

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLMOUCI

FILOZOFICKÁ FAKULTA

Sociálně-demografická charakteristika uživatelů sociálních sítí

Bakalářská diplomová práce

Olomouc 2021

Barbora Říhová

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

FILOZOFICKÁ FAKULTA

KATEDRA SOCIOLOGIE, ANDRAGOGIKY A KULTURNÍ

ANTROPOLOGIE

Sociálně-demografická charakteristika uživatelů sociálních sítí

Bakalářská diplomová práce

Obor studia: Sociologie

Autor: Barbora Říhová

Vedoucí práce: Mgr. David Fiedor, Ph.D.

Olomouc 2021

Prohlašuji, že jsem bakalářskou diplomovou práci na téma *Sociálně-demografická charakteristika uživatelů sociálních sítí* vypracovala samostatně a uvedla v ní veškerou literaturu a ostatní zdroje, které jsem použila.

V Olomouci dne.

Podpis

Ráda bych poděkovala vedoucímu práce, Mgr. Davidu Fiedorovi, Ph.D. za odborné rady, připomínky, ale také za jeho vstřícný přístup a pomoc, díky které mohla vzniknout tato práce. Děkuji také své rodině, přátelům za veškerou podporu, kterou mi po celou dobu dávali.

Anotace

Jméno a příjmení:	Barbora Říhová
Katedra:	Katedra sociologie, andragogiky a kulturní antropologie
Obor studia:	Sociologie-Obecná lingvistika a teorie komunikace
Obor obhajoby práce:	Sociologie
Vedoucí práce:	Mgr. David Fiedor, Ph.D.
Rok obhajoby:	2021
Název práce:	Sociálně-demografická charakteristika uživatelů sociálních sítí

Počet literatury a zdrojů: 51

Rozsah práce: 53 s. (71 702 znaků)

Anotace práce:

Bakalářská diplomová práce s názvem *Sociálně-demografická charakteristika uživatelů sociálních sítí*, se zaměřuje na rozdíly ve využívání sociálních sítí mezi demografickými charakteristikami uživatelů (věk, pohlaví, vzdělání, rodinný stav). Cílem práce je popsat rozdíly v používání sociálních sítí mezi těmito demografickými charakteristikami. Kvantitativní výzkum pomůže zodpovědět výzkumnou otázku a hypotézy prostřednictvím dotazníkového šetření zaměřeného na využívání sociálních sítí. V práci byla zpracována analýza charakteristik na základě výsledků z dotazníkového šetření.

Teoretická část bakalářské práce obsahuje historii a popis sociálních sítí. Definice sociálních sítí a jejich další rozdělení bylo pro zpracování analýzy důležitou částí.

Klíčová slova:

sociální síť, Facebook, Instagram, komunikace, využívání, věk, pohlaví, vzdělání, rodinný stav

Title of Thesis: Socio-demographic characteristics of social network users

Annotation:

This bachelor diploma thesis titled *Socio-demographic characteristics of users of social networks* is focused on the differences in the use of social networks between demographic characteristics of users (age, gender, education, marital status). The aim of this thesis is to describe the differences in the use of social networks between these demographic characteristics. Quantitative research will help answer the main research question and hypotheses through a questionnaire survey focused on the use of social networks. The analysis of the characteristics based on the results of the questionnaire survey was processed in the work.

The theoretical part of the bachelor thesis contains the history and description of social networks. The definition of social networks and their further division was an important part of the analysis.

Keywords:

social network, Facebook, Instagram, communication, usage, age, gender, education, marital status

Obsah

Úvod.....	8
1 Sociální sítě.....	9
1.1 Definice sociální sítě.....	9
1.2 Přehled sociálních sítí	11
1.3 Typy sociálních sítí.....	14
2 Vývoj sociálních sítí	17
2.1 Historie.....	17
2.2 Prostorové rozšíření sociálních sítí	19
3 Využívání sociálních sítí	21
3.1 Vliv věku uživatele na využívání sociálních sítí.....	22
3.2 Vliv pohlaví uživatele na využívání sociálních sítí.....	25
3.3 Vliv vzdělání uživatele na využívání sociálních sítí	27
3.4 Vliv rodinného stavu uživatele na využívání sociálních sítí	27
4 Výzkumná otázka a hypotézy.....	28
5 Metody a data	29
6 Analýza demografických charakteristik uživatelů sociálních sítí	31
6.1 Rozdíly ve využívání sociálních sítí dle věku	34
6.2 Rozdíly ve využívání sociálních sítí dle pohlaví	35
6.3 Rozdíly ve využívání sociálních sítí dle vzdělání.....	38
6.4 Rozdíly ve využívání sociálních sítí dle rodinného stavu.....	40
7 Diskuse.....	42
Závěr	44
Literatura a zdroje:.....	47
Seznam obrázků:	53
Seznam tabulek:.....	53
Seznam grafů:	53

Úvod

Sociální sítě jsou dnes běžnou součástí života každého z nás. Tento vliv na každodenní život začal ovlivňovat životy v mnoha směrech. Díky komunikačním technologiím se dnes můžeme spojit s kýmkoliv po světě za velmi krátkou dobu a v podstatě bez žádných problémů a velké námahy. Technologie nám otevřely novou cestu, jak se seznamovat s lidmi po světě, získávat a vyhledávat informace za velmi krátký čas, sdílet naše činnosti skrze fotografie a videa a zveřejňovat je online atd. Díky komunikačním technologiím si můžeme vybrat, jaký způsob komunikace preferujeme, zdali raději online nebo face to face. Tyto technologie se mohou zdát jako nástroj, který nám může velmi dobře posloužit ale zároveň i uškodit.

Technologické vymoženosti zmíněné výše umožňují spoustu sociálních sítí. Dnes najdeme nespočet sociálních sítí, které mohou uživatelé k propojení s ostatními lidmi využít, a to historie sociálních sítí není až tak stará. Technologický vývoj se posouvá dopředu velmi rychlým tempem. Zároveň s vývojem sociálních sítí začalo přibývat uživatelů, proto dnes už lze zkoumat, co určité skupiny lidí dělají na sociálních sítích, jak komunikují atd. Z těchto uvedených důvodů lze zkoumat další různé důvody, proč lidé využívají sociální sítě.

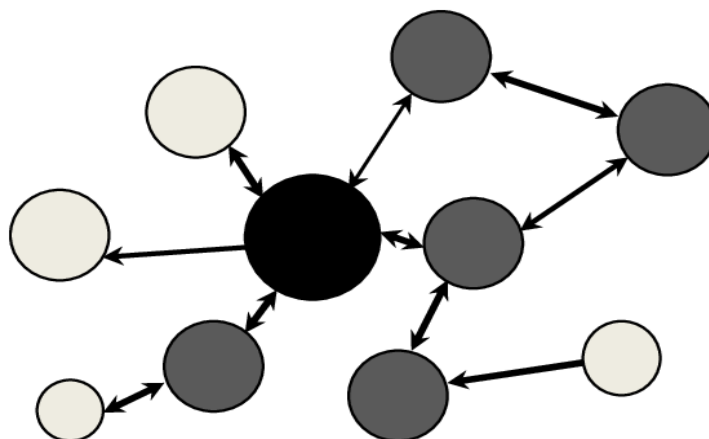
Z výše zmíněných důvodů bude cílem této práce analýza demografických charakteristik uživatelů sociálních sítí. Dnešní sociální sítě mají širokou škálu využití, které se liší například dle věku, pohlaví atd. Analýza bude zaměřena na zjištění míry využívání sociálních sítí, k čemu jsou sociální sítě nejvíce využívány u různých demografických charakteristik uživatelů. Pro naplnění cíle práce použiji dotazníkové šetření. Dotazníky budou šířeny se snahou, aby se dostaly k respondentům všech věkových skupin. Tento krok poté povede k analýze rozdílů využívání sociálních sítí.

1 Sociální síť

1.1 Definice sociální síť

Myšlenka sociální sítě, jako jednoho ze způsobů porozumění chování jednotlivců, je mezi sociology a sociálními antropology velmi oblíbená. Pojem sociální sítě v sociologickém pojetí poprvé představil sociální antropolog John Arundel Barnes v roce 1954 (Wuchty, 2009). V jeho pojednání o sociálních sítích je kladen důraz na sociální vazby jednotlivců v dané společnosti, které se skrze tuto společnost šíří a na to, jakým způsobem sociální vazby ovlivňují chování jednotlivců, kteří se v těchto sítích nachází (Mitchell, 1974). Pod definicí sociálních vazeb si můžeme představit jednotlivcovy přátele, jejich přístup k odborné pomoci, nebo lidi, se kterými daní jednotlivci pravidelně komunikují (Wuchty, 2009).

Podle Johna Arundela Barnese, má každý jednotlivec řadu přátel a tito přátelé mají zase svou řadu dalších přátel, kteří se mohou navzájem znát, ale také nemusí vůbec být v kontaktu a neznají se. Proto o této sociální oblasti hovoří jako o síti (network). Takovou sociální síť si představuje jako obraz s body, které jsou spojeny čarami. Body reprezentují lidi nebo skupiny a čáry potom ukazují, jak na sebe lidé vzájemně působí. Výsledné spojení těchto bodů si můžeme představit jako síť (Barnes, 1954).



Obrázek 1: Ilustrace sociálních sítí, zdroj: *Simple Social Network Example* (2010, říjen). [obrázek]. [vid. 2021-03-19]. Dostupné z: <https://www.researchgate.net/publication/47690204>

Sociologická definice o sociální síti reprezentuje, co taková sociální síť může představovat v běžném životě jednotlivců. Jedná se tedy o propojení kontaktů mezi lidmi. Ve své práci se ale budu věnovat definici sociální sítě v informačním pojetí. Podle Jana Koloucha (2016) sociální sítě z informačního pohledu představují virtuální prostředí, kde uživatelé komunikují s ostatními s rozdílem, že mohou navíc sdílet data a informace. Takové sítě mají interaktivní charakter, kde je možné i vytvářet a sdílet fotografie, videa, dokumenty apod. (Kolouch, 2016).

Ve své práci Boyd a Ellison (2007) uvádí, že sociální síť je služba, kde uživatelé mají možnost založit si svůj profil, vytvářet si seznam přátel a procházet seznamy přátel ostatních. Vytvoření profilu, jak reálné osoby, tak i smyšlené, je jednou z charakteristik sociálních sítí (Kolouch, 2016). Profily tedy umožňují komunikaci mezi uživateli a propojení s cizími lidmi na základě zájmů, politických názorů nebo různých dalších aktivit. Uživatelé mohou být přitahováni sítěmi, kde mají možnost s ostatními sdílet rasové, náboženské nebo národnostní identity (Boyd & Ellison, 2007).

Na sociálních sítích má každý jedinec možnost se vyjádřit a zviditelnit své sociální síť. Tím vznikají spojení mezi jednotlivci, které by jinak nemohly být navázány. Boyd a Ellison tomuto jevu říká latentní vazby (Boyd & Ellison, 2007). Latentní vazba tvoří vazbu, kdy jsme ve spojení díky technologickým platformám. Mohou to být například seznamy přátel na Facebooku, ale k reálné komunikaci nedochází. Představuje to tedy vazby, které jsou možné technicky a které nebyly zprostředkované sociální interakcí (Brown & Michinov, 2019).

