis (2022) hovoří o privatizaci intimacy. Každý vztah prochází fázemi, Vojtko (2020) hovoří o fázi symbiotické, která je na počátku, racionální zhodnocení doprovází fáze diferenciacní. A pokud vztah přežije, nastává fáze komitující. Spokojenost ve vztahu je dána tím, jaká očekávání máme od partnera (Blechová, 2003). Spokojenost ve vztahu ale také souvisí s používáním Instagramu – pokud je člověk ve vztahu spokojený, používá Instagram méně (Fejes-Vékássy et al., 2020).

Aktivní používání Instagramu je spojeno se stresem, který následně snižuje spokojenost ve vztahu (McDaniel & Coyne, 2016). Partnerské vztahy se neobejdou bez ústupků, kompromisů. Partneři musí často obětovat svůj zájem ve prospěch svého partnera. Může se jednat o maličkosti, jako je například udělat nákup nebo vyvenčit psa, může to ale vypadat tak, že oběť vyžaduje stěhování, změnu profese a další (Krauss Whitbourne, 2022). Jedná se o prosociální chování, kdy je daný akt vykonán pro dobro druhého člověka (High & Stříbrská, n.d.). Jiní autoři nahlízejí na obětování se jako na formu altruismu, tedy na nezištnou pomoc druhým, která není spojena s očekáváním odměny či zisku (Výrost & Slaměník, 2008). Vztahy prochází různými zkouškami a nástrahami, jako jsou žárlivost a nevěra. Pro žárlivost je typický pocit úzkosti, který vyrůstá z nejistoty o citech partnera. Je zaměřena vůči třetí straně, která je vnímána jako ohrožující (Hartl, 2004). Objekt žárlivosti se liší mezi pohlavími (Klimeš, 2005). Mnozí lidé věří, že sociální sítě žárlivost podněcují (Hernández-Santaolalla & Hermida, 2020). Uzel (2017) za nevěru považuje porušení fyzického a emočního vztahu k partnerovi. Ve virtuálním světě se nevěra vyskytuje velmi často. Díky sociálním sítím může být nevěra odhalena (Hernández-Santaolalla & Hermida, 2020), nebo naopak mohou sloužit jako prostředek k ní (Vojtko, 2020). Pro mnoho lidí se jedná o atraktivní způsob, protože je zamezen přítomný kontakt a lidé jsou více otevření sdílet své intimní tužby (Abbasi & Alghamdi, 2019).

Třetí kapitola práce zahrnuje mladou dospělost, generaci Z a popis vysokoškolského studia. Věkové vymezení mladé dospělosti se mírně liší napříč různými koncepty. Thorová (2015) vymezuje mladou dospělost věkem 20–35 let. Vágnerová (2007) ohraničuje mladou dospělost v rozmezí 20 až 30 let. Dříve bylo pro toto období běžné uzavření manželství. To se v dnešní době opožďuje, vyskytují se alternativní formy soužití, kam patří například singles (Blatný, 2016). Stejně tak se opožďuje osamostatňování, mladí bydlí často dlouho u rodičů z ekonomických důvodů (Stem/Mark, 2015). Koncept Arnetta (2007) vynořující se z dospělosti popisuje pět rysů, které jsou přítomny. Jedná se například o nestabilitu a věk pocitů mezi. V kapitole se také věnujeme popisu generace Z, pod kterou patří lidé narození po roce 2000 (Kreacic & Cooper, 2022). Podle staršího vymezení zde patří lidé, kteří se narodili v polovině 90. let (Dolot, 2018). Generace se označuje jako digitální domorodci, protože se narodili do doby moderních technologií. Zaznamenan je také nejčtenější zájem o studium na vysoké škole, navíc více než polovina studentů zvládá pracovat na plný úvazek. Motivací ke studiu ale často bývá vidina statusu studenta, který nese jisté výhody

(Sak, 2016). Status studenta poskytuje úlevy v oblasti zdravotního a sociálního pojištění a při platbě daní, zahrnuje různé slevy, například v dopravě (Večerková, 2021).

Poslední, tedy čtvrtá kapitola teoretické části poskytuje shrnutí aktuálního výzkumného poznání, vybrali jsme tak výzkumy z oblasti sociálních sítí a partnerských vztahů, které jsme rozebírali v předchozích kapitolách. Příkladem je intenzita používání Instagramu, která bývá na počátku vztahu nízká, ale po rozchodu se čas strávený na Instagramu zvyšuje (Fejes-Vékássy et al., 2020). V dnešní době vznikají partnerské vztahy právě na sociálních sítích. O úspěšnosti navázání vztahu rozhoduje výběr fotky na uživatelském profilu (Jänkälä et al., 2019). Společné fotografie, jiné dyadické projevy a také soukromá konverzace zvyšují spokojenost ve vztahu (Fejes-Vékássy et al., 2020). Naopak aktivní používání Instagramu je spojováno s nižší spokojeností ve vztahu (Delle et al., 2022). Stejně tak dlouhodobé používání snižuje spokojenost, zvyšuje četnost konfliktů a riziko nevěry (Abbasi, 2019; Bouffard et al., 2022). Sociální síť mohou vyvolávat žárlivost (Fejes-Vékássy et al., 2020; Hernández-Santaolalla & Hermida, 2020), což způsobuje zvýšené monitorování partnera na sociálních sítích až stalking (Lopes et al., 2017; Vojtko, 2020). Lidé nejistí ve vztahu mají tendenci ho více zviditelňovat na sociálních sítích (Emery, 2014).

Následuje praktická část práce. Vymezili jsme výzkumný problém, stanovili cíle práce a tři výzkumné otázky. Testovali jsme platnost devíti statistických hypotéz, k popisu dat jsme využili také deskriptivních statistik. Zkoumali jsme vztah Instagramu a partnerských vztahů u souboru vysokoškolských studentů. Výzkum jsme realizovali prostřednictvím online dotazníkového šetření, jednalo se tedy o kvantitativní metodologii. Dotazník, který byl složen z několika celků, jsme převzali od autorů Bouffarda a kolektivu, kteří realizovali výzkum v roce 2022. Výzkum jsme nereplikovali, použili jsme stejnou metodu k získávání dat, ale testovali jsme vlastní hypotézy. Data jsme sbírali prostřednictvím platformy Vyplňto.cz od konce února roku 2022. Metody, které jsme využili, jsou ze skupiny nepravděpodobnostních metod, například tedy samovýběr. Podmínkou účasti ve výzkumu bylo studium na vysoké škole, používání Instagramu a partnerský vztah. Celkový počet respondentů byl 271, nicméně po vyřazení těch, kteří podmínky nesplňovali, byl finální počet 248.

