

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Katedra managementu

Psychologie internetu
Využívání sociálních sítí v době epidemie
Bakalářská práce

Autor: Filip Černožorský
Studijní obor: im3-p

Vedoucí práce: prof. PhDr. Marek Franěk, CSc., Ph.D.

Hradec Králové

Duben 2022

Prohlášení:

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

V Hradci Králové dne 29.4.2022

Filip Černohorský

Poděkování:

Děkuji vedoucímu bakalářské práce prof. PhDr. Marku Fraňkovi, CSc., Ph.D. za metodické vedení, jeho rady a pomoci při vytvoření této bakalářské práce, facebookové stránce LOTR University memes za poskytnutí zábavy během studia a též mým spolužákům a kolegům, kteří mi byli oporou během studia.

Anotace

Tato práce se zaměřuje na využívání sociálních sítí v době epidemie u studentů.

Práce je rozdělena do dvou částí. První část je teoretická, kde je rozebrán vznik internetu, probrané téma ohledně epidemie, fenomén sociální sítě, nejvyužívanější sociální sítě, výhody a nevýhody těchto medií a generace, které se na nich vyskytují.

Praktická část je věnována samostatnému výzkumu, který byl prováděn pomocí online dotazníku v roce 2022. Byl zaměřen na studenty 15 let a více, jak využívali sociální sítě před a během pandemie, které využívali nejvíce a zda jim média nahradila sociální kontakt. Část dotazníku je také věnována studiu během pandemie. Mnou dosažené výsledky jsou poté zhodnoceny s výsledky z jiných studií.

Klíčová slova: sociální sítě, sociální média, epidemie, studenti, COVID-19, internet

Annotation

The present bachelor thesis focuses on student's use of social networks during epidemic.

The thesis is divided into two parts. The first part is theoretical, discussing origin of the internet, epidemic development, the phenomenon of social networks, the most used social media, the advantages and disadvantages of these media and the generations that are using on them.

The practical part is devoted to the research, which was performed using an online questionnaire in 2022. It focused on students aged 15 years and older, how they used social networks before and during the epidemic, which they used the most and whether the media replaced social contact. Part of the questionnaire is also dedicated to study during the pandemic. My results are then compared with the results of other studies.

Key words: social networks, social media, epidemic, students, COVID-19, internet

Obsah

1	Úvod.....	1
2	Cíl práce.....	2
3	Metodika zpracování.....	1
4	Teoretická část	2
4.1	Internet.....	2
4.1.1	Vznik Internetu.....	2
4.1.2	Internet v ČR.....	4
4.2	Epidemie.....	5
4.2.1	Vznik epidemie	5
4.2.2	Začátek pandemie v ČR	5
4.3	Sociální média.....	6
4.3.1	Princip a využití sociálních medií.....	7
4.3.2	Nejvíce rozšířené sociální sítě	7
4.3.3	Výhody sociálních sítí	12
4.3.4	Nevýhody sociálních sítí	15
4.4	Generace na sociálních sítích.....	16
4.4.1	Důvody využívání sociálních sítí	16
5	Praktická část.....	18
5.1	Shrnutí výsledků.....	19
5.1.1	Rozdělení respondentů na základě pohlaví	19
5.1.2	Věkové zastoupení	20
5.1.3	Momentální studium	21
5.1.4	Využívání sociálních sítí.....	22
5.1.5	Čas strávený na sociálních sítích	23
5.1.6	Využívání sociálních sítí.....	24

5.1.7	Množství času stráveného na soc. sítích během pandemie	25
5.1.8	Sítě, na kterých se trávilo více času	27
5.1.9	Pocit odloučení od přátel, rodiny a známých.....	28
5.1.10	Kompenzace pocit odloučení.....	28
5.1.11	Nahrazení osobního kontaktu s blízkými	29
5.1.12	Sociální sítě využívané ke kontaktu během pandemie.....	30
5.1.13	Nahrazení kontaktu s blízkými	31
5.1.14	Studovaná škola během pandemie.....	31
5.1.15	Kvalita výuky během pandemie	32
5.1.16	Sociální sítě využité ke studiu	32
5.1.17	Výsledky ve škole během pandemie	33
5.1.18	Spokojenost s distanční výukou	34
6	Závěry a doporučení	35
6.1	Porovnání výsledků.....	35
7	Seznam použitých zdrojů	37
8	Seznam Grafů a obrázků.....	38

1 Úvod

Tato bakalářská práce se zaměřuje na využívání sociálních sítí v době pandemie. Jedná se převážně o jejich pozitivní vliv na naše životy v této nelehké době. Toto téma jsem si zvolil z důvodů aktuálnosti daného tématu a mého zájmu o zkoumání skutečnosti, jak moc byly sociální sítě využívány a jak nám pomohli v době epidemie.

Cílem této práce je zjistit, jak se změnilo používání sociálních sítí během epidemie a které sociální sítě byly převážně využívány a jestli se jejich využití změnilo během této doby.

Tato bakalářská práce se bude skládat ze 2 částí. Ta první je teoretická, kde rozeberu některé pojmy jako je internet, sociální sítě a také nastíním průběh epidemie.

V praktické části rozebereme jednotlivé otázky, které jsem položil ve svém dotazníku. Dále je rozeberu a vyhodnotím jejich výsledky, které porovnáám s výzkumy na podobné téma.

2 Cíl práce

Cílem této práce je definovat pojem sociální sítě, zmínit ty, co jsou nejvíce využívané, zohlednit rizika a pozitiva s nimi spojená a následně zmínit generace, která je využívají. Dále vytvořit kvantitativní dotazník mířený na studenty starší 15 let. Na jeho základě zhodnotit, zda sociální sítě pomohly populaci v době izolace způsobené epidemií SARS-COV-2 a zohlednit dopady distanční výuky na studijní výsledky studentů.

3 Metodika zpracování

Cíl této práce je na základě dotazníku zhodnotit, zda studentům pomohli sociální sítě během pandemie, jestli nahradily sociální kontakt, které sítě se převážně využívaly a zda studenti trávili více času na sociálních sítích během pandemie. Další část dotazníku bych rád věnoval studiu během izolace, zda studentům distanční výuka vyhovovala, jestli se jejich výsledky zlepšily, zhoršily nebo nezměnily.

Předpokládám, že nejvyužívanější sítí mezi studenty bude Facebook/Messenger, Instagram, YouTube a MS Teams. Během pandemie předpokládám že bude výrazný nárůst času strávený na sociálních sítích. Předpokládám, že studentům sociální sítě nenahradili kontakt se svými blízkými, ale pomohli jim v kontaktu s nimi. Očekávám, že studium během pandemie většině studentům nevyhovovalo, hlavně z důvodů náhlé změny a přechodu na distanční výuku a postupně ztracení návyků. Předpokládám, že výsledky se u studentů nijak nezměnily.

4 Teoretická část

4.1 Internet

4.1.1 Vznik Internetu

Internet je výsledkem pokročilé počítačové a telekomunikační technologie, vyvíjené posledních 50 let. Počátky internetu začínají ve Spojených Státech amerických, které měli jednu z nejrozvinutější telekomunikační infrastrukturu na světě. Důležitý termín, kterému je třeba porozumět je páteřní síť (back-bone network). Tyto dálkové telekomunikační linky spolu s routery a switchy utvářejí páteř sítě. Jádro (Core) sítě se poté v dnešní době skládá z vlastní národní a mezinárodní páteřní sítě zprostředkovány velkými telekomunikačními společnostmi.

Mezi první páteřní sítě, které byly hrazené vládou USA se nazývaly ARPANET a NSFNET se skládaly z pronajatých linek telekomunikačních společností. ARPANET byl financován agenturou pro pokročilé výzkumné projekty (Advanced Research Projects Agency-ARPA) Ministerstva obrany. ARPA byla zaměřena na vytvoření telekomunikačního standartu, který by mohl být použit pro propojení celosvětového systému vojenských počítačů po celém světě. V roce 1969 ARPA financovala projekt, který spojil počítače na čtyřech místech Západního pobřeží (Kalifornskou univerzitu v Santa Barbaře, UCLA, Stanford a univerzitu Utahu). Páteř této sítě se nazývala ARPA-NET. ARPANET, kterou mohli využívat pouze lidé s vysokou znalostí počítačových technologií. Z tohoto důvodu byl vývoj velice zdoluhavý, průměrně do sítě přibýval 1 počítač během 2-3 týdnů. V roce 1981 bylo v síti 200 zařízení.

S rostoucím počtem zařízení v síti, bylo stále více nepraktické spojovat jednotlivé počítače. Proto vznikly tzv. LAN (Local Area Network) sítě, které se pak pomocí routeru připojily do ARPANETu. Několik spojených LAN sítí se nazývá WAN (Wide Area Network). Tento způsob propojoval jednotlivé sítě, celá tato struktura se poté začala nazývat Internet.

V 80. letech minulého století došlo k několika vývojům, které značně urychlily růst Internetu.

Jedním z nich byla standardizace komunikačních protokolů. Jednalo se o sadu komunikačních standardů, které byly volně dostupné, nazývaly se TCP/IP (popsáno později). Tento komunikační protokol umožňoval připojit jakýkoli počítač do sítě bez ohledu na typ hardwaru, který používal.

Ministerstvo obrany, které kontrolovalo ARPANET, požadovalo, aby se veškerá komunikace v síti řídila protokoly TCP/IP. Tento protokol umožnil spoustě akademických institucí přístup na Internet. ARPA v roce 1971 změnila svůj název na DARPA (Defense Advanced Research Projects Agency). V roce 1993 byl název změněn na ARPA a v roce 1996 zpět na DARPA.

Další zásadní vývoj byl v 80. letech 20. století, kdy byl protokol TCP/IP začleněn do operačního systému UNIX. Tento operační systém se díky nové integraci stal Internetovým standardem až do dnešní doby.

Šíření síťových systémů TCP/IP založených na UNIXu způsobilo výrazný růst sítě. V srpnu roku 1981 bylo v síti 213 zařízení, 4 roky poté v říjnu roku 1985 bylo připojeno už více než 2000 počítačů. Z důvodů podpory ARPANETu armádou, které neměla prostředky ani cíl rozvíjet síť celosvětově, získala hlavní zodpovědnost za tento projekt National Science Foundation prostřednictvím správní a finanční agentury s názvem NSFNET. Od poloviny 80. let do roku 1995 NSFNET podporoval spoustu projektů, které výrazně zrychlily vývoj Internetu.

Mnoho akademických center projevilo zájem připojit se k této síti, proto se NSFNET rozhodl navrhnout celostátní páteřní síť, která by propojovala výzkumná centra, akademické instituce a vládní orgány.

Na tomto projektu začali pracovat společnosti MCI, IBM a MERIT. MCI poskytovala vysokorychlostní linky. IBM vytvořilo switche, které směřovaly provoz napříč servery. MERIT poskytla odborné znalosti pro provoz rozsáhlé sítě.

Výsledek tohoto projektu byl uveden v roce 1987-1988 a velká část ARPANETu byla převedena do sítě NSFNET. V říjnu roku 1990 bylo k Internetu připojeno již 313000 počítačů, z toho 70% pocházelo z USA. ARPANET již nebyl využíván, proto byl jeho provoz v roce 1990 ukončen a veškerý provoz byl převeden na NSFNET.

V roce 1990 bylo zřejmé, že rychlostí, jakou se Internet vyvíjí, bude nutné posílit kapacitu. Proto MCI, IBM a MERIT vytvořily návrh nové sítě, která by pomoci

vysokorychlostních linek umožnila jakémukoliv spoji na páteřní síti posílat data rychlostí 45Mbps. Nezisková firma ANS (Advanced Network and Service, Inc.) byla vytvořena pro správu páteřní sítě. Síť byla nazývána ANSNET, ale byla spíše známá jako NSFNET, protože jakékoliv financování tohoto projektu bylo skrze NSFNET.

Tato nová síť se opět stala velkým hitem, hlavně z důvodu přívětivých internetových služeb, jako je gopher nebo World Wide Web (www). Do roku 1995 se síť rozšířila až na 6,6 milionů počítačů. Z tohoto důvodu byla NSFNET nucena opět zvýšit kapacitu a o poskytování služeb se začali zajímat všichni hlavní poskytovatelé, a protože NSFNET měla zakázána komerční provoz, ukončila svoje působení. Z ANS se stala profitová společnost, kterou odkoupila America Online. [1]

4.1.2 Internet v ČR

13. února roku 1992, byl v ČR poprvé spuštěn internet. První oficiální přístup mělo ČVUT v Praze. Sálový počítač na univerzitě v Praze od firmy IBM, byl nainstalován již v roce 1991.

Vláda zahájila projekt s názvem FERNET (Federal Education and Research Network), později byl název změněn na FESNET. Po rozpadu ČSFR se přejmenoval na CESNET (Czech Education and Research Network). [2]

CESNET se oficiálně spustil roku 1993, funguje dodnes, ale ve značně vylepšené a rozšířené podobě. Tato síť spojuje veškeré univerzity v tuzemsku. V roce 1995 byla zavedena nová doména s příponou .cz. 1996 se spustil internetový portál seznam.cz. Roku 1998 vznikl Google a v ČR se také objevila první podoba internetového bankovníctví, kterou nabídla banka Expandia Banka. V roce 2002 byla spuštěna v Čechách spuštěna česká verze encyklopedie Wikipedia a do povědomí se dostává technologie wi-fi, které umožňuje uživatelům bezdrátový přístup k internetu. Roku 2006 vznikla sociální síť Facebook rok na to YouTube a rok poté Twitter. V roce 2010, podle ČSÚ překročil podíl domácností, které mají přístup k internetu 50 %. Roku 2012 se začala rozšiřovat mobilní technologie LTE, která nabízela rychlost připojení až 60 Mb/s. [3]

4.2 Epidemie

4.2.1 Vznik epidemie

V prosinci roku 2019 se v Číně ve městě Wuhan objevilo hlášení o propuknutí zápalu plic neznámého původu. Tyto případy byly spojeny s trhem s mořskými plody. Tento vir vedl k izolaci nového respiračního viru, jehož analýza ukázala, že se jedná o nový druh koronaviru související se SARS-CoV, a byl pojmenován jako koronavirus těžkého akutního respiračního syndromu 2 (SARS-CoV-2). Globální šíření tohoto onemocnění vedly Světovou zdravotnickou organizaci k vyhlášení epidemie dne 12. března 2020. K dnešnímu dni za tuto epidemii zaplatil celý svět vysokou daň, ať už jde o ztráty na životech nebo ekonomické dopady. [4]

4.2.2 Začátek pandemie v ČR

V březnu roku 2020 se Evropa začala stávat epicentrem pandemie. Česká republika postupně od 10. do 16. března začala přijímat silná restriktivní opatření, počínaje uzavřením škol, obchodů, restaurací, zakázáním sportovních, kulturních a dalších činností až po omezení volného pohybu osob. 19. března vláda ČR vyhlásila povinnost nosit roušky mimo své bydliště.