Závěrem podle Jana Koloucha (2016, str. 152) mají sociální sítě následující klíčové prvky:

- Možnost navazování vztahů (kontakty)
- Komunikace mezi uživateli
- Vytváření, předávání a sdílení obsahu mezi jednotlivými uživateli
- Nutnost aktivního zapojení uživatele
- Využívání kyberprostoru, jakožto nejvhodnější platformy

1.2 Přehled sociálních sítí

Sociálních sítí existuje celá řada počínaje od sítí, kde si uživatelé tvoří profily (Facebook) a sítě, kde si tvoří svůj obsah, myšleno různé kreativní činnosti, fotografie (Instagram). Dále se mezi sociální sítě řadí i osobní blogy a komunikační sociální sítě (Facebook Messenger). Pro základní představení sociálních sítí jsem v této práci použila pět níže nejpoužívanějších sociálních sítí.

Sociální sítě nabízí nový způsob interakce mezi lidmi. Nyní mohou lidé komunikovat s kýmkoliv po celém světě a sdílet své názory o různých tématech jako například o politických tématech, vzdělání, zdraví apod. Dnešní přenos zpráv a informací díky těmto platformám probíhá na globální úrovni.

Velké množství informací je dnes zprostředkováváno denně přes internet a sociální sítě jako Twitter, Youtube, Facebook apod. Tyto informace jsou založeny na osobních zkušenostech, názorech, myšlenkách, které uživatelé sdílejí a ostatní z nich čerpají. Sociální sítě a interpretace každodenních činností a názorů se samozřejmě stala běžnou součástí moderního života a nabízí zajímavou oblast pro výzkumy (Khan et al., 2021).

Facebook

Celosvětově nejpoužívanější sociální sítí se podle serveru Statista (2020) stal Facebook se svými 2,7 miliardami aktivními uživateli v roce 2020. Za aktivního uživatele je považován ten, kdo se přihlásil na svůj účet během posledních 30 dní. V roce 2008 bylo zaznamenáno okolo 100 milionů aktivních uživatelů, což je oproti roku 2020 velmi viditelný rozdíl. V průběhu těchto dvanácti let se využívání Facebooku rapidně změnilo a aktivní uživatelé narůstali v každém čtvrtletí téměř o 100 milionů dalších uživatelů. Facebook byl založen v roce 2004 Markem Zuckerbergem při jeho studiu na Harvardu. Tato sociální sítí umožňuje uživateli se zaregistrovat a vytvořit si osobní profil, a především dostat se do interakce s ostatními uživateli. Facebook je dnešními uživateli využíván především přes mobilní zařízení (z toho 79,9 % přes mobilní telefony), a to prostřednictvím aplikace Messenger, kterou uživatelé využívají výhradně ke komunikaci s ostatními (Statista, 2020a, 2020b).

Instagram

Instagram představuje sociální sítí, na které uživatelé převážně sdílejí fotografie. Stejně jako Facebook, tak i Instagram se stal nejvíce populární celosvětovou sociální sítí. Většina uživatelů, kteří používají Instagram jsou mladí uživatelé ve věku do 35 let (Statista, 2020c). Na začátku roku 2013 bylo zaznamenáno 90 milionů aktivních uživatelů a podobně jako na Facebooku, tak i na Instagramu v průběhu let do roku 2018 rostl rapidně počet aktivních

uživatelů. V roce 2018 byla zaznamenána více než miliarda měsíčně aktivních uživatelů Instagramu (Statista, 2020d).

Twitter

Twitter vystupuje jako online sociální síť jež umožňuje uživatelům sledovat příspěvky ostatních uživatelů anebo zveřejňovat krátké příspěvky/zprávy, které jsou omezeny pouze na 280 slov. Dle serveru Statista bylo v roce 2019 zaznamenáno celosvětově 152 milionů denně aktivních uživatelů (Statista, 2020e). Nejvíce uživatelů využívajících Twitter v roce 2020 byli uživatelé ve věku 25–34 let (28,9 %). A dále nejméně jich bylo zaznamenáno ve věku 13–17 let (9,1 %) (Statista, 2020f).

Youtube

Youtube představuje online video platformu, která vznikla v roce 2005. Z počátku tato platforma sloužila k vydávání amatérských videí. Později už nabízela mnohem širší obsah, a to hlavně hudební, herní a vzdělávací videa apod. Jednotlivá videa jsou dále roztríděna na kategorie jako zábava, hudba, blogy. V posledních letech Youtube slouží jako možnost pro vydělávání peněz nebo také i pro reklamní účely. Youtube charakterizuje i jeho velká sledovanost, kdy v roce 2019 dle serveru Statista bylo zjištěno 1,68 miliardy uživatelů (Statista, 2020g).

LinkedIn

LinkedIn také patří mezi sociální sítě, stejně jako ostatní výše uvedené. Rozdílnost mezi nimi je ta, že LinkedIn byl založen jako profesionální sociální síť. Účelem, jako například u Facebooku, není interakce mezi přáteli a rodinou, ale je určena k profesnímu využívání. Zde mohou uživatelé hledat různá zaměstnání a zvyšovat svůj kariérní rozvoj (Roulin & Levashina, 2019). Síť LinkedIn byla oficiálně spuštěna v roce 2003 a využívá ji přes 645 milionů uživatelů po celém světě (LinkedIn, 2020). Uživatelé si na této síti založí profily,

kteřé obsahují informace o uživateli. Mohou to být informace o dosaženém vzdělání, pracovních zkušenostech, dobrovolnických činnostech apod. Díky těmto poskytnutým informacím fungují profily jako online životopisy navíc s tím, že se uživatelé mohou propojit s ostatními lidmi nebo se připojit k zájmovým skupinám (Roulin & Levashina, 2019).

1.3 Typy sociálních sítí

Rozdělení sociálních má několik kategorií, ale v následujícím popisu se zaměřuji pouze na základní rozdělení. Všeobecně jsou sociální sítě rozděleny na dvě hlavní kategorie, a to na sítě, které jsou orientovány na profily uživatelů a na sítě zaměřené na sbírku obsahu. Uživatelé mají také možnost své sociální sítě orientovat, podle svých zájmů a podle toho co se jim líbí. Například sociální sítě orientované na profil, mohou být uživatelem využívány i pro práci s médii, jako pracovní prostor nebo pro vytváření událostí (Digizen, 2008).

Sociální sítě zaměřené na profil

Příkladem sociálních sítí zaměřené na profil je Facebook nebo Myspace. Tyto sociální sítě jsou zaměřeny na profily uživatelů, které obsahují informace o uživateli, jeho profilovou fotku a další informace o jeho zájmech a zálibách. Na svých profilech mohou uživatelé sdílet text, obsah anebo komentovat obsah a profily ostatních uživatelů pomocí nástrojů pro komentáře (Digizen, 2008).

Jedním z účelů, proč si uživatelé vytvářejí profily na sociálních sítích je vlastní vybudování sebe prezentace a uspokojení potřeb ze získání úcty. Virtuální identita je tvořena informacemi, které uživatel uvede na svůj profil a na základě, kterých chce být vnímán ostatními. Dalším motivem používání sociálních sítí a vytváření profilů je hledání nových kontaktů a jejich udržování.

Mít široký seznam přátel motivuje uživatele používat sociální sítě. Uživatel má v průměru 130 přátel na Facebooku, ale naopak v běžném životě jde o 10 až 20 lidí (Heidemann et al., 2012).

Sociální sítě zaměřené na obsah

U sociálních sítí zaměřené na obsah jsou také důležité profily uživatelů, ale už nejsou primární složkou jako u sociálních sítí zaměřených přímo na profily. Sociální sítě zaměřené na obsah poskytují zejména prostor ke sdílení fotografií, videí a hudby. Tyto vlastnosti umožňující uživatelům sdílet jejich obsah mají sociální sítě jako Youtube nebo Instagram. Často si uživatelé zakládají účty na těchto sítích pouze za účelem sledování nebo prohlížení obsahu druhých uživatelů, a ne za účelem sdílení obsahu (Digizen, 2008). Sociální sítě zaměřené na obsah mohou pomáhat podnikatelům k utváření jména a značky. Tímto způsobem mají firmy možnost získávat nové zákazníky a cíleně na ně působit sdílením jejich obsahu a konkrétně se zaměřit na cílovou skupinu zákazníků (Kakkar, 2018).

Víceuživatelské virtuální prostředí

Jedná se o virtuální prostředí, kde si uživatel vytvoří svého avatara. Vytvořený avatar je virtuální postava, která reprezentuje uživatele v daném virtuálním prostředí a pomocí kterého komunikuje s ostatními uživateli. Jde o propojení sítí a her. Komunikace mezi uživateli a seznamy přátel jsou v tomto prostředí většinou soukromé a neprobíhají veřejně. Příkladem virtuálního prostředí jsou hry Second Life nebo World of Warcraft (Digizen, 2008).

Mikro-blogovací sociální sítě

Mikro-blogovací sociální sítě je například Twitter. Na takové sociální sítě uživatelé zveřejňují krátké zprávy do 140 znaků. Pomocí těchto krátkých zpráv uživatelé zveřejňují aktivity, které zrovna dělají, nebo svou náladu (Digizen, 2008).

Tabulka 1: Přehled klasifikace sociálních sítí

Typ sociální sítě	Druh sociální sítě	Počet uživatelů v roce 2020 (v milionech)
Zaměření na profil	Facebook	2701,0
	Myspace	*17,5
Zaměření na obsah	Youtube	2000,0
	Instagram	1158,0
Mikro-blogovací síť	Twitter	353,0
	LinkedIn	722,0
Víceuživatelské virtuální prostředí	Second Life	0,9
	World of Warcraft	4,9

Zdroj: (Statista, 2020h), (Armstrong, 2019), (Iqbal, 2021), (New World Notes, 2020), Brown, 2020)

* Počet uživatelů Myspace v roce 2019 (v milionech)

2 Vývoj sociálních sítí

2.1 Historie

Počátek sociální sítí: 1997-2002

Celý vývoj začal vznikem první sociální sítě SixDegrees v roce 1997 v New Yorku. Síť SixDegrees byla založena na konceptu šesti stupňů odloučení (Heidemann et al., 2012). Šest stupňů odloučení je teorie, která ukazuje, že dva náhodní lidé se mohou poznat pomocí šesti kroků řetězců mezi přáteli (Zhang L. & Tu W., 2009). SixDegrees je také první sociální sítí, která umožňovala uživatelům vytvořit si profil a vytvářet seznamy přátel. Jednotlivé funkce jako vytvoření profilu a seznamy přátel, byly uživatelům k dispozici nějakým způsobem ještě před SixDegrees na různých seznamovacích webech. Významný rozdíl mezi dobou před spuštěním a po spuštění SixDegrees je, že tato sociální síť umožňovala uvedené funkce kombinovat. Uživatelé měli tedy poprvé možnost spojit se s ostatními lidmi a posílat jim zprávy, což předtím nebylo zcela možné. Avšak tato sociální síť neměla dlouhého trvání a v roce 2000 byla ukončena (Boyd & Ellison, 2007). Hlavní příčinou rychlého konce byly technologické problémy a ani reklamní průmysl se na této síti nedokázal rozvíjet (Heidemann et al., 2012).