Pomocí deskriptivních statistik jsme zjistili, že náš výběrový soubor tvořili respondenti ve věku 19–28 let. Průměrná délka vztahu je dva roky a tři měsíce. Bylo zaznamenáno celkově 16 vysokých škol, z nichž 2 byly vyšší odborné školy. Nepočtenější skupina studentů byla z Univerzity Palackého v Olomouci, dále se jednalo o studenty Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Všechny hypotézy jsme ověřovali pomocí Spearmanova korelačního koeficientu. Statisticky významný výsledek byl nalezen u tří z nich. Nebyla nalezena souvislost mezi množstvím času stráveného na Instagramu, četností konfliktů ani s nevěrou. Souvislost jsme našli mezi obětováním se a četností konfliktů, zároveň byl zjištěn vztah mezi obětováním se ve vztahu a nevěrou. Předpoklad, že spolu souvisí spokojenost a obětování se ve vztahu, jsme nepřijali. U třetí výzkumné otázky jsme předpokládali, že existuje souvislost mezi závislostí na Instagramu a četností konfliktů v partnerském vztahu a s nevěrou. Ani jeden předpoklad jsme nepřijali. Zjistili jsme však souvislost mezi spokojeností ve vztahu a závislostí na Instagramu.

Tato práce přinesla poznatky z oblasti Instagramu a partnerských vztahů u vysokoškolských studentů. Výsledky podpořily některé poznatky z dřívějších výzkumných studií (Bouffard et al., 2022; Delle et al., 2022; Lapierre & Custer, 2021). Bakalářská práce se snaží prohloubit povědomí o této problematice, výzkumně pak přináší různá zjištění o české populaci vysokoškolských studentů.

SEZNAM LITERATURY

- Abbasi, I. S. (2019). Social media addiction in romantic relationships: Does user's age influence vulnerability to social media infidelity?. *Personality and Individual Differences*, 139, 277-280. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.10.038>
- Abbasi, I. S. (2019). Social Media and Committed Relationships: What Factors Make Our Romantic Relationship Vulnerable? *Social Science Computer Review*, 37(3), 425–434. <https://doi.org/10.1177/0894439318770609>
- Abbasi, I. S., & Alghamdi, N. G. (2018). The pursuit of romantic alternatives online: Social media friends as potential alternatives. *Journal of Sex & Marital Therapy*, 44(1), 16-28. <https://doi.org/10.1080/0092623X.2017.1308450>
- Alhabash, S., & Ma, M. (2017). A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students? *Social Media + Society*, 3(1). <https://doi.org/10.1177/2056305117691544>
- Alsalem, F. (2019). Why do they post? Motivations and uses of snapchat, Instagram and twitter among Kuwait college students. *Media Watch*, 10(3), 550-567. <https://doi.org/10.15655/mw/2019/v10i3/49699>
- Antonelli, W. (2020). *A beginner's guide to Instagram, the wildly popular photo-sharing app with over a billion users*. INSIDER. <https://www.businessinsider.com/what-is-instagram-how-to-use-guide>
- Arikewuyo, A. O., Lasisi, T. T., Abdulbaqi, S. S., Omoloso, A. I., & Arikewuyo, H. O. (2022). Evaluating the use of social media in escalating conflicts in romantic relationships. *Journal of Public Affairs*, 22(1), e2331. <https://doi.org/10.1002/pa.2331>
- Arnett, J. J. (2007). Emerging adulthood: What is it, and what is it good for?. *Child development perspectives*, 1(2), 68-73. <https://doi.org/10.1111/j.1750-8606.2007.00016.x>

- Auxier, B., & Anderson, M. (2021). Social media use in 2021. *Pew Research Center*, 1, 1-4. <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/>
- Badenes-Ribera, L., Fabris, M. A., Gastaldi, F. G. M., Prino, L. E., & Longobardi, C. (2019). Parent and peer attachment as predictors of Facebook addiction symptoms in different developmental stages (early adolescents and adolescents). *Addictive behaviors*, 95, 226-232. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2019.05.009>
- Baker, R. (2005). *Válka spermií*. Jota.
- Baumeister, R. F., & Vohs, K. D. (Eds.) (2007). *Encyclopedia of Social Psychology*. SAGE Publications, Inc., <https://dx.doi.org/10.4135/9781412956253>
- Beckmeyer, J. J., & Cromwell, S. (2019). Romantic relationship status and emerging adult well-being: Accounting for romantic relationship interest. *Emerging Adulthood*, 7(4), 304-308. <https://doi.org/10.1177/2167696818772653>
- Blatný, M. (2016). *Psychologie celoživotního vývoje*. Karolinum.
- Blechová, Z. (2003). *Partnerské vztahy: co očekává žena od muže a muž od ženy?*. Fontána.
- Bouffard, S., Giglio, D., & Zheng, Z. (2022). Social Media and Romantic Relationship: Excessive Social Media Use Leads to Relationship Conflicts, Negative Outcomes, and Addiction via Mediated Pathways. *Social Science Computer Review*, 40(6), 1523–1541. <https://doi.org/10.1177/08944393211013566>
- Brixová, J. (2020, březen). *Můj osobní wellbeing*. WELLBEING: Umění žít. <https://www.wellbeingcz.cz/index.php/2019/03/02/muj-osobni-wellbeing/>
- Brücknerová, K., & Rabušicová, M. (2019). *Netradiční vysokoškolští studenti: charakteristiky a potenciál odloženého studia*. *Studia Paedagogica*. <https://doi.org/10.5817/SP2019-1-2>
- Brush, K. (2019). *FOMO (fear of missing out)*. TechTarget. <https://www.techtarget.com/whatis/definition/FOMO-fear-of-missing-out>

