

**Univerzita Palackého v Olomouci**

**Filozofická fakulta**

**Katedra psychologie**

**Vztahy a sociální sítě**

**Relationships and social networks**



**Bakalářská diplomová práce**

Autor:

Markéta Opletalová

Vedoucí práce:

PhDr. Jan Šmahaj Ph.D.

**Olomouc**

**2016**

**Prohlášení**

Místopřísežně prohlašuji, že jsem bakalářskou diplomovou prací na téma:

„Vztahy a sociální sítě“ vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího diplomové práce a uvedla jsem všechny použité podklady a literaturu.

V .....dne .....

Podpis .....

### **Poděkování**

Ráda bych zde poděkovala PhDr. Janu Šmahajovi Ph.D. za odborné vedení mé bakalářské diplomové práce, za čas a cenné rady, které mi věnoval. Děkuji také všem účastníkům výzkumu, kteří mu věnovali pár minut svého času a nechali nás tak nahlédnout do této problematiky

# Obsah

Úvod .....	4
Sociální sítě .....	6
Virtuální sociální sítě .....	6
Historie virtuálních sociálních sítí .....	7
Druhy virtuálních sociálních sítí .....	8
Facebook .....	10
Historie Facebooku .....	10
Struktura Facebooku .....	10
Klady a zápory Facebooku .....	12
Facebook a partnerské vztahy .....	15
Vztah .....	17
Partnerský vztah .....	17
Proměny partnerských vztahů ve společnosti .....	18
Změny v sexuálním životě .....	18
Proměny ve struktuře partnerství .....	19
Proměny v pohlavních rolích .....	19
Komponenty partnerských vztahů .....	21
Vývoj partnerských vztahů .....	23
Strategie výběru partnera .....	25
Vznik konfliktů ve vztahu .....	27
Závěr .....	28
Praktická část .....	30
Výzkumný problém a cíle výzkumu .....	30
Cíle výzkumu .....	30
Metodologický postup .....	31
Typ výzkumu .....	31
Metody sběru dat .....	31
Etické aspekty výzkumu .....	33
Metoda sběru dat .....	33
Výzkumný soubor .....	33
Výsledky .....	37
Diskuze .....	53
Závěr .....	54
Seznam použitých zdrojů a literatury .....	57
Přílohy diplomové práce .....	

## Úvod

V roce 2006 byl zpřístupněn v České republice Facebook. Do té doby a taky ještě o několik let později, než se ve společnosti stal tak oblíbeným, byly možnosti komunikace a navazování přátelství limitované. Lidé se spolu setkali v reálném světě, a pokud se chtěli více seznámit, museli vynaložit určité úsilí a investovat do seznámení svůj čas.

Později se rozšířilo používání mobilních telefonů, e-mailů a komunikačních programů jako je například ICQ. Tím se usnadnila komunikace, která již nevyžadovala setkání tváří v tvář nebo dopisy, byla však stále značně omezená. Pokud byli přátelé vzdáleni, mohli jsme se o nich dozvědět jen to, co nám sami napsali a museli jsme vynaložit vlastní úsilí k tomu, abychom byli v kontaktu. Ale ani telefony či emaily, nedokázali plně nahradit přímý kontakt s přáteli.

Postupem času se rozšířil webový systém Facebook, díky kterému můžeme být neustále v kontaktu s přáteli a to buď prostřednictvím chatu, či nepřímo, sledováním jeho aktivit na této síti. Pomocí příspěvků, které lidé přidávají, se můžeme dozvědět něco o jejich životě. Získali jsme tak jednoduchou cestu, jak být s přáteli pořád v kontaktu, i když se s nimi nevidáme. Dalo by se říct, že se Facebook přiblížil svou strukturou a propracovaností kontaktu tváří v tvář. Facebook se během velmi krátké doby stal fenoménem mezi sociálními sítěmi, neboť má nejvíce uživatelů a je rozšířen po celém světě. Jeho rozsah dosáhl již takové úrovně, že má moc ovlivňovat nejen životy jeho uživatelů, ale celou společnost. Zasahuje do tolika společenských oblastí jako je ekonomika, politika a kultura, že jeho vliv nesmíme brát na lehkou váhu. Takové moci, jakou má Facebook, žádná jiná sociální síť nikdy nedosáhla. Nepředpokládá se tedy, že se zapíše do dějin jako krátkodobá módní záležitost. Je pravděpodobné, že přetrvá a budeme ho používat i v budoucnosti.

V bakalářské práci se zaměříme na to, jak může tato sociální síť ovlivňovat partnerské vztahy. Zvláště když má člověk k dispozici nástroj, pomocí něhož se může o svém partnerovi dozvědět téměř všechno. K tématu nás inspiroval reálný život, ve kterém vidíme, že spoustu lidí řeší problémy ve vztahu, které jsou spojeny s Facebookem, nebo se na něm projevují. Myslíme si, že v mnoha ohledech tato sociální síť mění vztahy a to od začátku až do konce. Sami můžeme vidět rozdíl v navazování přátelství a seznamování se s lidmi od dob, kdy ještě Facebook neexistoval. Klasický model oslovení člověka a požádání ho o kontakt nebo pozvání na schůzku nahradila nevinná žádost o přátelství, po ní prohlížení profilu a chatování. Po určité době eventuálně osobní kontakt. Partneri se tak o sobě mohou

spoustu věcí dozvědět, než se vůbec setkají, čímž postupné odkrývání soukromí na schůzkách ztrácí své kouzlo. Vztah se stává věcí veřejnou, neboť s největší pravděpodobností si partneři svůj vztah zveřejní na profilu a budou přidávat společné fotky. Veřejným se tedy stane i rozchod a to hned po tom, co si změní status. A ani s rozchodem to nemusí skončit, neboť si mohou udělat představu o tom, jak jejich bývalý partner žije bez nich.

V diplomové práci se tedy budeme zamýšlet nad tím, jak Facebook ovlivňuje vztahy a to z teoretického hlediska, vymezením stěžejních pojmů jako: sociální sítě, Facebook a partnerský vztah a rovněž dokreslením vlivu Facebooku na partnerské vztahy pomocí dotazníkového šetření.

## Sociální sítě

*“Sociální síť označuje soubor vztahů soustředěných kolem jedince (v případě že lidé hovoří o své vlastní sociální síti) nebo soubor vztahů aktivovaných s konkrétním cílem, které nemusí být soustředěny kolem jednoho člověka“ (Eriksen, 2008).*

## Virtuální sociální sítě

Termín sociální sítě se v dnešní době používá hlavně v souvislosti s internetem a s weby, které se na tvorbu sociálních sítí zaměřují. Tyto sociální sítě se liší od sociálních sítí, které si vytváříme během života (což jsou: rodina, přátelé, kolegové v práci atd.) A to hlavně díky tomu, že internet je anonymní prostředí. Lidé se mohou vydávat za někoho jiného, nebo upravovat informace o sobě, ztrácí zábrany. Boyd a Ellison definují sociální sítě na internetu jako službu s následujícími charakteristikami:

1. Vytvoření veřejného, nebo částečně veřejného profilu v rámci nějakého systému na internetu
2. Vytvořit seznam uživatelů, s kterými je tento profil ve spojení
3. Možnost zobrazovat a procházet sítě ostatních uživatelů na tomto systému a získávat tak o ostatních uživateli informace

Podle těchto autorek není účel sociální sítě seznamovat se s cizími lidmi a hledat nové přátele, ale spojit se s lidmi, které uživatel již zná v reálném světě. Různé sociální sítě se liší od sebe zaměřením a technickými prvky. Společným prvkem je osobní profil uživatele, který je viditelný a kde je většinou také viditelný seznam jeho přátel, se kterými je uživatel ve spojení na sociální síti. Ale například Facebook má již funkci, díky které můžeme zakázat zobrazení našich přátel ostatním profilům. Ostatní profily tak uvidí pouze přátele, které mají s nimi společné. To, že ostatní mohou vidět váš profil, je na sociálních sítích klíčové. Profil si vytváří sám uživatel a ukládá na něj informace o sobě, které chce ukázat svým přátelům. Jsou to osobní informace, jako je datum narození, bydliště, zaměstnání, profilová fotografie, zájmy, oblíbené citáty, filmy, knihy, atd. (Boyd, Ellison, 2007).

Většina sítí také umožňuje vybrat si, jaká bude viditelnost profilu, tedy jestli bude veřejný, nebo jestli se bude zobrazovat pouze přátelům, či přátelům přátel. Po založení

profilu je uživateli nabídnuta možnost přidat si do okruhu svých přátel profily, které zná, a s kterými chce být prostřednictvím této sítě v kontaktu. Většina webů vyžaduje oboustranné potvrzení přátelství. Mezi přáteli je zpřístupněna komunikace pomocí zpráv, nebo komentářů, které lze napsat na profil daného kontaktu a které jsou veřejné (Boyd, Ellison, 2007). Komunikace mezi uživateli může probíhat soukromě, mezi dvěma uživateli, či veřejně, mezi jedním uživatelem a skupinou. Na mnoha sociálních sítích je také umožněno sdílet svůj stav, myšlenku, či názor, nebo oblíbené video, fotku či odkaz. Tento obsah se pak zobrazí na profilu jedince (Boyd, Ellison, 2007). Za sociální sítě se dají považovat i diskusní fóra, kterých se účastní lidé s cílem vyjádřit názor na určitá témata a promluvit si o nich s ostatními uživateli („Sociální sítě“, 2016).

### **Historie virtuálních sociálních sítí**

První virtuální sociální sítí byla Six.Degrees.com, založena v roce 1997. Již dříve existovaly služby jako je TheGlobe.com, Geocities či Tripod, ve kterých si člověk mohl nastavit domovskou stránku, ale sociální sítě tak jak je známe teď, vznikly až po tom, co se Six.Degree.com pokusila zmapovat skutečné vztahy mezi skutečnými lidmi. Ti používali svá pravá jména a nikoliv přezdívky, jak tomu bylo dříve (Kirkpatrick, 2011, 61). Umožňovala vytvoření profilu a seznamu přátel a později také procházení seznamu přátel svých přátel. Služba v roce 2000 skončila, podle zakladatele je to z toho důvodu, že předběhla svou dobu, v devadesátých letech byl počet uživatelů internetu ještě dosti nízký (Boyd, Ellison, 2007)

V letech 1997 až 2001 se počet sociálních sítí zvyšoval, vznikly například AsianAvenue, BlackPlanet, MiGente. V roce 2002 vznikl Friendster.com. Tato síť spojovala lidi, kteří se již znají. Služba byla velmi oblíbená a následkem toho se přetížila, přičemž servery nesnesly nápor tolika uživatelů a služba byla často nedostupná. Od roku 2003 vzniká spousta nových sociálních sítí sdružujících různé skupiny lidí, nejčastěji podle zájmů. V tomto roce také vznikla slavná síť MySpace, která byla zajímavá díky novým aplikacím, které nabízela. Třeba možnosti upravit si profil podle svých představ. V této době začal vznikat také Thefacebook, který byl určen studentům na Harvardu (Boyd, Ellison, 2007).



## Druhy virtuálních sociálních sítí

V dnešní době existuje na světě mnoho sociálních sítí, které jsou zaměřené na různé spektrum uživatelů. Některé se zaměřují například na práci, jiné na koníčky, další na seznamování atd. Předvedeme zde malý seznam nejrozšířenějších sociálních sítí v České republice:

**Google +** - tato sociální síť byla založena v roce 2011 a je dosud asi největší přímou konkurencí Facebooku a v mnoha ohledech i Twitteru. Obsahuje klasické služby sociální sítě, jako je založení profilu, ale přináší také nové prvky, jako jsou například *Kruhy*, *Setkání* a *Témata*. Do *Kruhů* si lze zařadit přátele, podle toho jaké informace s nimi chci sdílet, *Setkání* je videochat pro max. 10 lidí a *Témata* třídí články na základě určitého tématu. Tlačítko *+1* je určeno pro doporučování obsahu a lze jej vnímat obdobně, jako *To se mi líbí* na Facebooku. Výhodou Google + je *Chat*, který je zpřístupněn i na Gmailu, takže je možné přátele kontaktovat třeba i na pracovním mailu. Další novinkou je možnost celý profil včetně obsahu stáhnout na pevný disk (“Sociální síť“, 2016).

**Instagram** – Je to sociální síť, která se nesnaží konkurovat ostatním webům, ale spolupracuje s nimi. Je založená na sdílení fotografií a videí. Nabízí automaticky možnost sdílet fotografie i na ostatních účtech různých sociálních sítích jako je například Facebook či Twitter. Tato služba je dostupná na platformách chytrých telefonů (“Introducing Instagramv2.0“).

**LinkedIn** – je to sociální síť orientovaná na profesní kontakty, která byla spuštěna v roce 2003. Na LinkedIn si lze založit profil, jehož nejdůležitější složkou je životopis. Je zde možno zaznamenat chronologicky studijní a pracovní úspěchy, projekty, prodělaná školení atd. (“LinkedIn: profesionální vizitka i vstupenka do odborné společnosti“, 2011). Při hledání práce, je v dnešní době moderní zaslat zaměstnavateli odkaz na váš profil na této síti. Dozví se tak rychle a elegantně všechny potřebné informace (Handl, 2009).