I přes neúspěch SixDegrees dokázala tato síť začít další éru nových sociálních jako AsianAvenue, BlackPlanet, které vznikly v roce 1999, o rok později pak vznikla síť MiGente. Nově vzniklé sociální sítě již umožňovaly vytváření profilů, seznamy přátel a identifikaci ostatních přátel (Boyd & Ellison, 2007).

Během počátků sociálních sítí vznikaly i obchodní sociální sítě jako například síť Ryze v roce 2001, která sloužila zejména pro obchodní sítě, podnikatelům, investorům apod. (Boyd & Ellison, 2007). Síť Ryze byla také vzorem pro vznik sociální sítě LinkedIn. Později v roce 2002 vznikla sociální síť

Friendster za účelem seznamování lidí a vytváření jejich romantického vztahu. Fungovala tedy jako seznamovací platforma. Síť Friendster se držela poměrně dlouho díky velkému zájmu, ale tento velký zájem způsobil také konec této sociální sítě, protože nezvládla rychlý nárůst počtu uživatelů. Většina výše uvedených sítí neměla dlouhého trvání, ale zato vybudovaly dobrý základ pro vytváření nových sociálních sítí v budoucnosti (Heidemann et al., 2012).

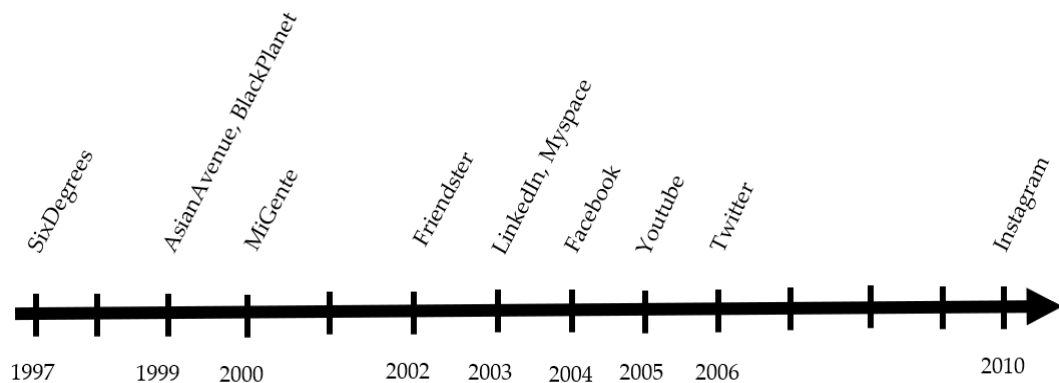
Růst popularity sociálních sítí: 2003–2009 a současnost

Od roku 2003 začalo vznikat mnoho nových sociálních sítí. Například dnes známý LinkedIn nebo Myspace jako náhrada za nefunkční Friendster. Zejména v roce 2004 bylo Myspace oblíbené u teenagerů (Boyd & Ellison, 2007). Myspace poskytuje spojení mezi umělci (hudebníky, fotografy...) a jejich publikem. Slouží také jako obrovská digitální knihovna (Myspace, 2020).

Nově vznikající sítě se začaly zaměřovat na skupiny se specifickými zájmy nebo na konkrétní skupiny dle věku, pohlaví, vzdělání apod. Myspace se tedy ze začátku orientovalo na mladší populaci uživatelů, ale první specifickou skupinou byli hudebníci, kteří se chtěli zaměřit na svoje publikum. Na skupinu podnikatelů se orientovala síť LinkedIn. Na podobné bázi vznikaly i další sítě zaměřené na určité aktivity nebo na náboženské skupiny. Toto období mezi lety 2003 až 2009 mělo velký sociální vliv, ale také i ekonomický dopad, díky investorům, kteří investovali velké částky do zmiňovaných sociálních sítí (Heidemann et. al., 2012).

V roce 2004 dále vznikla dnes jedna z nejznámějších sociálních sítí Facebook. Z počátku byla tato síť využívána jen pro univerzitu Harvard, kde taky tato síť byla vytvořena. Facebook mohli využívat jen ti, kteří v podstatě patřili k univerzitě a měli univerzitní email, kterým se přihlašovali. V roce 2005 se na Facebook začali připojovat i studenti středních škol. O rok později

už Facebook byl zpřístupněn všem. Ve stejném roce vznikl i Twitter (Boyd & Ellison, 2007).



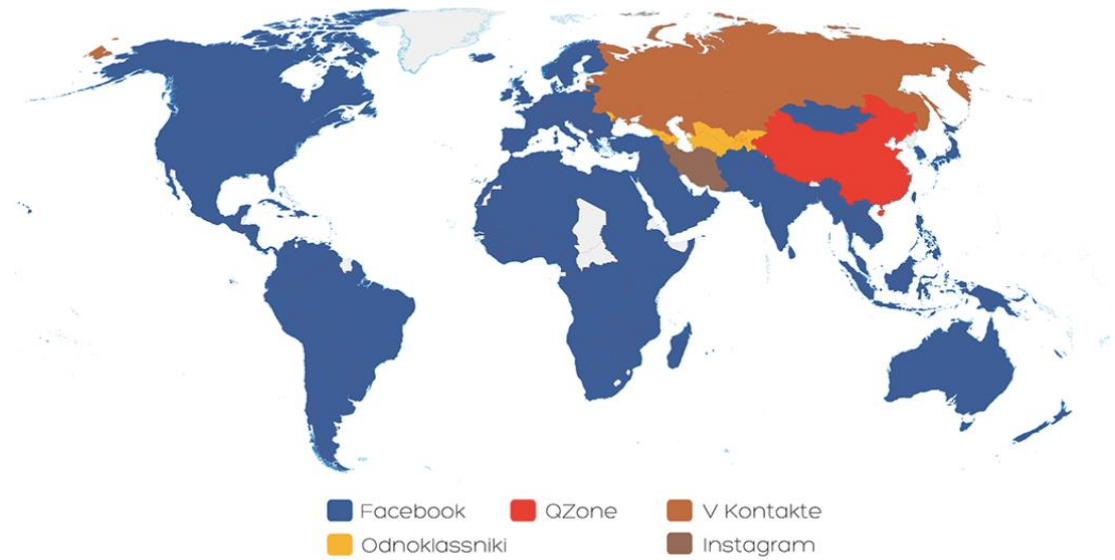
Obrázek 2: Časová osa sociálních sítí, vlastní zpracování

2.2 Prostorové rozšíření sociálních sítí

Sociální sítě využívá téměř polovina světové populace – 3,8 miliard uživatelů (Ali, 2020). Sociální sítě se celosvětově vyvíjejí odlišně na základě toho, že každý národ si vytváří svou vlastní sociální síť blízkou jejich kultuře. Pro západní země je populární síť Myspace ale naopak v Latinské Americe a Indii je na podobné bázi oblíbená síť Orkut nebo síť Friendster v jihovýchodní Asii. Nejvíce rozšířenou sociální sítí téměř celosvětově se stal Facebook, který ve většině předbíhá ostatní sociální sítě. Facebook je nejpoužívanější v Indii, USA a Indonésii. Země jako Ázerbájdžán a Gruzie si namísto Facebooku vytvořily podobnou sociální síť Odnoklassniki. V Číně se jedná o sociální síť QZone, protože Facebook je v této zemi omezen (Vincos Blog, 2020). V rusky mluvících zemích je oblíbená sociální síť Vkontakte se 100 miliony měsíčně aktivních uživatelů (viz. obr. č. 3). Na území Grónska, Čadu a Středoafričké republiky nebyla tato analýza rozšíření sociálních sítí prozatím provedena (Ali, 2020).

WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

January 2020



Obrázek 3: Světová mapa sociálních sítí, zdroj: World map of social networks (2020, 12 břez-
zen). [obrázek]. [vid. 2021-01-28]. Dostupné z: <https://vincos.it/2020/03/12/la-mappa-dei-social-network-nel-mondo-gennaio-2020/>

3 Využívání sociálních sítí

Uživatelé využívají nejčastěji sociální sítě především k udržení kontaktů se svými přáteli, k získávání informací o nových událostech nebo k vyplnění volného času. Důvody k využívání těchto platforem se také odlišují podle různých demografických charakteristik uživatelů (pohlaví, věk, vzdělání apod.). Například u lidí ve věkové kategorii 16–24 let bylo zjištěno, že navštěvují sociální sítě za účelem vyhledávání zábavy a zároveň sociální sítě používají spíše na mobilních zařízeních. Sociální sítě se tak staly populární pro sledování zpráv a zábavy. Přejít k mobilním zařízením pak následně ovlivňuje vývoj sociálních sítí. Z tohoto důvodu například Facebook vytvořil nový nástroj Watch, kde mohou uživatelé sledovat videa i na Facebooku převážně na mobilních zařízeních (Valentine, 2018).

Ze zkoumání využívání sociálních sítí vyplívá společná charakteristika pasivního využívání sociálních sítí. Větší část uživatelů využívá sociální sítě spíše jako zdroj obsahu než jako platformu, kde sdílejí podrobnosti o svém každodenním životě (Valentine, 2018). Na základě toho, jak lidé využívají sociálně sítě se jejich využívání dělí na aktivní nebo pasivní. Pasivní využívání spočívá pouze k získávání informací nebo prohlížení příspěvků, a to bez žádného spojení s ostatními uživateli. A naopak aktivní použití zahrnuje přímo komunikaci a interakci mezi uživateli, například komentováním příspěvků což u pasivního používání nedochází. U pasivního využívání na Facebooku bylo také zjištěno, že sociální vazby a interakce mezi uživateli jsou slabší, a to vede k osamělosti, a naopak u aktivního využívání, kde probíhá komunikace se tento jev nevyskytuje (Wu Cehn et al., 2016).

3.1 Vliv věku uživatele na využívání sociálních sítí

Se stárnutím populace je spojeno několik problémů pro starší osoby. Jedním z nich jsou jak fyzické problémy, tak i sociální izolace u starších osob odchodem do důchodu. Řešením sociální izolace mohou dopomoci sociální sítě jako emoční podpora, protože vztah s přáteli a rodinou je pro starší osoby velmi důležitý. Sociální sítě mohou pomoci starším osobám k udržení si kontaktu s přáteli a rodinou, ale míra používání sociálních sítí je u nich velmi nízká. Důvodem menšího využívání je přístup starších osob k technologickým dovednostem, nedostatečný důvod je používat, záporný postoj k technologiím a sociálním sítím a obavy ohledně jejich soukromí (Coelho & Duarte, 2016).

Největším důvodem pro používání sociálních nástrojů u starších lidí je především udržení kontaktu s rodinou. Rodina je jejich hlavní motivací. Zároveň když už se rozhodnou pro komunikaci přes sociální sítě, potřebují se také cítit bezpečně. Což nemusí být pro starší osoby jednoduché orientovat se v ochraně osobních údajů na internetu. Pro orientaci, které informace je vhodné sdílet a které ne, je potřeba určitých znalostí, které mohou u starších osob chybět (Coelho & Duarte, 2016).