- Bruss, O. E., & Hill, J. M. (2010). Tell me more: Online versus face-to-face communication and self-disclosure. *Psi Chi Journal of Undergraduate Research*, 15(1). <https://doi.org/10.24839/1089-4136.JN15.1.3>
- Český statistický úřad (2022, květen). *Studenti a absolventi vysokých škol v České republice - 2001–2021*. <https://www.czso.cz/csu/czso/studenti-a-absolventi-vysokych-skol-v-ceske-republice>
- Český statistický úřad. (2020). *Sňatky a rozvody*. <https://www.czso.cz/csu/stoletistatistiky/snatky-a-rozvody>
- Delle, F. A., Clayton, R. B., Jordan Jackson, F. F., & Lee, J. (2022). Facebook, Twitter, and Instagram: Simultaneously examining the association between three social networking sites and relationship stress and satisfaction. *Psychology of Popular Media*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1037/ppm0000415>
- Dewi, F. I. R., & Sari, M. P. (2022). Motivation for Instagram Use, Passive Instagram Use and Fear of Missing Out (FoMO). *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 251–262. <https://doi.org/10.24912/jk.v14i1.18592>
- Divínová, R. (2005). *Cybersex, jeho přitažlivost a specifika*. Systemic.cz. <http://systemic.cz/sex/archive/cze/textbook2005/divinova.pdf>
- Dixon, S. (2022). *Number of monthly active Facebook users worldwide as of 3rd quarter 2022 (in millions)*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>
- Dixon, S. (2023). *Most popular social networks worldwide as of January 2023, ranked by number of monthly active users*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- Dolot, A. (2018). The characteristics of Generation Z. *e-mentor*, 2(74), 44-50. <https://doi.org/10.15219/em74.1351>

- Emery, L. F., Muise, A., Dix, E. L., & Le, B. (2014). Can you tell that I'm in a relationship? Attachment and relationship visibility on Facebook. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 40(11), 1466-1479. <https://doi.org/10.1177/0146167214549944>
- Evans, G. (2018, září). *Instagram: the dog launched a social media giant*. BBC. <https://www.bbc.com/news/technology-45640386>
- Fejes-Vékássy, L., Ujhelyi, A., & Faragó, L. (2020). From #RelationshipGoals to #Heartbreak—We use Instagram differently in various romantic relationship statuses. *Current Psychology*, 1-13. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-01187-0>
- Ferjenčík, J. (2008). *Úvod do metodologie psychologického výzkumu: jak zkoumat lidskou duši*. Portál.
- Fišer, M. (2022, únor). *První instantní fotoaparát se zrodil před 75 lety. Nadšenci je používají stále*. Novinky.cz. <https://www.novinky.cz/clanek/internet-a-pc-hardware-prvni-instantni-fotoapar-at-se-zrodil-pred-75-lety-nadsenci-je-pouzivaji-stale-40387796>
- Funk, J. L., & Rogge, R. D. (2007). Testing the ruler with item response theory: Increasing precision of measurement for relationship satisfaction with the Couples Satisfaction Index. *Journal of Family Psychology*, 21(4), 572–583. <https://doi.org/10.1037/0893-3200.21.4.572>
- Funk, J. L. & Rogge, R. D. (2007). Testing the ruler with item response theory: Increasing precision of measurement for relationship satisfaction with the Couples Satisfaction Index. *Journal of Family Psychology*, 21, 572-583.
- Gallerová, P., & Halama, P. (2016). Súvislosti vzťahovej väzby a manželskej spokojnosti u zosobášených párov. *Psychologie a její kontexty (Psychology & Its Contexts)*, 7(1), 37-50. https://psychkont.osu.cz/fulltext/2016/Gallerova-Halama_2016_1.pdf
- Garber, M. (2014, červenec). *Instagram Was First Called 'Burbn': Yes, after the drink*. The Atlantic. <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2014/07/instagram-used-to-be-called-brbn/373815/>

- Goffman, E. (2018). *Všichni hrajeme divadlo: Sebe prezentace v každodenním životě*. Portál.
- Goldberg, S., Yeshua-Katz, D., & Marciano, A. (2022). Online construction of romantic relationships on social media. *Journal of Social and Personal Relationships*, 39(6), 1839-1862. <https://doi.org/10.1177/02654075211067814>
- Gómez-López, M., Viejo, C., & Ortega-Ruiz, R. (2019). Psychological well-being during adolescence: Stability and association with romantic relationships. *Frontiers in psychology*, 10, 1772. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01772>
- Hartl, P. (2004). *Stručný psychologický slovník*. Portál.
- Hartl, P., & Hartlová, H. (2015). *Psychologický slovník*. Portál.
- Helingerová, M. (2011, červenec). *Hádky, hádky, hádky*. Psychologie.cz. <https://psychologie.cz/hadky-hadky-hadky/>
- Hernández-Santaolalla, V., & Hermida, A. (2020). Malicious social surveillance and negative implications in romantic relationships among undergraduates. *Surveillance & Society*, 18 (3), 387-399. <https://doi.org/10.24908/ss.v18i3.13149>
- Hertlein, K. M., & Piercy, F. P. (2006). Internet infidelity: A critical review of the literature. *The Family Journal*, 14(4), 366-371. <https://doi.org/10.1177/1066480706290508>
- High, R., & Stříbrská, J. (n.d.). *Sociální psychologie*. Ústav učitelství a humanitních věd VŠCHT Praha. http://kuhv.vscht.cz/files/uzel/0017037/Soci%C3%A1ln%C3%AD_psychologie%20s%20logy.pdf?redirected
- How to share notes with others on Instagram. (n.d.). Help center. https://help.instagram.com/427590629371317/?cms_platform=android-app&helpref=platform_switcher
- Hroch, A. (2019, duben). *Dopamin za lajk. Sociální sítě jsou komerční veletrh a roste kvůli nim úzkost i deprese, říká neurolog*. iROZHLAS. https://www.irozhlaz.cz/zivotni-styl/spolecnost/neurolog-stransky-mozek-rozhovor-facebook-twitter-socialni-site-dopamin-lajk_1904210700_och