**Twitter** – vznikla v roce 2006, umožňuje uživatelům číst si příspěvky zveřejněné jinými uživateli, tzv. *tweety*, které se zobrazí na profilové stránce uživatele a vidí jej také jeho odběratelé (*followers*, tedy něco jako “sledovatelé“). Tweety jsou krátké příspěvky obsahující maximálně 140 znaků, ale mohou obsahovat i odkazy na články, fotky nebo

videa. Aby příspěvek získal na popularitě a vidělo ho co nejvíce lidí, je vhodné používat *hashtags*. Jsou to krátká hesla začínající křížkem bez diakritiky a bez rozlišování malých a velkých písmen, (např. #iranelections). Takto se každý ve zkratce dozví, že příspěvek se týká voleb v Iránu. Twitter je nejpoblárnější mikroblovovací systém na světě a jeho popularita stále roste (Handl, 2009)

**Youtube** – Jedná se o největší internetový server pro sdílení videí. Byl založen v roce 2005 a v roce 2006 jej koupila společnost Google. Do češtiny byla tato služba přeložená v roce 2008 a brzo si získala oblibu. Tento web, je hned po vyhledávači Google nejnavštěvovanější stránkou na světě (“Sociální síť“, 2016).

Mezi další používané sociální sítě patří třeba Tumblr, Myspace, Tuenti, Vkontakte, Pinterest, Foursquare a další. České sociální sítě jsou například Líbímseti. cz, Lidé.cz a X-chat, jež slouží jako seznamka. Dále chatovací server a spolužáci.cz, který sdružuje bývalé spolužáky a je obdobou amerického Classmates (“Sociální síť“, 2016)

Po tom, co byl v roce 2008 spuštěn Facebook, začaly české sociální sítě ztrácet návštěvnost až o 75%, u serveru Líbímseti.cz až o 90% (Vojáček, 2012).

Oblíbenost sociálních sítí u nás pro rok 2015 je (Krčmář, 2015):

- YouTube (5,6 milionu uživatelů),
- Facebook (4-4,5 milionu aktivních uživatelů),
- LinkedIn (650 000 uživatelů),
- Google + (odhadem 400 000 uživatelů),
- Twitter (300 000 uživatelů),
- Instagram (odhadem 100 000 uživatelů)
- Pinterest,
- Foursquare apod.

## Facebook

Facebook je nejrozšířenější sociální síť na světě a není snad již nikdo, kdo by tento web neznal, ačkoliv původně vznikl pouze pro účely studentů Harvardovy univerzity. Už dříve existovala spousta sociálních sítí, ale Facebook vymyslel něco, co žádná síť dříve neposkytovala. Byla to funkce *News Feed*, tedy kanál “Vybraných příspěvků“. Tento kanál slouží k zobrazování aktuálních informací (Kulhánková, Čamek, 2010:5). To je to, co jeho uživatele tolik přitahuje. Mají chuť se na něj přihlásit, neboť ví, že kdykoliv se připojí, dozví se něco nového bez námahy a hledání. Facebook byl přeložen do 84 jazyků a používá ho v dnešní době zhruba 1,5 miliardy lidí, takže každý pátý člověk má Facebook („Facebook“, 2015)

## Historie Facebooku

Facebook byl založen v únoru roku 2004 Markem Zuckerbegem, studentem psychologie a matematické informatiky a jeho spolubydlíci z koleje – Dustinem Moskovitzem, Chrisem Hughesem, a Eduardem Saverinem. Původní název Thefacebook byl inspirován letáky, které dostávali studenti při nástupu do školy. Sloužily jako pomoc při seznamování se s ostatními studenty a s chodem univerzity (Kulhánková, Čamek, 2010:5). Během 24 hodin od spuštění, už měl Thefacebook 1200 uživatelů a během měsíce se přidalo do sítě více než polovina studentů Harvardu. Síť byla poté zpřístupněna i ostatním univerzitám v Americe a v roce 2005 byl název změněn na Facebook. Od roku 2006 si může založit profil kdokoliv od 13 let věku s platnou emailovou adresou (Phillips, 2007).

## Struktura Facebooku

Pokud se chcete stát uživatelem Facebooku, je nutné se zaregistrovat na stránce [www.facebook.com](http://www.facebook.com). Zadáte váš platný email a heslo, na základě kterého se potom přihlašujete do svého účtu. Dále pak musíte vyplnit jméno, příjmení, datum narození a pohlaví. Tyto údaje jsou pro přihlášení povinné, můžete je ale později na svém profilu skrýt před ostatními uživateli. Po přihlášení do účtu se vám zobrazí vaše profilová stránka, kterou si můžete upravit. Facebook nabízí vyplnění základních informací jako je místo narození, místo bydliště, práci, a kde jste v minulosti pracovali, kde jste studovali atd. Tyto informace se zobrazují v záložce *Informace*. Také si můžete zvolit svou profilovou

fotografii. Později můžete přidávat vaše fotky, označovat „To se mi líbí“ na různé stránky, filmy či hudební skupiny a jiné. Tyto oblíbené stránky s poté taky zobrazí na profilu pod záložkou *Další* a fotky naleznete v záložce *Fotky*. Facebook slouží k tomu, aby uživatelé našli své přátele a byli s nimi v kontaktu. Pokud si však někoho chcete přidat do svého seznamu přátel, musí i on souhlasit. Je tedy možné přidávat do přátel kontakty a připojovat se k různým skupinám. Každý profil má také svou *Zed'*, na kterou se zveřejňují statusy, v řádku *Status Bar* (může to být i fotka, odkaz, video a podobně). Ostatní uživatelé na *zed'* mohou psát vzkazy a zobrazuje se na ní všechno, co se na Facebooku děje. Jakýkoliv publikovaný obsah můžete hodnotit označením „To se mi líbí“.

Na hlavní straně (*Zed'*), která se zobrazí po přihlášení do účtu, se aktualizují aktivity přátel (seřazené od nejnovějších po nejstarší). V pravé části nahoře na liště, se nachází *Žádosti o přátelství*, *Zprávy* a *Upozornění*. V žádostech o přátelství se zobrazují návrhy kontaktů, kteří žádají o přátelství. V kolonce *Zprávy* se zobrazují nepřečtené příchozí zprávy. Dále je zde kolonka *Upozornění*, kde se zobrazují narozeniny přátel, pozvánky na události, nebo oznámení o reakcích přátel na některou vaši aktivitu na Facebooku.

Další možností této sítě je *Chat*, na kterém lze komunikovat s jedním nebo i více přáteli zároveň (pomocí skupinového chatu). Kdo z přátel je online (tzn. aktivní), se zobrazuje na pravé straně a můžete vidět, i kdy byl kontakt naposledy aktivní (zobrazují se minuty či hodiny, které uběhly od poslední aktivity). Nad chatem se chronologicky zobrazuje aktivita přátel tj., co se komu líbí, jaké události se zúčastní či s kým se spřátelil. Někdy se tyto aktivity zobrazují i na zdi.

Mezi další možnosti, které Facebook nabízí, jsou *Štouchnutí*, *Hry* a *Dárky*. Hry můžete hrát samostatně nebo pozvat přátele, tato služba slouží k pobavení. Štouchnout lze přátele, pokud chcete na sebe upozornit, nebo je jen pozdravit. Uživatelé si mezi sebou mohou posílat dárky, což jsou virtuální obrázky a jeden takový obrázek stojí 1 dolar.

Svůj profil je možné neustále upravovat, přidávat fotky, aktualizovat informace, nebo mazat staré příspěvky. Jde upravovat i soukromí. Nastavit si profil soukromý tak, aby ho mohli vidět pouze vaši přátelé, nebo přátelé přátel, ale také můžete mít profil zcela veřejný. I jednotlivě u vašich příspěvků si můžete zvolit, jaký druh soukromí zvolíte (“Facebook.com”).

Existují facebookové aplikace, které jsou oddělené, dají se tedy používat i pokud člověk není přihlášen na svém účtu. Příkladem jedné z nich je *Messenger*, který vznikl oddělením chatu z vlastní Facebookové aplikace na platformách chytrých telefonů i na webu. Aby člověk mohl mít Messenger a mohl jej používat, musí mít však založený účet na

Facebooku a může si psát pouze s přáteli, které má na Facebooku. Tato aplikace nabízí i skupinový chat a hlasové nebo video hovory. Na Messengeru se také zobrazuje aktivita přátel, tedy můžeme vidět, kdy byli naposledy aktivní (“Messenger.com”).

Facebook je velmi složitá webová stránka a má spoustu aplikací a funkcí, které může uživatel využívat. Je to velmi složitý systém, který se neustále inovuje a není možné vzhledem ke kapacitě naší práce všechny funkce a aplikace popsat a vysvětlit.

Zde uvádíme statistiky Facebooku ve světě (“Statistika Facebooku“):

- **Aktivních uživatelů:** 1,5 miliardy (2/2015)
- **Průměr nových uživatelů za den:** 450 000
- **Zhlédnuté stránky:** Přes 70 miliard za měsíc
- **Vyhledávání:** Přes 500 triliónů za měsíc
- **Pořadí v návštěvnosti všech webových aplikací na světě: 3.**

## **Klady a zápory Facebooku**

Facebook je bezpochyby jedním z největších sociologických projektů 21. století. Jeho heslo zní: *“Facebook vám pomáhá navázat kontakt s lidmi ve vašem životě a sdílet s nimi své příspěvky.”* A tohle opravdu umí, je to most nejen mezi lidmi, ale i mezi kulturami. Podařilo se, na rozdíl od ostatních sociálních sítí, které jsou specifické, zacílené pouze na určitou cílovou skupinu, proniknout napříč celou společností. Jak je však možné, že se Facebook stal během pár let tak neuvěřitelně rozšířený a oblíbený? Je to hlavně z toho důvodu, že dokáže uspokojit široké spektrum lidí. Někdo si založí Facebook, aby mohl kontaktovat svoje staré spolužáky, nebo aby byl v kontaktu s přáteli a s rodinou, pokud cestuje, či žije v zahraničí. Většina takových lidí není na Facebooku příliš aktivní a mají ho pouze z toho důvodu, aby zůstali v kontaktu s určitými lidmi. Pak je tu mladší generace, která na Facebooku “vyrostla“ a ta si ho zakládá pro to, že je to téměř nutnost (“kdo není na Facebooku, jako by nebyl“). Někdo se zde prezentuje podobným způsobem, jako na blogu. Snadno můžeme vidět linii jejich života a důležité události, které si zde nezapomenou zaznamenat.

Přílišná aktivita na Facebooku však může souviset s osamělostí. Yeslam a Sharon Neilson uvádějí, že lidé kteří sami sebe považují za osamělé, z 79% zveřejňují i další osobní

informace, jako jsou oblíbené knihy, filmy, pořady atd. Takto se snaží na sebe upozornit a dokázat něco ostatním uživatelům. Tito uživatelé ještě ve větší míře (98%), zveřejňují osobní informace všem (nejen svým přátelům). Drtivá většina těch, kteří se osamělí necítí, však nemá potřebu sdílet osobní informace nebo statusy se všemi, ani o sobě příliš mnoho informací nesděluje.

Bez Facebooku je těžší „udržet krok“ s přáteli a spolužáky, neboť většina důležitých informací jak do školy, tak do práce, se řeší tam, v různých skupinách. Také většina událostí a kulturních akcí je tam zveřejněna a přátelé vás na ně mohou pozvat. Najdete tam stránky různých firem a podniků, kde se můžete podívat, co mají nového, nebo jaké mají recenze. Můžete tam číst nejnovější zprávy a nejoblíbenější články, které se zobrazují na zdi bez složitého hledání. Dozvíte se, kdo má narozeniny, nebo kdo se právě zasnoubil. Pro mnoho uživatelů Facebooku je přihlášení a kontrola zdi běžnou součástí života, neboť se během chvíle dozví spoustu informací, které by se k nim jinak nedostaly, což vyplývá i z výzkumu Elphinstona a Nollera (2011).

Pempek (2009) uvádí, že mezi nejdůležitější aktivity na Facebooku jsou komunikace s přáteli, prohlížení příspěvků a fotek a jejich vkládání a komentování, a také hraní her a sledování událostí. Lidé na sociální síti se liší tím, kolik času na něm tráví a pro jaké aktivity ho používají. Průměrný čas strávený na Facebooku je 28 minut a nejčastěji se uživatelé přihlašují po šesté hodině večerní. Ve výzkumu je uvedeno, že 47% lidí, by si život bez Facebooku nedovedlo představit.

Mezi věci, které kvůli užívání Facebooku pozorujeme a které mají negativní dopad, považujeme například nejasnou online konverzaci. Není vždy jednoznačné, co je danou online zprávou zamýšleno. Díky tomu, že nelze určit intonaci hlasu a není poznat, zda se jedná o sarkasmus, ironii nebo o pouhé konstatování, může receptor zprávu špatně pochopit.

Setkání s kamarády už nemá své kouzlo, protože se často stává, že se lidé na setkání nechají vyrušovat svým mobilním telefonem, místo aby se naplno věnovali lidem, se kterými se sešli. Díky chytrým telefonům s mobilním internetem je těžší se pořádně soustředit, protože jsme vyrušováni mnoha podněty a neustálými příchozími zprávami.

Kvůli tomu, že jsme neustále ve spojení, je snadné podlehnout emocím. Kdybychom si museli situaci promyslet, než se s daným člověkem setkáme, měli bychom na věc mnohem strážlivější názor a nejednali bychom v afektu. Myslíme, že online komunikace může v tomto ohledu způsobovat mnoho zbytečných konfliktů, které by se daly tváří v tvář mnohem lépe vyřešit.

Jak se zjistilo, na Facebook může vznikat závislost. Podle Elizabeth Cohen (2009) se pozná, že jste závislí, pokud:

1. Kvůli tomu že v noci používáte Facebook málo spíte a jste pak druhý den unavení.
2. Trávíte na Facebooku více než hodinu denně.
3. Jste posedlí starými láskami a bývalými partnery, které jste na Facebooku našli.
4. Používáte jej na úkor pracovních a školních povinností.
5. Vás znepokojuje a způsobuje vám nepříjemné pocity spojené se stresem a úzkostí představa odloučení od Facebooku.