K adaptaci nových technologií jsou starší osoby zaostalejší než mladší generace. Mladší uživatelé mají větší přístup k používání technologií jak skrz mobilní zařízení, dotykových tabletů nebo aplikací (Vroman et al., 2015). V roce 2019 bylo zjištěno, že 81 % Čechů starších 16 let používalo internet a chytrý telefon používalo 70 % z nich. V dnešní době je přístup k internetu mnohem snadnější a zájem o jeho využívání stoupá i u starších osob. Od roku 2010 se tento podíl lidí ztrojnásobil z 13 % na 39 % v roce 2019. Také více než polovina dospělých v České republice využívá sociální sítě ke kontaktu s přáteli (ČSÚ, 2020a).

Obtížnější adaptace u starších lidí na nové technologie způsobuje menší zájem, nadšení a méně znalostí. Zároveň také většina programů a webových stránek je zaměřená spíše pro mladší generace a starší uživatelé byli v tomto ohledu přehlíženi. Menší procento využívání a přijetí technologií nemusí být způsobeno jen nedostatkem dovedností, ale spíše z nedostatku motivace a zájmu. U starší lidí ve věku 64-104 let bylo zjištěno, že využívají sociální sítě zejména ke komunikaci s rodinou přes email, hledání informací o zdraví, udržení si kontaktu se vzdálenými příbuznými nebo také vyměňování fotografií a videí (Vroman et al., 2015).

Mladí lidé jsou charakterističtí tím, že se chtějí setkávat se svými přáteli. Toho využily sociální sítě a poskytly k tomuto účelu prostor pro vytvoření jejich profilu na sociální síti a vytvoření identity (Smith & Anderson, 2018).

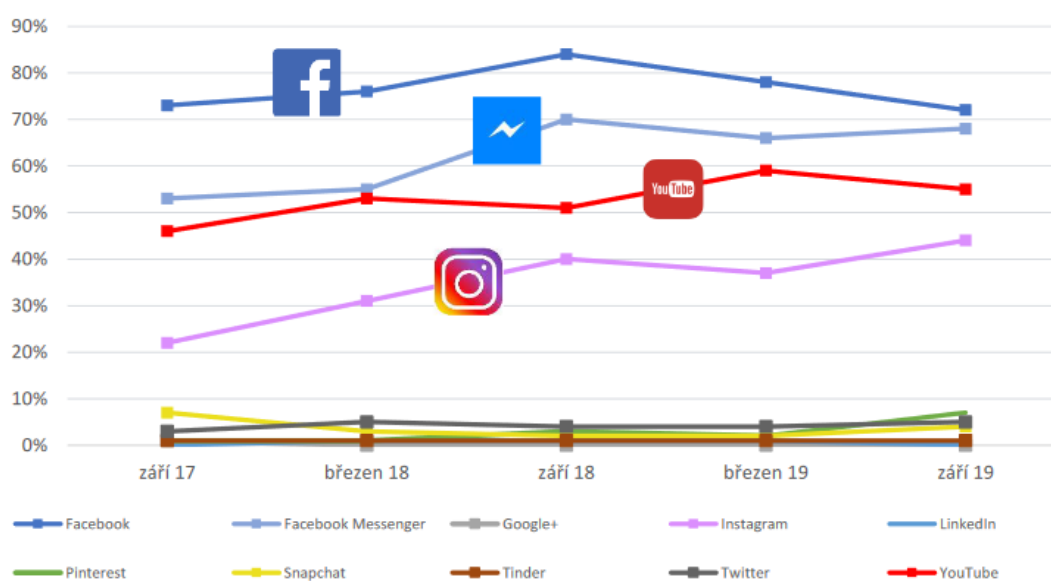
Nárůst využívání sociálních sítí u mladých lidí zejména zapříčinilo vlastnictví smartphonů, které se staly běžným prvkem jejich života. U 95 % dospívajících bylo zjištěno, že takový smartphone vlastní a to zapříčinilo, že žijí z velké části i online životem. Nejvíce dominantními sociálními sítěmi u mladých je tedy Facebook, Youtube, Instagram a Snapchat (Anderson & Jiang, 2018a). Snapchat funguje na principu vyměňování si obrázků a videí, které po zobrazení hned zmizí (Elgersma, 2018). Ve věkové kategorii 18–24 let dominuje i Instagram, který využívá 71 % uživatelů a dále i Twitter ze 45 %. Facebook samozřejmě zůstal primární platformou pro dospělé lidi a dvě třetiny z nich uvedlo, že Facebook používá nebo ho navštívuje několikrát denně. Také Youtube poté začal být více populární mezi osobami ve věku 18–24 let, kdy 94 % z nich uvedlo, že Youtube alespoň používá (Smith & Anderson, 2018).

Používání těchto platform je z pohledu demografických charakteristik podobné u každé charakteristiky až na výjimky, které z tohoto pohledu nejsou výrazné. Zároveň bylo zjištěno, že u dospívajících s nízkými příjmy byla větší

pravděpodobnost používání Facebooku než u dospívajících z domácností s vyššími příjmy (Anderson & Jiang, 2018a).

První data sesbírána o používání sociálních sítí v České republice jsou z roku 2009. Počet uživatelů činil 5 % přičemž poté započal největší nárůst uživatelů z podílu 5 % na 31 % mezi lety 2005 až 2012. Bylo zjištěno, že nejpočetnější skupinou využívající sociální sítě jsou uživatelé ve věku 16–24 let. Z tohoto počtu uživatelů využívá alespoň jednu sociální síť 95 %, ve věkové kategorii 45–54 let je jich 56 % a osoby ve věku 65 let a více let jen 9 % (ČSÚ, 2020b).

V roce 2019 nejpoblárnější sociální síť mezi uživateli v Česku byl Facebook, Instagram a také LinkedIn. Stejný pořadí zůstává neměnný i v roce 2020 pouze s menšími rozdíly v počtu uživatelů. Největší podíl uživatelů do 25 let vykazuje Instagram a to zhruba 50 %, za to LinkedIn má podíl těchto uživatelů nejmenší (asi 6 %) (Klement, 2020). Na podzim roku 2019 bylo zjištěno, že Facebook využívalo 72 % uživatelů ve věku 15–25 let, i když nejvyšší počet uživatelů byl zaznamenán v září v roce 2018 asi o 12 % více. Nárůst využívání sociálních sítí v ČR zaznamenal meziročně i Instagram (Klement, 2020).



Obrázek 4: Zobrazení využívání sociálních sítí v ČR, zdroj: (2019). [obrázek]. [vid. 2021-03-11]. Dostupné z: <https://www.h1.cz/upload/680-social-trendy-2020-groupm.pdf>

Uživatelé tráví na sociálních sítích v průměru 2 hodiny denně. Sociální sítě v dnešní době jsou běžnou součástí denního života téměř všech lidí. Lidé se taky stávají závislejšími na sociálních sítích, a tak tráví spoustu času procházením různých sociálních sítí. Dle věku nejvíce času na sociálních sítích tráví mladí lidé ve věkové kategorii 16–24 let a to 3 hodiny denně. Oproti lidí ve věkové kategorii 55–64 let je to o dvě hodiny více. Uživatelé ve věkové kategorii 55–64 let tráví svůj čas na sociálních sítích v průměru 1 hodinu a 13 minut. Lidé ve věkové kategorii 35–44 let tráví čas na sociálních sítích v průměru 2 hodiny (Salim, 2019). Nejvyužívanější sociální sítě, na kterých uživatelé tráví denně nejvíce času jsou Facebook a Instagram (Pew Research Center, 2019).

Dle počtu přátel na Facebooku bylo zjištěno, že polovina všech uživatelů Facebooku má v průměru více než 200 přátel. Největšího počtu přátel ukazují lidé ve věkové kategorii 18–29 let, kteří mají kolem 300 přátel. Dále u lidí ve věku 30–49 let bylo zjištěno 200 přátel a u lidí ve věku 50–64 let už jen 75 přátel (Smith, 2014).

3.2 Vliv pohlaví uživatele na využívání sociálních sítí

Z pohledu využívání internetu obecně jej nejvíce v průměru využívají muži než ženy. Pro muže je na internetu větší výběr online aktivit jako jsou například hazardní hry, diskusní skupiny nebo hraní online her. Naopak ženy více využívají internet ke komunikaci a zároveň využívají sociální sítě více než muži (Biernatowska et al., 2017). Muži nejčastěji používají internet k nahrávání nebo sdílení videí a navštěvují weby jako Youtube. Jak u mužů, tak i u žen bylo zjištěno, že internet používají jako prostředek ke komunikaci se svými přáteli (Misra et al., 2015).

Přístup k chytrým telefonům je stále častější, a proto více dospívajících využívá internet. Téměř polovina dospívajících, uvedla že používá internet

téměř neustále, a to zejména u dospívajících dívek, dále téměř polovina z nich uvedla, že internet používá několikrát denně (Anderson & Jiang, 2018a).

U sociální sítě Facebook bylo zjištěno, že ženy zde tráví více denního času než muži. Ženy tak mají větší tendenci stávat se závislejšími na Facebooku, než muži což u nich může způsobit horší emoční stav a projevení stresu (Alzahrani, 2016). Ženy také více zveřejňují příspěvky a fotografie. Z toho vyplývá, že ženy používají Facebook jako prostředek, který je prezentuje. Aktivity mužů na sociálních sítích spočívá spíše za účelem randění, přátelství, hraní her apod. Ženy také využívají Facebook za účelem udržení si stávajících vztahů, ale u mužů je Facebook používán za účelem vytváření vztahů nových (Biernatowska et al., 2017). Muži také na sociálních sítích vyhledávají profily ostatních uživatelů za účelem získání nových přátel (Alzahrani, 2016).

Rozdíl v používání sociálních sítí u mužů a žen souvisí i se sociálními rolemi. Ženy více používají sociální sítě ke komunikaci, protože se od nich očekává, že budou společenštější a zapojují se do mezilidských činností a snaží se udržovat mezilidské vztahy (Misra et al., 2015). Ženy si raději udržují vztahy, protože mají větší tendenci skrývat své osobní údaje a identitu (Alzahrani, 2016). U mužů se naopak očekává, že budou nezávislý, soutěživý apod. (Misra et al., 2015).

Dle serveru Statista nejvíce využívanější sociální sítí u žen celosvětově je Snapchat a Instagram a nejméně Twitter. Naopak u mužů je celosvětově nejvyužívanější sociální síť Twitter a LinkedIn a nejméně Snapchat (Statista, 2021).

3.3 Vliv vzdělání uživatele na využívání sociálních sítí

Lidé s vysokoškolským vzděláním využívají sociální sítě častěji než lidé se středoškolským vzděláním (Perrin, 2015). U obou stupňů vzdělání (středoškolského i vysokoškolského) bylo zjištěno, že tito uživatelé nejvíce používají sociální sítě jako Youtube nebo Facebook (Pew Research Center, 2019).

Větší využívání Facebooku může být způsobeno také tím, že Facebook může místo sdílení obsahu nebo komunikace sloužit i jako vzdělávací nástroj. Facebook je využíván jako učební pomůcka nebo prostředek ke komunikaci s vyučujícími a lze tak zlepšovat výsledky ve vzdělávání, což může pomoci k oblíbenosti Facebooku (Dhyab & Varol, 2018). U sociální sítě LinkedIn bylo zjištěno, že tuto platformu využívají spíše absolventi vysokých škol (Smith & Anderson, 2018).