- Huffer, D., & Graham, S. (2017). The Insta-Dead: The rhetoric of the human remains trade on Instagram. *Internet Archaeology*, 45(5). <https://doi.org/10.11141/ia.45.5>
- Hwang, H. S., & Cho, J. (2018). Why Instagram? Intention to continue using Instagram among Korean college students. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 46(8), 1305-1315. <https://doi.org/10.2224/sbp.6961>
- Impett, E. A., Kogan, A., English, T., John, O., Oveis, C., Gordon, A. M., & Keltner, D. (2012). Suppression sours sacrifice: Emotional and relational costs of suppressing emotions in romantic relationships. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 38(6), 707-720. <https://doi.org/10.1177/0146167212437249>
- Instagram. (n.d.). Help center.
https://help.instagram.com/424737657584573/?helpref=uf_share
- Instagram statistics and trends. (2023, leden). DataReportal.
<https://datareportal.com/essential-instagram-stats>
- Introducing Instagram Reels. (2020, srpen). About Instagram.com.
<https://about.instagram.com/blog/announcements/introducing-instagram-reels-announcement>
- Jänkälä, A., Lehmuskallio, A., & Takala, T. (2019). Photo use while dating: From forecasted photos in Tinder to creating copresence using other media. *Human Technology*, 15(2), 202-225. <https://doi.org/10.17011/ht/urn.201906123156>
- Janovská, B. (2020). *Závislost na sociálních sítích: V zajetí komentářů, lajků a sdílení*. Mojra.cz. <https://blog.mojra.cz/post/245>
- Jícha, A. [Wellden, R.] (2022, únor). Temná strana Instagramu [Video]. *YouTube*.
https://www.youtube.com/watch?v=Dgut1VlrcpM&ab_channel=RothWellden
- Kabele, J. (2018). *Sociální síť*. Sociologická encyklopedie.
https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/S%C3%AD%C5%A5_soci%C3%A1ln%C3%A4
D

- Kadeřábková, M. (2020, říjen). *Kdo je influencer a jak se jím stát?*. Orange academy.cz.
<https://orangeacademy.cz/clanky/kdo-je-influencer/>
- Kalina, A. (2014). *Partnerský manuál*. TAMELE s.r.o.
- Kane, J. (2021, říjen). *Počet uživatelů Instagramu v ČR stoupl na 2,9 milionu*. ČTK.
<https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/pocet-uzivatelu-instagramu-v-cr-stoupl-na-2-9-milionu/2099488>
- Kasakowskij, R., Friedrich, N., Fietkiewicz, K. J., & Stock, W. G. (2018). Anonymous and non-anonymous user behavior on social media: A case study of Jodel and Instagram. *Journal of Information Science Theory and Practice*, 6(3), 25-36.
<https://doi.org/10.1633/JISTaP.2018.6.3.3>
- Kavková, J. (2020, říjen). *Instagram, aktuálně nejdynamičtější síť v ČR slaví 10 let*. Kurzy.cz.
<https://www.kurzy.cz/zpravy/560690-instagram-aktualne-nejdynamictejsi-socialni-sit-v-cr-slavi-10-let/>
- Keach, S. (2021, září). *INSTA-LIFE: Your full Instagram history-how to see every status user name, login and search you've ever done*. The SUN.
<https://www.thesun.co.uk/tech/11933963/instagram-history-status-username-login-search-friend-requests-check/>
- Kejduš, R. (2021). *Výpadek Facebooku a WhatsAppu přivedl desítky milionů lidí k Telegramu a Signalu*. Cnews.cz. <https://www.cnews.cz/vypadek-facebooku-a-whatsappu-privedl-desitky-milionu-lidi-k-telegramu-a-signalu/>
- Kirshbaum, M. (2009). *Nevěra: co dělat, když se objeví někdo další*. Computer Press as.
- Klimeš, J. (2005). *Partneři a rozchody*. Portál.
- Kogan, A., Impett, E. A., Oveis, C., Hui, B., Gordon, A. M., & Keltner, D. (2010). When giving feels good: The intrinsic benefits of sacrifice in romantic relationships for the communally motivated. *Psychological Science*, 21(12), 1918-1924.
<https://doi.org/10.1177/0956797610388815>

- Kochová, B. (2022). *Trendy marketingové komunikace: Generace Z*. Optimalně.net.
<https://optimalne.net/clanek/generace-z>
- Kovářová, D. (2021). *Vztahy: 7 + 1 osudových omylů*. Pragma.
- Kratochvíl, J. (2021). *Na schovávanou*. CyklusZeMě.
- Kratochvíl, S. (2009). *Manželská a párová terapie*. Portál.
- Krauss Whitbourne, S. (2022, květen). *How Much Should Partners Be Willing to Sacrifice for Each Other?*. Psychology Today.
<https://www.psychologytoday.com/intl/blog/fulfillment-any-age/202205/how-much-should-partners-be-willing-sacrifice-each-other>
- Krčmář, M. (2013, březen). *Sociální síť a jejich vývoj – pohled do historie*. Objevit.cz.
<https://www.objevit.cz/socialni-site-vyvoj-pohled-do-historie-t22280>
- Kreacic, A., Cooper, S. (2022). *How to help Gen Z turn climate anxiety into action*. World Economic Forum. <https://www.weforum.org/agenda/2022/11/generation-z-climate-change/>
- Langmeier, J. Krejčířová, D. (2006). *Vývojová psychologie (2. aktualizované vydání)*. Grada Publishing.
- Lapierre, M. A., & Custer, B. E. (2021). Testing relationships between smartphone engagement, romantic partner communication, and relationship satisfaction. *Mobile Media & Communication*, 9(2), 155–176.
<https://doi.org/10.1177/2050157920935163>
- Lopes, G. S., Sela, Y., Cataldo, Q. F., Shackelford, T. K., & Zeigler-Hill, V. (2017). Sex differences in the performance frequency of online mate retention behaviors. *Personality and Individual Differences*, 114, 82-85.
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.03.065>
- Maclean, J., Al-Saggaf, Y., & Hogg, R. (2020). Instagram photo sharing and its relationships with social rewards and well-being. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(3), 242-250. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/hbe2.207>