Tyto opatření byla pro tehdejší způsob života velice silná a byla přijata téměř všemi zeměmi v Evropě v podobném nebo stejném provedení a masivnímu propuknutí pandemie byla zamezeno.

Dne 19. března byly všechny osoby povinny nosit roušku mimo svůj domov (Vláda ČR, 2020). Ta to opatření byla v té době v Evropě neobvykle silná, i když byla později přijata i v některých dalších evropských zemích. Opatření však byla úspěšná (ve srovnání s ostatními evropskými zeměmi byl v ČR podíl nakažených a úmrtí nižší) a bylo zabráněno masivnímu propuknutí nemoci. Po první etapě, kdy vláda přijala omezující opatření na 3 týdny, ho o další 3 prodloužila. V tu dobu se nacházelo v české republice 3000 infikovaných a 29 úmrtí.

Během pandemie dominovala perspektiva zdravotního rizika související s ochrannými opatřeními na zranitelnější část populace. Za nejzranitelnější byly považováni lidé, kteří trpěli chronickými nemocemi nebo lidé staršího věku 65+. [5]

11. května došlo k znovuotevření nákupních center a zahrádek restaurací a následně o 14 dní později k otevření vnitřních prostorů restaurací. 5. června uvedl Andrej Babiš, že už nadále nebudou nutná plošná opatření až do příchodu druhé vlny. 19. srpna doporučil ministr zdravotnictví Adam Vojtěch opětovné nošení roušek ve vnitřních prostorech, vláda ale od tohoto záměru ustoupila. 8. září Světová zdravotnická organizace upozornila na zhoršující se situaci ohledně šíření viru v ČR, vláda však odmítla opatření zpřísnovat. 14. října došlo opět k uzavření škol a restaurací a hromadných akcí, zároveň došlo k rychlému nárůstu infikovaných lidí (139344 případů). V následujících 8 dnech došlo k uzavření obchodů a služeb. Začátkem prosince z důvodu blížících se Vánoc byly opět otevřeny restaurace a obchody, které se opět 27. prosince zavřely. Začátkem roku 2021 v únoru v ČR překročil počet nakažených 1 milion. Koncem února vláda vyhlásila nouzový stav na 30 dní a došlo k omezení pohybu osob. Začátkem března odstartovala kampaň pro očkování pro lidi nad 70 let. K datu 1. března byl nařízen zákaz opouštění okresů s výjimkou návštěvy lékaře, pracovních důvodů nebo cesty na úřad. 26. března byl prodloužen nouzový stav i uzavření okresů přes velikonoční svátky. 24. dubna se v Česku objevila indická mutace označovaná jako Delta. 4. června se situace opět uklidnila a došlo k nejmenšímu přírůstku od loňského srpna. 20. října se schvaluje zákon, že navštěvování restaurací bude povoleno pouze lidem, kteří se prokážou certifikátem o očkování. 26. 12. 2021 byl ukončen nouzový stav a vláda již nepožádala o jeho prodloužení. V lednu roku 2022 začala převažovat v ČR varianta Omikron, která byla zjištěna u více jak poloviny případů. 10. února končí povinnost prokazovat se covidovým certifikátem. [6]

4.3 Sociální média

Skoro každý uživatel internetu v dnešní době zná tento pojem. Toto slovní spojení je staré pouze 10 let, ale i tak zasáhlo téměř všechny sociální i společenské třídy.

Tato technologie umožňuje všem uživatelům, kteří se momentálně nacházejí na určité sociální síti publikovat, upravovat a tvořit obsah, který je posléze sdílen mezi ostatními uživateli této sítě. Jedná se o souhrn blogů, fór, sociálních sítí. Pomocí

webových technologií vytvářejí sociální média vysoce interaktivní platformu tím, že spojují jednotlivé uživatele a tím vytváří nové skupiny a společenství.

Jednotlivá sociální média jsou rozdělena i na základě toho, k čemu je jejich používání určeno. Například Instagram, který je zaměřen převážně pro velké masy lidí pro sdílení videí a fotografií, LinkedIn primárně cílí na vytvoření svého profesního profilu, který může sloužit posléze pro nalezení práce. [7]

4.3.1 Princip a využití sociálních medií

Sociální media jsou v dnešní době nedílnou součástí téměř každého z nás. Spousta lidí si v dnešní době nedokáže představit život bez toho, aniž by měla přístup k těmto mediím. Pomocí sociálních medií můžeme především komunikovat s ostatními uživateli a udržovat s nimi neustálý kontakt, může ale také sloužit jako nástroj, pomocí kterého se můžeme realizovat vytvářením vlastního obsahu (tvorba videí, fotografií), reklamní plocha pro propagaci produktu a služeb firmy nebo pro zábavu v podobě sledování videí, poslechu hudby apod.

4.3.2 Nejvíce rozšířené sociální sítě

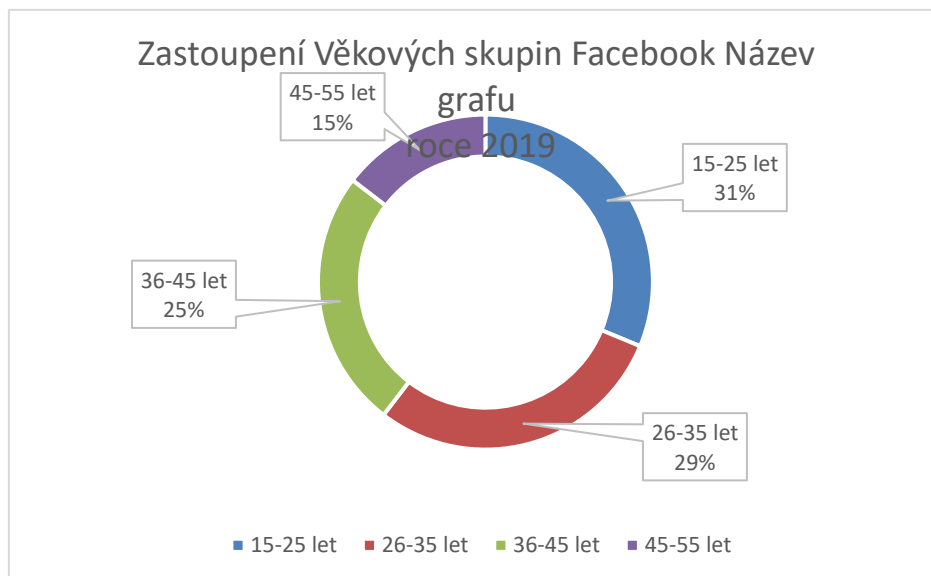
V České republice se nejvíce využíván Facebook, který měl v roce 2019 5,3 milionů uživatelů, na druhém místě se umístil Instagram, který zaznamenal 2,2 milionů uživatelů a 3. příčku obsadil LinkedIn s 1,6 miliony uživatelů. [8]

4.3.2.1 Facebook

„Samotný název Facebook vznikl podle letáček zvaných „Facebooks“, které dostávají studenti prvních ročníků na univerzitách ve Spojených státech. Vznik a historie Facebooku.“ [9]

Tyto letáky měly převážně seznamovací funkci, využívané studenty prvních ročníků, pro vytváření nových sociálních vztahů.

V ČR za rok 2019 tuto platformu používá 5,3 milionů lidí z toho 2,6 milionů mužů a 2,7 milionů žen.



Graf 1: Zastoupení věkových skupin Facebook

Zdroj (KLEMENT, Vítězslav. SOCIÁLNÍ MÉDIA V ROCE 2020: Přehled zásadních trendů na sociálních sítích pro brandovou komunikaci. H1.cz [online]. Praha: Group M, 2020 [cit. 2022-04-03]. Dostupné z: <https://www.h1.cz/upload/680-social-trendy-2020-groupm.pdf>

Facebook vznikl na Harvardské univerzitě, tuto sociální síť spustil 4. února 2004 jeden z bývalých studentů Marek Zuckerberk. Nyní tato platforma čítá něco kolem 2,5 miliardy uživatelů.

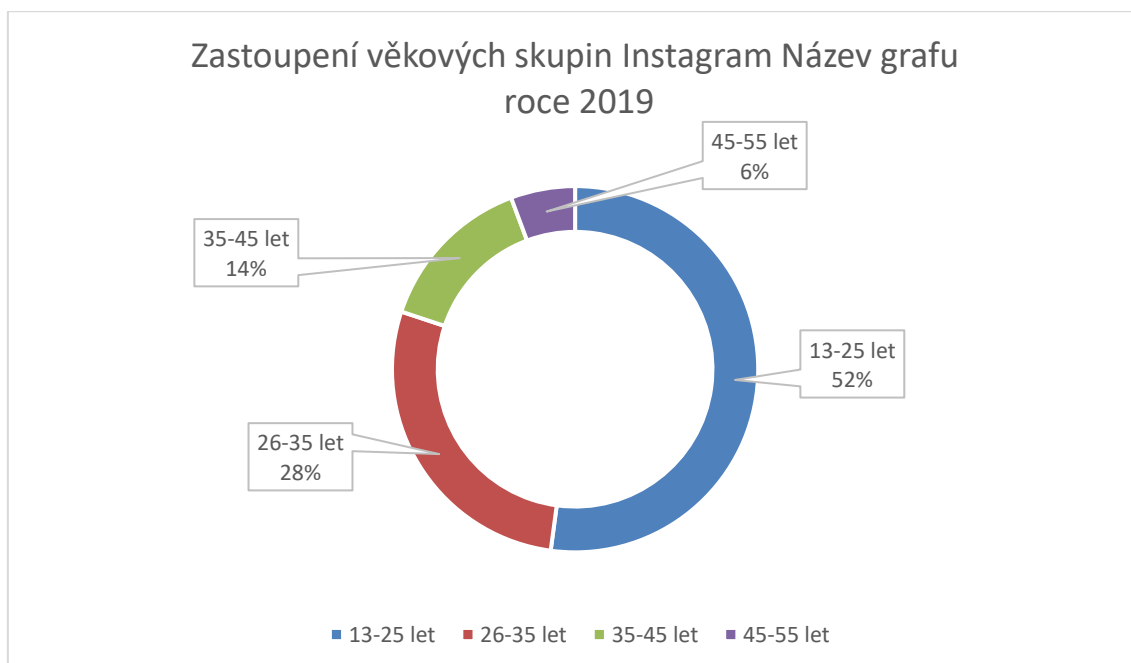
Tato platforma se využívá převážně k chatování a v ČR má největší zastoupení ve využívání uživateli. Na tuto sociální síť lze přidávat obsah pomocí příspěvků, které mohou obsahovat fotografie a videa. Poté je tu možnost vytváření skupin, které mohou seskupit několik lidí se stejnými zájmy či názory. Stránky, které slouží pro vytváření obsahu různého druhu (naučné, zábavné, propagační apod.) a události, kde můžeme informovat vybrané uživatele o konání akcí, která by je mohly zajímat. Dále po vzoru Instagramu přidali možnost tzv. příběhů (fotografie/video, které po 24 hodinách zmizí). Facebook umožňuje i placenou propagaci své stránky, kde pomocí Business Manageru se dá nastavit poměrně specifické atributy pro cílení vaší reklamy, včetně vynaložených prostředků a zobrazování konkrétním uživatelům.

4.3.2.2 Instagram

Tato síť byla spuštěna v říjnu roku 2010 Kevinem Systromem a Mikem Kriegerem. Později roku 2012 Instagram odkoupil majitel Facebooku Mark Zuckerberg. [10]

Platforma je využívána jak pro osobní účely, dalo by se říct, že slouží jako digitální fotoalbum, kde uživatelé mohou sdílet své vzpomínky pomocí fotografií a videí. Dá se též využít pro propagaci různých firem a společností, kde mohou zveřejňovat fotografie svých produktů a služeb, které nabízejí. V posledních několika letech si tuto platformu též oblíbili influenceři, kteří pomocí této platformy komunikují se svými fanoušky, propagují zboží nebo služby, svoje nebo firmy, která je požádá o spolupráci.