3.4 Vliv rodinného stavu uživatele na využívání sociálních sítí

Sociální síť Facebook využívají často rozvedení lidé hlavně z důvodu, že Facebook jim poskytuje emoční a sociální podporu (Valenzuela et al., 2014). Rozvedení lidé se na Facebooku snaží najít kontakt se svými blízkými přáteli. Facebook jim po ukončení vztahu umožňuje vyhýbat se přímé komunikaci s bývalými partnery tím způsobem, že Facebook umožňuje získávání informací skrz vyhledávání profilů (Valenzuela et al., 2014).

Dle serveru Statista bylo u Instagramu zjištěno, že tuto sociální síť nejvíce využívají svobodní lidé a nejméně Instagram využívají rozvedení nebo ovdovělí jedinci (Statista, 2020ch). U Facebooku je využívání stejné jak u Instagramu s rozdílem, že oproti Instagramu je na Facebooku mnohem větší procento rozvedených nebo ovdovělých lidí, kteří Facebook používají (Statista, 2020i).

4 Výzkumná otázka a hypotézy

Ve druhé části bakalářské práce se budu věnovat analýze demografických charakteristik uživatelů sociálních sítí. Konkrétně se zaměřím na porovnání, jaké sociální sítě uživatelé nejvíce využívají, jak často na nich tráví čas a k čemu sociální sítě nejvíce využívají.

Cílem empirické části bakalářské práce je analýza demografických charakteristik uživatelů sociálních sítí. Analýza se bude týkat zejména porovnání rozdílů charakteristik, které budou vycházet z výsledků dotazníkového šetření. Empirická část bakalářské práce by se měla zabývat zejména otázkou:

Jaké jsou rozdíly v používání sociálních sítí u demografických charakteristik uživatelů? a hypotézami:

Hypotéza č. 1: *Čím vyšší je věk uživatele, tím klesá míra využívání sociálních sítí.*

Hypotéza vychází z věku uživatele a sociálních sítí, které jednotlivé věkové kategorie využívají. Pro starší generace je obtížnější přizpůsobit se novým technologiím než pro mladší generace (Vroman et al., 2015). Zároveň většinu sociálních sítí jako Facebook, Instagram, Twitter nebo Youtube využívají z větší části lidé v mladším věku 18–24 let (Smith & Anderson, 2018). Hypotéza bude potvrzena, pokud se dle procentuálních výsledků prokáže klesající míra využívání jednotlivých sociálních sítí u starších respondentů.

Hypotéza č. 2: *Ženy používají sociální sítě více než muži.*

Hypotéza byla sestavena na předpokladu, že ženy více používají sociální sítě, z důvodu, že více zveřejňují příspěvky a fotografie a vnímají sociální sítě jako prostředek k jejich prezentaci. Muži používají internet spíše obecně za účelem ostatních online aktivit (Biernatowska et al., 2017). Zároveň ženy se stávají závislejšími na sociálních sítí (Alzahrani, 2016). Hypotéza bude

potvrzena, pokud se dle procentuálních výsledků prokážou vyšší hodnoty využívání u většiny sociálních sítí u žen.

***Hypotéza č. 3:** Čím vyšší je vzdělání uživatelů, tím více využívají sociálních sítě zaměřené na profil a na mikro-blogovací sítě.*

Hypotéza byla sestavena na předpokladu, že sociální síť Facebook využívají převážně uživatelé se středním nebo vysokoškolským vzděláním (Pew Research Center, 2019) a zároveň sociální síť LinkedIn využívá nejvíce lidí, kteří absolvovali vysokou školu (Smith & Anderson, 2018). Hypotéza bude potvrzena, pokud se dle procentuálních výsledků prokážou vyšší hodnoty využívání sociálních sítí zaměřených na profil a na mikro-blogovací sítě u lidí s vyšším vzděláním.

***Hypotéza č. 4:** Svobodní lidé využívají sociální síť Instagram více než lidé rozvedení.*

Hypotéza byla sestavena na předpokladu, že u sociální sítě Instagram bylo zjištěno, že tuto síť využívají uživatelé, kteří jsou svobodní a na druhé straně uživatelé, kteří jsou rozvedení ji používají nejméně (Statista, 2020ch). Hypotéza bude potvrzena, pokud se dle procentuálních výsledků prokážou vyšší hodnoty využívání Instagramu u svobodných lidí a nižší hodnoty využívání Instagramu u rozvedených lidí.

5 Metody a data

Vzhledem k výzkumné otázce a hypotézám jsem ve své práci použila kvantitativní metodu provedenou skrze dotazníkové šetření. V práci taky bylo využito testování statistických hypotéz. Otázky v dotazníku byly sestaveny na základě rešerše literatury a hypotéz. Otázky v dotazníku se věnují využívání konkrétních sociálních sítí, času stráveném na sociálních sítí a počtu přátel nebo sledujících. Dále pak dotazník tvoří otázky, díky kterým lze získat základní sociodemografické informace o respondentovi jako věk, pohlaví, nejvyšší dosažené vzdělání a rodinný stav.

Techniku výzkumu jsem zvolila formou internetového dotazníkové šetření. Dotazníkové šetření bylo sdíleno mezi lidmi, kteří využívají sociální sítě a s cílem rozšířit dotazník tak, aby se dostal ke všem věkovým kategoriím. Dotazník byl vytvořen prostřednictvím webové stránky Survio.com. Dotazník byl zveřejněn 27. března 2021 a ukončen 1. dubna 2021 a celkem bylo vyplněno 552 dotazníků. Z celkového počtu vyplněných dotazníků jich 546 odpovídalo podmínce, že uživatel používá sociální sítě, proto budu v práci analyzovat těchto 546 dotazníků. Respondenti, kteří v dotazníku uvedli, že sociální sítě nepoužívají, byli starší respondenti, kteří pouze uvedli, že používají e-mail. Tomu se ale ve své práci nevěnuji, proto tyto dotazníky byly vyřazeny. Dotazník jsem sdílela na sociální síti Facebook a taky sdílela do univerzitní skupiny Univerzity Palackého v Olomouci. Dále jsem dotazník šířila své rodině a přátelům, kteří se na sociálních sítích orientují a požádala je o další šíření s požadavkem, aby dotazník sdíleli zejména dospělým a starším osobám, které je obtížnější vyhledat než mladší respondenty, kteří sociální sítě využívají častěji. Tyto možnosti šíření mi pomohly získat dostatečný počet dotazníků pro empirickou část bakalářské práce. Dotazník byl šířen přes přímý odkaz.

Dotazník byl anonymní a obsahoval 10 otázek. Dotazník zahrnoval především uzavřené otázky s možností výběru odpovědí. V některých otázkách měli respondenti možnost odpovídat s možností výběru více odpovědí nebo s možností na výběr jedné varianty. Kromě uzavřených otázek měli respondenti možnost i dvou otevřených otázek, na které respondenti odpovídali ve formě čísel.

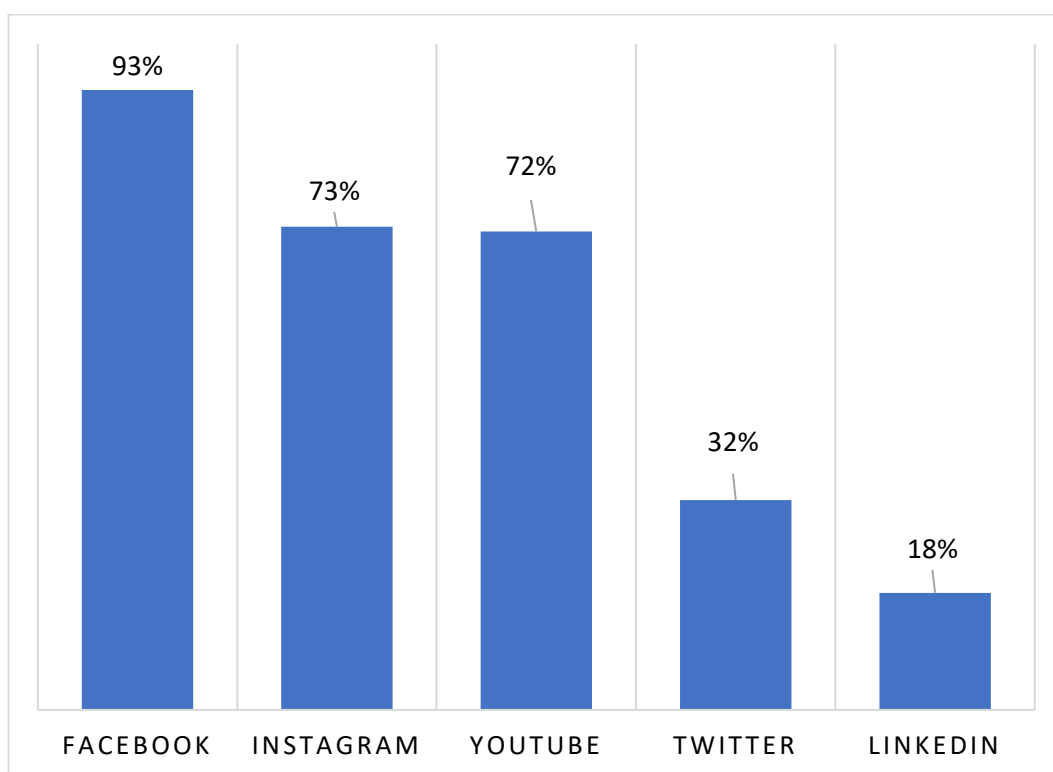
6 Analýza demografických charakteristik uživatelů sociálních sítí

Z celkových 546 vyplněných dotazníků se dotazníkového šetření zúčastnilo celkem 335 žen a 211 mužů. V procentuálním zastoupení ženy činí 61 % a muži 39 %. Věkové zastoupení respondentů bylo následující: ve věkové kategorii 15–24 let odpovědělo 266 respondentů (49 %), ve věku 25–34 let odpovědělo 149 respondentů (27 %), ve věku 35–44 let odpovědělo 56 respondentů (10 %), ve věku 45–54 let odpovědělo 42 respondentů (8 %), ve věku 55–64 let odpovědělo 17 respondentů (3 %) a ve věku 65 a více let odpovědělo 16 respondentů (3 %).

Z pohledu nejvyššího dosaženého vzdělání respondentů nejvíce lidí odpovídalo se středním vzděláním s maturitou, VOŠ a to 229 respondentů (42 %) z celkového počtu nasbíraných dotazníků. Druhou nejpočetnější skupinou tvořili respondenti s vysokoškolským vzděláním, kterých odpovědělo 192 (35 %). Se základním vzděláním odpovědělo 69 respondentů (13 %) a se středním vzděláním bez maturity na dotazník odpovědělo 56 respondentů (10 %).

V rámci rodinného stavu respondentů, odpovídalo nejvíce svobodných lidí a to 393 (72 %). Ženatých nebo vdaných odpovědělo 119 respondentů (22 %). Dále rozvedených odpovědělo 28 respondentů (5 %), vdovců na dotazník odpověděli 4 respondenti (1 %) a v registrovaném partnerství odpověděl 1 respondent (0,2 %).

Graf 1: Nejvyužívanější sociální sítě



Zdroj: vlastní zpracování

Podmínka pro správné vyplnění dotazníku byla, aby respondent, byl zaregistrován na jedné z uvedených sociálních sítí v grafu č. 2. Výsledky v grafu nebyly zjišťovány z celkového počtu respondentů, ale z počtu zvolených odpovědí ke každé jednotlivé sociální síti z důvodu, že respondenti mohou být zaregistrovaní na více sociálních sítích, proto měli na výběr více možností odpovědí. Případně doplnit jiné sociální sítě, na kterých jsou zaregistrovaní.