- Maclean, J., Al-Saggaf, Y., & Hogg, R. (2022). Instagram Photo Sharing and Its Relationships With Social Connectedness, Loneliness, and Well-Being. *Social Media + Society*, 8(2). <https://doi.org/10.1177/20563051221107650>
- Manson, M. (2017). *Teorie citové vazby. Strategie, kterou jsme si osvojili v raném dětství, formuje naše další vztahy*. Psychologie.cz. <https://psychologie.cz/teorie-citove-vazby/>
- Matějková, E. (2007). *Jak řešit konflikty a problémy v partnerských vztazích*. Grada Publishing.
- McDaniel, B. T., & Coyne, S. M. (2016). “Technoference”: The interference of technology in couple relationships and implications for women’s personal and relational well-being. *Psychology of Popular Media Culture*, 5(1), 85. <https://doi.org/10.1037/ppm0000065>
- Mills, J., Clark, M. S., Ford, T. E., & Johnson, M. (2004). Measurement of communal strength. *Personal relationships*, 11(2), 213-230. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6811.2004.00079.x>
- Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy (2022, leden). *Data o studentech, poprvé zapsaných a absolventech vysokých škol*. <https://www.msmt.cz/vzdelavani/skolstvi-v-cr/statistika-skolstvi/data-o-studentech-poprve-zapsanych-a-absolventech-vysokych>
- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). On the psychology of TikTok use: A first glimpse from empirical findings. *Frontiers in public health*, 9, 641673. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>
- Možný, I. (2017). *Revoluce sexuální*. Sociologická encyklopedie. https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Revoluce_sexu%C3%A1ln%C3%AD
- Murphy, G. C. M., Horne, R. M., Visserman, M. L., & Impett, E. A. (2022). Relationship functioning following a large-scale sacrifice: Perceived partner prosociality buffers attachment insecurity. *Journal of Family Psychology*, 36(6), 986–997. <https://doi.org/10.1037/fam0000994>

- Nečásková, P. (2016). *Kim Kardashianovou přepadli v Paříži. Kanye West kvůli tomu ukončil koncert.* iRozhlas. https://www.irozhlas.cz/zpravy-ze-sveta/kim-kardashianovou-prepadli-v-parizi-kanye-west-kvuli-tomu-ukoncil-koncert_1610040415_
- Newsom, R. (2022). *How Blue Light Affects Sleep.* Sleep foundation. <https://www.sleepfoundation.org/bedroom-environment/blue-light>
- Novotná, K. (2019). *Online nevěra* [Diplomová práce, Univerzita Palackého v Olomouci]. Theses. <https://theses.cz/id/u0tih7/>
- Orosz, G., Benyó, M., Berkes, B., Nikoletti, E., Gál, É., Tóth-Király, I., & Bóthe, B. (2018). The personality, motivational, and need-based background of problematic Tinder use. *Journal of behavioral addictions*, 7(2), 301-316. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.21>
- Park, G., Chen, F., & Cheng, L. (2021). A study on the millennials usage behavior of social network services: Effects of motivation, density, and centrality on continuous intention to use. *Sustainability*, 13(5), 2680. <https://doi.org/10.3390/su13052680>
- Parker, K., & Igielnik, R. (2020, květen). *On the cusp of adulthood and facing an uncertain future: What we know about Gen Z so far.* Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/social-trends/2020/05/14/on-the-cusp-of-adulthood-and-facing-an-uncertain-future-what-we-know-about-gen-z-so-far-2/>
- Pettis, B. T., (2022) The New Laws of Love: Online Dating and the Privatization of Intimacy, *Internet Histories*, 6:4, 473-476, <https://doi.org/10.1080/24701475.2022.2075156>
- Pitáková, H. (2017). *Sourozenecké konstelace a jejich vliv na sexualitu člověka* [Bakalářská práce, Univerzita Karlova]. Digitální úložiště Univerzity Karlovy. <http://hdl.handle.net/20.500.11956/91861>
- Pittman, M., & Reich, B. (2016). Social media and loneliness: Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words. *Computers in Human Behavior*, 62, 155-167. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.084>

- PrakashYadav, G., & Rai, J. (2017). The Generation Z and their social media usage: A review and a research outline. *Global journal of enterprise information system*, 9(2), 110-116. [10.18311/gjeis/2017/15748](https://www.gjeis.com/index.php/GJEIS/article/view/222)
<https://www.gjeis.com/index.php/GJEIS/article/view/222>
- Ray, M. (2022, srpen). *Social network*. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/technology/social-network>
- Righetti, F., Sakaluk, J. K., Faure, R., & Impett, E. A. (2020). The link between sacrifice and relational and personal well-being: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 146(10), 900–921. <https://doi.org/10.1037/bul0000297>
- Rosenberg, M. (2020). *Generational names in the United States*. ThoughtCo. <https://www.thoughtco.com/names-of-generations-1435472>
- Řičan, P. (2004). *Cesta životem*. Portál.
- Sajithra, K., & Patil, R. (2013). Social media–history and components. *Journal of Business and Management*, 7(1), 69-74. https://www.academia.edu/4857659/Social_Media_History_and_Components?from=cover_page
- Sak, P. (2016). Generace, mládež a její výzkum. *Mládež a společnost*, 2. http://www.insoma.cz/Studie%20generace_mladez_a_jeji_vyzkum.pdf
- Seidman, G. (2013). Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations. *Personality and individual differences*, 54(3), 402-407. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2012.10.009>
- Shabahang, R., Aruguete, M. S., Shim, H., & Mokhtari Chirani, B. (2022). Preference of Online Friends Over Face-To-Face Friends: Effect of Interpersonal Fears on Online Relationship Building Preference. *Interpersona: An International Journal on Personal Relationships*, 16(1), 120-135. <https://doi.org/10.5964/ijpr.6711>
- Sheehyová, G. (1999). *Průvodce dospělostí: šance a úskalí druhé poloviny života*. Portál.

- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in human Behavior*, 58, 89-97. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.059>
- Skokánková, K. (2021, prosinec). *10 nejsledovanějších IG účtů v roce 2021*. Clickbait. <https://clickbait.cz/2021/12/29/10-nejsledovanejsich-instagram-uctu-v-roce-2021/>
- Skřivánková, A. (2020). *Sociální sítě jsou pro mozek toxické, prospívá mu spánek a pocit štěstí*. iDNES.cz. https://www.idnes.cz/onadnes/zdravi/mozek-myty-stesti-leva-prava-hemisfera-martin-jan-stransky-pamet.A200727_164944_zdravi_job#space-a
- Státní zdravotní ústav. (n.d.). *Netolismus: závislost na tzv. virtuálních drogách*. Národní zdravotnický informační portál. <https://www.nzip.cz/clanek/259-netolismus>
- Státní zdravotní ústav. (n.d.). *Závislost: co to je?*. Národní zdravotnický informační portál. <https://www.nzip.cz/clanek/320-zavislost-zakladni-informace>
- STEM/MARK (2015). *Češi jsou národ „mamánků“*, ... <https://www.stemmark.cz/cesi-jsou-narod-mamanku/>
- Stories: Share your everyday moments. (n.d.). About Instagram.com. <https://about.instagram.com/features/stories>
- Šmolka, P. (2004). *Muž a žena: Návod na použití*. Portál.
- Šmolka, P. (2010). *Nevěra: Pro podváděné a podvádějící, 2. rozšířené a aktualizované vydání*. Grada Publishing.
- Švarcová, A. (2017, prosinec). *Než přišel Facebook: Stručný průvodce historií sociálních sítí*. Kvalitní internet. <https://www.kvalitni-internet.cz/nez-prisel-facebook-strucny-pruvodce-historii-socialnich-siti>
- Thorová, K. (2015). *Vývojová psychologie*. Portál.
- Tinder. (n.d.). *Tinder Overview*. <https://www.help.tinder.com/hc/en-us/articles/115004647686-Tinder-Overview>