## Facebook a partnerské vztahy

Důkazy o tom, že Facebook a partnerské vztahy spolu nějakým způsobem souvisí, můžeme vidět z výzkumu Johna Kleinbega a Larse Backstroma. Ti analyzovali náhodně vybrané facebookové profily uživatelů, kteří na nich označili svého partnera a pomocí nich vytvořili algoritmus, který dokáže určit, s kým uživatel Facebooku udržuje intimní vztah. Tento algoritmus má spolehlivost asi 60%, ale i to je docela velký úspěch. Poznává to podle sítě vztahů, které má uživatel s ostatními uživateli. Partner v ní totiž zaujímá specifické místo, neboť představuje most mezi dvěma skupinami facebookových přátel. Je to tím, že mezi našimi přáteli máme i část partnerových přátel, což je třeba jeho rodina, kamarádi či kolegové z práce, se kterými jsme se setkali. Autoři se snažili analyzovat i rozpad vztahu a to díky narušení facebookové vazby. Kleinberg, Backstrom (2013) zmiňují, že vztahy s narušenou facebookovou vazbou měly mnohem větší pravděpodobnost (až o 50%), že se jejich vztah rozpadne, než uživatelé bez narušené vazby.

Další věcí, která se s příchodem sociálních sítí a jejich aplikací změnila, je způsob komunikace a domluva schůzek. Jak jsme již psali v úvodu, dříve se lidé seznamovali tak, že si na sebe vzali telefonní číslo a zavolali si, což usnadňovalo značně komunikaci a nedocházelo k tolika nedorozuměním. V dnešní době nemusí člověk žádat o číslo, stačí vědět jméno a může si člověka vyhledat. Fox a Warber (2013), definovaly postup, jakým takové seznámení v dnešní době probíhá. Nejprve se lidi potkají v reálném světě, pak si danou osobu vyhledají na Facebooku a požádají o přátelství. Posléze si vzájemně píšou na chatu a případně požádají o telefonní číslo. Až poté se domluví na schůzce. Takový postup je mnohem jednodušší, neboť si můžeme napřed o člověku mnoho informací zjistit a tento postup také zabraňuje tomu, že bychom byli přímo odmítnuti, neboť z online konverzace lze postupně poznat, jestli má daná osoba zájem o to se více sblížit, či nikoliv. Po tom, co tento kontakt přeroste ve vztah, se často stává, že si její partneři zveřejní na sociálních sítích. Bowe (2010) zmiňuje, že tento krok je důležitý pro vztah, neboť se tak všichni přátelé dozvědí, že jsme zadaní a může to ovlivnit celou vztahovou dynamiku. Je to jakési veřejné prohlášení, které může vztahu dodat jistou stabilitu.

To, že Facebook je jakýmsi nástrojem k potvrzení oficiálnosti vztahu vyplývá i z výzkumu Jenny Tucker (2014). V něm se zjistilo, že páry jsou si mnohem jistější ve vztahu, pokud jej zveřejňují na Facebooku. Také se ale zjistilo u lidí z této skupiny, že čas strávený na sociálních sítích pozitivně koreluje s nejistotou ve vztahu a s žárlivostí (Faruggia, 2013). To se dá vysvětlit tím, že na Facebooku nalezneme mnoho informací, které jsou vytržené



z kontextu a mohou být zavádějící. Ale také informace, které by se k nám bez sociálních sítí vůbec nedostaly. Dále se z výzkumu Faruggia (2013) zjistilo, že prohlubování vztahu koreluje s nárůstem potřeby partnera kontrolovat na sociálních sítích. Pokud má někdo pochyby o partnerském vztahu a má potřebu vyhledávat informace na Facebooku, které by ho přesvědčili o nevěře partnera, nebo ho naopak uklidnili, tráví tam přirozeně více času a může se stát až závislým. Aby se o uživateli jeho přátelé dozvěděli, že je zadaný, nemusí si měnit svůj stav. Stačí, když zveřejní společnou fotku se svým partnerem, nebo jiný společný obsah, například komentáře či příspěvky na zdi, které deklarují jeho lásku k partnerovi. Jsou to takzvané „projevy náklonosti“ na sociálních sítích, kterými se pár snaží demonstrovat ostatním svou spokojenost ve vztahu a prezentovat se příznivě před ostatními uživateli (Bowe, 2010).

Facebook také nabízí prostor pro nevěru. Je snadné seznámit se s novými lidmi, psát si s bývalými partnery, či flirtovat s nápadníky a přitom stíhat ještě mnoho jiných věcí. Můžeme odepisovat prakticky kdykoliv a náš partner nic nepozná. Může se ale stát, že takový flirt přeroste v něco víc a zničí nám vztah či manželství. Virtuální prostředí je totiž vázáno na termín disinhibice, což se projevuje sociální nevázaností, ztrátou zábrán, komunikací bez přetvářky, pocitem anonymity a idealizací sebe sama. Jedinci se tedy mohou na internetu projevovat tak, jak by za normálních okolností neudělali, nebo udělat něco, co by se v reálném kontaktu neodvážili (Divínová, 2005:65).

## Vztah

*“Je působení mezi dvěma nebo více jevy, objekty či osobami. V psychologii je provázený emocionální vazbou a určitou mírou odpovědnosti, dělí se na krátkodobý a dlouhodobý.“ (Hartl, Hartlová, 2010: 678).*

### Partnerský vztah

Partnerství je milostný a citový vztah mezi dvěma lidmi, kteří spolu sdílí alespoň část svého života. Partnerský vztah se zaměřuje na nejosobnější a nejintimnější oblast člověka (Willi, 2006). A to proto, že se v něm dokáže vzdát části své identity a dá tak vzniknout párové identitě, která je více než pouhá koexistence dvou lidí, dokonce i více než individuální identita. Pro mladou dospělost jsou partnerské vztahy důležité, protože intimita završuje rozvoj vlastní identity. V takovém případě je důležité, jaká osobnost partner je a jestli dokáže být oporou nezralému jedinci. V partnerském vztahu lze získat podněty k pochopení sebe sama a k realizaci osobního potenciálu. Rozvíjí se hlubší vazby intimní oblasti člověka, které by se bez partnera rozvinout nemohly. Vztah partnery stimuluje, ale zároveň určitým způsobem limituje, neboť možnosti jsou dány hranicemi vzájemného porozumění (Vágnerová, 2007:65-74).

Lidé si v milostném vztahu přejí, aby jim partner rozuměl a mohli mu odhalit svoje obavy a cítili se s ním v bezpečí a beze strachu z toho, že je odsoudí. Člověka, kterému nejsou lhostejní a bude jim pomáhat překonávat překážky a těžkosti života (Willi, 2006). Dva lidi v partnerském vztahu by měla spojovat láska, což je citové hnutí zaměřené na určitou osobu. Stejně tak jako každá emoce, je i láska různorodá a může měnit svoji podobu. Je normální, že láska má své vrcholy a pády a že partnery může přitahovat i někdo jiný. Je rozdíl mezi vášní a láskou. Vášně je afekt natolik silný, že ovládne svou intenzitou i duševní život člověka. Má účinek jako silné drogy a může se přeměnit až na posedlost. Láska je to, co přetrvává ve vztahu, až vášně odezní. (Dallaire, 2009).

## **Proměny partnerských vztahů ve společnosti**

V šedesátých a sedmdesátých letech došlo v západní kultuře k revolučnímu hnutí, které zbořilo represivní normy společnosti, jenž se týkaly hlavně sexuálního života, rodinného života, monogamie a role pohlaví. Sexuální, manželské a rodinné vztahy se změnily v posledních 40 letech mnohem výrazněji, než tomu bylo během třech staletí. Budu se podrobněji věnovat těmto třem faktorům (rozvoj sexuálních a rodinných vztahů a role pohlaví), které byly obsahem revolučních společenských změn po roce 1968.

### **Změny v sexuálním životě**

Za jeden z faktorů, který umožnil obrovské změny v sexuálním životě, musíme považovat antikoncepci. Antikoncepční pilulka přinesla možnost ochrany před otěhotněním a umožnila tak sexuální volnost, bez strachu z nechtěné gravidity. Ve znamení sexuální volnosti se liberalizoval i potrat, ženy tedy mohly samy rozhodnout o svém osudu a mínění mužů ustoupilo do pozadí (Willi, 2006).

Po roce 1968 se morálka uvolnila natolik, že překročila všechna omezení. Byla zpochybněna sexuální věrnost, neboť pravá láska znamená volnost, a věrnost měla být dobrovolná. Zjistilo se, že člověk není tvor založený monogamně a že vnitřní věrnost se nevyklučuje s věrností vnější, tedy že člověk může být nevěrný fyzicky, ale psychicky zůstat věrný svému partnerovi. Proto je poctivější se nebránit autentickému prožívání sexuality. Nastal boom mimomanželských sexuálních vztahů, skupinového sexu, otevřeného manželství, výměny partnerů a života v komunitách (Willi, 2006:47-50).

Toto hédonistické sexuální uvolnění v osmdesátých letech postupně vymizelo. Sexuální nevěra se opět ukázala jako neslučitelná s partnerským vztahem. Ukázalo se, že mladí lidé prožívají svou sexualitu spíše v trvalých monogamních vztazích s příznačnou důvěrností. V devadesátých letech vznikl ideál romantické lásky, kde se pro muže i ženy dostala na první místo v sexuálním životě city a emocionální vazba (Willi, 2006:47-50).

## **Proměny ve struktuře partnerství**

Stejně jako v sexuálním životě, i v partnerství a manželství nastaly převratné změny. Uvolnily se sociální normy, předvídal se konec monogamie a smrt rodiny. Experimentovalo se s novými formami soužití, hlavně s komunitami, kde lidé společně bydleli a pečovali o děti. Klasické manželství bylo vnímáno negativně, jako příčina psychosomatických onemocnění, protože se věřilo, že slouží k útlaku. Po roce 1968 došlo k nárůstu rozvodů, pro ženy to byla příležitost k emancipaci. V osmdesátých letech toto hnutí opět ztratilo na významu a lidé začali preferovat formy rodinného a manželského života. Také pohled na rozvod se změnil, lidé se spolu rozcházejí, pokud je již nespojuje láska. Partneři spolu neuzůstávají, pokud nejsou šťastní a naleznou jinou alternativu. Být nešťastný ve vztahu je vnímáno jako ztráta času. Šíří se model sériové monogamie, tedy že se lidé vezmou, jsou monogamní, pak jim to již nevyhovuje tak se rozejdou a založí nové manželství, v kterém jsou opět monogamní (Willi, 2006:47-50).

## **Proměny v pohlavních rolích**

Malá rodina je produktem průmyslové společnosti, a v západní kultuře se prosadila až průběhu posledních sta let. Umožňoval lidem nezávisle na rodině, v které se narodili, prosadit se a být strůjcem vlastního štěstí. Role v rodině byli rozdělené, ženy byly v domácnosti a staraly se o děti a muži byli zodpovědní za finanční zajištění. Se stále lepším technickým vybavením domácnosti a pokroky, které přinášela průmyslová revoluce, se však ženy stále více chtěly osamostatňovat, neboť práce v domácnosti už pro ně nepřinášela opravdový smysl života. Od let 1968 se zlepšovalo vzdělání žen a ty se mohly dostat na lepší pracovní pozice. Od roku 1990 se role mužů a žen stále více srovnávala. Stíraly se rozdíly jak v pracovní oblasti, tak v chování. Je stále více párů, kde se setkáváme s dvojí kariérou a ženy akademičky, nebo na vysokých postech často mají jen jedno dítě nebo žádné. Často si úspěšné ženy také najímají na hlídání dětí chůvy nebo se o jejich děti starají rodiče. (Willi, 2006:50-52).