Na základě údajů z grafu č. 2 bylo zjištěno, že nejvyužívanější sociální sítí mezi respondenty je jednoznačně Facebook, Instagram a Youtube. Lze tedy tvrdit, že tyto sítě jsou mezi respondenty více upřednostňovány než sociální sítě jako Twitter a LinkedIn. Větší využívání Facebooku mezi respondenty mohlo také ovlivnit, že dotazník byl šířen zejména na této sociální síti.

Jak už bylo zmíněno, respondenti měli možnost případně doplnit další sociální sítě, na kterých jsou zaregistrováni. Není pochyb, že seznam sociálních sítí je mnohem větší než jen omezení na nejvyužívanější sociální sítě, které jsou řešeny v této práci. Z odpovědí lze konstatovat, že respondenti taky často využívají sociální síť TikTok, Pinterest, Tumblr, Snapchat, Discord, Reddit, Wattpad nebo streamovací platformy jako Twitch.

Tabulka 2: Nejčastěji zvolené důvody využívání sociálních sítí

1.	Komunikace	320
2.	Sledování příspěvků za účelem vyplnění volného času	143
3.	Sdílení fotografií a videí	53
4.	Studijní/pracovní záležitosti	25
5.	Komentování článků, diskusí, novinek apod.	5

Zdroj: vlastní zpracování

Důvody, proč uživatelé sociální sítě využívají mohou být různé. V dotazníku měli respondenti možnost seřadit výše uvedené nejčastější důvody v tabulce č. 2 dle svých preferencí. Většina respondentů (320 z celkového počtu) zvolila jako hlavní důvod komunikaci. Tento výsledek není velmi překvapující, jelikož téměř všechny sociální sítě umožňují nějaký způsob komunikace nebo spojení s rodinou a přáteli. Dále uživatelé využívají sociální sítě ke sledování příspěvků za účelem vyplnění volného času nebo sdílení fotografií a videí.

V následujících částech jsem tuto kapitolu analýzy výsledků rozdělila na porovnání jednotlivých demografických charakteristik, stejně jako byla rozdělena třetí kapitola, kde se věnuji jednotlivým charakteristikám.

6.1 Rozdíly ve využívání sociálních sítí dle věku

V této části jsem se věnovala demografické charakteristice věku a jak tato charakteristika ovlivňuje používání sociálních sítí. Z výsledků dotazníkové šetření jsem se také věnovala potvrzení nebo vyvrácení hypotézy H1, která se týká právě věku.

Tabulka 3: Využívání sociálních sítí dle věku v %

	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	Youtube
15-24 let	93,98	8,27	49,62	91,35	92,48
25-34 let	98,65	33,55	22,14	73,15	65,77
35-44 let	85,71	30,35	5,35	41,07	41,07
45-54 let	95,23	11,91	7,14	35,71	47,61
55-64 let	94,11	11,76	5,88	29,41	5,88
65 a více let	43,75	0,00	0,00	6,25	25,00

Zdroj: vlastní zpracování

Na základě výsledků z tabulky č. 3, můžeme říct, že z celkového počtu uživatelů Facebooku jej využívají z větší části lidé ve věkové kategorii 25–34 let. Také druhou sociální sítí, kterou uživatelé v této věkové kategorii využívají je Instagram a dále Youtube. Z tabulky č. 3 můžeme vyvodit, že Facebook, Instagram a Youtube využívá většina respondentů ve věku 15–24 let a 25–34 let. Dále si můžeme povšimnout, že u každé sociální sítě její používání klesá zároveň s věkem. Hypotéza H1: *Čím vyšší je věk uživatele, tím klesá míra využívání sociálních sítí.* předpokládá, že se zvyšujícím se věkem respondenta klesá využívání sociálních sítí. Tabulka nám také tento fakt velmi dobře vyobrazuje a tím lze hypotézu H1 potvrdit.

V následující tabulce č. 4 jsem vycházela ze vzorku 542 respondentů, protože 4 respondenti neuvedli svou odpověď v dotazníku u otázky Kolik času průměrně denně tráví na sociálních sítích.

Tabulka 4: Čas strávený každý den na sociálních sítích

	Méně než 1 hodinu	1-3 hodiny	3-6 hodin	6 hodin a více
15-24 let	7,89	47,37	32,33	12,03
25-34 let	16,11	55,70	22,82	4,70
35-44 let	46,43	41,07	8,93	3,57
45-54 let	47,62	47,62	3,38	0,00
55-64 let	41,18	52,94	5,88	0,00
65 a více let	56,25	18,75	0,00	18,75

Zdroj: vlastní zpracování

Nejvyššího času stráveného na sociálních sítích vykazují lidé ve věku 25–34 let a to 1–3 hodiny denně. Zároveň také nejvíce respondentů (48,35 %) celkově odpovědělo, že tráví tento čas každý den na sociálních sítích. Dle výsledků prezentovaných v tabulce č. 4 můžeme usoudit, že by průměrný čas uživatelů ve věku 15–24 let mohl být 3 hodiny denně. Čas strávený na sociálních sítích se opět snižuje s věkem respondenta.

6.2 Rozdíly ve využívání sociálních sítí dle pohlaví

V této části jsem se věnovala demografické charakteristice pohlaví a jak tato charakteristika ovlivňuje používání sociálních sítí. Konkrétněji jsem se v této části zabývala, jak často uživatelé dle pohlaví využívají sociální sítě. Z výsledků dotazníkového šetření jsem si také mohla potvrdit nebo vyvrátit hypotézu H2, která se týká právě pohlaví.

Tabulka 5: Využívání sociálních sítí dle pohlaví v %

	Ženy v %					
	Každý den	Několi-krát týdně	Jednou týdně	Několikrát měsíčně	Jednou měsíčně	Méně často
Facebook	80,00	12,84	4,18	4,48	3,58	2,10
LinkedIn	0,90	2,39	2,09	2,99	2,39	6,87
Twitter	5,97	5,07	3,58	2,99	2,10	4,18
Instagram	53,43	10,45	3,28	4,18	3,58	2,09
Youtube	35,82	4,48	5,97	6,27	3,00	1,79
	Muži v %					
	Každý den	Několi-krát týdně	Jednou týdně	Několikrát měsíčně	Jednou měsíčně	Méně často
Facebook	50,24	18,96	9,00	7,11	5,69	5,21
LinkedIn	1,90	3,32	1,42	1,90	2,84	2,84
Twitter	15,17	7,11	6,64	5,21	6,64	5,69
Instagram	61,14	13,74	3,79	4,74	1,90	1,90
Youtube	68,72	7,11	5,21	5,69	1,90	2,37

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 5 vyobrazuje, jak často uživatelé využívají jednotlivé sociální sítě dle pohlaví v %. Dle tabulky můžeme konstatovat, že jak u mužů, tak i u žen dominují sociální sítě jako Facebook, Instagram a Youtube, které jsou zároveň i nejvyužívanější sociální sítě, jak můžeme vidět v grafu č. 2. Z celkového počtu žen, které se zúčastnily dotazníkové šetření využívají ženy každodenně nejvíce Facebook a to z 80 % a nejméně využívají každodenně sociální síť Youtube 35,82 %. Z celkového počtu mužů, kteří se zúčastnili dotazníkové šetření využívají muži nejvíce Youtube a to z 68,72 % a nejméně každodenně využívají sociální síť Facebook 50,24 %.

Tabulka 6: Využívání sociálních sítí dle pohlaví v %

	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	Youtube
Ženy	97,01	20,30	22,69	76,78	62,99
Muži	86,72	13,27	45,50	69,85	85,78

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 6 prezentuje, používání sociálních sítí u mužů a žen. Ženy nejvíce používají sociální síť Facebook, Instagram a Youtube. Muži tyto sítě taky využívají nejvíce s rozdílem, že většina mužů používá Facebook, Youtube a poté Instagram. Dle výsledků z tabulky lze konstatovat, že ženy používají většinu sociálních sítí více než muži. Kromě Twitteru a Youtube, které používají více muži. Můžeme tedy potvrdit hypotézu H2: *Ženy používají sociální sítě více než muži.*

Tabulka 7: Průměrný počet přátel a sledujících

	Ø	
	Ženy	Muži
Facebook	317	304
Instagram		
Sledující	584	1025
Sleduji	342	345
Twitter		
Sledující	108	503
Sleduji	131	117

Zdroj: vlastní zpracování

Každý uživatel má na svých výše uvedených sociálních sítích v tabulce č. 6 určitý počet přátel nebo sledujících, záleží na druhu sociální sítě. Na

základě odpovědí z dotazníkového šetření jsem zjišťovala, jaký je průměrný počet přátel nebo sledujících u mužů a žen. Ženy mají v průměru více přátel na Facebooku, než muži. U sociálních sítí Instagram a Twitter se dále rozlišuje počet lidí/profilů, kteří sledují profil uživatele a kolik profilů daný uživatel sleduje. Průměrný počet sledujících u mužů na Instagramu vyšší než u žen a také i na Twitteru. Dále pak průměrný počet profilů, které muži sledují na Instagramu je více než u žen. Ženy naopak v průměru sledují více profilů na Twitteru než muži.

U tabulky č. 7 byl dále zjišťován rozdíl v počtu přátel na Facebooku u mužů a žen pomocí testování statistických hypotéz. Nulová hypotéza, předpokládá, že není rozdíl v počtu přátel na Facebooku u mužů a žen. Přes Mann-Whitney test bylo zjištěno, že p-hodnota (0,000413) je menší než hladina významnosti, proto byla nulová hypotéza zamítnuta a ukázalo se, že rozdíl mezi přáteli na Facebooku u mužů a žen je statisticky významný. U rozdílu mezi sledujícími na Instagramu a Twitteru se ukázalo, že rozdíl mezi sledujícími u mužů a žen není statisticky významný. U obou sociálních sítí p-hodnota vykazovala hodnotu 0,00.

6.3 Rozdíly ve využívání sociálních sítí dle vzdělání

V této části jsem se věnovala demografické charakteristice vzdělání uživatele a jak tato charakteristika ovlivňuje používání sociálních sítí. Z výsledků dotazníkové šetření jsem si také mohla potvrdit nebo vyvrátit hypotézu H3, která se týká právě této charakteristiky.

Tabulka 8: Využívání sociálních sítí dle vzdělání v %

	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	Youtube
Základní	88,41	2,9	57,97	89,86	95,65
Střední bez maturity	87,5	5,36	21,43	48,21	55,36
Střední s maturitou, VOŠ	93,01	11,79	34,93	81,22	77,73
Vysokoškolské	96,35	33,33	20,83	63,02	60,94

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 8 věnující se rozdílům ve využívání sociálních sítí dle vzdělání uživatele prezentuje, že sociální síť Facebook využívá nejvíce lidí s vysokoškolským vzděláním a se středním vzděláním s maturitou, VOŠ. Lze říct, že u všech stupňů vzdělání nejvíce používané sociální sítě jsou Facebook, Instagram a Youtube. Většího rozdílu si můžeme povšimnout u sociální sítě LinkedIn, konkrétně u lidí se základním a vysokoškolským vzděláním. Výsledky ukazují, že uživatelé s vysokoškolským vzděláním využívají tuto sociální síť o 30 % více než uživatelé se základním vzděláním.