Momentální počet uživatelů na Instagramu v ČR za rok 2019 je 2,2 milionů uživatelů z toho 970 000 mužů a 1 200 000 žen. [8]



Graf 2: Zastoupení věkových skupin Instagram

Zdroj (KLEMENT, Vítězslav. SOCIÁLNÍ MÉDIA V ROCE 2020: Přehled zásadních trendů na sociálních sítích pro brandovou komunikaci. H1.cz [online]. Praha: Group M, 2020 [cit. 2022-04-03]. Dostupné z: <https://www.h1.cz/upload/680-social-trendy-2020-groupm.pdf>

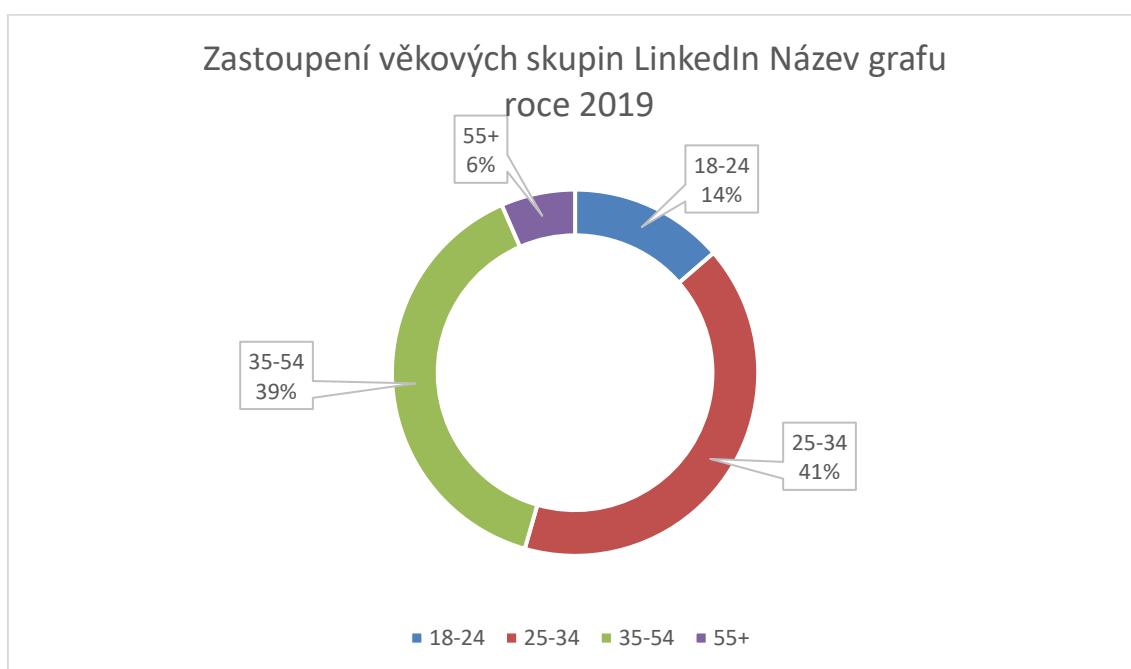
4.3.2.3 LinkedIn

Síť vlastněná nyní už Microsoftem, který ji v roce 2016 odkoupil byla založena v prosinci roku 2002 Reidem Hoffmanem a Konstantinem Guerickem. Jedná se o jednu z nejvíce využívaných sítí v oblasti hledání pracovních příležitostí. [11]

Tato sociální síť funguje na podobném principu jako Facebook, může si zde kdokoliv založit profil. Obsah profilu je však jiný, LinkedIn se využívá převážně pro pracovní sféru, kde si na svém profilu můžete vypracovat CV, kde uvedete všechny své dovednosti, vzdělání, předchozí zkušenosti a profese, které byste eventuelně mohli vykonávat.

K této platformě můžete přistupovat jak pasivně tak i aktivně. Pasivně, čekáte, kdy vás firma kontaktuje s nabídkou práce, která by mohla být pro vás zajímavá a splňujete požadavky na její vykonávání. Aktivně, hledáte různé nabídky práce a kontaktujete jednotlivé firmy, se zájmem o nabízená pracovní místa.

LinkedIn má momentálně 690 milionů členů a v ČR za rok 2019 1,6 milionů. [8]



Graf 3: Zastoupení věkových skupin LinkedIn

Zdroj (KLEMENT, Vítězslav. SOCIÁLNÍ MÉDIA V ROCE 2020: Přehled zásadních trendů na sociálních sítích pro brandovou komunikaci. H1.cz [online]. Praha: Group M, 2020 [cit. 2022-04-03]. Dostupné z: <https://www.h1.cz/upload/680-social-trendy-2020-groupm.pdf>)

4.3.2.4 Microsoft Teams

Aplikace byla vytvořena v listopadu roku 2016 společností Microsoft. Jedná se o nástupce Skype for Business, kterému skončila koncem roku 2021 podpora. Uživatelé jsou umístěni v určitých organizacích, kde spolu mohou chatovat, volat, sdílet soubory a spolupracovat na nich. Využívá se jak v rámci firem, tak i ve školství, a to hlavně během pandemie, kdy byla veškerá výuka realizována online formou. Hlavní výhodou MS Teams je ta, že se můžete sejít až s 250 lidmi. V rámci schůzek dále také můžete tvořit týmy, pro lepší správu vaší organizace. Tato aplikace je také obohacena o spoustu dalších aplikací, které Microsoft nabízí, jako jsou například kancelářské balíčky Office 365 (Word, Excel, Powerpoint atd.).

Služba je placená, lze ji využívat i zdarma, ale pouze s omezenými funkcemi.

4.3.2.5 Twitter

Twitter byl založen roku 2006 Jackem Dorseyem. Komunikace zde probíhá pomocí tzv. „tweetů“, což je krátká zpráva, která může mít maximálně 280 znaků. Uživatel má možnost sdílet i fotografie či videa. Začátkem roku 2022, koupil Elon Musk za 2,9 miliard dolarů 9,2 % akcií Twitteru, čímž se z něho stal největší akcionář této společnosti. [12]

Momentálně tato platforma čítá 186 milionů uživatelů a za rok 2019 v ČR měla 389 tisíc uživatelů. [13]

4.3.2.6 TikTok

Tato platforma byla vytvořena čínskou společností ByteDance v září roku 2016. Momentálně se na této síti vyskytuje 850 milionů uživatelů, z toho 1,1 milionů jsou uživatelé z ČR. [14]

Tato internetová aplikace umožňuje uživatelům vytvářet krátká videa, slouží převážně pro vkládání zábavného obsahu, ale lze zde nalézt také propagační a vzdělávací obsah.

4.3.2.7 YouTube

Tato platforma byla vyvinuta v únoru roku 2005 zaměstnanci PayPalu Cjadem Hurleyem, Stevem Chenem a Jawedem Karim. V listopadu roku 2006 byla

odkoupena společností Google, která se až do současnosti stará o správu této aplikace. Momentálně tato platforma čítá 2 miliardy uživatelů a v ČR tuto platformu využívá 5,64 milionů lidí. [15]

Na této síti, můžete nalézt hudbu, filmy a různá videa všeho druhu (zábava, edukativní, propagační apod.). Každý uživatel zde může přidávat bezplatně videa, pokud splňují podmínky stanovené YouTube. Videa můžete přidávat jak veřejná, tak i pro vaše vlastní účely. YouTube je plně propojený s vaším Google účtem. Pro někoho, může být YouTube jako zdroj příjmů, kde vytvářením obsahu a následným vkládáním reklam, můžou tvůrci monetizovat svoji tvorbu. Tento způsob je poslední dobou stále těžší, to hlavně z důvodu přísných pravidel pro monetizovatelný obsah. Porušením těchto pravidel, může dojít k demonetizaci obsahu nebo jeho úplné vymazání.

Platforma též nabízí Premium, kde za měsíční poplatek 199 Kč máte zpřístupněny všechny videa bez jakýchkoli reklam, přehrávání i se zamčenou obrazovkou, prémiový obsah (filmy, videa) a YouTube music, kde můžete poslouchat hudbu.

4.3.3 Výhody sociálních sítí

4.3.3.1 Interakce s přáteli a rodinou

Mezi hlavní cíle sociálních sítí je interakce mezi jeho uživateli. Pomáhají upevňovat vztahy prostřednictvím sdílení fotografií, videí a důležitých životních událostí. Dále mají také funkci rozdělování jedinců do skupin se stejnými zájmy a podobným smýšlením, kde si může uživatel najít i nové přátele.

Sociální sítě se také staly běžným nástrojem pro komunikaci v rodinách. Studie společností Sponcil a Gitimu ukázala, že 91,7% studentů používá sociální sítě pro kontakt se svými rodinnými příslušníky a přáteli. Z toho 50% používá k tomuto účelu sítě každý den a zbylých 40% několikrát do týdne. Williams a Marten, uvedli, že používá sociálních sítí každý den upevňuje vztahy. Toto má zejména velký vliv v současné době, v souvislosti s globalizací a rostoucí migrací. Komunikace v nadnárodním měřítku s lidmi, kteří opustili svoje blízké je velmi důležitá. [16]

4.3.3.2 Romantika a flirtování

Několik studií naznačuje, že sítě významně ovlivňují romantické aspekty našich životů. Komunikační technologie výrazně pomáhají k vytváření našich vztahů. Můžou razantně pomoci k formování milostného vztahu z dlouhodobého hlediska, hlavně pokud jste s vaším partnerem nebo partnerkou na delší dobu odloučení. Sociální sítě mají značnou výhodu pro introverty, kteří by se jinak osobnímu kontaktu vyhýbali a komunikovali méně. V několika ohledech je randění online lepší, dává podobný pocit jako naživo a člověk se tak vyvaruje zbytečného nepohodlí. Odmítnutí prostřednictvím sociálních sítí je méně bolestivé a uživatelé se nemusí starat o svůj fyzický vzhled při online konverzaci. [16]

4.3.3.3 Interakce se společnostmi

Odhaduje se, že téměř všechny větší firmy mají na některé ze sociálních platforem své zastoupení. Sociální sítě využívají zejména pro komunikaci se zákazníkem, prezentování svých produktů, shromažďování informací, získání zpětné vazby od svých i potenciálních zákazníků, propagaci svých produktů nebo služeb a poskytování poprodejních služeb. Hlavním důvodem existence společností na sociálních sítích je ten, že firmám poskytuje obousměrnou komunikaci s jejich zákazníky. Některé studie však naznačují, že to, co zákazník hledá, se často odlišuje od toho, co firmy nabízejí. Zákazník se zajímá hlavně o rychlou komunikaci se společnostmi. Z obchodního hlediska, se firmy snaží ujistit, že zákazník dostane relevantní informace včas, spojí zákazníka s jejich produkty a službami a zároveň kontrolují tok informací. [16]

4.3.3.4 Hledání práce

Dalším způsobem, jak využít sociální sítě je pro nabídky práce. Drtivá většina společností ze žebříčku Fortuna500 využívá LinkedIn k získávání nových zákazníků. Sociální síť LinkedIn měla v roce 2020 přes 660 milionů uživatelů, tato platforma je pro společnosti velice důležitá pro hledání nových sil. Povaha této sítě umožňuje společnostem cílit na určité uživatele s klasifikací, kterou mají uvedenou ve svém životopisu. Společnosti je využívají pro jejich nalákání na nové pracovní příležitosti. Uživatelé většinou zastávají pasivní nebo polo pasivní roli. Výhody LinkedInu jsou

zejména v nízké časové náročnosti, kde se firma nemusí zabývat prvotním pohovorem, aby zjistila schopnosti jednotlivých kandidátů, proto platforma poskytne firmám užší výběr vhodných zaměstnanců na specifické pozice. LinkedIn nabádá své uživatele, aby vyplňovali relevantní a skutečné schopnosti, které mohou prezentovat a aby své profily doplnili o pochvaly a doporučení od svých bývalých i stálých zaměstnanců. Firmy také využívají sociální sítě jako je např. Facebook a Instagram pro zveřejňování nabídek práce, kde se uživatel musí už aktivně podílet. [16]

4.3.3.5 Podnikání

Sociální sítě mají v dnešní době velký vliv na podnikání a na to jakým způsobem zákazník (klient) přistupuje k firmám (podnikatelům) a naopak. Kromě toho, že sociální sítě slouží zákazníkům k porozumění a informovanosti o dané společnosti a jejich produktech a službách, pro firmy poskytuje nástroj pro konkurenceschopnost. Poskytovatelé těchto sítí vytvořili pro firmy možnosti, jak komunikovat a přistupovat novými způsoby k zákazníkovi. Firmy mohou zákazníky aktivně využívat a povzbuzovat je k hájení svých značek, toto je jedna z klíčových vlastností, zákazníci mohou vytvářet komunity, které značce přidávají hodnotu a prestiž, tím pádem podporují prodávání daného produktu. Společnost zapojením zákazníků vytváří perfektní příležitost pro komunikaci s nimi a pomocí pozitivních recenzí připoutat klienta ke své značce. Tímto elektronickým předáváním informací, může pomoci ostatním zákazníkům při rozhodování pro jakou značku produktu se rozhodnout. Tato skutečnost je důležitá vzhledem k tomu, že zákazník se primárně rozhoduje na doporučení ostatních uživatelů a informací poskytnutých od nich. [16]

4.3.3.6 Obsah

Na sociálních sítích se nachází velké množství rozličného obsahu, kde si každý uživatel přijde na své. Díky velkému a snadno dohledatelnému obsahu na sociálních sítích, má uživatel možnost rychleji se dostat k obsahu, který ho zajímá a dopomáhá mu ke kontaktu s lidmi, kteří se zajímají o stejně odvětví jako on.

4.3.3.7 Informovanost

Na sociálních sítích denně narazíme na spoustu novinek zprostředkované až už jednotlivými zpravodajskými kanály tak samotnými uživateli platformy. Tímto způsobem máme rychlý a bezprostřední přístup k novinkám. Sociální sítě postupně nahradily tištěnou formu (noviny, zpravodaje apod.).

4.3.4 Nevýhody sociálních sítí

4.3.4.1 Fake-news

Mezi jedny z hlavních nevýhod sociálních sítí je, že obsah na nich sdílený nebo přímo nacházející se, může být nepravdivý, zavádějící nebo vyloženě lživé. To má za následek, šíření poplašných zpráv nebo dezinformací, které mohou člověku způsobit deprese, strach a úzkosti a to jak u lidí s i bez psychických poruch. Následně dochází k vytváření „sociálních bublin“ a zamezí pak člověku přístup k pravdivým nebo dokázaným informacím. Během pandemie se tyto zprávy hojně šířily a zpochybňovaly nebezpečnost covidu, či vyvracely jeho existenci. [17]

4.3.4.2 Sociální bubliny

Další z velkých překážek sociálních medií je vytváření sociálních bublin, o kterých jsem se zmínil v předešlém bodě. V zásadě se jedná o to, že pomocí algoritmu, který vyhodnocuje, co daný uživatel vyhledává, na co reaguje či co sleduje, se automaticky předpovídají jeho další preference. Tak se vytvoří smyčka podobného obsahu a uživateli částečně může zamezit přístup k jiným informacím pro porovnání pravdy nebo korektnosti informací, které on vidí. Tento koncept se vztahuje vesměs na veškerý obsah, který je konzultován na dané síti. [17]

4.3.4.3 Kyberšikana

Kyberšikana je v poslední době velmi rozšířená zejména mezi mladší generací. Zapojení do kyberšikany, může nabývat různé formy: viktimizace kyberšikany nebo být jejím příjemcem, páchání kyberšikany a iniciování negativní elektronické komunikace. Vzhledem k tomu že nám sociální sítě dávají možnost okamžité zpětné reakce v online interakcích, oběti se často mstí, a tak se z nich

stávají pachatelé. Též mohou přihlížející neúmyslně reagovat způsoby, které si oběť může vyložit jako šikanu. Hranice mezi obětí a pachatelem se mohou pomocí sociálních sítí značně rozostřit, a to hlavně z důvodu, že pomocí funkcí jako je „lajkování“ a „sdílení“ umožní se snadný přechod mezi těmito rolemi. [18]

4.4 Generace na sociálních sítích

Jako první je důležité si specifikovat, které generace se nacházejí na sociálních sítích jako takových. Generace Z (věk 13-17 let), Mileniálové (18-34), Generace X (34-54) a generace Baby boomers (55+).