Současné trendy v demografickém vývoji jsou (Sobotková, 2012:17):

- Klesá počet párů, které vstupují do manželství
- Zvyšuje se věk vstupu do manželství
- Zvyšuje se i počet párů, které ačkoliv mají děti, neuzavírají spolu manželství

- Zvyšuje se věk prvorodiček
- Rozvodovost je vysoká
- Roste počet rodin s jedním rodičem

Jak je vidět, trendy v partnerském životě neustále mění svůj charakter a každá doba přináší něco nového. V této linii – sexuální život, struktura partnerství a role pohlaví – spolu trendy souvisejí a vzájemně se ovlivňují. Tyto změny ve společnosti nezpůsobily ani ideologie, ani etické hodnoty. Mění se to, co se ukazuje jako užitečné pro lidi, ve změněných životních podmínkách. Je však třeba zmínit, že to, co považujeme za výhodné, nemusí být to, co se shoduje s našimi hodnotami. V zásadě se změnila podoba partnerských vztahů. Partneri mnohem častěji volí to, co jim ve vztahu vyhovuje nebo ne. Z toho vzniká mnohem více možností partnerského soužití. Dřívější zvyky a morální hodnoty nahradily konkrétní požadavky individuí, které se vždy nemusí shodovat. Milostný život lidí se řídí tím, jaký z toho mají prospěch, to co je prospěšné pro jednoho, však nemusí být prospěšné o pro druhého partnera. Vlastní prospěch se nedá prosazovat bezohledně, pokud jsem ve vztahu. Proto je důležité najít kompromis mezi rozdílnými nároky partnerů. Kvůli tomu, že člověk může hledat vlastní způsoby milostného soužití a není již svazován společenskými normami a očekáváními, může si být také nejistý v tom, co je správné a kam směřovat. K tomu často přispívají hlavně média, která hrají důležitou roli. Můžeme se díky nim orientovat, co dělá většina lidí a jakými se řídí trendy. Také se můžeme identifikovat s osudem filmových hvězd a známých osobností (Willi, 2006). Média v podání sociálních sítí nám také vytváří určitou představu o tom, jak žijí ostatní, ale často velmi zkreslenou a nesprávnou. Je proto třeba udržovat si určitý odstup, a nenechat se příliš ovlivňovat. Jak jsem uvedla v podkapitole změny s sexuálním životě, pro západní kulturu je příznačná jako masový fenomén “romantická láska“. Nahradila náboženství a stala se prostorem, ve kterém muži i ženy hledají smysl života a transcenci. Západní kultura je s tímto modelem lásky tak spjatá, že si myslí, že jde o jedinou formu lásky, na níž může být postavený milenecký či partnerský vztah. Romantická láska je celý soubor psychologických jevů, tj. kombinace přesvědčení, ideálů, přístupů a očekávání. Jsou to ideje, které máme v nevědomí a které ovlivňují naše chování. Když jsme zamilovaní, věříme, že jsme našli smysl života a jsme konečně celistvou osobností. Pocity spojené se zamilovaností jsou tak silné, že se cítíme povzneseni nad obyčejnou nudnou existenci. Musíme si však uvědomit, že tento model romantické lásky moc dobře nefunguje. Západní kultura je jediná, která romantickou lásku zaznamenala jako masový jev a považuje jej za základ manželství a partnerských vztahů

(Johnson, 2003:8-11). Fromm ve své knize *Umění milovat* popisuje, že společnost má pocit, že láska přichází sama, ale pravdou je, že lásce je třeba se učit. Většina lidí vidí problém lásky v tom, jak být milován, nikoliv jak milovat. Proto se mnoho lidí snaží zapůsobit na ostatní a zvýšit svou přitažlivost jak z fyzického, tak z psychického hlediska. V dnešní kultuře, je představa toho, jak být hoděn milování, něco mezi popularitou a sex-appealem. Druhým problémem je představa, že láska je problém objektu a nikoliv schopnosti. Lidé totiž mají pocit, že zamilovat se či milovat někoho je snadné, ale že problém tkví v tom, najít ten správný objekt, tedy člověka, kterého bychom mohli milovat. Tato iluze souvisí s jiným charakteristickým rysem doby a to je konzumní společnost, založená na principu obchodu. K lásce se přistupuje podobným způsobem, jako k věcem. Lidé se přitahují na základě toho, co mohou jeden druhému nabídnout. Člověk se do někoho zamiluje, pokud najde vhodný objekt, který je na trhu, se zřetelem na vlastní nabízené hodnoty. Milostné vztahy se tedy mnohdy řídí šablonou, která ovládá trh práce a zboží. Další omyl, o kterém v souvislosti s partnerskými vztahy Fromm píše, je domněnka, že pocit zamilování vydrží věčně, či že je to ten jediný správný pocit, který mají lidé ve vztahu cítit. Zamilovanost je nejvíce vzrušující ze všech životních zážitků, ale časem pomíjí, a potom přichází zklamání a nuda, která zabije vše, co z počátečního zamilování zbylo. Málokterá činnost, která je spojená s takovými naděje a očekáváním jako je láska, tak často tragicky ztroskotá. Fromm tedy přichází s myšlenkou, že lásce je třeba se učit a přirovnává jej k umění (Fromm, 2010: 9-14).

## **Komponenty partnerských vztahů**

Partnerský vztah může mít různou kvalitu a jeho složky mohou být různě akcentované. Podle Sternberga je teorie partnerských vztahů založena na triádě základních vztahových komponent a to jsou intimita, milostná touha a připoutání (Sternberg in Vágnerová, 2007).

**Intimita** se vyznačuje sdílením, potřebou častého kontaktu a vzájemné blízkosti jak duševní, tak fyzické. Potřeba poznat partnera a sám se nechat poznat. Nutnost být k sobě otevření a snažit se vzájemně si porozumět. Dalším důležitým aspektem je důvěra a respekt jednoho k druhému. Vztah by měl být výlučný, tedy aby byl pouze záležitostí dvou lidí. Také by partneři měli sdílet plány do budoucnosti a mít možnost je naplňovat (Sternberg in Vágnerová 2007). Řičan (2004:240) uvádí v bodech, co to znamená pojem intimita v partnerských vztazích:

1. Tělesná a duševní něha, která není brzděna společenskými konvencemi a nedá se rozumově zdůvodnit.
2. Sebe-otevření a přání nechat se poznat partnerem a nemít před ním tajemství.
3. Důvěra, bezvýhradná.
4. Úcta a respekt, včetně respektování svobody a životní cesty partnera.
5. Pravdivé poznání partnera, realistický pohled na něj i s jeho chybami, které bereme jakou součást celé jeho osobnosti.
6. Pravdivé poznání našich citů, které máme k partnerovi. To znamená být otevřen tomu, co prožívám a cítím, a umět si to přiznat, i pokud se jedná o negativní pocity.
7. Společné sny a společná budoucnost.
8. Smysl pro humor, pro kreativitu, a pro hru. Každý vztah snese odlehčení a nadhled.
9. Objevování a obdiv. Vztah je prostor k tomu, abychom objevovali nové sféry a nové stránky partnera i vztahu a našli v nich něco úžasného, obdivuhodného nebo výjimečného.
10. Výlučnost, neboť intimita ve vztahu je možná pouze ve dvou lidech.

**Milostná touha** v první fázi vztahu převažuje nad intimitou, která se ještě nestihla vytvořit. Je to poblouznění, zamilovanost, touha po idealizované osobě partnera a potřeba jejího naplnění. Tato počáteční vášeň ale nevydrží celou dobu vztahu a proto musí být nahrazena něčím stabilnějším a to je láska, či silná vazba.

**Připoutání** k partnerovi se projevuje trvalostí vztahu. Vazba se vytváří v průběhu vztahu a to díky sdílení mnoha životních oblastí, řešení problémů a krizí, společnými hodnotami. Ale je to i zvyk. Má mnohem větší význam hlavně v dlouhodobých vztazích a měla by být spojena s intimitou. Díky připoutání, je ve vztahu dosažena stabilita. Nesmí však být však formální záležitostí, vytvořenou ze zvyku. To by byl vztah prázdný a fungoval by pouze ze stereotypu. Je důležité, aby k sobě partneři měli citovou vazbu. (Vágnerová, 2007: 65-74).

## Vývoj partnerských vztahů

Vágnerová (2007:65-74) uvádí dva typy vztahu a těmi jsou *vášnivé partnerství* a *přátelské partnerství*. Ve vášnivém partnerství převažuje sexuální touha, emoce a romantika. Tento typ vztahu se vyskytuje u osob okolo 20. roku života a nemá větší stabilitu. Tyto vztahy lze chápat pouze jako zdroj zkušeností ale po čase se omrzí a lidé začnou toužit po trvalém partnerství. Okolo 30. roku sklon k romantickému zamilování klesá a s ním počet nezávazných vztahů. Oproti tomu přátelské partnerství klade mnohem větší důraz na intimitu a na připoutání. Převažuje racionalita a přátelství, ale také respekt k partnerovi a vzájemné ohledy. Je to vztah lidí, kteří preferují trvalejší soužití a chtějí se usadit (Vágnerová, 2007:65-74).

Vágnerová (2007:65-74) popsala vývoj partnerského vztahu do dvou stádií a to období **zamilovanosti a romantické lásky**, označované také jako narcistická fáze lásky. V tomto období se partneři hodnotí hlavně emocionálně, jsou navzájem idealizováni a stylizují se do určitých pozic. Běžné jsou iluze a očekávání toho, jak bude vztah pokračovat. Takto zamilovaný člověk vidí svého partnera takového, jaký by chtěl, aby byl, což později může způsobit šok z reality. Lidé v této fázi pociťují zamilovanost, kterou způsobují hormony navozující euforii a povznesené pocity. Doba zamilovanosti je poměrně krátká, trvá přibližně rok, po jejím odeznění se objevují pocity podobné abstinenčním příznakům, jako jsou rozmrzelost a vyčerpání. Pokud má vztah pokračovat, musí být založen na něčem jiném než je pouze zamilovanost a musí se změnit jeho obsah i směřování.

Každý z partnerů má tendenci vnímat vztah subjektivně. V případě že jim nějaké aspekty vztahu nevyhovují, mají tendenci je popírat nebo je interpretovat jinak, tak jak by to bylo pro ně bylo vhodnější. Vzniká tedy vysoká míra nepřesnosti hodnocení vztahu oběma partnery. Z toho vyplývá, že partneři se jen málo znají a to z důvodu, že se snaží stylizovat do určitých rolí a ukázat pouze svoje kladné stránky nebo se chovat tak, aby to partnerovi nejvíce vyhovovalo (Vágnerová, 2007:65-74).

Aby vztah pokračoval, musí přežít krizi v podobě vystřízlivění, která přináší pocity deziluze, zevšednění ale také přehodnocení partnera a celého kontextu vztahu. Pokud jsou oba partneři značně vyspělí a připravení, může vzrůst intimita, která již není tak vzrušující, ale je zato mnohem stabilnější, neboť partneři vstupují do vztahu s člověkem, který není idealizovaný, ale se skutečným partnerem. Další fází vztahu je tedy **období realistického vztahu**. Což je období založené na hluboké intimitě a vzájemném připoutání a ne pouze na milostném okouzlení. Je to zralejší fáze vztahu, kdy jsou k sobě lidé tolerantnější



a respektují odlišné vlastnosti partnera a jeho chování a ponechávají mu větší osobní svobodu. V této fázi je možné budovat skutečný vztah založený na sdílení hodnot, společného cíle do budoucna a otevřené komunikaci. Utvoření i udržení takového vztahu vyžaduje značné úsilí a práci obou partnerů. Z hlediska atraktivity není u mladých lidí tento vztah přitažlivý, ale je třeba pochopit, že ideál romantické lásky nejde zcela naplnit (Vágnerová, 2007:65-74).

Lze tedy říci, že je třeba zvoleného partnera akceptovat, jaký je a umožnit mu svobodu a rozvoj jeho osobnosti. Na druhou stranu není možné nic od partnera neočekávat. Není možné akceptovat chování, které se při spolužití týká obou. Jde spíše o to, aby si partneři poskytovali prostor pro změnu. Ten, kterému něco vadí a vyčítá druhému, by si měl uvědomit i svou vlastní vinu a ten kterému je vyčítáno by měl přiměřeně reagovat. Nepodléhat extrémům, tedy nenaštvat se a nic nepřiznat, nebo na druhou stranu nechtít vše tolerovat a stále se přizpůsobovat (Poněšický, 2004).

Zralý partnerský vztah uspokojuje mnoho lidských potřeb jak fyzických, tak psychických a těmi jsou:

- **Potřeba orientace a učení**, neboť rozvíjí mnoho sociálních kompetencí, jako jsou komunikace, řešení problémů a empatie. Partner se může stát nástrojem k poznání sebe sama, neboť pocity které vnímáme, a které jsou reakcí na jeho chování, nám umožňují poznat lépe sám sebe a vyznat se v sobě. Partnerství nám také poskytuje zpětnou vazbu a můžeme tak změnit svoje chování nebo určité negativní vlastnosti.
- **Potřeba citové jistoty**, která zpočátku vztahu může vést až k symbiotické vazbě, ale postupem času se formuje do potřeby intimity a citové akceptace ve fázi realistického vztahu.
- **Potřeba seberealizace**, jenž partnerský vztah poskytuje z mnoha hledisek. Nejde jen o splnění očekávání společnosti, tedy navázání trvalého vztahu a založení rodiny, ale vztah může dospělému jedinci pomoci získat nové perspektivy a rozvinout či vylepšit vlastní osobnost. A to jak skrze partnera který se stává zrcadlem naší osobnosti, ale také díky citovému přijetí a idealizaci naší osoby partnerem, které nám zvedá sebedůvěru a sebedůvěru a sebedůvěru.
- **Potřeba autonomie** může být ve vztahu těžko realizovatelná, zvláště pokud je jeden partner na druhém více fixovaný, ale je třeba tuto autonomii mít a moci se samostatně realizovat. Jde především o to, dokázat zharmonizovat jak potřebu vztahu, tak potřebu autonomie.
- **Potřeba otevřené budoucnosti** a společného života s partnerem, potřeba párové identity. Tím může být uzavření manželství a plánování rodičovství, nebo třeba společné bydlení.

Pokud by vztah neměl budoucnost, ztrácel by tak určitou hodnotu a nesplňoval by předpoklad párové intimity. Předpoklad budoucnosti vztahu totiž funguje i jako potvrzení kvality vztahu (Vágnerová, 2007: 75-77).

Teprve v dlouhodobém vztahu, v němž lze získat jistotu a poznat dobře toho druhého, po ustoupení oboustranné úzkosti a obav, se otevírá prostor ke kreativě a osobnímu růstu. Dospělý vztah není vztahem, ve kterém se snaží partneri zachovávat harmonii a přizpůsobovat se jeden druhému za každou cenu. Je spojen s růzností názorů a s napětím, které může vést k diskuzím, které by se ale neměly zvrhnout do představy, že jeden má pravdu a druhý nikoliv. Je to cesta, na které se potýkáme stále s ambivalencí citů a s nejistotou s vědomím, že si zcela nemůžeme rozumět. Zralý vztah je však na tomto pozadí založen a je školou zodpovědnosti, jak morální, tak schopnosti něčeho se vzdát a něco pro vztah obětovat, mít závazek a smířit se s určitými hranicemi (Poněšický, 2004:127).