Výsledky z tabulky č. 8, částečně potvrzují hypotézu H3: *Čím vyšší je vzdělání uživatelů, tím více využívají sociálních sítí zaměřené na profil a na mikroblogovací sítě.* U sociální sítě Facebook, která patří do skupiny sociálních sítí zaměřených na profil, se potvrdilo, že čím vyšší vzdělání uživatel má, tím více Facebook využívá. U sociální sítě LinkedIn, která patří do skupiny mikroblogovacích sítí, se také potvrdila hypotéza. Hypotéza H3 se nepotvrdila u mikroblogovací sítě Twitter, u které neplatí, že čím vyšší vzdělání uživatele, tím vyšší je využívání této sítě. Dle výsledků Twitter nejvíce používají lidé se základním vzděláním a nejméně s vysokoškolským vzděláním.

6.4 Rozdíly ve využívání sociálních sítí dle rodinného stavu

V této části jsem se věnovala demografické charakteristice rodinného stavu uživatele a jak tato charakteristika ovlivňuje používání sociálních sítí. Z výsledků dotazníkové šetření jsem si také mohla potvrdit nebo vyvrátit hypotézu H4, která se týká právě této charakteristiky.

Tabulka 9: Využívání sociálních sítí dle rodinného stavu v %

	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	Youtube
Svobodný/-á	93,64	16,28	41,22	83,46	83,72
Ženatý/vdaná	90,76	21,85	6,72	46,22	43,70
Registrované partnerství	100,00	0,00	0,00	100,00	100,00
Rozvedený/-á	96,43	21,43	3,57	35,71	32,14
Vdovec/vdova	75,00	0,00	0,00	25,00	0,00

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 9 věnující se využívání sociálních sítí dle rodinného stavu uživatele, vykazuje následující výsledky. V první řadě upřesním vysvětlení procentuálního výsledku u registrovaného partnerství. Dotazníkového šetření se s uvedeným rodinným stavem zúčastnil pouze jeden respondent, proto nepovažují další porovnávání s tímto respondentem za zcela relevantní, jelikož se jedná pouze o jednu osobu.

U všech uživatelů bylo z tabulky zjištěno, že nejvíce využívají sociální síť Facebook. Dále také Instagram nebo Youtube. Kromě uživatelů s rodinným stavem vdovec/vdova, kteří využívají pouze Facebook a Instagram. Nejméně uživatelé využívají Twitter a LinkedIn. U uživatelů s rodinným stavem vdovec/vdova bylo zjištěno, že vůbec nepoužívají Twitter a LinkedIn. Twitter je

nejméně využívány u rozvedených uživatelů a sociální síť LinkedIn je nejméně využívány u svobodných lidí.

Výsledky z tabulky č. 9, potvrzují hypotézu *H4: Svobodní lidé využívají sociální síť Instagram více než lidé rozvedení*. Zcela jasně si lze povšimnout, že uživatelé, kteří zvolili svůj rodinný stav jako svobodný/-á, využívají sociální síť Instagram více než rozvedení lidé.

7 Diskuse

V následující diskusi budou srovnány zjištěné výsledky s teoretickými zdroji, na kterých je tato práce postavena.

V porovnávání a ve výzkumech, které se zabývají využíváním sociálních sítí si můžeme povšimnout shody u věkových kategorií. Mladší nebo i dospělí uživatelé v podstatě vždy využívají sociální sítě nejvíce. V dnešní digitalizované době už snad každý dospívající vyrůstá se sociálními sítěmi anebo alespoň částečně o nich ví. Podle Českého statistického úřadu (2020a) je přístup k internetu mnohem snazší a dnes už téměř ani nepředstavuje problém pro starší osoby. Výzkumy se dále shodovaly i ve využívání konkrétních sociálních sítí. Nejvyužívanějšími sociálními sítěmi byly téměř vždy Facebook, Instagram a Youtube (Smith & Anderson, 2018). Následně tyto shody vyobrazuje tabulka č. 3. Za předpokladu, že dnešní technologie se snaží i více přizpůsobovat starším lidem je možné, že tyto lidé budou mít v budoucnosti podobný přehled a znalosti o využívání internetu a sociálních sítí jako mladší uživatelé, kteří se zpravidla na těchto platformách orientují lépe.

Nižší míra využívání sociálních sítí u starších osob zároveň znamená i méně času, který na sítích tráví. Jak využívání sítí, tak i čas na těchto sítích klesá s věkem. U starších osob je tento čas kolem jedné hodiny, což je o dvě hodiny méně než u mladších lidí, kteří svůj čas na těchto platformách tráví více (Salim, 2019). Další prvek, který byl zkoumán v rámci sociálních sítí byl počet přátel na sociálních sítích. Průměrný počet přátel na Facebooku je 200 přátel. U respondentů ve věku 18–29 let je tento průměr kolem 300 přátel (Smith, 2014). Průměrný počet 300 přátel byl zjištěn i na Facebooku u mužů a žen.

Další shody ve výzkumech, zmíněných v teoretické části práce jsou u charakteristiky pohlaví. Podle výsledků ženy využívají sociální sítě častěji.

Zejména z důvodu, že potřebují komunikovat a udržovat si vztahy mezi přáteli (Misra et al., 2015). Obecně komunikace je nejhlavnější důvod, proč vůbec uživatelé jsou na sociálních sítích. Snad téměř všechny sociální sítě obsahují nějaký nástroj, přes který uživatel má možnost komunikovat, proto není pochyb, že komunikace je hlavním účelem. Ženy využívání sociální sítě ke zveřejňování příspěvků a fotografií (Biernatowska et al., 2017), proto můžeme vidět v tabulce č. 6, že ženy využívají nejvíce Facebook a Instagram. Tyto platformy umožňují zejména aktivity jako zveřejňování příspěvků a fotografií.

V porovnání vzdělání a využívání sítí je LinkedIn využíván nejvíce lidmi s vysokoškolským vzděláním (Smith & Anderson, 2018). Stejný výsledek vyobrazuje i tabulka č. 8. LinkedIn je charakterem spíše profesionální sítí s účelem pomoci najít uživateli zaměstnání a zlepšení jeho kariérního rozvoje (Roulin & Levashina, 2019). Fakt, že lidé s vysokoškolským vzděláním používají LinkedIn ve větší míře než lidé s jiným stupněm vzdělání, je možný zřejmě z důvodu, že tito lidé se snaží najít si práci po absolvování vysoké školy a získat si rozhled na trhu práce.

V porovnání rodinného stavu uživatele a využívání sítí je Instagram využíván zejména svobodnými lidmi (Statista, 2020ch). Tento výsledek také ukazuje tabulka č. 9. Další shody v tabulce si můžeme všimnout u rozvedených lidí, kteří využívají nejvíce Facebook, kde hledají emoční a sociální podporu a umožňuje vyhledávání informací o bývalých partnerech a tím se s nimi mohou vyhnout přímé komunikaci (Valenzuela et al., 2014).

Závěr

Hlavním cílem práce byla analýza sociálně-demografických charakteristik uživatelů sociálních sítí. Pro naplnění cíle byla vytvořena výzkumná otázka a příslušné hypotézy, které vycházely z rešerše literatury k danému tématu. V teoretické části byly představeny jednotlivé sociální sítě a jejich využívání, které je u jednotlivých sociálních sítí odlišné. Tato různorodost byla popsána u každé sociální sítě v první kapitole teoretické části. Důležitou zmínkou bylo, jak jsou si lidé díky sociálním sítím propojeni a jak tyto sítě tento nový způsob propojení umožňují a každý má možnost dostat se k informacím všeho druhu nebo sdílet každodenní život.

Od jednotlivých sociálních sítí jsem se dále věnovala typům sociálních sítí, protože sociální sítě jsou různé a podle této různorodosti jsou rozděleny na několik typů. Jednalo se o sociální sítě zaměřené na profil, přes sítě zaměřené na obsah až k virtuálnímu prostředí, které spíše směřují k hernímu prostředí. Jak už bylo v práci zmíněno, historie sociálních sítí není až tak stará a její počátek byl zaznamenán už v 90. letech 20. století a sahá až po současnost. Velmi dobře jsme si mohli povšimnout, že růst sociálních sítí je velmi rychlý a vznik nových sociálních sítí se rapidně zrychlil od roku 2002 a pokračuje dodnes.

Nejdůležitější částí teoretické části byla třetí kapitola zaměřená na využívání sociálních sítí, od které se potom odráží empirická část bakalářské práce. Tato kapitola byla rozdělena na využívání sociálních sítí zaměřených na demografické charakteristiky uživatelů. Byly zde popsány rozdíly v používání sítí u mužů a žen, vzhledem k jejich věku, vzdělání nebo rodinného stavu. Z těchto rozdílů dále vyplývá i výzkumná otázka a hypotézy. V empirické části bakalářské práce jsem se zaměřila na rozdíly ve využívání sociálních sítí mezi demografickými charakteristikami. Na každou charakteristiku jsem se zaměřila samostatně, proto k dosažení potřebných výsledků bylo v analýze použito

dotazníkové šetření. V empirické části byly popsány výsledky dat z 546 dotazníků a popsána výzkumná metoda.

Výzkumná otázka řešená v této práci, byla zaměřena právě na tyto rozdíly mezi demografickými charakteristikami. Zaměřila jsem se na to, jak tyto skupiny využívají sociální sítě. První charakteristikou, kterou jsem se zabývala byl věk. Respondenti ve věku 25–34 let jsou nejvíce na sociální síti Facebook a jsou na ni zaregistrovaní. Podobně to můžeme říci i u sociální sítě Instagram a Youtube s rozdílem, že tyto sítě využívají nejvíce lidé ve věku 15–24 let. Z pohledu, kolik času respondenti tráví čas na sítích lze říci, že respondenti ve věku 15–24 let tráví denně nejvíce času na sociálních sítích oproti ostatním věkovým skupinám.

Další charakteristikou, kterou jsem se zabývala bylo pohlaví respondenta. Jak muži, tak i ženy využívají nejčastěji Facebook, Instagram a Youtube. Zároveň ženy tráví více každodenního času na Facebooku (80 %) než muži (50,24 %). Muži na druhou stranu tráví více každodenního času na Youtube (68,72 %). Další charakteristiky řešené v této práci bylo vzdělání a rodinný stav respondenta. Sociální síť Facebook využívá nejvíce respondentů s vysokoškolským vzděláním (96,35 %). Velký rozdíl byl zaznamenán u sociální sítě LinkedIn, kterou používalo jen 2,9 % lidí se základním vzděláním. U charakteristiky rodinného stavu respondentů byla opět nejvyužívanější sociální síť Facebook. Síť Facebook, Instagram, Youtube, Twitter a LinkedIn používali téměř všichni, kromě posledních dvou zmíněných sítí, které vůbec nepoužívají respondenti s rodinným stavem vdovec/vdova.