Ačkoliv první 3 generace jsou dominantnější v používání sociálních sítí a platform, které navštěvují se liší na závislosti na tom, jaký obsah vyhledávají. Manifest prováděl výzkum na 627 uživatelích sociálních medií z USA, aby porozuměl, jaké sociální sítě a k čemu je jednotlivé generace využívají. Více než 80 % z každé generace využívají sociální media každý den, z čehož se stávají sociální média součástí jejich každodenního života.

Generace Z (79 %) a Mileniálové (79 %) využívají sociální sítě i několikrát denně, u Mileniálů je větší pravděpodobnost, že svůj čas rozdělí mezi více platform, zatímco Generace Z tráví většinu času na méně platformách. Jejich nejoblíbenějším obsahem zůstávají obrázky. Téměř $\frac{3}{4}$ všech generací až na Baby boomers (52 %) preferují zveřejňování obrázků na sociálních sítích.

Popularita Facebooku napříč mladšími generacemi je silně na ústupu z Generace Z používá tuto platformu pouze 36 % alespoň jednou týdně, zatímco u Mileniálů je to 87 %, Generace X 90 % a 96 % u Baby boomers. [20]

4.4.1 Důvody využívání sociálních sítí

Téměř 80 % všech generací využívají sociální média aspoň jednou denně, jedním z důvodů je snadný přístup k mobilním zařízením a k internetu. Sociální média jsou skvělým nástrojem k snadnému a rychlému přístupu, jak se dostat do kontaktu s lidmi, sledovat aktuální světové dění a mít informace o kultuře a událostech.

To, co lidé budou očekávat od času stráveným online, může budovat jejich zvyky na sociálních sítích. Lidé používají různě platformy z různých důvodů jako například:

1. Kontakt s přáteli a rodinou
2. Hledání řešení problému nebo informací
3. Hledání nápadů nebo inspirací
4. Zábava
5. Podpora profesní
6. Rozšiřování profesní sítě
7. Vzdělávání

V konečném důsledku jsou návyky lidí na sociálních sítích utvářeny podle jejich zájmů a preferencí, které jsou ovlivněny jejich věkem a generací, ne vždy tomu tak je.

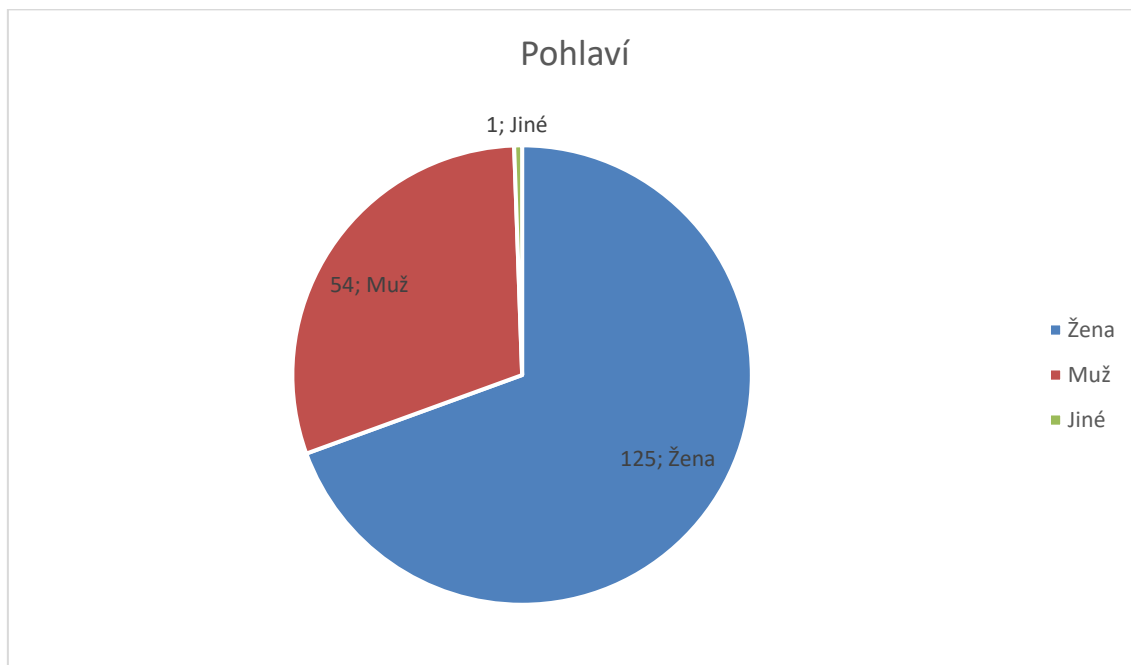
K čemu jednotlivé generace využívají sociální sítě není o zobecňování generačních zvyků, ale spíše o smýšlení jedinců, v jakých situacích se momentálně v životě nacházejí a co čekají od své zkušenosti se sociálními sítěmi. [20]

5 Praktická část

Praktická část byla vytvořena na základě online dotazníku. Šetření probíhalo mezi studenty, dotazník jsem rozesílal prostřednictvím Facebooku, kde jsem ho umístil do skupin studentů z UHK. Dotazník byl mnou vytvořen a zpracován. Odpovědělo 180 lidí.

5.1 Shrnutí výsledků

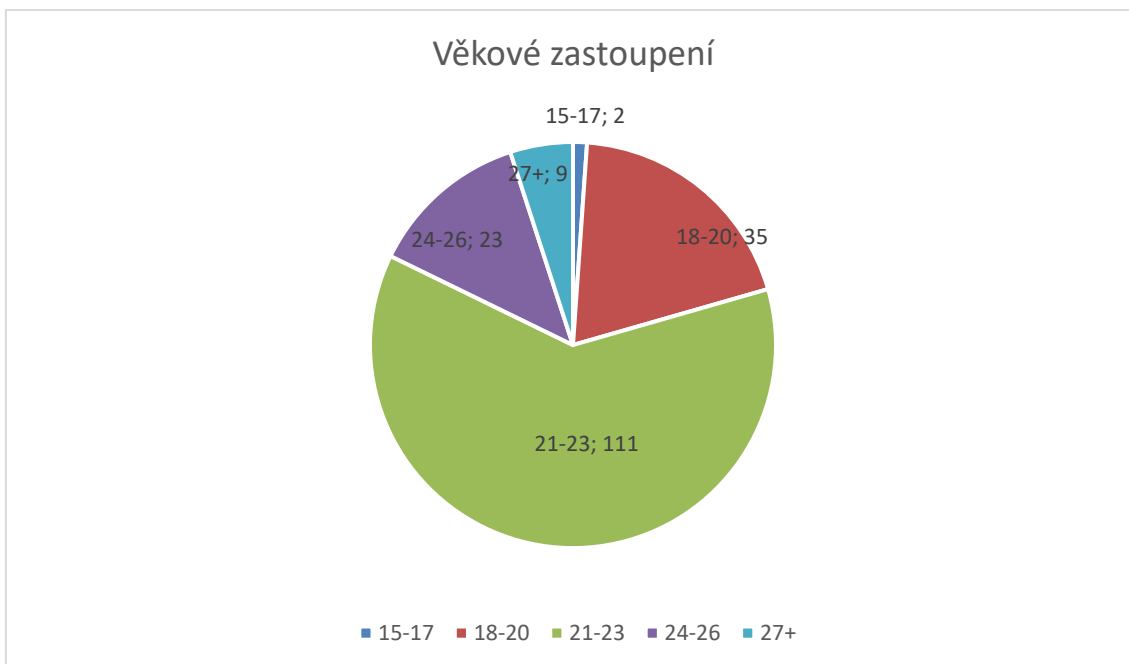
5.1.1 Rozdělení respondentů na základě pohlaví



Graf 4: Rozdělení respondentů na základě pohlaví
Zdroj: vlastní zpracování

Na základě mého dotazníkového šetření jsem zjistil, že většina respondentů byly ženy v zastoupení 69,4 %, dále muži, kteří měli zastoupení 30 % a poté ostatní, kteří byli v zastoupení 0,6 %.

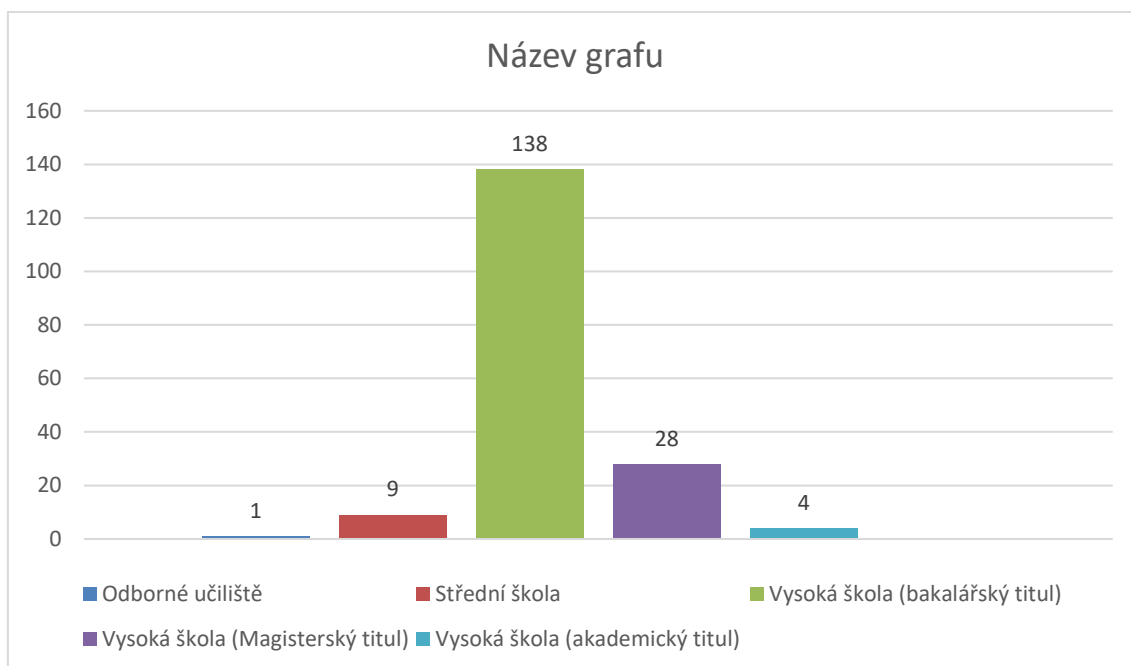
5.1.2 Věkové zastoupení



*Graf 5: Věkové zastoupení
Zdroj: vlastní zpracování*

Věkové zastoupení v odpovědích mého dotazníku, byli nejvíce studenti ve věkovém rozmezí 21-23 let, kteří měli zastoupení v 61,7 %. Dále lidé ve věkovém rozmezí 18-20, kteří zastupovali 19,4 %. 24-26 obsahovali 12,8 % z celkového počtu. Starší 27 let zastávali 5 % a v poslední řadě 15-17 1,1 %.