- Toma, C. L., & Choi, M. (2015). The couple who Facebooks together, stays together: Facebook self-presentation and relationship longevity among college-aged dating couples. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(7), 367-372. <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0060>
- Trpková, D. (2019). *Psychologické aspekty Instagramu* [Bakalářská práce, Jihočeská Univerzita v Českých Budějovicích]. Theses. https://theses.cz/id/cincjv/bakalka_BP-2.pdf
- Tůmová, Š. (2012). *Typologie uživatelů: sociální sítě a knihovny*. ProInflow. <https://digilib.phil.muni.cz/cs/handle/11222.digilib/133746>
- Utz, S. (2022, duben). Social media, jealousy, and romantic relationships. PsyArXiv. <https://doi.org/10.31234/osf.io/6we5q>
- Uzel, R. (2017). *Nevěra a co s ní*. Epoque.
- Van den Eijnden, R. J., Lemmens, J. S., & Valkenburg, P. M. (2016). The social media disorder scale. *Computers in human behavior*, 61, 478-487. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.038>
- Vágnerová, M. (2007). *Vývojová psychologie II.: dospělost a stáří*. Karolinum.
- Večerková, Z. (2021). *Status studenta 2021 – do kdy jste student po maturitě?*. Kam po maturitě. cz. <https://www.kampomaturite.cz/kampomaturite/status-studenta-2021-do-kdy-jste-studenty-po-ma>
- Vojtko, J. (2020). *Vztahy a mýty: párová terapie do kapsy*. Paseka.
- Vojtko, J. (2022, červen). Screen time a láska [Video]. *TEDx Talks*. https://www.ted.com/talks/honza_vojtko_screen_time_a_laska
- Vojtko, J. [Psychologie.cz] (2020, září). Když odezní zamilovanost, rozhodne o osudu vašeho vztahu soubor pravidel. Jak je nastavit? [Video]. *YouTube*. https://www.youtube.com/watch?v=Bn59MIm9Qyw&ab_channel=PsychologieCZ

- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative market research: an international journal*, 16(4), 362-369. <https://doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041>
- Wigmore, I. (n.d.). Emoji. TechTarget. <https://www.techtarget.com/whatis/definition/emoji>
- Willerton, J. (2012). *Psychologie mezilidských vztahů*. Grada Publishing.
- Willi, J. (2011). *Psychologie lásky*. Portál. (Původní vydání 2002).
- Zákon č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů* (1998). Česká republika. <https://www.msmt.cz/vyzkum-a-vyvoj-2/zakon-c-111-1998-sb-o-vysokych-skolach>
- Zapletalová, H. (2008). *Žárlivost* [Diplomová práce, Univerzita Palackého]. Theses. <https://theses.cz/id/xjlbdv/597593>
- Závodná, L. S., & Falch, T. (2022). *Sborník příspěvků z kulatého stolu Výuka generace sněhových vloček: Nové metody a výzvy*. V Praze: Vysoká škola ekonomická, Nakladatelství Oeconomica.
- Zydyk, M. (n.d.). *DEFINITION: bulletin board system (BBS)*. TechTarget.com. <https://www.techtarget.com/whatis/definition/bulletin-board-system-BBS>

PŘÍLOHY

Seznam příloh:

1. Abstrakt diplomové práce
2. Abstract of thesis
3. Dotazník

„Příloha 1: Abstrakt diplomové práce“

ABSTRAKT DIPLOMOVÉ PRÁCE

Název práce: Vliv Instagramu na partnerské vztahy u vysokoškolských studentů

Autor práce: Tereza Trčálková

Vedoucí práce: PhDr. Marek Kolařík, Ph.D.

Počet stran a znaků: 67 stran, 129 638 znaků

Počet příloh: 3

Počet titulů použité literatury: 138

Abstrakt: Cílem této bakalářské práce bylo zjistit souvislosti mezi Instagramem a partnerskými vztahy u vysokoškolských studentů. Realizovaný výzkum byl kvantitativní, sběr dat proběhl prostřednictvím online dotazníku, který byl převzatý od autorů Bouffarda a kolektivu z roku 2022 a následně přeložený do českého jazyka. Respondenti byli osloveni na sociálních sítích, jednalo se tedy o nepravděpodobnostní metody výběru. Finální počet respondentů byl 248, z toho 198 žen a 50 mužů ve věku 19–28 let. Byla zjištěna souvislost mezi závislostí na Instagramu a spokojeností v partnerském vztahu. Dále byl nalezen vztah mezi obětováním se ve vztahu a nevěrou. Slabý vztah byl nalezen také u četnosti konfliktů a obětováním se pro partnera. Vztah mezi časem stráveným na Instagramu a četností konfliktu nebyl nalezen. Stejně tak nebyl zjištěn vztah mezi časem na Instagramu a nevěrou. Množství času stráveného na Instagramu ani závislost na Instagramu se mezi pohlavím nelišila. Stejně tak se mezi ženami a muži nelišila tendence obětovat se pro svého partnera.

Klíčová slova: Instagram, partnerské vztahy, mladá dospělost, obětování se, spokojenost ve vztahu

ABSTRACT OF THESIS

Title: The impact of Instagram on college students partner relationship

Author: Tereza Trčálková

Supervisor: PhDr. Marek Kolařík, Ph.D.