## **Strategie výběru partnera**

Existují různé teorie, jak si lidé vybírají partnera a ovlivňuje je mnoho faktorů. Jedním z nich jsou obecné sociokulturně podmíněné normy, které jsou ovlivněné tradicemi a společenským ideálem který je mediálně prezentovaný. Dalším faktorem jsou samozřejmě individuální preference, které vychází ze zkušenosti každého člověka, z jeho osobnostních rysů a postojů. Výběr partnera ovlivňuje sebepojetí. Každý si vybírá partnera v závislosti na představě o sobě samém. Hledá takového partnera, který by mu vyhovoval a tyto představy ovlivňuje jeho sebevědomí, sebehodnocení, ocenění vlastních možností a schopností, vlastní vnímané přitažlivosti pro druhé, což samozřejmě nemusí být realistická představa.

Podle Williho (2006:44-45) však můžeme volit partnera i podle toho, zda nás přitahuje síla, nebo slabost. Z hlediska evoluční biologie bychom si měli volit partnera, který nás nejvíce přitahuje a je nejlepším z možností pro život a rozmnožování (jako u zvířat). Tedy sebevědomí muži, silní, úspěšní a odvážní. A krásné, mateřské a vyrovnané ženy. V praxi však můžeme sledovat, že se tak často neděje a lidi si vybírají partnera i podle jiných kritérií, které neodpovídají tomuto modelu. Autor zde zmiňuje dilema síly a slabosti, takže buď si vybereme partnera, který je všeobecně oblíbený, obdivovaný a vysoce společensky hodnocený, ale nebudu mu stačit a riskuji, že o něho přijdu, nebo si naopak vyberu partnera

nejistého, se spoustou slabostí a nedostatků, který na mě bude závislý, a budu se cítit jistěji ve vztahu. Ten kdo si vybere partnera silného a vyrovnaného, ten bude mít spoustu energie ke své vlastní realizaci mimo vztah (například v zaměstnání, kariéře, koníčcích). Ten kdo si naopak vybere partnera s obtížnou povahou, bude muset své síly investovat především do vztahu (Willi, 2006: 45).

Dalším faktorem pro výběr partnera je sociální zkušenost, především ta získaná z primární rodiny a v dětství. Zájem o partnera s určitými vlastnostmi, které nás přitahují, může vyplývat ze zkušeností chování rodiče opačného pohlaví a ze vztahu rodičů. Některé chování a vlastnosti jsou atraktivnější než jiné a jde o zkušenost s konstelací partnerských vztahů, jako je dominance a submise, či labilita a stabilita. Také zkušenosti s preferencí určitých vzorců chování jako je třeba dělba práce, pojetí práv a povinností, nebo strategií řešení problémů. Důležité preference tvoří i potřeba izolace, či naopak potřeba společenských kontaktů (Vágnerová, 2007:77).

Jedním z faktorů, který ovlivňuje volbu partnera, jsou i náhodné vlivy. Mezi ně řadíme náladu či životní období, v němž se člověk nachází (např. po rozchodu, po získání práce, dokončení školy), určité společenské situace (například svatba kamaráda). V těchto situacích je člověk lépe naladěný na to navázat nové vztahy a je otevřenější (Vágnerová, 2007: 76).

Lidé si volí partnera na základě podobnosti i komplementarity. Stálejší pár se většinou shoduje věkem, úrovní inteligence, hodnotami které uznává, vzděláním, ale i sociální vrstvou ke které náleží. Lidé, kteří si myslí že, mají s partnerem mnoho společného, se cítí být ve vztahu spokojenější, neboť nemusí řešit tolik rozporů. Je logické, že se setkávají spíše lidé, kteří mají hodně společného, neboť navazují kontakt většinou za situací, které nejsou náhodné (např. v práci, ve škole, ve skupině přátel atd.).

Je pravděpodobné, že lidi bude přitahovat partner, který má podobné zájmy, postoje, podobné standardy chování a komunikační styl a který bude řešit situace obdobně. Neshody, které se samozřejmě objevují pak lze řešit kompromisem, nebo vzájemným přizpůsobením. Volba na základě komplementarity, tedy protikladnosti, má svoje opodstatnění v tom, že zpravidla jde o komplementaritu muže a ženy (pokud se jedná o heterosexuální vztah). Role muže a ženy, podmiňuje rozvoj určitých vlastností a také genderových stereotypů, které se v párovém soužití projevují. Komplementarita může usnadňovat kooperaci (například u vlastností jako je dominance – submise, labilita – stabilita a extravert – introvert). Odlišnost partnerů může být velmi přínosná, protože přináší mnoho nových podnětů, ale může představovat i zátěž (Vágnerová, 2007: 80-81).

## **Vznik konfliktů ve vztahu**

Po uplynutí fáze prvotního okouzlení často dochází ke vzniku konfliktů mezi partnery a to hlavně z toho důvodu, že se potřeby mužů a žen ve vztahu mohou lišit. Muži a ženy nemají vždy shodné představy o tom, jak bude partnerský vztah probíhat. Toto vzájemné nepochopení často vyplývá pouze z nepochopení rozdílných způsobu chování, prožívání a myšlení. Ačkoliv za nejdůležitější vlastnosti v partnerském vztah bývají většinou považovány láska, věrnost, upřímnost, respekt, společné hodnoty a postoje, porozumění a podpora, mohou pro jednotlivce být důležité jiné aspekty vztahu (Vágnerová, 2007: 81).

Z výzkumu Williho (2006) vyplývá, že výčitky, které na sebe mají muži a ženy ve vztahu by se daly shrnout do následujících skupin:

### **Muži ženám vyčítají:**

1. Omezení svobody – že je ženy příliš kontrolují, chtějí si je připoutat, vyžadují příliš důvěrnosti a jsou málo iniciativní a závislé.
2. Výchova muže – tím se myslí poučování, potřeba mít pořád pravdu, neschopnost zapomenout na minulé prohřešky, ufnukanost, výčitky, potřeba muže měnit.
3. Emoční otevřenost – že ženy jsou příliš emotivní, neumí kontrolovat svoje emoce, jsou impulzivní, moc mluví, jsou majetnické.

### **Ženy mužům vyčítají:**

1. Nezávislost – že muži chtějí být pořád pryč, jsou chladní a nepřístupní, nemají na ně čas, nechtějí přijmout zodpovědnost a nevěnují se rodině.
2. Nedostatek uznání – že neberou ženy vážně, jsou vyhýbavý a udržují si odstup, neuznávají ženinu práci a neposlouchají je.
3. Emoční nepřístupnost – to znamená, že jsou distancovaní, málo empatictí, egoističtí, nemluví.

Z toho vyplývá, že muži a ženy si nevyčítají věci, které by se nedaly změnit, pouze chování, které by se dalo zlepšit (Willi, 2006:60-61). Možná jde mužům i ženám o stejné, a to o lásku, jistotu, úspěch, o to dát svému životu smysl. Problém je však v tom, že mají jiné priority, důležitost cílů, schopnosti a způsoby jejich dosahování i problémy na cestě k nim (Poněšický, 2004:35).

Často hledáme otázku, proč být ve vztahu, když nás často tak omezuje a zraňuje. Knop a Zemanová (2014) uvádí, že motivy k získání a udržení vztahu jsou především:

- K někomu patřit
- Naplnit touhu po lásce a sdílení
- Mít představu podpory a ochrany
- Naplnit potřebu uznání a obdivu
- Uspokojit sexuální potřeby i jiné vzájemné potřeby

## **Závěr**

Partnerský vztah je tedy vztah dvou lidí, kteří spolu sdílí jak fyzický, tak psychický prostor. Partneři jsou v tomto prostoru, který sami vytvářejí k sobě přitahování i odpuzování. Komunikují spolu a jsou neustále v interakci. Navzájem si dávají a dostávají, obohacují se a sdílejí. Ale také se zraňují, neboť blízkost v sobě tuto možnost obsahuje a ke konfliktům ve vztahu přirozeně dochází. Taková zraňování mohou vést ke krizi ve vztahu i k jeho zániku. Tyto krize a konflikty však mohou vést také k dalšímu vývoji vztahu a k jeho zrání a rozvoji, záleží však na míře zralosti vztahu a na partnerech, jak se k tomu postaví.

Podle Knopa a Zemanové (2014), zralost vztahu roste s osobní zralostí a naopak. Roste s mírou:

1. Uvědomění si sebe sama a sebereflexe
2. Respektu k partnerovi
3. Upuštění od požadavků na to, aby se partner změnil
4. Schopnosti učinit rozhodnutí a nést za něj zodpovědnost
5. Upřednostnit rozhodnutí, která jsou v zájmu vztahu před rozhodnutími v zájmu sebe sama
6. Uvědomění si kdo jsem a kdo nejsem
7. Absence obviňování partnera (uvědoměním si, že není zodpovědný za naše štěstí a spokojenost)
8. Schopností být s druhým člověkem a investovat energii do vztahu, žít v odlišnosti a v respektu a zájmu o rozvoj vztahu a partnera
9. Schopnosti brát si jen to, co je nabízené a dávat jen to, co je možné dát
10. Schopnosti snést zranění a nechtít se mstít, tedy neoplácet jej

Sociální sítě, z nichž nejrozšířenější je Facebook, jsou součástí života mnoha lidí, proto tedy zasahují i do partnerských vztahů. Lidé se pomocí Facebooku poznávají, navazují nové kontakty a do určité míry se tam i prezentují. Facebook může vztahu jak prospět, tak ublížit. Můžete být v kontaktu s partnerem, i když je daleko a dozvědět se o něm spoustu informací. Změna stavu na *zadaný*, nebo na *ve vztahu s...* může zvýšit jistotu ve vztahu, neboť je to jakási forma legalizace vztahu. Na druhou stranu, však Facebook nabízí možnost neustálé kontroly partnera, což může vzbuzovat žárlivost a nejistotu, nebo dokonce i závislost na této síti. Stejně jako všude ve virtuálním prostředí, i zde se projevuje desinhibice, kvůli které člověk ztrácí zábrany a často se chová tak, jak by za normálních okolností neudělal a prezentuje se zde v mnohem lepším světle, což může vést k nevěře. Tato sociální síť může vztahy velmi komplikovat a vytvářet problémy, které by jinak nenastaly, hlavně pokud její partneři používají v jiné míře a s jiným účelem.

# Praktická část

## Výzkumný problém a cíle výzkumu

Nyní se dostáváme k praktické části bakalářské práce, která zkoumá z praktického hlediska problematiku partnerských vztahů na sociální síti Facebook, založené na teoretickém podkladě uvedeném výše.

## Cíle výzkumu

- **Zmapování charakteristik používání Facebooku u České populace.**

Budeme se zajímat o to, kolik hodin denně lidé Facebook používají, jakým způsobem, jestli je pro ně v životě důležitý, zda mají Facebook i v mobilním telefonu a jestli používají i další s Facebookem spojenou aplikaci – Messenger.

- **Popis toho, jakým způsobem Facebook zasahuje do partnerských vztahů.**

Budeme klást otázky na aktivitu na Facebooku spojenou s fungováním vztahu. Tedy zda uvádějí na svém profilu svůj stav a popřípadě jaký. Jestli se zajímají o aktivitu svého partnera na Facebooku či jestli přidávají na svůj profil obsah spojený s partnerem atd. V další části dotazníku se budu ptát na kvalitu jejich vztahu v oblastech důvěry a fungování vztahu.

- **Pomocí statistických metod budeme zjišťovat, zda určitý typ aktivity na Facebooku souvisí s individuálním prožíváním vztahu a vnímáním vztahu.**

Budeme se zabývat otázkami, zda určitý typ aktivity na Facebooku může souviset s nejistotou a nespokojeností ve vztahu a zda se vztahové chování na Facebooku liší u žen a mužů či nikoliv.

Zvolili jsme si pro náš výzkum tři hypotézy, které budeme ověřovat pomocí statistických metod:

- 1. Hypotéza: Míra nespokojenosti ve vztahu souvisí s mírou zájmu o partnerovi aktivity na Facebooku.**
- 2. Hypotéza: Míra nejistoty a nestability ve vztahu souvisí s mírou zájmu o partnerovi aktivity na Facebooku.**
- 3. Hypotéza: Hrubý skór zájmu o partnerovi aktivity na Facebooku se u mužů a žen liší.**

## **Metodologický postup**

### **Typ výzkumu**

Pro tento typ výzkumu byl zvolen kvantitativní přístup. Jde o proces systematického shromažďování údajů, které později pomocí statistických metod a postupů budeme vyhodnocovat. Nasbírané údaje poskytují obecný přehled o určité vlastnosti v populaci (Ferjenčík, 2010). Při zkoumání problému se budeme opírat o strukturované dotazování (s možnostmi odpovědí na likertově škále), které poskytlo data v podobě číselných údajů (převážně ordinální data), s kterými jsme dále mohli pracovat v programu STATISTICA. V tomto typu výzkumu, jsme si nejprve stanovili výzkumné hypotézy vycházející z teoretického podkladu a později se je snažili ověřovat. Tuto problematiku budeme řešit převážně deskriptivním designem, který je podložen dotazníkovým šetřením.

### **Metody sběru dat**

Před sběrem dat proběhl pilotní výzkum, kdy jsme rozeslali deseti lidem dotazníky s podobnými otázkami a ptali se jich na jejich názor na dotazník. Respondenti pilotního výzkumu se vyjádřili k otázkám a mohli připsat svůj názor na to, zda jim otázky přijdou logické a zda vidí v dotazníku nějaký smysl, popřípadě jaké další tendence u sebe nebo svého okolí ohledně chování na Facebooku zpozorovali. Na základě jejich odpovědí



a připomínek byl dotazník aktualizován a těmto lidem byla později zaslána finální verze a ta byla zařazena do celkového výzkumu.