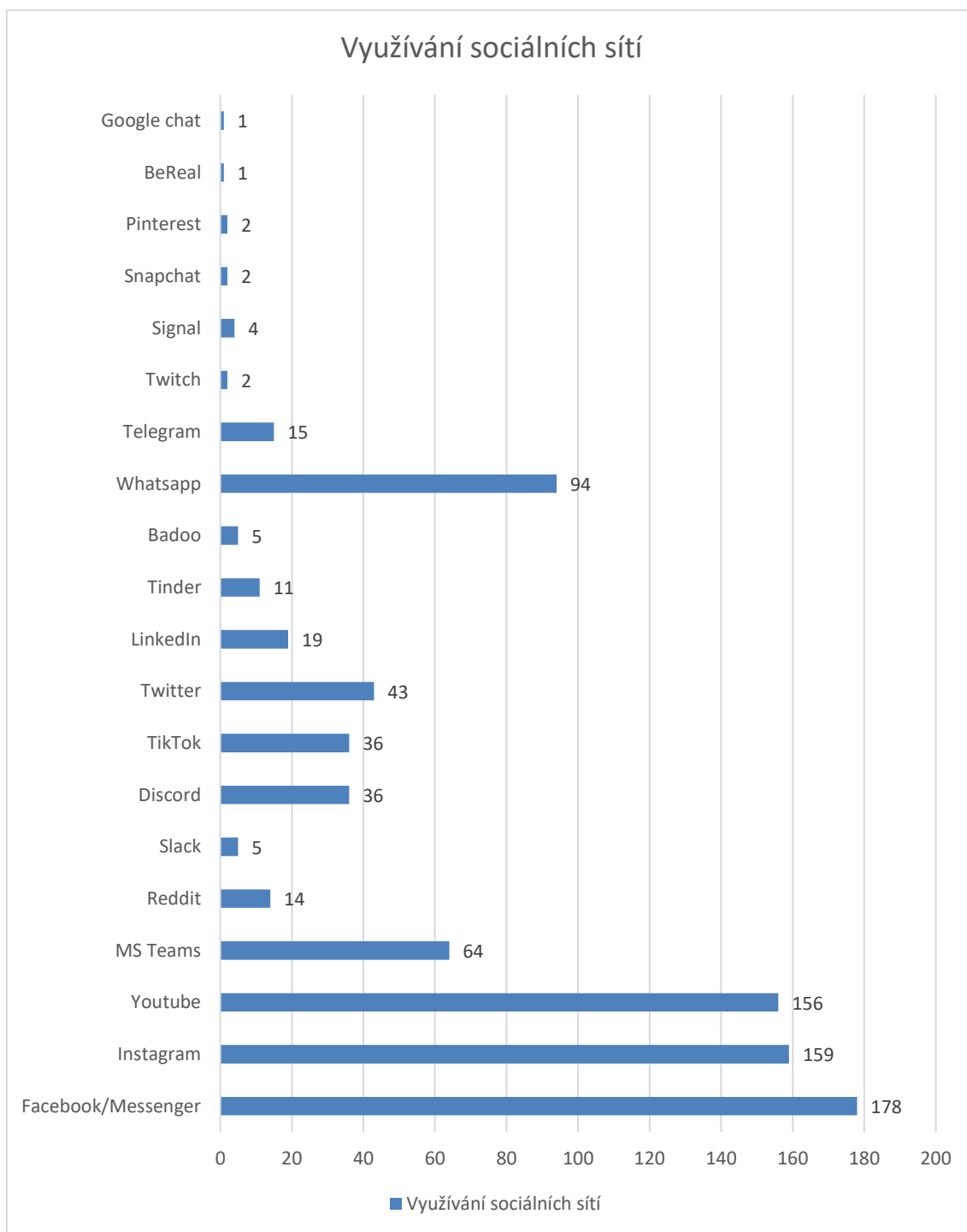
5.1.3 Momentální studium



*Graf 6: Momentální studium
Zdroj: vlastní zpracování*

Největší zastoupení měli studenti, kteří momentálně navštěvují bakalářské studium a to 76,7 %. Poté respondenti studující magisterské studium 15,6 %. Střední školu 5 %. Studující doktorský program 2,2 % a navštěvující odborné učiliště 0,6 %.

5.1.4 Využívání sociálních sítí

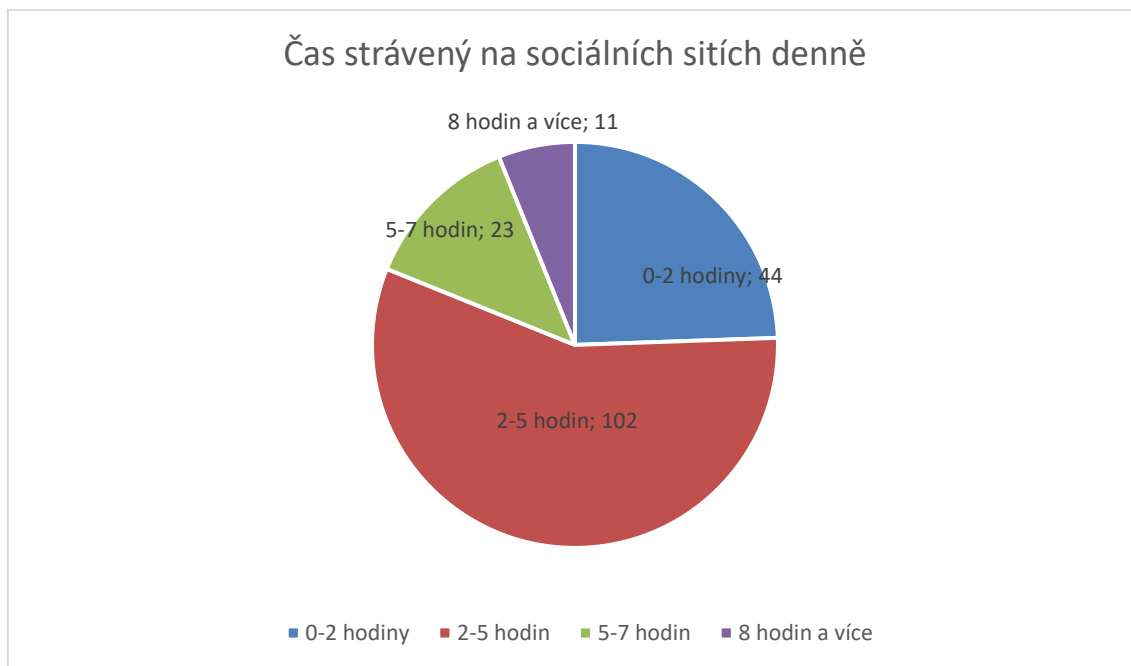


Graf 7: Využívání sociálních sítí
Zdroj: vlastní zpracování

Tento graf ukazuje, jaké sociální sítě využívají studenti. Na základě mého dotazníku jsem zjistil, že nejvíce využívanou sítí je Facebook, kde tuto platformu zaškrtnulo 178 všech respondentů. Hned potom Instagram se 158 a YouTube se 156

respondenty. Překvapilo mě, že platformu TikTok, která se řadí mezi hojně používané sítě, využívá pouze 36 z mých respondentů. Můj předpoklad že bude Facebook, Instagram a YouTube mezi prvními se potvrdil.

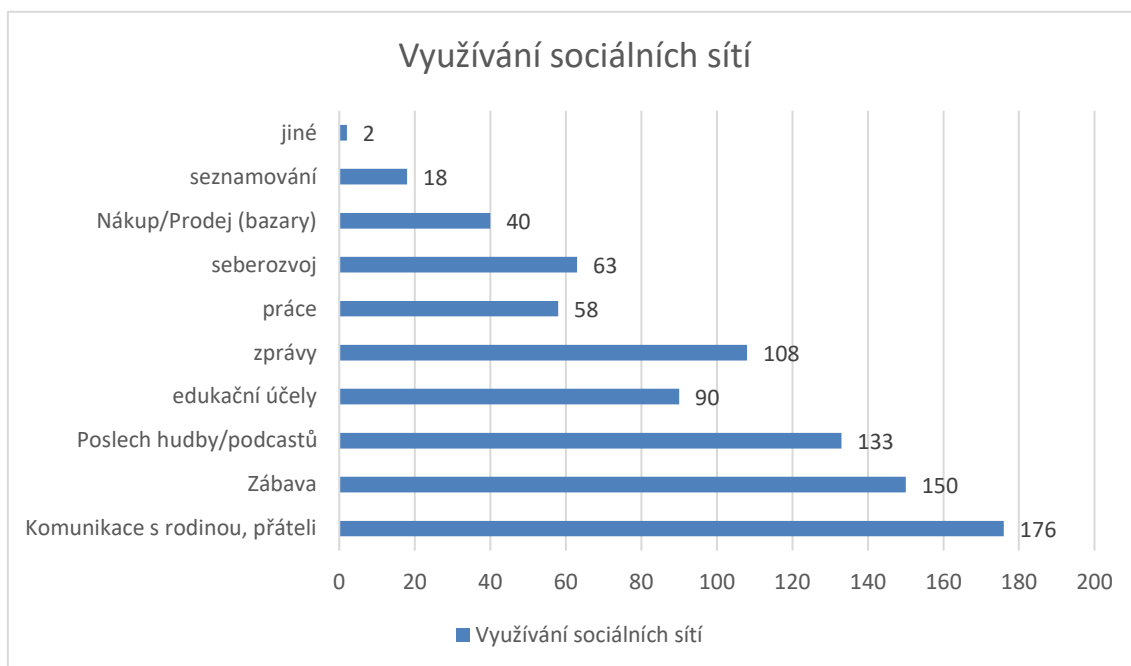
5.1.5 Čas strávený na sociálních sítích



*Graf 8: Čas strávený na sociálních sítích
Zdroj: vlastní zpracování*

Na tomto grafu je znázorněno kolik času studenti trávili na sociálních sítích před začátkem pandemie, nejvíce odpovědí je 2-5 hodin, a poté v menším zastoupení 44 odpovědí je 0-2 hodiny. Tento výsledek jsem očekával.

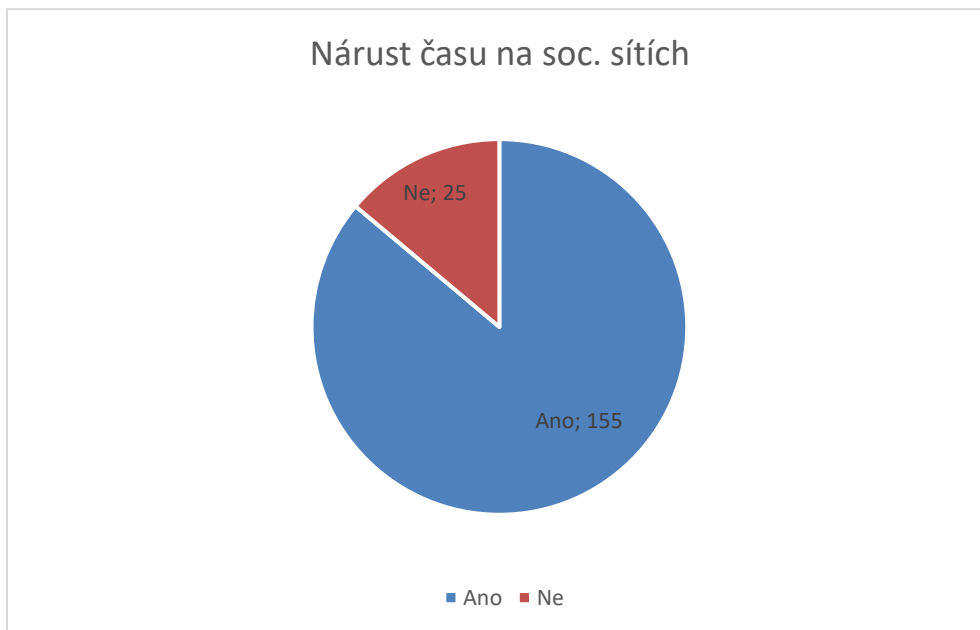
5.1.6 Využívání sociálních sítí



Graf 9: Využívání sociálních sítí
Zdroj: vlastní zpracování

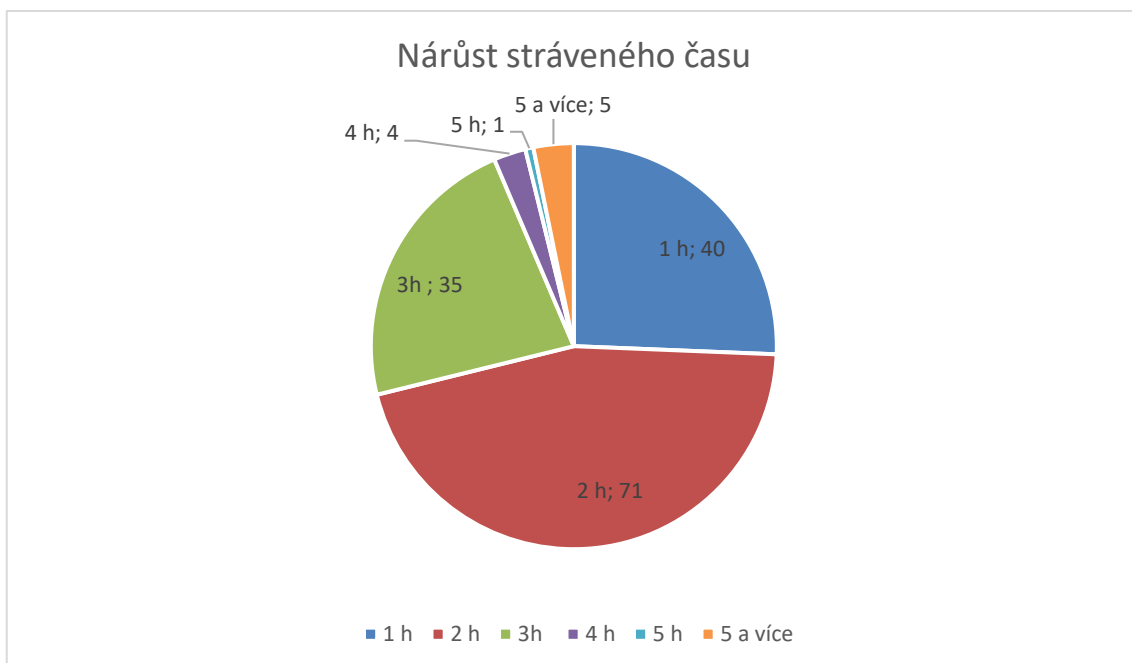
Tento graf ukazuje, k čemu převážně dotázaní využívají sociální platformy. Největší využití sociálních sítí je ke spojení se svými blízkými. Hned poté k zábavě, poslechu hudby a sledování zpráv nebo novinek. Tato skutečnost by se mohla měnit napříč více věkovými skupinami. Tento výsledek jsem očekával.

5.1.7 Množství času stráveného na soc. sítích během pandemie



*Graf 10: Množství času stráveného na sociálních sítích
Zdroj: vlastní zpracování*

Tento graf nám ukazuje, zda lidé po začátku pandemie začali využívat sociální sítě více. Na základě tohoto grafu je vidět, že většina studentů zaznamenala více času stráveného na sociálních sítích během pandemie. Tento výsledek jsem očekával.



*Graf 11: nárůst stráveného času
Zdroj: vlastní zpracování*

Na tomto grafu je vidět o kolik se zvýšil celkový počet stráveného času na sociálních sítích během pandemie. Nejvíce respondentů odpovědělo nárůst o 2 hodiny.