Number of pages and characters: 67 pages, 129 638 characters

Number of appendices: 3

Number of references: 138

Abstract: The aim of this Bachelor's thesis was to investigate the association between Instagram and partner relationships among university students. The conducted research was quantitative, data collection was done through an online questionnaire, which was adopted from the authors Bouffard et al. 2022 and then translated into Czech language. Respondents were contacted on social networks, so it was a non-probability sampling method. The final number of respondents was 248, 198 women and 50 men aged 19-28. An association was found between Instagram addiction and partner relationship satisfaction. Furthermore, a relationship was found between sacrifice in the relationship and infidelity. A weak relationship was also found for frequency of conflict and sacrifice for the partner. No relationship was found between time spent on Instagram and frequency of conflict. Similarly, no relationship was found between time on Instagram and infidelity. Neither the amount of time spent on Instagram nor dependence on Instagram differed between genders. Similarly, the tendency to sacrifice for one's partner did not differ between women and men.

Key words: Instagram, partner relationships, young adulthood, sacrifice, relationship satisfaction

„Příloha 3: Dotazník“

1. Pohlaví Žena Muž
2. Uveďte prosím čísla Váš věk _____
3. Jste v partnerském vztahu? Ano Ne
Pokud ano, jak dlouho Váš vztah trvá? _____
Pokud ne, kdy Váš poslední vztah skončil? _____
4. Studujete na VŠ? Ano Ne
5. Na které vysoké škole studujete?
- a) Univerzita Palackého v Olomouci
 - b) Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
 - c) Masarykova Univerzita
 - d) Ostravská Univerzita
 - e) Vysoké technické učení v Brně
 - f) Mendelova Univerzita v Brně
 - g) Veterinární univerzita Brno
 - h) Slezská univerzita
 - i) Vysoká škola Báňská – Technická univerzita v Ostravě
 - j) Univerzita Pardubice
 - k) Univerzita Hradec Králové
 - l) AMBIS
 - m) Vlastní odpověď:
6. Používáte aplikaci IG? Ano Ne
7. Jak často chodíte na IG? pořád – skoro pořád – často – skoro vůbec – nikdy
8. Zznamenejte prosím Vaši IG aktivitu (*otevřete si IG účet na telefonu, přejděte na Vaše aktivita, klikněte na čas*)
Průměrná denní aktivita _____
Čas každý den v týdnu
Po _____ Út _____ Stř _____ Čt _____ Pá _____ So _____ Ne _____
9. Pokud používáte i druhý účet na IG (tzv. finsta), uveďte prosím i čas strávený zde
Průměrná denní aktivita _____
Čas každý den v týdnu
Po _____ Út _____ Stř _____ Čt _____ Pá _____ So _____ Ne _____

Instrukce: Vyberte z odpovědi ano či ne, která na Vás sedí.

„V průběhu uplynulého roku“

10. Stávalo se mi, že jsem se přistihl/a, že nemůžu myslet na nic jiného než na to, kdy zase konečně použiji Instagram.
Ano Ne
11. Cítil/a jsem se opakovaně nespokojený/á, protože jsem chtěl/a strávit na IG více času, než jsem strávil/a.
Ano Ne
12. Cítil/a jsem se často špatně, když jsem nemohl/a použít IG.
Ano Ne
13. Zkoušel/a jsem trávit méně času na IG, ale nevyšlo to.
Ano Ne

14. Zanedbával/a jsem pravidelně své aktivity (sport, jiné záliby) protože jsem chtěl/a trávit více času na IG.
Ano Ne
15. Hádal/a jsem se pravidelně s druhými, kvůli tomu, že trávím hodně času na IG.
Ano Ne
16. Lhal/a jsem pravidelně rodičům nebo kamarádům o svém skutečném času stráveném na IG.
Ano Ne
17. Používal/a jsem často IG, abys unikl/a před špatnými/negativními pocity.
Ano Ne
18. Měl/a si vážný konflikt se sourozenci či s rodiči kvůli používání IG?
Ano Ne

Instrukce: Prosím, zakroužkuj tvrzení, se kterým se ztotožňuješ.

19. Jak často se hádáte se svým partnerem kvůli tomu, že se dívá na IG profil kamaráda/kamarádky.
Vždy _____ Často _____ Někdy _____ Zřídka kdy _____ Nikdy
20. Jak často se hádáte s partnerem kvůli používání IG?
Vždy _____ Často _____ Někdy _____ Zřídka kdy _____ Nikdy
21. Neshodli jste se někdy s partnerem kvůli tomu, že jste zveřejnil/a příspěvek na IG, na kterém jste oba?
Vždy _____ Často _____ Někdy _____ Zřídka kdy _____ Nikdy
22. Neshodli jste se někdy s partnerem kvůli tomu, že on/a zveřejnil/a příspěvek, na kterém jste oba?
Vždy _____ Často _____ Někdy _____ Zřídka kdy _____ Nikdy
23. Jak často se obecně dostáváte do sporu/do konfliktu se svým partnerem?
Vždy _____ Často _____ Někdy _____ Zřídka kdy _____ Nikdy
24. Jak často se hádáte se svým partnerem kvůli přímým zprávám od sledujících či pro sledující? (Pozn. Přímá zpráva=direct message)
Vždy _____ Často _____ Někdy _____ Zřídka kdy _____ Nikdy
25. Jak často se hádáte s partnerem kvůli lajkování příspěvků dalších lidí?
Vždy _____ Často _____ Někdy _____ Zřídka kdy _____ Nikdy
26. Jak často se hádáte s partnerem kvůli sledování příběhů jiných lidí? Pozn. Příběh-Insta Story?
Vždy _____ Často _____ Někdy _____ Zřídka kdy _____ Nikdy
27. Jak často se hádáte se svým partnerem kvůli komentování příspěvků jiných lidí?
Vždy _____ Často _____ Někdy _____ Zřídka kdy _____ Nikdy

Instrukce: Vyberte prosím odpověď

28. Podvedli jste někdy fyzicky partnera/partnerku s někým s kým jste v kontaktu na IG?
Ano Ne
29. Podvedli jste někdy emocionálně partnerku/partnera s někým, s kým jste v kontaktu na IG? (Pozn. nejedná se o nevěru fyzickou).
Ano Ne
30. Zvažovali jste nebo jste toužili někdy podvést svého partnera/partnerku s někým, s kým jste v kontaktu na IG?
Ano Ne

31. Hledali jste díky Instagramu více dalších příležitostí k setkávání se s jinými lidmi?
(Pozn. různé události, koncerty atd.)
Ano Ne
32. Soustředíte se více na své myšlenky/nápady a preference než na svého partnera kvůli IG?
Ano Ne

Instrukce: uveďte, do jaké míry je váš vztah obecně šťastný po všech stránkách.