Pro sběr dat do tohoto výzkumu byl použit nestandardizovaný dotazník, jež jsme sami zkonstruovali a to z toho důvodu, abychom se co nejvíce zaměřili na otázky, které nás zajímají a přitom se přiblížili jednoduchostí a snadnou interpretací populaci. Dotazník jsme vytvořili v programu Survio, který je volně přístupný na internetu. Umožňuje snadné vytvoření dotazníku a poté i jednoduchý způsob distribuce na základě sdílení. Poskytoval absolutní anonymitu respondentům.

Vzhledem k tomu, že jsme dotazník sdíleli na osobní profilové stránce na Facebooku a na studentských a sportovních skupinách na této síti, jedna z podmínek pro vyplnění byla mít vlastní účet na Facebooku. Dotazník byl spuštěn 1. 2. 2016 a sběr dat byl ukončen 3. 3. 2016. Sběr tedy trval 32 dnů.

Dotazník měl 51 otázek a jeho vyplnění zabralo v průměru 5-10 minut. Rozděloval se do 4 skupin otázek:

- Obecné otázky o respondentech
- Otázky týkající se užívání Facebooku
- Otázky týkající se užívání Facebooku v souvislosti se vztahem
- Otázky týkající se vztahu

Otázky byly jak binomické, s odpovědí Ano/Ne, tak s možností výběru, seřazení dle důležitosti a otázky s odpověďmi na likertově škále s možností odpovědi: naprosto souhlasím - spíše souhlasím – nevím – spíše nesouhlasím – naprosto nesouhlasím, nebo: nikdy – téměř nikdy – někdy – často – velmi často. Podle Ferjenčíka (2010) se odpovědi na posuzovací škály likertova typu, nedají interpretovat jako intervalové proměnné, neboť vzdálenost mezi jednotlivými odpověďmi není stejně velká. Proto jsme usoudili, že naše proměnné jsou ordinální a přizpůsobili tomuto zjištění náš výzkumný design.

Na dotazník odpovědělo 509 respondentů, z toho jsme usoudili, že téma je pro lidi zajímavé a aktuální.

## **Etické aspekty výzkumu**

Vzhledem k tomu, že respondenti byli předem obeznámeni s účelem výzkumu a s délkou jeho trvání, a dostali potřebné informace k jeho vyplnění, byl z etického hlediska v pořádku. Byl zcela anonymní a zabral pouze pár minut (průměrně 5-10). Respondentům byla nabídnuta možnost zaslání výsledků naší práce, pokud by o ně požádali. Dotazník byl tedy vyplňován na základě vlastní iniciativy a respondenti mohli jakoukoliv otázku vynechat, nebo dotazník kdykoliv opustit bez uložení již zodpovězených otázek, nerozesílali jsme tedy souhlas s účastí na výzkumu.

Data z dotazníku jsou uložena bezpečně u autorky práce na USB disku a v počítači a nikdo jiný k nim nemá přístup. Byla použita pouze na výzkum k bakalářské práci. Výzkum byl z fyzického i psychického hlediska bezpečný a proto není třeba se obávat psychické či jiné újmy na respondentech.

## **Metoda sběru dat**

Vzhledem k tomu že byl dotazník zveřejněn na osobním profilu na Facebooku a na studentských a sportovních skupinách a sdílen přáteli autorky práce na jejich profilech, je tento výběr vzorku příležitostní. Je to sběr dat metodou sněhové koule. Tato metoda je založena na sběru dat mezi respondenty, ke kterým se tento dotazník nějakým způsobem dostane. Není možné vybrat v tomto výzkumu respondenty náhodně, neboť se nelze dostat žádným způsobem k celé populaci. Facebook je jako sociální síť částečně anonymní a funguje na principu osobních profilů, proto by bylo neetické oslovovat respondenty přímo. Výzkum byl omezen jak časově, tak organizačně. Není možno tedy výzkumný soubor považovat za reprezentativní.

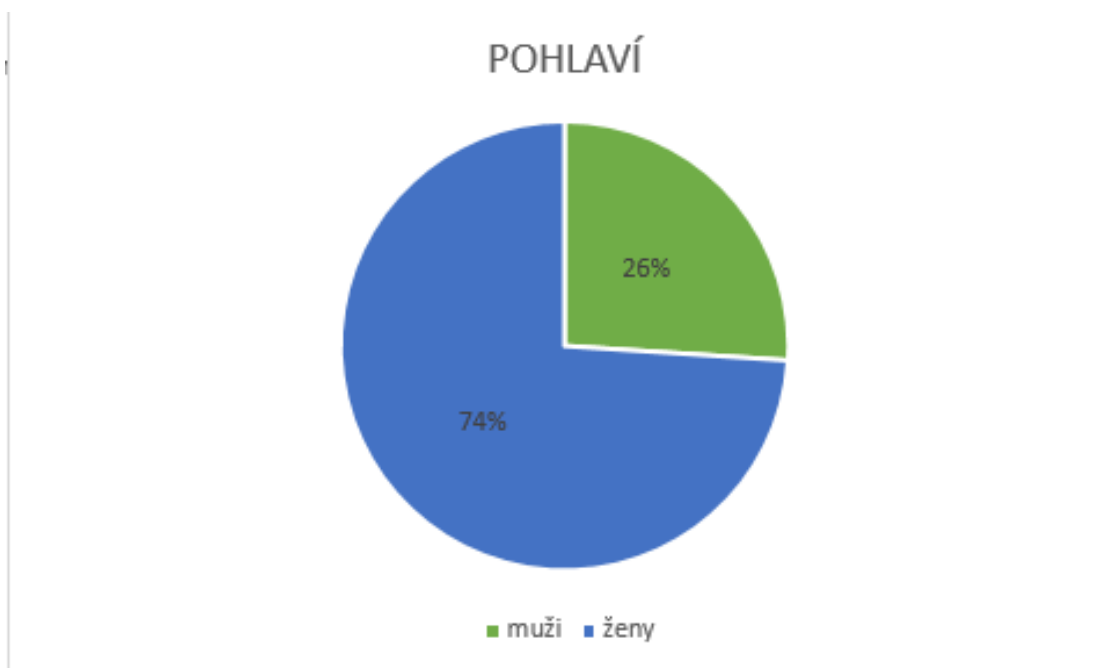
## **Výzkumný soubor**

Výzkumný soubor se skládal z 509 jedinců ve věkovém rozhraní od 14-52 let. Všichni byli aktivní uživatelé Facebooku, což jsme zjistili díky tomu, že dotazník bylo

možné vyplnit pouze prostřednictvím účtu na této sociální síti. Do interpretace otázek týkajících se použití Facebooku byli zahrnuti všichni uživatelé, ale do interpretace otázek, které souvisely se vztahem, jsme zahrnuli pouze ty, kteří jsou, či byli v posledních šesti měsících v partnerském vztahu, což bylo 419 respondentů. Respondenti byli v instrukcích při vyplňování požádáni, ať otázky týkající se vztahu vyplňují na základě minulých zkušeností, pokud již ve vztahu nejsou.

Z celkového počtu respondentů bylo **26% mužů (N = 132)** a **74% žen (N = 375)**. Tato a další charakteristiky souboru, jako je zařazení do věkové skupiny a pracovní zařazení, budou pro lepší přehlednost práce znázorněny v grafech č. 1, 2 a 3.

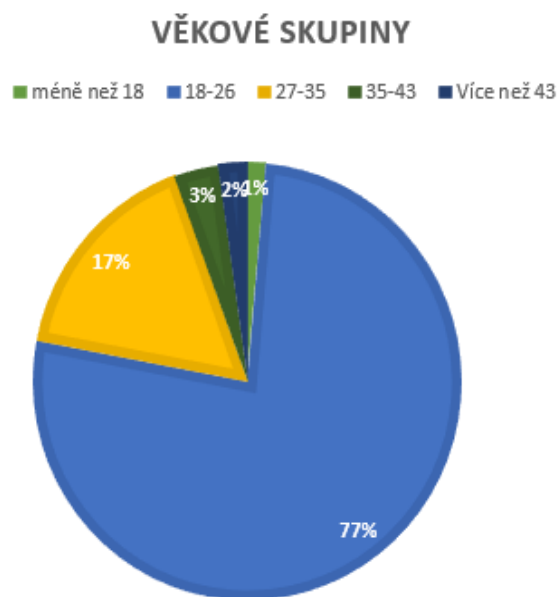
**Graf č. 1**



Respondenty jsem pro větší přehlednost a orientaci seřadili do věkových skupin. Průměrný věk respondentů je 25 let, přičemž při rozdělení do věkových skupin:

- méně než 18 let = 7 respondentů
- 18-26 let = 390 respondentů
- 27-35 let = 84 respondentů
- 35-43 let = 17 respondentů
- 43 a více let = 11 respondentů

**Graf č. 2**



Tento graf znázorňuje pracovní zařazení respondentů. Nejvíce je studentů, 55,7% (283 respondentů). Tento fakt je způsoben příležitostným sběrem dat (sněhová koule), kdy odpovídali převážně přátelé a spolužáci autorky práce a také další uživatelé sportovních a studentských stránek. Zaměstnaných je 39,2% , na mateřské dovolené 3% , nezaměstnaných 1,6% atd.

**Graf č. 3**

Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
● student	283	55,7 %
● zaměstnaný	199	39,2 %
● nezaměstnaný	8	1,6 %
● na mateřské dovolené	15	3,0 %
● v důchodu	0	0 %
● v pracovní neschopnosti	2	0,4 %
● v domácnosti	1	0,2 %

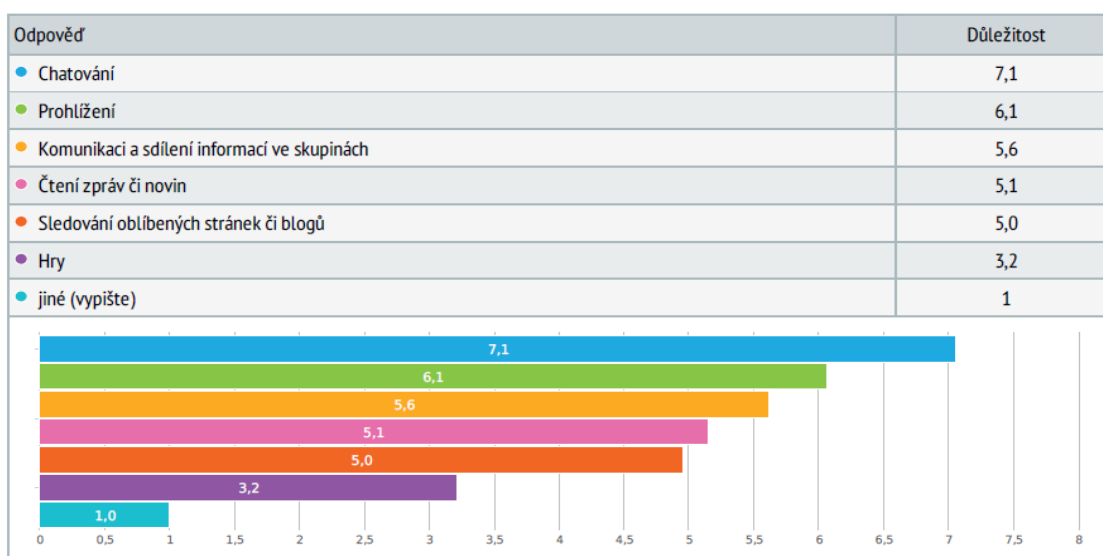
## Výsledky

### 1. Cíl výzkumu: Jaké charakteristiky v používání Facebooku má česká populace?

V dotazníku jsme se ptali respondentů, zda používají aplikaci Messenger na svém mobilním telefonu, přičemž 396 respondentů odpovědělo kladně a 111 záporně. To znamená, že celých 78,1% má tuto aplikaci nainstalovanou a pouze 21,9% nemá. Z celkového počtu respondentů je méně těch, kteří mají nainstalovaný v mobilním telefonu i aplikaci Facebook, 77,6% (394 respondentů). Z toho vyplývá, že je pro lidi důležitý hlavně chat.

Toto tvrzení potvrzuje i otázka, **co na Facebooku uživatelé nejčastěji dělají**. Požádali jsme je, ať dané aktivity seřadí od té, kterou nejčastěji provádějí až po tu, co provádějí nejméně často nebo vůbec. Na prvním místě je chat, poté prohlížení a komunikace či sdílení informací ve skupinách. Na dalším místě se umístilo čtení zpráv a sledování stránek či blogů. Hry jsou nejméně častou aktivitou uživatelů.

#### Graf č. 4



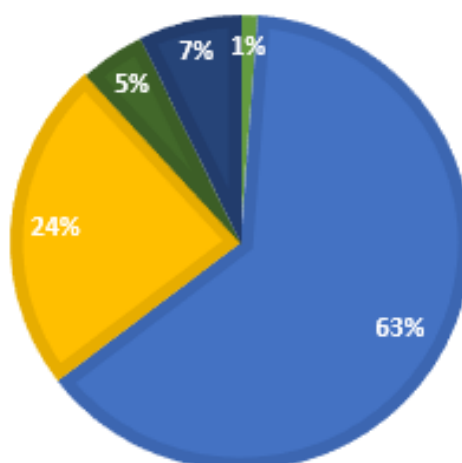
\*V odpovědi „jiné“ uživatel uvedl, že využívá Facebook pro vlastní reklamu a zviditelnění.