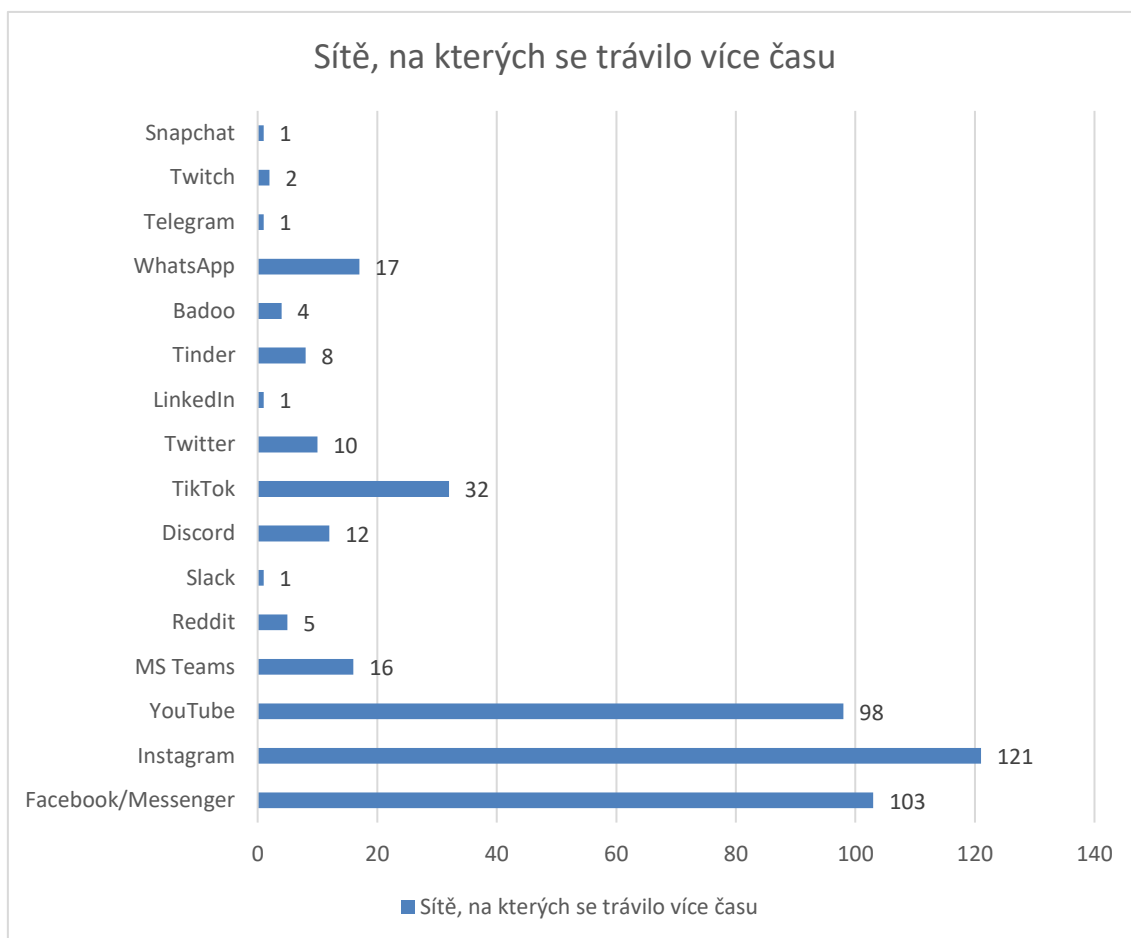
Lidé, kteří trávili před pandemie na soc. sítích 0-2 hodiny zaznamenali nejčastější nárůst o 2 hodiny, přesněji 40 % z nich.

Ti, kteří trávili na sociálních 2-5 hodin zaznamenali nejčastější nárůst také o 2 hodiny a to přesněji 34,2 % z nich.

Uživatelé, kteří tráví na platformách 5-7 hodin zaznamenali nejčastější nárůst o 2 hodiny.

Studenti, kteří trávili 8 a více hodin, nezaznamenali téměř žádný nárůst. Tento graf nezahrnuje čas strávený na mediích z důvodu výuky.

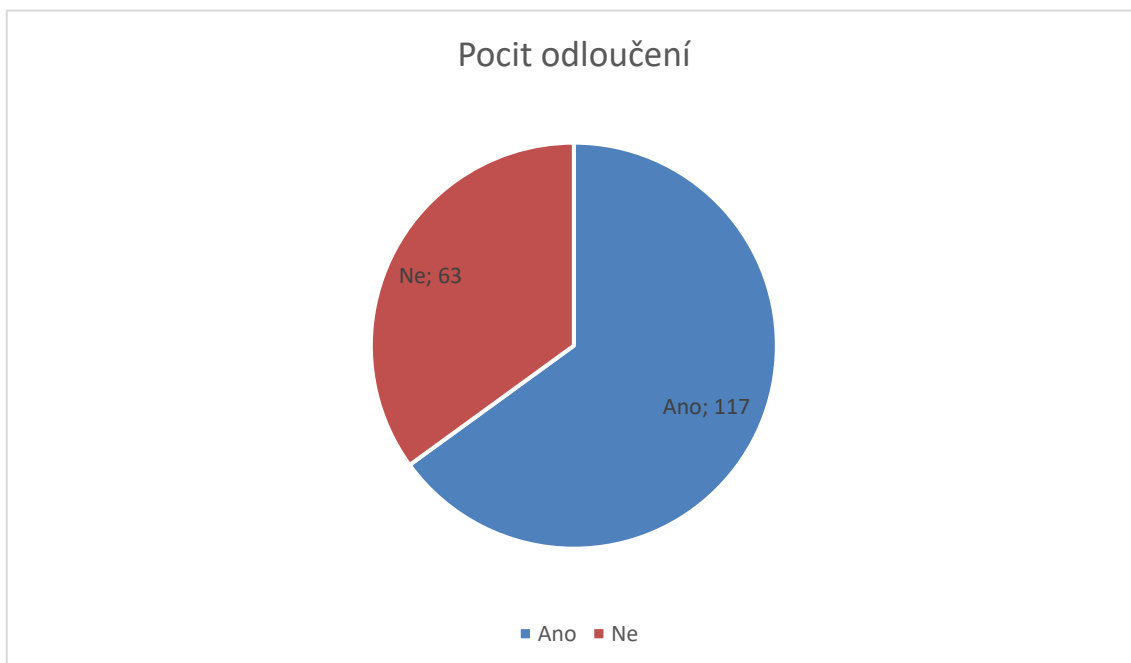
5.1.8 Sítě, na kterých se trávilo více času



Graf 12: Sítě, na kterých se trávilo více času
Zdroj: vlastní zpracování

Tento graf nám ukazuje, jaké sítě se více využívaly během pandemie. Největší nárůst studenti zaznamenali na Instagramu, Facebooku a YouTube. Instagram a Facebook využívali především ke komunikaci se svými známými a YouTube ze zábavných důvodů, sledování novinek nebo kvůli edukaci.

5.1.9 Pocit odloučení od přátel, rodiny a známých



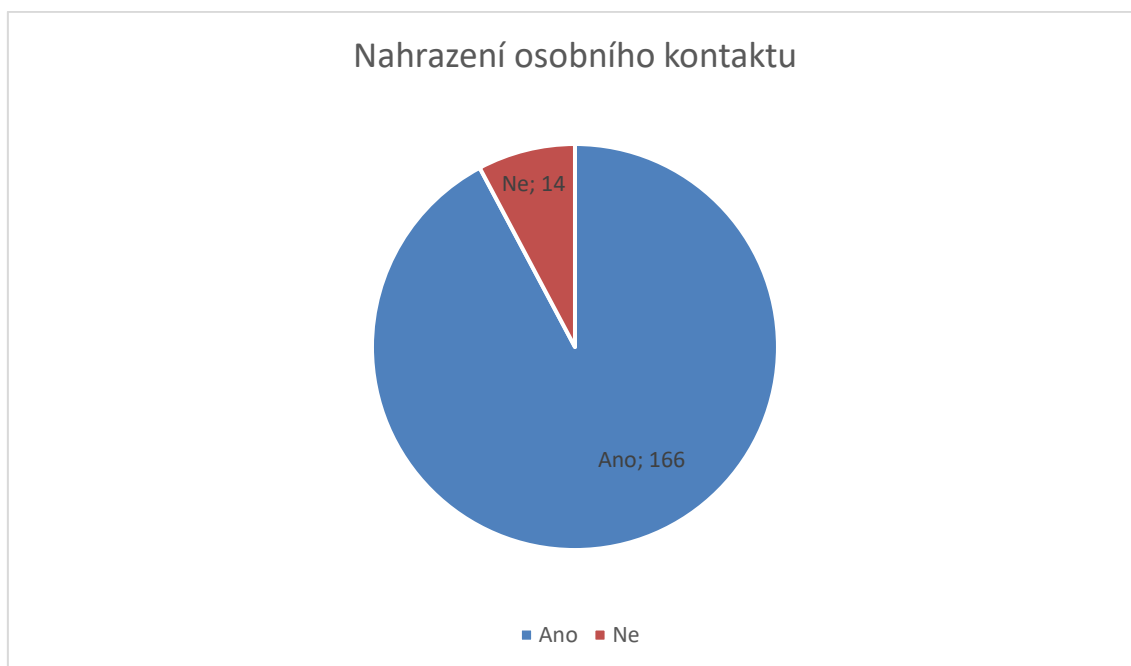
*Graf 13: Pocit odloučení
Zdroj: vlastní zpracování*

Na základě tohoto grafu je vidět, že většina studentů cítila pocit odloučení od svých blízkých. Tuto skutečnost jsem očekával, s tím rozdílem, že jsem předpokládal, že odpovědí pro odpověď „Ano“ bude značně více.

5.1.10 Kompenzace pocit odloučení

Na základě mého dotazníku nejčastěji lidé uváděli jako kompenzaci videohovory nebo chatování se svými přáteli, rodinou a známými. Dále začali navštěvovat přírodu, sportovat, hrát videohry, sledovat seriály a filmy nebo se i přes restriktce scházeli se svými známými „na tajňáka“.

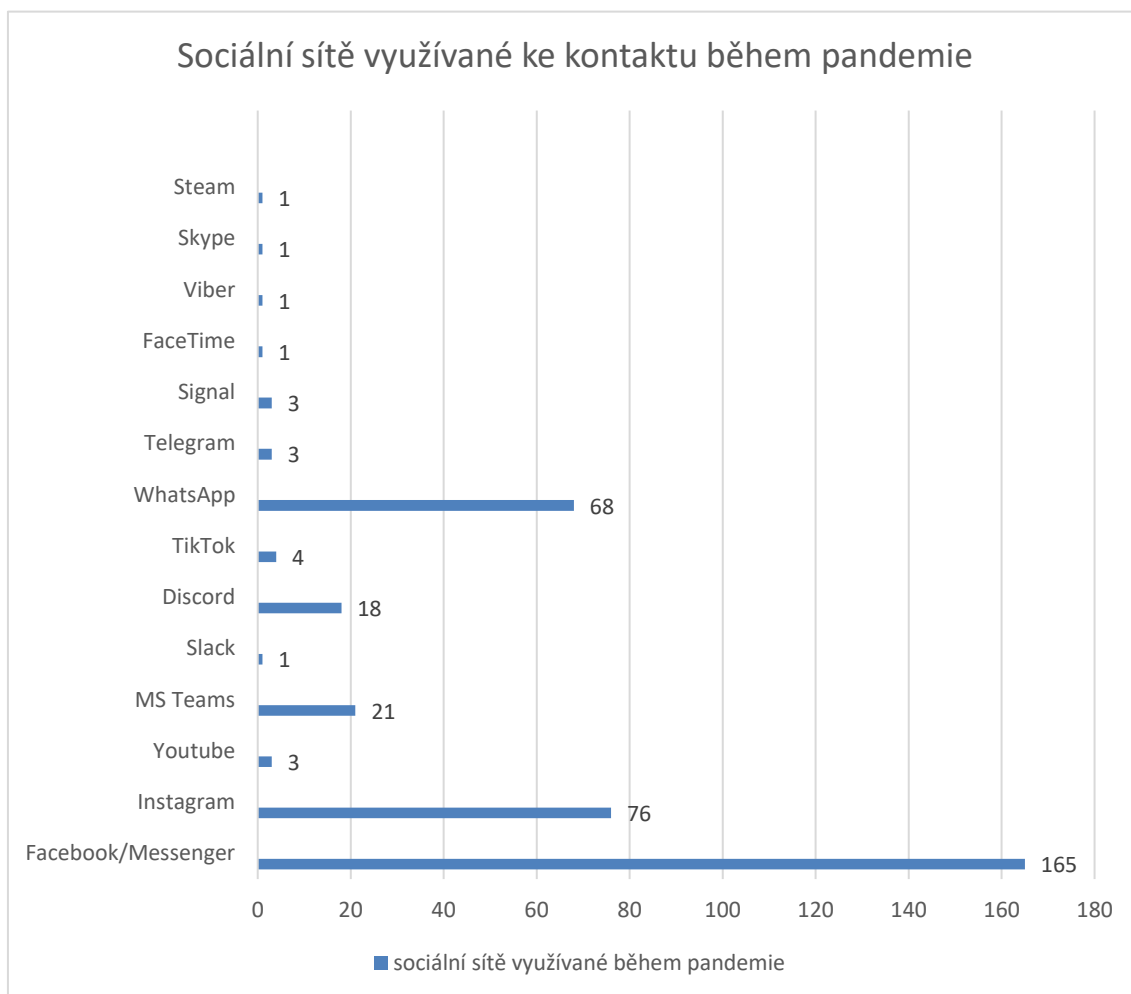
5.1.11 Nahrazení osobního kontaktu s blízkými



*Graf 14: nahrazení osobního kontaktu
Zdroj: vlastní zpracování*

Na tomto grafu je vidět, zda sociální sítě studentům poskytly aspoň částečnou kompenzaci osobního kontaktu. Většina uvedla, že ano. Myslím si, že i přes skutečnost, že osobní kontakt úplně nenahradily, byly aspoň trochu přínosné a částečně mohli kompenzovat pocit osamocení. Tento výsledek jsem očekával.