Na zpracování analýzy charakteristik bylo k dispozici poměrně velké množství dotazníků, ze kterých byly zjištěny veškeré informace potřebné ke zpracování. Jako limit považuji nereprezentativní výběr konkrétně starších respondentů. Tento počet u starších lidí byl samozřejmě očekáván z důvodu, že sociální sítě nejsou mezi starší skupinou příliš populární. Je tedy

pravděpodobné, že vyšší počet odpovědí od starší věkové skupiny by mohl rozdíly ve využívání sítí trochu změnit. Na základě výsledků lze říci, že rozdíly mezi demografickými charakteristikami patrné jsou, zvláště co se týká například mladších a starších věkových skupin. Zároveň si lze taky povšimnout i stejných vzorců u charakteristik v používání některých sociálních sítí.

Literatura a zdroje:

Ali, A. (2020). *Visualizing the Social Media Universe in 2020*. Citováno 28. ledna 2021. Dostupné z: <https://www.visualcapitalist.com/visualizing-the-social-media-universe-in-2020/>

Alzahrani, F. (2016). Communication difference between men and women in social media. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 7(4), 981–982.

Anderson, M., & Jiang, J. (2018a). Teens, Social Media & Technology 2018. *Internet & Technology*. Citováno 12. března 2021. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/internet/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/>

Anderson M., & Jiang, J. (2018b). Teens and their experiences on social media. *Internet & Technology*. Citováno 12. března 2021. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/internet/2018/11/28/teens-and-their-experiences-on-social-media/>

Armstrong, M. (2019). *Myspace Isn't Dead*. Citováno dne 26. ledna 2021. Dostupné z: <https://www.statista.com/chart/17392/myspace-global-traffic/>

Barnes, J. A. (1954). Class and Committees in a Norwegian Island Parish. *Human Relations*, 7(1), 39–58.

Biernatowska, A., Balcerowska, J. M., & Bereznowski, P. (2017). Gender differences in using Facebook—preliminary analysis. *Badania i Rozwój Młodych Naukowców w Polsce – Społeczeństwo: psychologia i socjologia*, 13–18. Dostupné z: <https://experior.ug.edu.pl/wp-content/uploads/Gender-differences-in-using-facebook-preliminary-analysis.pdf>

boyd, d., & Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

Brown, G., & Michinov, N. (2019). Measuring latent ties on Facebook: A novel approach to studying their prevalence and relationship with bridging social capital. *Technology in Society*, 59, 1-6. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101176>

Brown, A. (2020). *How many People Are Playing World Of Warcraft*. Citováno 26. ledna 2021. Dostupné z: <https://screenrant.com/world-warcraft-players-amount-servers-popular-subscribers-total/>

Coelho, J., & Duarte, C. (2016). A literature survey on older adults' use of social network services and social applications. *Computers in Human Behavior*, 58, 187-205. Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.053>

Český statistický úřad. (2020a). *Internet používá přes 80% obyvatel Česka*. Citováno 11. března 2021. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/internet-pouziva-pres-80-obyvatel-ceska>

Český statistický úřad. (2020b). *Sociální sítě. Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci – 2020*. Citováno 11. března 2021. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/vyuzivani-informacnich-a-komunikacnich-technologii-v-domacnostech-a-mezi-jednotlivci-2020>

Digizen. (2008). *What are social networking services?* Citováno 26. ledna 2021. Dostupné z: <https://www.digizen.org/socialnetworking/sn.aspx>

Dhyab, R., & Varol, A. (2018). *Distance Education Features using Facebook*, 12 (6), 19-34. Dostupné z: <https://doi.org/10.3991/ijim.v12i6.9621>

Elgersma, Ch. (2018). *Everything you need to know about Snapchat*. Citováno 19. března 2021. Dostupné z: <https://phys.org/news/2018-06-snapchat.html>

Heidemann, J., Klier, M., & Probst, F. (2012). Online social networks: A survey of a global phenomenon. *Computer Networks*, 56(18), 3866-3878. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.comnet.2012.08.009>

- Chen, W., Fan, C.-Y., Liu, Q.-X., Zhou, Z.-K., Xie, X.-C. (2016). Passive social network site use and subjective well-being: a moderated mediation model. *Computers in Human Behavior* 64, 507–514. Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.04.038>
- Iqbal, M. (2021). *LinkedIn Usage and Revenue Statistics (2020)*. Citováno 26. ledna 2021. Dostupné z: <https://www.businessofapps.com/data/linkedin-statistics/>
- Khan, H. U., Nasir, S., Nasim, K., Shabbir, D., Mahmood, A. (2021). Twitter trends: a ranking algorithm analysis on real time data. *Expert Systems with Applications*, 164, 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2020.113990>
- Kakkar, G. (2018). *What are the Different Types of Social Media?* Citováno 26. ledna 2021. Dostupné z: <https://www.digitalvidya.com/blog/types-of-social-media/>
- Kolouch, J. (2016). *CyberCrime*. Dostupné z: <https://knihy.nic.cz/files/edice/cybercrime.pdf>
- Klement, V. (2020). *Sociální média v roce 2020*. Citováno 11. března 2021. Dostupné z: <https://www.h1.cz/upload/680-social-trendy-2020-groupm.pdf>
- LinkedIn. (2020). *O společnosti LinkedIn*. Citováno 20. prosince 2020. Dostupné z: https://about.linkedin.com/cs-cz?trk=homepage-basic_directory_aboutUrl
- Misra, N., Dangi, S., & Patel, S. (2015). Gender differences in usage of social networking sites and perceived online social support on psychological well being of youth. *The International Journal of Indian Psychology*, 3(1), 63–74.
- Mitchell, J.C. (1974). Social networks. *Annual Review of Anthropology*, 3(1), 279–299. Dostupné z: <https://doi.org/10.1146/annurev.an.03.100174.001431>
- Myspace. (2020). *About Myspace*. Citováno 15. ledna 2021. Dostupné z: <https://myspace.com/pressroom/aboutmyspace>

- New World Notes. (2020). „*Pandemic Boost*“ Reverses Decline Of Second Life Monthly Active Users. Citováno 26. ledna 2021: Dostupné z: <https://nwn.blogs.com/nwn/2020/06/sl-mau-pandemic-june-2020.html>
- Perrin A. (2015). Social Media Usage: 2005-2015. *Internet & Technology*. Citováno 27. března 2021. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/internet/2015/10/08/social-networking-usage-2005-2015/>
- Pew Research Center. (2019). Social Media Fact Sheet. *Internet & Technology*. Citováno 27. března 2021. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/social-media/>
- Roulin, N., & Levashina, J. (2019). LinkedIn as a new selection method: Psychometric properties and assessment approach. *Personnel Psychology*, 72, 187-211. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/peps.12296>
- Salim, S. (2019). *How much time do you spend on social media?* Citováno 27. března 2021. Dostupné z: <https://www.digitalinformationworld.com/2019/01/how-much-time-do-people-spend-social-media-infographic.html#postimages>
- Smith, A. (2014). *What people like and dislike about Facebook*. Citováno 28. března 2021. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2014/02/03/what-people-like-dislike-about-facebook/>
- Smith, A., & Anderson, M. (2018). Social Media Use in 2018. *Internet & Technology*. Citováno 12. března 2021. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/internet/2018/03/01/social-media-use-in-2018/>
- Statista. (2020a). *Number of monthly active Facebook users worldwide as of 3rd quarter 2020 (in millions)*. Citováno 11. prosince 2020. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>

- Statista. (2020b). *Device usage of Facebook users worldwide as of October 2020*. Citováno 15. ledna 2021. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/377808/distribution-of-facebook-users-by-device/>
- Statista. (2020c). *Instagram – Statistics & Facts*. Citováno 12. prosince 2020. Dostupné z: <https://www.statista.com/topics/1882/instagram/>
- Statista. (2020d). *Number of monthly active Instagram users from January 2013 to June 2018 (in millions)*. Citováno 12. prosince 2020. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-instagram-users/>
- Statista. (2020e). *Twitter – Statistics & Facts*. Citováno 14. prosince 2020. Dostupné z: <https://www.statista.com/topics/737/twitter/>
- Statista. (2020f). *Distribution of Twitter users worldwide as of October 2020, by age group*. Citováno 14. prosince 2020. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/283119/age-distribution-of-global-twitter-users/>
- Statista. (2020g). *Youtube – Statistics & Facts*. Citováno 21. prosince 2020. Dostupné z: <https://www.statista.com/topics/2019/youtube/>
- Statista. (2020h). *Most popular social networks worldwide as of January 2020, ranked by number of active users (in millions)*. Citováno 26. ledna 2021. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- Statista. (2020ch). *Share of Instagram users in Colombia in 2018, by marital status*. Citováno 27. března 2021. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/1060243/colombia-share-instagram-users-marital-status/>
- Statista. (2020i). *Share of Facebook users in the Dominican Republic in 2018, by marital status*. Citováno 27. března 2021. Dostupné z:

<https://www.statista.com/statistics/1059779/dominican-republic-share-facebook-users-marital-status/>

Statista. (2021). *Gender distribution of social media audiences worldwide as of January 2021, by platform*. Citováno 26. března 2021. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/274828/gender-distribution-of-active-social-media-users-worldwide-by-platform/>

Valentine, O. (2018). *Top 10 reasons for using social media*. Citováno 11. března 2021. Dostupné z: <https://blog.globalwebindex.com/chart-of-the-day/social-media/>

Vincos Blog. (2020). *La mappa dei social network nel mondo – gennaio 2020*. Citováno 28. ledna 2021. Dostupné z: <https://vincos.it/2020/03/12/la-mappa-dei-social-network-nel-mondo-gennaio-2020/>

Valenzuela, S., Halpern, D., & Katz, J. E. (2014). Social network sites, marriage well-being and divorce: Survey and state-level evidence from the United States. *Computers in Human Behavior*, 36, 94-101.

Vroman, K. G., Arthanat, S., & Lysack, C. (2015). "Who over 65 is online?" Older adults' dispositions toward information communication technology. *Computers in Human Behavior*, 43, 156-166. Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2014.10.018>

Wuchty, S. (2009). What is a social tie? *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 106(36), 15099–15100. Dostupné z: <https://doi.org/10.1073/pnas.0907905106>

Zhang, L., & Tu, W. (2009). *Six Degrees of Separation in Online Society*, 1-6. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/255614427_Six_Degrees_of_Separation_in_Online_Society

Seznam obrázků:

Obrázek 1: Ilustrace sociálních sítí	10
Obrázek 2: Časová osa sociálních sítí, vlastní zpracování.....	19
Obrázek 3: Světová mapa sociálních sítí	20
Obrázek 4: Zobrazení využívání sociálních sítí v ČR	24

Seznam tabulek:

Tabulka 1: Přehled klasifikace sociálních sítí	16
Tabulka 2: Nejčastěji zvolené důvody využívání sociálních sítí	33
Tabulka 3: Využívání sociálních sítí dle věku v %	34
Tabulka 4: Čas strávený každý den na sociálních sítích.....	35
Tabulka 5: Využívání sociálních sítí dle pohlaví v %	36
Tabulka 6: Využívání sociálních sítí dle pohlaví v %	37
Tabulka 7: Průměrný počet přátel a sledujících.....	37
Tabulka 8: Využívání sociálních sítí dle vzdělání v %.....	39
Tabulka 9: Využívání sociálních sítí dle rodinného stavu v %.....	40

Seznam grafů:

Graf 2: Nejvyužívanější sociální sítě	32
--	----