Další otázkou v dotazníku bylo, **kolik hodin denně uživatelé tráví na Facebooku**. Největší skupina (63%) uživatelů stráví mezi 1-3hodinami denně, ale vysoké procento uživatelů tráví na této sociální síti i 4-6hodin denně. Někteří uživatelé, kteří mají Facebook jako mobilní aplikaci, na něm tráví takřka celý den. Mají ho zapnutý a vidí proto, kdo jim napsal, zobrazují se jim různá upozornění, nebo ve volné chvíli kontrolují co je nového.

**Graf č. 5**

### ČAS STRÁVENÝ NA FACEBOOKU

■ méně než 1h ■ 1-3h ■ 4-6h ■ 7-9h ■ 10h a více



Dále jsme se ptali, **zda jsou respondenti aktivní**, tedy jestli si aktualizují často statusy, přidávají fotky a píší komentáře, nebo zda jsou spíše pasivní, tedy spíše jen dávají „to se mi líbí“, prohlíží si příspěvky ostatních a sledují co se děje. Drtivá většina z nich (85%) dala, že jsou pasivní. Z toho vyplývá, že je několik jedinců, kteří jsou aktivní a ti se pak starají o aktualizaci Facebooku, protože přidávají hodně příspěvků.

Zajímavé je, že přesto že většina respondentů tráví na Facebooku část dne, má tuto aplikaci v mobilním telefonu a má ji stále zapnutou, nepovažuje jej ve svém životě za důležitý. Ptali jsme se respondentů na tuto otázku, přičemž měli odpovídat na škále od: naprosto souhlasím, až po naprosto nesouhlasím. Odpovědi byly následující.

**Graf č. 6**



Z grafu vidíme, že 27% lidí zvolilo střední hodnotu, tedy „nevím“, ale větší část lidí 32% + 11% odpověděla, že s tvrzením nesouhlasí a rozhodně nesouhlasí. Pouze 30% respondentů souhlasí s tím, že je pro ně tato síť důležitá.

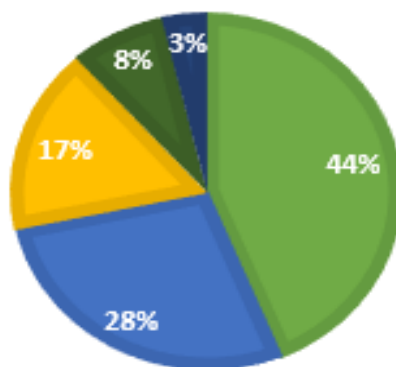


Další otázkou bylo, **zda respondentům přijde jednodušší seznamovat se pomocí Facebooku**, přičemž výsledky neodpovídaly výzkumným zjištěným Foxe a Warbera (2013). Ti uvádí, že metody seznamování v dnešní době se řídí principem postupného poznávání se na sociálních sítích a teprve po určité době lidé přistupují k seznamování tváří v tvář. Na grafu číslo 7 můžeme vidět, že se respondenti nepocitují seznamování na Facebooku jako snazší. Drtivá většina s tvrzením nesouhlasí, nebo neví.

Graf č. 7

### JE PRO MĚ JEDNODUŠŠÍ SEZNAMOVAT SE POMOCÍ FACEBOOKU

■ naprosto nesouhlasím   ■ spíše nesouhlasím   ■ nevím  
■ spíše souhlasím   ■ naprosto souhlasím

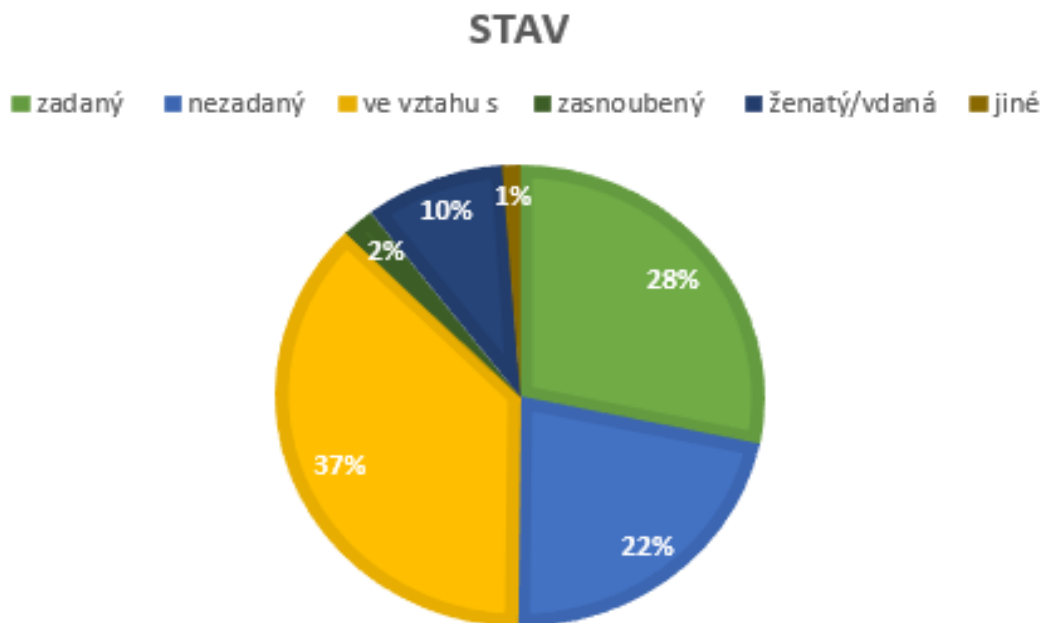


## 2. Cíl výzkumu: Souvisí aktivity na Facebooku s kvalitou vztahu?

Na otázku jestli **je jejich partner uživatel Facebooku** odpovědělo 92,9% kladně (471 respondentů) a 7,1% záporně (36 respondentů). Respondenty, kteří odpověděli, že jejich partner není uživatel Facebooku z pozdější analýzy vyloučíme.

Další otázkou našeho dotazníku bylo, **zda uvádí na Facebooku stav a popřípadě jaký** (zadaný, svobodný, ve vztahu s, ženatý/vdaná, zasnoubený/a. atd.). Na tuto otázku 44% respondentů odpovědělo kladně a 56% záporně. Ti, co odpověděli kladně, uvedli svůj stav jako následující:

Graf č. 8



\* Lidé, kteří uvedli jiné, napsali, že jejich stav je „žijící odděleně“.

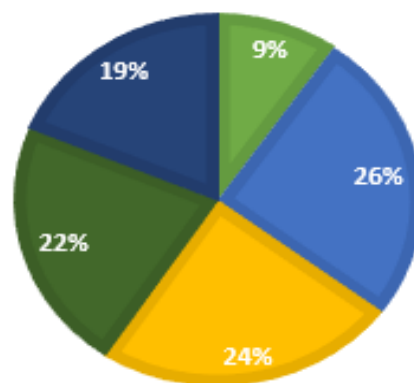
Jako další otázka byla, **zda rádi sdílí s partnerem/kou obsah na Facebooku** (tzn. fotky, statusy, komentáře, atd.). Na tuto otázku byly odpovědi téměř rovnoměrně rozložené. Spíše jejich odpovědi inklinovaly k tomu, že neradi zveřejňují společný obsah.

V těchto dvou otázkách jsme zjišťovali předpoklad Boweho (2010) a Tucker (2014), podle kterých zveřejnění vztahu, nebo sdílení společného obsahu funguje jako jakési oficiální potvrzení vztahu a u partnerů vzbuzuje pocit větší jistoty a spokojenosti, je tedy pro partnery důležité.

**Graf č. 9**

### **RÁD/A SDÍLÍM OBSAH S PARTNEREM/KOU**

■ naprosto souhlasím   ■ spíše souhlasím   ■ nevím  
■ spíše nesouhlasím   ■ naprosto nesouhlasím



V následujícím setu otázek jsme ověřovali, zda zadaní respondenti mají potřebu partnera na Facebooku kontrolovat, nebo zjišťovat kdo je s jejich protějšky na síti v kontaktu (podle toho kdo reaguje na jejich příspěvky a také s kým se přátelí).

Na otázku **zda se zajímám se o to, co dělá můj/moje partner/ka na Facebooku**, byly odpovědi opět téměř rovnoměrně rozložené, převažovali odpovědi 35% - spíše souhlasí.

**Graf č. 10**

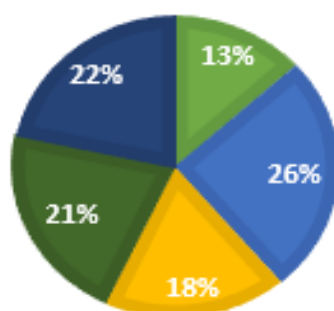


U otázky: „**Zajímám se o to, kdo lajkuje či komentuje mému/mé příteli/kyni příspěvky**“. Respondenti odpovídali v rovnoměrném rozložení. Stejně tak u otázky: „**Kontroluji aktivitu partnera/ky na Facebooku**“ (tato položka dotazníku byla skórována inverzně).

Graf č. 11

### ZAJÍMÁM SE O TO, KDO MÉMU/MÉ PŘÍTELI/KYNI LAJKUJE ČI KOMENTUJE PŘÍSPĚVKY

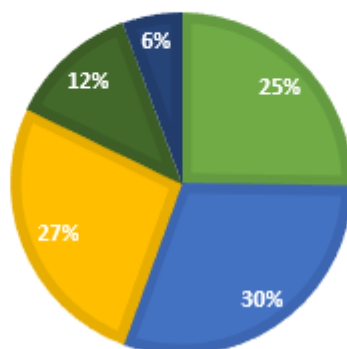
■ naprosto souhlasím   ■ spíše souhlasím   ■ nevím  
■ spíše nesouhlasím   ■ naprosto nesouhlasím



Graf č. 12

### KONTROLUJETE AKTIVITU VAŠEHO/VAŠÍ PARTNERA/KY NA FACEBOOKU?

■ nikdy   ■ téměř nikdy   ■ někdy   ■ často   ■ velmi často



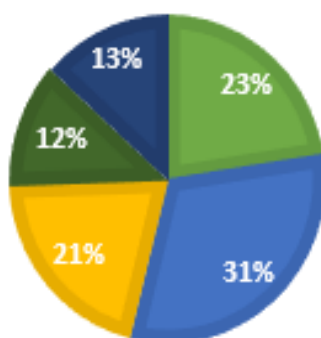
Na otázku, **zda respondenti vyhledávali někdy na Facebooku bývalé přátele/kyně svých partnerů/rek**, byla odpověď v 64% (324) ano, a v 36% (182) ne. 30,7% (154) respondentů se taky **podívalo na partnerův/čin Facebook, aniž by o tom veděl/a**.

Také jsme se dotazovali na to, **zda jim záleží na tom, aby jim partner odpověděl na zprávu, když vidí, že je aktivní**. Zařadili jsme tuto otázku, protože toto chování (tedy neodepsání na zprávu i přes to, že je zcela zřejmé že ji obdržel), může u některých jedinců vzbuzovat dojem lhostejnosti ze strany partnera, nebo pocit sníženého zájmu o svou osobu. Většina odpovídala, že s tvrzením souhlasí, (31% + 23%) nebo neutrálně (21%). Což můžeme vidět na dalším grafu.

**Graf č. 13**

### ZÁLEŽÍ MI NA TOM ABY MI PARTNER ODPOVEDĚL NA ZPRÁVU, POKUD VIDÍM ŽE JE NA FACEBOOKU AKTIVNÍ

■ naprosto souhlasím   ■ spíše souhlasím   ■ nevím  
■ spíše nesouhlasím   ■ naprosto nesouhlasím

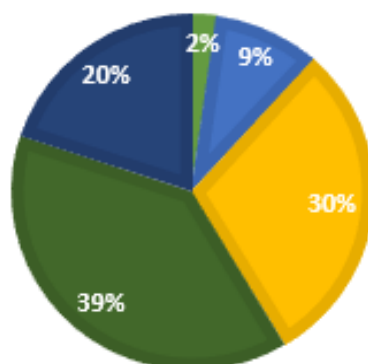


Ptali jsme se také na to, **zda si myslí, že to co lidé přidávají na Facebook, odpovídá jejich reálnému životu.** Tedy jestli se lidé opravdu prezentují tak jak se cítí, nebo je to pouze součástí určité image. Výsledky překvapivě vyšly tak, že většina lidí s tvrzením nesouhlasí, nevěří tedy tomu, že jejich prezentace na síti odpovídá tomu, jak skutečně žijí.

**Graf č. 14**

### MYSLÍM SI, ŽE TO CO LIDÉ SDÍLÍ NA FACEBOOKU, ODPOVÍDÁ JEJICH REÁLNÉMU ŽIVOTU

■ naprosto souhlasím   ■ spíše souhlasím   ■ nevím  
■ spíše nesouhlasím   ■ naprosto nesouhlasím

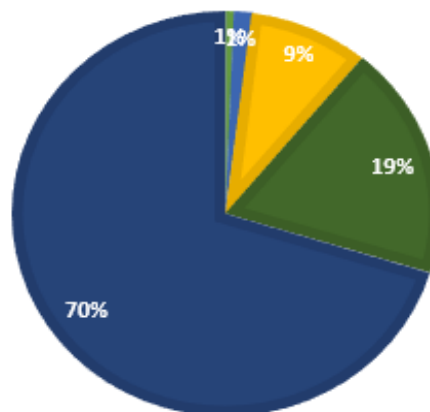


V dalším grafu, č. 15 vidíme, že **respondenti naprosto nesouhlasí s tím, že páry které se na Facebooku prezentují, mají hlubší vztah, než páry které tohle nedělají.** Tato položka nejspíš souvisí s předchozí položkou, neboť lidé se podle respondentů neprezentují v reálném světě a proto ani nevěří, že prezentované vztahy odpovídají realitě.