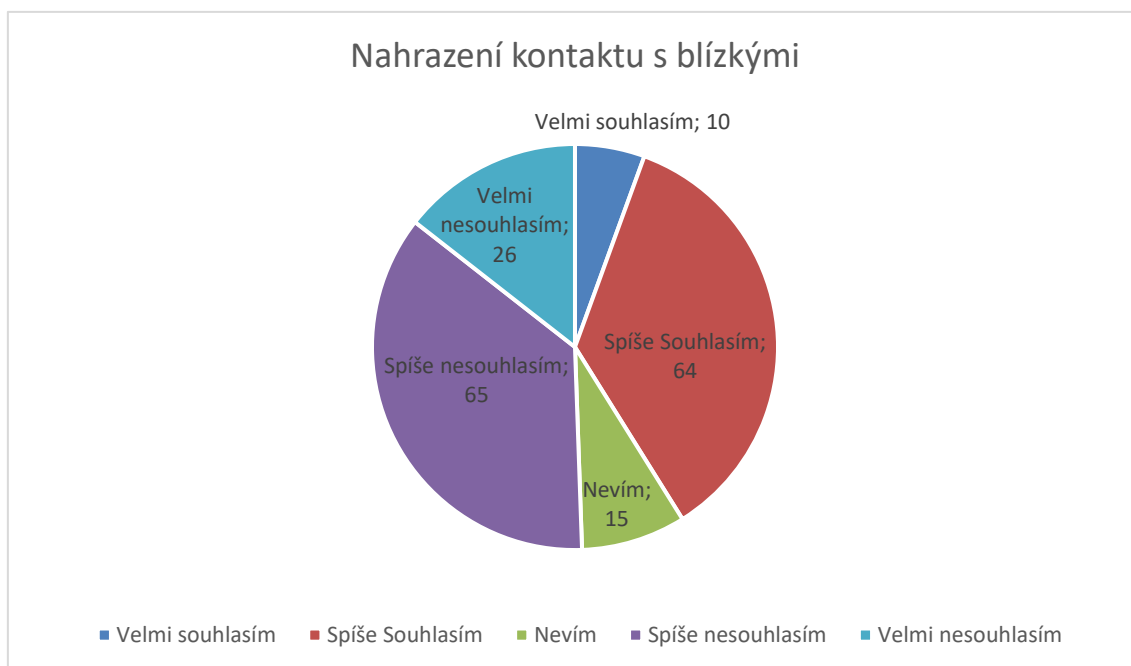
5.1.12 Sociální sítě využívané ke kontaktu během pandemie



Graf 15: Sociální sítě využívané ke kontaktu během pandemie
Zdroj: vlastní zpracování

Tento graf zobrazuje, jaké sítě se využívaly ke kontaktu se svými blízkými. Během pandemie se nejvíce využívalo ke kontaktu se svými blízkými a známými Facebook/Messenger, WhatsApp a Instagram, to zejména ke komunikaci, chatování a videohovory. Vzhledem k tomu, že toto byly jedny z nejvíce využívaných sociálních platforem, byl tento výsledek očekávaný.

5.1.13 Nahrazení kontaktu s blízkými



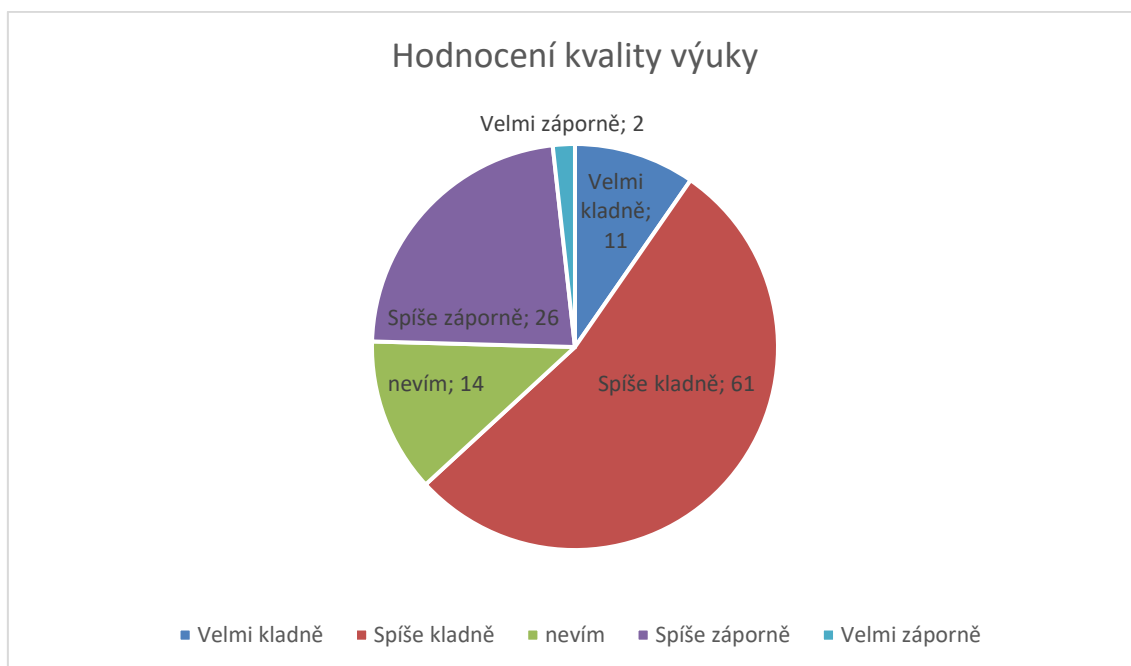
*Graf 16: Nahrazení kontaktu s blízkými
Zdroj: vlastní zpracování*

Tento graf ukazuje, jak moc studentům sociální sítě nahradily kontakt s blízkými. Nejvíce častá odpověď je, že spíše souhlasí a spíše nesouhlasí. V návaznosti s předchozím grafem, můžeme usuzovat, že i když nám sociální sítě pomohli během odloučení osobní kontakt, nahradit ho nemohly.

5.1.14 Studovaná škola během pandemie

Nejvíce častá odpověď byla UHK, kde tak odpovědělo 108 respondentů ostatní školy, zde byly obsaženy, ale jejich zastoupení je malé a nelze na jejich základě nic usuzovat.

5.1.15 Kvalita výuky během pandemie



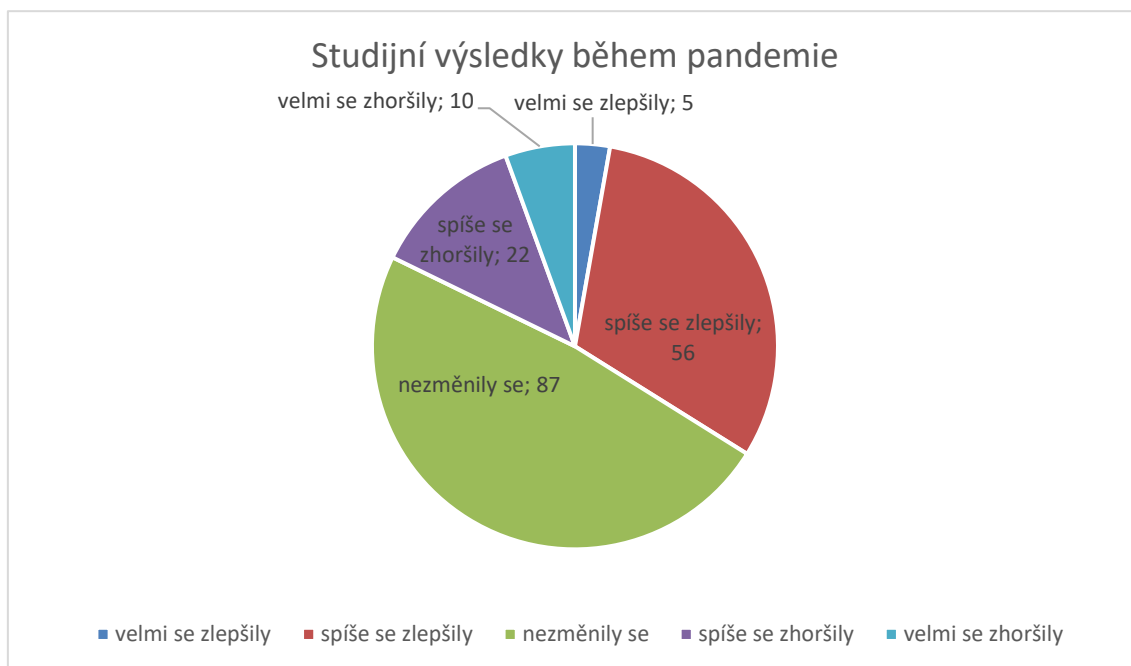
*Graf 17: Hodnocení kvality výuky
Zdroj: vlastní zpracování*

Na tomto grafu je vidět hodnocení kvality výuky studenty. Vzhledem k tomu, že nejvíce respondentů je z Univerzity Hradec Králové, zahrnul jsem pouze tyto studenty. Nejvíce hodnocení bylo spíše kladných. Z vlastní zkušenosti mohu tuto odpověď také označit, materiály a přechod na samotnou distanční výuky byl rychlý, ale myslím si, že se zvládnul docela dobře a komunikace s vyučujícími a zadávání úkolů a jejich vypracování bylo dostatečně vysvětleno a objasněno.

5.1.16 Sociální sítě využité ke studiu

Na otázku „jaké Sociální sítě jste během pandemie nejvíce využívali?“. Nejčastější odpověď na tuto otázku bylo MS Teams, tuto odpověď jsem očekával, hlavně z důvodu, že nejvíce respondentů bylo z UHK, kde se tato platforma k výuce zejména využívala. Další nejčastěji uváděná platforma byla Zoom, která byla ve značné menšině odpovědí.

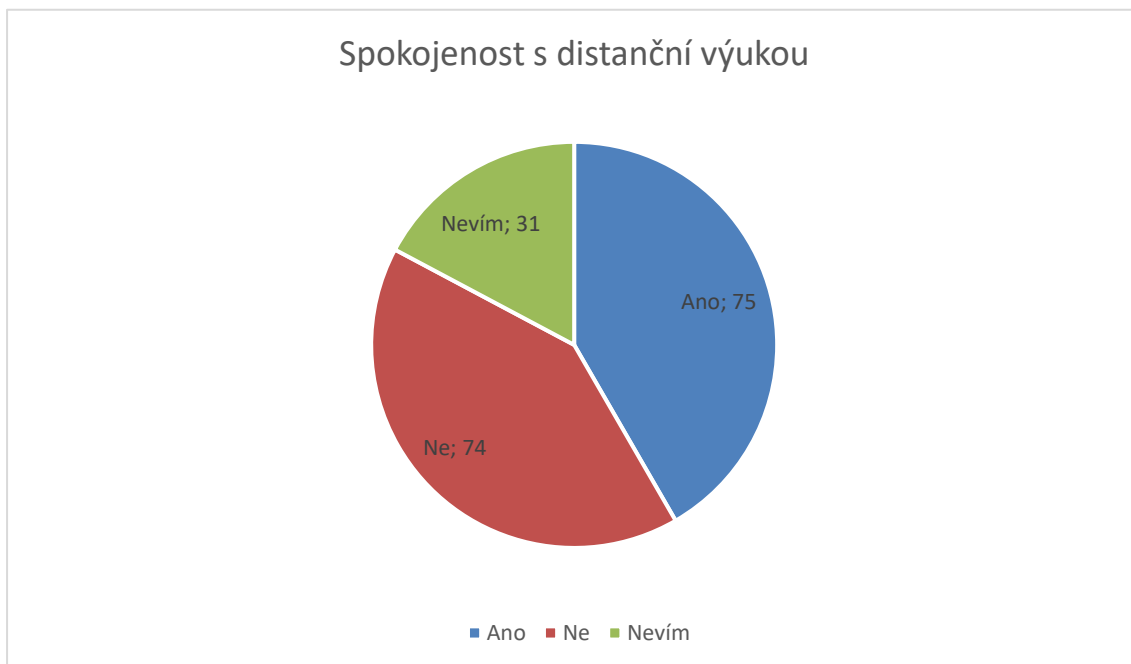
5.1.17 Výsledky ve škole během pandemie



*Graf 18: Studijní výsledky během pandemie
Zdroj: vlastní zpracování*

Tento graf ukazuje, zda se výsledky během distanční výuky studentů zhoršily, či zlepšily. Nejčastější odpověď byla, že se výsledky nijak nezměnily během distanční výuky. Někteří dokonce uvedli, že se výsledky zlepšily. V tomto grafu jsou zahrnutí všichni respondenti.

5.1.18 Spokojenost s distanční výukou



*Graf 19: Spokojenost s distanční výukou
Zdroj: vlastní zpracování*

Tento graf ukazuje, jak byly studenti spokojení s distanční výukou. Poměr výsledku ano a ne, je velmi podobný, na základě tohoto nelze určit žádný závěr. Zahrnuti byli všichni studenti, kteří odpověděli na dotazník.

6 Závěry a doporučení

V tomto dotazníku jsme zjistili, že dotázaní studenti využívali nejvíce sociální sítě jako je Facebook/Messenger, Instagram a YouTube. Největší množství z nich trávilo na soc. sítích 2-5 hodin denně a s nástupem pandemie se tento čas nejčastěji zvýšil o 2 hodiny. Většina studentů studovala vysokou školu a byla v rozmezí 21-23 let. Během pandemie začali více využívat Instagram, Facebook a YouTube. Sociální sítě využívali převážně ke spojení se svými blízkými. Sociální sítě jim částečně nahradily kontakt s přáteli, rodinou a blízkými, ale nebylo to dostatečné.

Nejvíce dotázaných studentů studovalo UHK, kde byly s výukou spíše spokojeni. K distanční výuce se spíše využívala platforma MS Teams, na které se konala výuka a většina komunikace. Výsledky studentů během distanční výuky se spíše nezměnily, ale někteří uvedli i mírné zlepšení. Na otázku spokojenosti s distanční výukou byly výsledky smíšené.

Na poslední otevřenou otázku, někteří studenti uváděli, že pandemie jim hlavně poskytla více času věnovat se sobě sama a absenci nutnosti dojíždění do školy. Zároveň, ale zamezila sociální kontakt s přáteli a známými.