33. Můj vztah je:
- a) Extrémně nešťastný
 - b) Poměrně nešťastný
 - c) Trochu nešťastný
 - d) Šťastný
 - e) Velmi šťastný
 - f) Extrémně šťastný
 - g) Perfektní

Instrukce: u následujících několika otázek uveďte přibližnou míru shody či neshody mezi vámi a vaším partnerem.

Vysvětlivky:

Vždy se NEshodneme	Skoro vždy se NEshodneme	Často se NEshodneme	Většinou se shodneme	Skoro vždy se shodneme	Vždy se shodneme
0	1	2	3	4	5

34. U každé podotázky prosím zvolte odpověď v rozpětí 0-5:

Množství času stráveného společně

0-1-2-3-4-5

Rozhodování o společných důležitých věcech

0-1-2-3-4-5

Projevování náklonnosti

0-1-2-3-4-5

Vysvětlivky:

Nikdy	Výjimečně	Někdy	Spíše častěji	Většinu času	Vždy
0	1	2	3	4	5

35. U každé podotázky prosím zvolte odpověď v rozpětí 0-5:

Jak často si myslíte, že je vám spolu fajn?

0-1-2-3-4-5

Jak často si přejete, aby Váš vztah nikdy nezačal?

0-1-2-3-4-5

Vysvětlivky:

Vůbec nesouhlasím	Jen částečně souhlasím	Poměrně souhlasím	Z velké části souhlasím	Téměř zcela souhlasím	Zcela souhlasím
0	1	2	3	4	5

35. U každé podotázky prosím zvolte odpověď v rozpětí 0-5:

Stále cítím silné propojení mezi mnou a partnerem

0-1-2-3-4-5

Kdybych měl svůj život prožít znovu, vzal bych si (chodil bych se) stejnou osobu

0-1-2-3-4-5

Náš vztah je silný

0-1-2-3-4-5

Někdy si říkám, zda na mě čeká někdo jiný

0-1-2-3-4-5

Ve vztahu s partnerem jsem šťastný

0-1-2-3-4-5

Náš vztah je vřelý a příjemný

0-1-2-3-4-5

Neumím si představit, že bych se s partnerem rozešel

0-1-2-3-4-5

Mám pocit, že se mohu svému partnerovi s čímkoli svěřit

0-1-2-3-4-5

Poslední dobou mám pochybnosti o našem vztahu

0-1-2-3-4-5

Můj partner je pro mě ideálem pro milostný vztah

0-1-2-3-4-5

Se svým partnerem tvoříme tým

0-1-2-3-4-5

Nedovedu si představit, že by mě jiná osoba dělala tak šťastným jako můj partner

0-1-2-3-4-5

Vysvětlivky:

Vůbec	Trochu	Někdy	Většinou	Téměř vždy	Vždy
0	1	2	3	4	5

36. Vyberte tvrzení, se kterým se ztotožňujete:

Jak obohacující je Váš vztah?

0-1-2-3-4-5

Jak dobře splňuje Váš partner Vaše potřeby?

0-1-2-3-4-5

Do jaké míry splnil Váš vztah očekávání?

0-1-2-3-4-5

Jak jste s Vaším vztahem spokojeni obecně?

0-1-2-3-4-5

37. Jak dobrý je Váš vztah při porovnání s ostatními?

Horší než všechny ostatní __ 2 __ 3 __ 4 __ Lepší než všechny ostatní

Vysvětlivky:

Vůbec	Trochu	Někdy	Většinou	Téměř vždy	Vždy
0	1	2	3	4	5

38. U každé podotázky vyberte možnost

Užíváte si partnerovy společnosti?

0-1-2-3-4-5

Jak často se spolu smějete?

0-1-2-3-4-5

39. Zvolte prosím na škále, ke kterému z výroků se více kloníte:

Nudný 2 3 4 Zajímavý

Špatný 2 3 4 Dobrý

Prázdný 2 3 4 Naplňující

Osamělý 2 3 4 Přátelský

Křehký 2 3 4 Pevný

Odrážející 2 3 4 Nadějný

Skličující 2 3 4 Radostný

Instrukce: přečtěte si následující scénáře a vyberte variantu, ke které se přikláníte.

40. Je pátek večer, Vy a Váš partner jste už třetí pátek doma. Rád/a byste ale šel/šla někam do baru a pobavil/a se s přáteli. Váš partner vypadá ale nerozhodně a raději by zůstal doma. Jak se zachováte?

a) Půjdu ven sám

b) Zůstanu doma s partnerem

41. Je finále důležité sportovní události, na které jste čekal/a dlouho a těšíte se až se podíváte na hru. Hra je skoro u konce. Je to velice napínavé, výsledky jsou těsné. Zbývá posledních 10 minut. Váš partner potřebuje zavést do lékárny pro léky. Není to tak urgentní, ale čím dřív, tím líp. Lékárna zavírá za 15 minut, a tak je nutné vyjet

ihned. Jak se zachováte? (Pozn.: v původním znění se jedná o Super Bowl Sunday (událost roku v USA ve fotbale).

- a) Řeknu partnerovi ať počká a dovezu ho tam další den
- b) Zavezu partnera do lékárny hned

42. Jste doma a zbývá Vám hodina, než půjdete do práce. Měl/a jste opravdu náročný den ve škole a těšíte se, že si před prací odpočínáte. Váš partner bydlí 15 minut od Vás. Rozbilo se mu auto a musí se dostat do práce co nejdříve. Zoufale Vám volá a prosí, zda byste ho zavezli do práce. Pokud však nemůžete, pojedete veřejnou dopravou. Jak se zachováte?

- a) Zůstanu doma a budu odpočívat, partner pojedete veřejnou dopravou
- b) Vyzvednu ho a zavezu ho do práce i když už si sám neodpočinu

43. Je sobota večer. S partnerem se domlouváte, kam vyrazíte na večeři. Dohodnete se, že si dáte pizzu. Vy chcete sýrovou pizzu, protože nemáte rádi jinou. Nicméně Váš partner chce špenátovou pizzu. Tato restaurace nenabízí možnost půlené pizzy. Jak se zachováte?

- a) Objednám sýrovou pizzu
- b) Objednám špenátovou pizzu