Výzkum by se dal jistě v budoucnu vylepšit, v první řadě by bylo dobré zaměřit se na určitou skupinu (studenti UHK apod.) a to hlavně z důvodů poslední části mého dotazníku, kde se ptám na kvalitu výuky během pandemie. Dále také rozvést část s používáním sociálních sítí, zda je sociální sítě nějak ovlivňují v osobním životě (ztráta schopnosti osobní komunikace, problém se začleněním) a zda čas strávený navíc během pandemie na platformách je stále stejný i po skončení pandemie.

6.1 Porovnání výsledků

Mé zjištěné výsledky na základu dotazníkového šetření budu porovnávat odpověďmi Venduly Dlapové, která vypracovala bakalářskou práci na téma „Vliv sociálních sítí na jedince“ v roce 2019. [20] Počet respondentů v bakalářské práci paní Dlapové byl 380, z toho 59,6 % žen a 40,4 % mužů. Nejvíce respondentů bylo ve věkovém rozmezí 21-30 let (42,9 %), které pokrývá největší část mého zkoumání.

Na otázku, na jaké sociální sítě mají uživatelé účet v jejím výzkumu 86,3 % respondentů Facebook, 50,2 % Instagram a 54,8 % YouTube. Potvrzuje to můj

výsledek, že Facebook je nejvyžívanější platforma, výsledky pro Instagram a YouTube se liší, ale to může být způsobeno velkým věkovým rozpětím bakalářské práce s kterou své výsledky porovnávám. Z toho její respondenti nejčastěji navštěvují Facebook 50,8 %, Instagram 22,9 % a YouTube 10,8 %. [20]

Výsledky dosažené v otázce „Kolik času denně trávíte denně na sociálních sítích?“ byly dosaženy tyto výsledky „Méně než hodinu denně“ 30,8 % „Přibližně 2 hodiny denně“ 34,2 % a „více jak 3 hodiny denně“ 31,9 %. V mém dotazníkovém šetření byla nejčastější odpověď 2-5 hodin a poté 0-2 hodiny denně. Čímž se částečně dá říct, že výsledky dosažené v mém výzkumu jsou podobné. [20]

Následující otázka je „Za jakým účelem využíváte sociální sítě?“. V bakalářské práci paní Dlapové, je nejčastěji uváděna komunikace s přáteli a rodinou s 81,8 %. Poté zábava, novinky, vyhledávání informací a inspirace, které mají lehce přes 40 %. Výsledky získané v mé bakalářské práci jsou dosti podobné s výsledky paní Dlapové. Moji respondenti též využívají sociální sítě v první řadě převážně ke komunikaci s přáteli a rodinou. Na dalších příčkách se umístila zábava, edukační účely, sledování novinek, kde měli tyto přes 60 % četnosti odpovědí. [20]

Další zkoumání převážně využívání sociálních sítí během pandemie a výuka během ní, bohužel nelze porovnat z důvodu nenalezení žádného vhodného zdroje, který by byl vhodný s mými výsledky porovnat.

7 Seznam použitých zdrojů

- [1] Glowniak, J. (1998). History, structure, and function of the Internet. *Seminars in Nuclear Medicine*, 28,2, 135-144. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0001299898800032>
- [2] ASIEDU, Dita. Fifteen years since Czechoslovakia's first official internet connection. *Radio Prague International*. 2007. Dostupné z: <https://english.radio.cz/fifteen-years-czechoslovakias-first-official-internet-connection-8610918>
- [3] Novinky. Přehledně: Jak se měnil internet v Česku. *Novinky.cz*. 2017. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/internet-a-pc/clanek/prehledne-jak-se-menil-internet-v-cesku-40024418>
- [4] Ciotti, M., Ciccozzi, M., Terrinoni, A., Jiang, W. C., Wang, C. B., & Bernardini, S. (2020). The COVID-19 pandemic. *Critical reviews in clinical laboratory sciences*, 57(6), 365-388.
- [5] Stuchlíková, I., Kučera, D., Mrhálek, T., Potužníková, E., & Plassová, M. Dynamika psychologických dopadů covid-19 v České republice: situace v průběhu jara 2020.
- [6] „Anatomie selhání: Dva roky covidu v Česku ve faktech a výrocih - Aktuálně.cz". Dostupné z : <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/casova-osa-covid/r~fd4c3f7e0ec511eb9d470cc47ab5f122/>
- [7] Storey, M. A., Singer, L., Cleary, B., Figueira Filho, F., & Zagalsky, A. (2014). The (r) evolution of social media in software engineering. *Future of software engineering proceedings*, 100-116
- [8] KLEMENT, Vítězslav. *SOCIÁLNÍ MÉDIA V ROCE 2020: Přehled zásadních trendů na sociálních sítích pro brandovou komunikaci*. H1.cz [online]. Praha: Group M, 2020 [cit. 2022-04-03]. Dostupné z: <https://www.h1.cz/upload/680-social-trendy-2020-groupm.pdf>
- [9] Zdenekblazek.cz [online]. Praha: Zdeněk Blažek, 2015 [cit. 2022-04-03]. Dostupné z: <https://www.zdenekblazek.cz/vznik-a-historie-facebooku/>
- [10] *Wikipedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2011 [cit. 2022-04-03]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Instagram>*
- [11] *Wikipedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2010 [cit. 2022-04-03]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/LinkedIn>*
- [12] *CNN [online]. CNN Business: CNN, 2022 [cit. 2022-04-10]. Dostupné z: <https://edition.cnn.com/2022/04/04/investing/elon-musk-twitter-shares-stake/index.html>*

- [13] (Twitter o třetinu vyrostl, ale pořád má desetkrát méně uživatelů než Facebook. Connect [online]. connect, 2020 [cit. 2022-04-10]. Dostupné z: <https://connect.zive.cz/clanky/twitter-o-tretinu-vyrostl-ale-porad-ma-desetkrat-mene-uzivatelu-nez-facebook/sc-320-a-205122/default.aspx>)
- [14] TikTok. Wikipedie [online]. wikipedia, 2019 [cit. 2022-04-10]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/TikTok>
- [15] YouTube. Wikipedie [online]. wikipedia, 2006 [cit. 2022-04-10]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/YouTube>
- [16] Aichner, T., Grünfelder, M., Maurer, O., & Jegeni, D. (2021). Twenty-five years of social media: a review of social media applications and definitions from 1994 to 2019. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(4), 215-222.
- [17] González-Padilla, D. A., & Tortolero-Blanco, L. (2020). Social media influence in the COVID-19 pandemic. *International braz j urol*, 46, 120-124.
- [18] Giumetti, G. W., & Kowalski, R. M. (2022). Cyberbullying via Social Media and Well-Being. *Current Opinion in Psychology*, 101314.
- [19] COX, Toby A. How Different Generations Use Social Media. The Manifest [online]. 2019. Dostupné z: <https://themanifest.com/social-media/how-different-generations-use-social-media>
- [20] DLAPOVÁ, Vendula. Vliv sociálních sítí na jedince [online]. Brno, [cit. 2019-03-22]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/g74i9/> Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Pedagogická fakulta. Vedoucí práce Petr Sládek.
- [21] Tuten, T. L., Solomon, M. R. Social media marketing. London, Sage, 2014

8 Seznam Grafů a obrázků

Graf 1: Zastoupení věkových skupin Facebook

Zdroj (KLEMENT, Vítězslav. SOCIÁLNÍ MÉDIA V ROCE 2020: Přehled zásadních trendů na sociálních sítích pro brandovou komunikaci. H1.cz [online]. Praha: Group M, 2020 [cit. 2022-04-03]. Dostupné z: <https://www.h1.cz/upload/680-social-trendy-2020-groupm.pdf>)

Graf 2: Zastoupení věkových Skupin Instagram

Zdroj (KLEMENT, Vítězslav. SOCIÁLNÍ MÉDIA V ROCE 2020: Přehled zásadních trendů na sociálních sítích pro brandovou komunikaci. H1.cz [online]. Praha: Group M, 2020 [cit. 2022-04-03]. Dostupné z: <https://www.h1.cz/upload/680-social-trendy-2020-groupm.pdf>)

Graf 3: Zastoupení věkových skupin LinkedIn

Zdroj (KLEMENT, Vítězslav. *SOCIÁLNÍ MÉDIA V ROCE 2020: Přehled zásadních trendů na sociálních sítích pro brandovou komunikaci*. H1.cz [online]. Praha: Group M, 2020 [cit. 2022-04-03]. Dostupné z: <https://www.h1.cz/upload/680-social-trendy-2020-groupm.pdf>)

Graf 4: Rozdělení respondentů na základě pohlaví

Zdroj: vlastní zpracování

Graf 5: Věkové zastoupení

Zdroj: vlastní zpracování

Graf 6: Momentální studium

Zdroj: vlastní zpracování

Graf 7: Využívání sociálních sítí

Zdroj: vlastní zpracování

Graf 8: Čas strávený na sociálních sítích

Zdroj: vlastní zpracování

Graf 9: Využívání sociálních sítí

Zdroj: vlastní zpracování

Graf 10: Množství času stráveného na sociálních sítích

Zdroj: vlastní zpracování

Graf 11: nárůst stráveného času

Zdroj: vlastní zpracování

Graf 12: Sítě, na kterých se trávilo více času

Zdroj: vlastní zpracování

Graf 13: Pocit odloučení

Zdroj: vlastní zpracování

Graf 14: nahrazení osobního kontaktu

Zdroj: vlastní zpracování

Graf 15: Sociální sítě využívané ke kontaktu během pandemie

Zdroj: vlastní zpracování

Graf 16: Nahrazení kontaktu s blízkými

Zdroj: vlastní zpracování

Zdroj: vlastní zpracování

Zdroj: vlastní zpracování

Graf 17: Hodnocení kvality výuky

Zdroj: vlastní zpracování

Graf 18: Studijní výsledky během pandemie

Zdroj: vlastní zpracování

Graf 19: Spokojenost s distanční výukou

Zdroj: vlastní zpracování

Vliv sociálních sítí na psychiku člověka v době pandemie

1. Pohlaví

Muž

Žena

Jiné: _____

2. věk

15-17

18-20

21-23

24-26

27+

3. Momentální studium

Střední škola

Odborné učiliště

Gymnázium

Vysoká škola (bakalářský titul)

Vysoká škola (magisterský titul)

Vysoká škola (akademický titul)

Vyšší odborná škola

Používání sociálních sítí

4. Kolik času trávíte denně na sociálních sítích? * Označte jen jednu elipsu.

- 0-2 hodiny
- 2-5 hodin
- 5-7 hodin
- 8 hodin a více

5. Jaké sociální sítě používáte?

- Facebook/messenger
- Instagram
- YouTube
- MS Teams
- Reddit
- Slack
- Discord
- TikTok
- Twitter
- LinkedIn
- Tinder
- Badoo
- WhatsApp
- Telegram
- Jiné: _____

6. K čemu převážně využíváte sociální sítě?

- Komunikace s přáteli, rodinou nebo partnerem
- Zábava
- Poslech hudby/podcastů
- edukační účely
- zprávy
- práce
- seberozvoj
- Nákup/prodej (bazary např. Facebook Market place)
- seznamování
- Jiné: _____

Sociální sítě během pandemie

7. Zaznamenali jste během pandemie, větší množství času stráveného na soc. sítích?

- Ano
- Ne

8. Pokud ano, o kolik hodin více jste na soc. sítích trávili? (nezahrnujte čas strávený na výuce)

- +1 hodina
- +2 hodiny
- +3 hodiny
- +4 hodiny
- +5 hodin
- více než 5

9. Na jakých sítích jste trávili více času? (nezahrnujte čas strávený na výuce)

- Facebook/messenger
- Instagram
- YouTube
- MS Teams
- Reddit
- Slack
- Discord
- TikTok
- Twitter
- LinkedIn
- Tinder
- Badoo
- WhatsApp
- Telegram
- Jiné: _____

10. Cítili jste se během pandemie pocit odloučení od přátel, rodiny nebo spolužáků?

- Ano
- Ne

11. Pokud ano, jak jste tento pocit kompenzovali?

12. Pomohli vám sociální sítě se spojením s vašimi blízkými?

- Ano
- Ne

13. Jaké sociální sítě jste používali během pandemie ke spojení se svými blízkými?

- Facebook/Messenger
- Instagram
- YouTube
- MS Teams
- Reddit
- Slack
- Discord
- TikTok
- Twitter
- Tinder
- Badoo
- WhatsApp
- Telegram
- Jiné: _____

14. Nahradili vám sociální sítě během pandemie kontakt s vašimi blízkými?

- Velmi souhlasím
- Spíše souhlasím
- Nevím
- Spíše nesouhlasím
- Velmi nesouhlasím

Výuka během pandemie

15. Na jaké škole jste během pandemie studovali?

16. Jak byste hodnotili kvalitu výuky na vaší škole během pandemie?

- Velmi kladně
- Spíše Kladně
- Nevím
- Spíše záporně
- Velmi záporně

17. Které sociální sítě jste během pandemie využívali ke studiu?

18. Změnily se vaše studijní výsledky během pandemie?

- Velmi se zlepšili
- Spíše se zlepšili
- Nezměnili se
- Spíše se zhoršili
- Velmi se zhoršili

19. Vyhovovala vám distanční výuka?

- Ano
- Ne
- Nevím

20. Chcete mi na závěr něco sdělit?

Zadání bakalářské práce

Autor: Filip Černožorský

Studium: I1800396

Studijní program: B6209 Systémové inženýrství a informatika

Studijní obor: Informační management

Název bakalářské práce: **Psychologie internetu. Využívání sociálních sítí v době epidemie**

Název bakalářské práce A): Psychology of internet

Cíl, metody, literatura, předpoklady:

Cílem práce bude teoreticky pojednat o vybraných problémech psychologie internetu a provést vlastní výzkum v oblasti využívání sociálních sítí v době pandemie.

Osnova:

1. Úvod
2. Teoretická část
3. Praktická část
4. Shrnutí výsledků
5. Závěr

Tuten, T. L., Solomon, M. R. Social media marketing. London, Sage, 2014

Garantující pracoviště: Katedra managementu,
Fakulta informatiky a managementu

Vedoucí práce: prof. PhDr. Marek Franěk, CSc., Ph.D.

Datum zadání závěrečné práce: 15.3.2020