**Graf č. 15**

**MYSLÍM SI ŽE PÁRY, KTERÉ PREZENTUJÍ SVŮJ  
VZTAH NA FACEBOOKU, MAJÍ HLUBŠÍ VZTAH NEŽ  
PÁRY, KTERÉ SE NA FACEBOOKU NEPREZENTUJÍ  
VŮBEC**

■ naprosto souhlasím ■ spíše souhlasím ■ nevím ■ spíše nesouhlasím ■ naprosto nesouhlasím



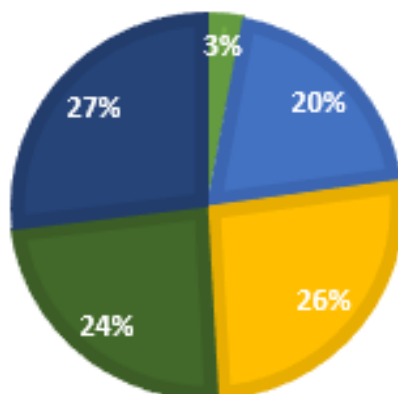


Poslední graf, který zde znázorníme, se týká toho, **zda účastníci výzkumu hodnotí lidi podle toho, co dávají na Facebook.** Odpovědi jsou opět různorodé. Spíše však můžeme vidět záporné tendence, tedy že více respondentů s tvrzením nesouhlasí.

**Graf č. 16**

### HODNOTÍM LIDI PODLE TOHO, CO DÁVAJÍ NA FACEBOOK.

■ naprostosouhlasím    ■ spíše souhlasím    ■ nevím  
■ spíše nesouhlasím    ■ naprosto nesouhlasím



### **3. Cíl výzkumu: Souvisí určitý typ aktivity na Facebooku s individuálním prožíváním a vnímáním vztahu?**

Zájem o partnerovi aktivity na Facebooku jsme definovali jako kladné odpovědi na otázky:

1. Zajímám se o to, co dělá můj/moje partner/ka na Facebooku. (např. jaké přidává příspěvky, co "lajkuje", jakých se zúčastní událostí atd.)
2. Zajímám se o to, kdo mému příteli/kyni "lajkuje" či komentuje příspěvky.
3. Kontrolujete někdy aktivitu vašeho partnera na Facebooku?
4. Záleží mi na tom, aby mi partner/ka odpověděl/a na zprávu, pokud vidím, že je na Facebooku aktivní.
5. Rád/a sdílím s partnerem/kou obsah na Facebooku (např. fotky, statusy, atd.).

Spokojenost a jistotu ve vztahu jsme zjišťovali pomocí trsů otázek, které jsem rozdělila do dvou skupiny:

#### **Zájem partnera:**

1. Partner/ka se dostatečně zajímá o moje problémy.
2. Partner/ka mi vyjadřuje dostatek náklonosti.
3. Partner/ka bere ohled na moje pocity.
4. Případá mi, že jsme si s partnerem/kou blízcí.

#### **Spokojenost a stabilita ve vztahu:**

1. Cítím ve vztahu jistotu.
2. Cítím se ve vztahu spokojený.
3. Zdá se mi, že se ve vztahu objevuje mnoho problémů (skórována inverzně).
4. Udržení vztahu je pro mě důležité.
5. Myslím si, že vztah má smysl do budoucna.

Do výzkumu jsem zařadila pouze respondenty, kteří uvedli, že mají nebo měli v posledních šesti měsících partnerský vztah. Respondenti byli několikrát informováni, aby na otázky týkající se vztahu (pokud již ve vztahu nejsou), odpovídali na základě minulých

zkušeností. Také jsem vyřadila ze souboru všechny, kdo odpověděli, že jejich partner není uživatelem Facebooku.

Pro zjištění souvislosti mezi položkami jsme použili Spearmanův korelační koeficient, který jsme spočítali v programu STATISTICA. Použili jsme tuto neparametrickou metodu, vzhledem k tomu že naše proměnné jsou ordinální.

Ověřovali jsme hypotézu č. 1 : **Míra nespokojenosti ve vztahu souvisí s mírou zájmu o partnerovi aktivity na Facebooku.**

A to tak, že jsme korelovali hrubé skóry respondentů u trsu otázek týkající se zájmu o partnerovy aktivity a tendence kontrolovat jej na Facebooku a trsu otázek týkajících se zájmu partnera a jistoty ve vztahu. Výsledky jsou znázorněny v tabulce č. 1.

**Tabulka č. 1**

Proměnná	Spearmanovy korelace (Tabulka51) ChD vynechány párově Označ. korelace jsou významné na hl. p <,05000	
	hrubý skór kontroly aktivity partnera na Facebooku	hrubý skór nespokojenosti ve vztahu
hrubý skór kontroly aktivity partnera na Facebooku	1,000000	0,151798
hrubý skór nespokojenosti ve vztahu	0,151798	1,000000

Z tabulky vidíme, že není statisticky významná souvislost mezi hrubým skórem kontroly aktivity partnera na Facebooku a hrubým skórem spokojenosti a stability ve vztahu ( $r = 0.152$ ) na hladině významnosti  $p < 0,05$ . Hypotéza se zamítá.

Ověřování hypotézy č. 2.: **Míra nejistoty a nestability ve vztahu souvisí s mírou zájmu o partnerovi aktivity na Facebooku.**

Postupovali jsme stejně jako u předchozí hypotézy. Opět jsme pomocí Spearmannova korelačního koeficientu zjišťovali souvislost, tentokrát hrubého skóru z trsu otázek týkajících se jistoty a stability ve vztahu s trsem otázek které zjišťovaly tendenci kontrolovat aktivitu partnera na Facebooku. Výsledky jsme znázornili v tabulce č. 2.

**Tabulka č. 2**

Proměnná	Spearmanovy korelace (Tabulka48) ChD vynechány párově Označ. korelace jsou významné na hl. $p < ,05000$	
	hrubý skór kontroly aktivity partnera na Facebooku	hrubý skór nejistoty ve vztahu
hrubý skór kontroly aktivity partnera na Facebooku	1,000000	0,166196
hrubý skór nejistoty ve vztahu	0,166196	1,000000

Opět zde vidíme, že není statisticky významná souvislost mezi hrubým skórem aktivity partnera na Facebooku a hrubým skórem jistoty ve vztahu ( $r = 0.166$ ), na hladině významnosti  $p < 0,05$ .

Hypotéza se tedy zamítá.

Hypotéza č. 3.: **Hrubý skór zájmu o partnerovi aktivity na Facebooku se u mužů a žen liší.**

Tuto hypotézu jsme ověřovali rozdělením respondentů na skupiny podle pohlaví (muži jsou kódováni jako 1, ženy jako 0) a poté jsme spočítali jejich hrubé skóry stejně jako u předchozích hypotéz. Výsledky vidíme v následující tabulce.

**Tabulka č. 3**

Proměnná	pohlaví	Souhrnné výsledky Spearmanovy korelace (Tabulka41) ChD vynechány párově Označ. korelace jsou významné na hl. p <,05000		
		hrubý skór kontroly aktivity partnera na Facebooku	hrubý skór nejistoty ve vztahu	hrubý skór nespokojenosti ve vztahu
hrubý skór kontroly aktivity partnera na Facebooku	0	1,000000	0,115653	0,155463
hrubý skór nejistoty ve vztahu	0	0,115653	1,000000	0,742639
hrubý skór nespokojenosti ve vztahu	0	0,155463	0,742639	1,000000
hrubý skór kontroly aktivity partnera na Facebooku	1	1,000000	0,355014	0,206592
hrubý skór nejistoty ve vztahu	1	0,355014	1,000000	0,718984
hrubý skór nespokojenosti ve vztahu	1	0,206592	0,718984	1,000000

Z tabulky č. 3. můžeme vidět, že se liší korelace hrubého skóru kontroly aktivity partnera na Facebooku u žen a u mužů a to jak s hrubým skórem nejistoty ( $r = 0.355$ ;  $r = 0.116$ ), tak s hrubým skórem nespokojenosti ve vztahu ( $r = 0,206$ ;  $r = 0,155$ ), na hladině významnosti  $p < 0,05$ .

Hypotézu nezamítáme.

## Diskuze

Odpovědi na dotazník jsou velmi různorodé a nemůžeme z něho usoudit, zda se lidé opravdu zajímají o to, co jejich partner dělá na Facebooku, ani zda je pro ně sdílení a společná prezentace vztahu důležitá či nikoliv. Většina respondentů odpověděla, že pro ně Facebook v životě není důležitý a to i přes to, že více jak 3/4 na něm tráví několik hodin denně. S těmito odpověďmi by souvisel i názor většiny, že se lidé na Facebooku neprezentují reálně a že lidé prezentující se na Facebooku nemají hlubší vztah, než lidé kteří jej drží v soukromí. Z tohoto vyplývá, že většina respondentů tuto sociální síť nebere příliš vážně, tedy nevěří, že odpovídá realitě.

I Přes to, že jsme vycházeli z teoretického základu dosvědčujícího, že existuje souvislost mezi pojetím vztahu a vztahovým chováním na sociálních sítích, při ověřování hypotézy, nevyšly statisticky signifikantní výsledky, které by potvrdili naše hypotézy. Tedy že se zvýšenou nejistotou a nestabilitou či nespokojeností ve vztahu roste i potřeba partnera kontrolovat. Je rozdíl v chování žen a mužů na této sociální síti v souvislosti s individuálními pocity týkající se vztahu. Konkrétně souvislost mezi nejistotou ve vztahu a kontrolou partnera na Facebooku. Tuto hypotézu tedy nemůžeme zamítnout.

Výsledky dotazníku mohou být zkreslené a to hlavně kvůli nereprezentativnímu výběru vzorku, kdy jsme použili metodu sněhové koule. Dotazník byl dobrovolný, je tedy pravděpodobné, že respondenti měli jinou motivaci a jiné osobnostní charakteristiky či zkušenosti s touto sítí než zbytek populace.

Při dalším výzkumu bychom se snažili zvětšit počet respondentů, aby byl vzorek reprezentativnější. Také bychom zvolili otázky, které se specifikují na určitou oblast vztahového chování, a snažili bychom se vyloučit intervenující proměnné, které mohou ovlivnit výsledek. Za intervenující proměnné v našem výzkumu považujeme osobnost respondentů a jejich individuální vnímání této sociální sítě, které může vést ke zkreslení výsledků.

## Závěr

V této práci jsme zjišťovali, zda má individuální prožívání vztahu (pocity nejistoty a nespokojenosti) souvislost se vztahovým chováním (kontrola aktivit partnera na Facebooku) na sociální síti Facebook.

Uvedli jsme, co jsou to sociální sítě a stručně popsali jejich vznik, vývoj a charakteristiky. Představili jsme nejpoužívanější sociální sítě ve světě a v České republice spolu s jejich statistikami. Zaměřili jsme se konkrétně na Facebook a na jeho vznik a vývoj. Abychom pochopili jak se Facebook vlastně používá, k čemu slouží a jaké má funkce, věnovali jsme mu celou kapitolu, která stručně popisuje jeho vlastnosti a funkce. V další kapitole jsme se věnovali spojení Facebooku a vztahů. Na základě výzkumů, které byly realizovány, jsme se snažili popsat, jak Facebook do vztahů zasahuje a to už od prvního kontaktu a seznámení, až po zveřejnění vztahu na této síti. Lidé zde můžou změnit svůj stav na „zadaný“, a nebo „ve vztahu s“ či přidat fotku s partnerem a tak svůj vztah zveřejnit ostatním přátelům a uživatelům. Shrnuli jsme negativa a pozitiva Facebooku, a to jak u běžného používání, které podporuje komunikaci a sdílení informací, tak u patologického užívání, které může vést k závislosti, nebo k negativním pocitům spojeným s vyhledáváním bývalých partnerů a kontrolováním partnerových aktivit na této síti.

V další kapitole jsme se věnovali partnerským vztahům. Popsali jsme, co to je partnerský vztah, jaké má komponenty, jak vzniká, a na základě jakých kritérií si jedinci vybírají partnera. Dále jsme se zaměřili na fáze partnerského vztahu a jeho vývoj, na konflikty které se v něm mohou objevit a co partnerský vztah může lidem přinést. Jako důležité aspekty vztahu jsme považovali určitou stabilitu a jistotu ve vztahu, která je spojená se spokojeností a s menší mírou žárlivosti.

Na základě předešlých výzkumů jsme vycházeli z předpokladu, že chybějící jistota a spokojenost ve vztahu může vést k negativním pocitům spojeným s přáním informovat se o aktivitách partnera a s větším sledováním jeho chování na sociálních sítích za účelem potvrzení věrnosti vztahu nebo zjištění nevěry. Praktická část je založena na kvantitativním výzkumu, kdy jsme si určili tři výzkumné cíle, a to:

1. Zmapování charakteristik používání Facebooku u české populace.
2. Zmapování toho, jakým způsobem Facebook zasahuje do partnerských vztahů
3. pomocí statistických metod zjistit, zda určité pocity spojené s individuálním prožíváním vztahu mají souvislost s nějakým typem chování na sociální síti Facebook.

Byly konzultovány etické aspekty výzkumu. Jako metoda sběru dat byl zvolen nestandardizovaný dotazník vlastní konstrukce o 51 otázkách. Byl rozdělen do tří tematických okruhů, a to: obecné informace o respondentech, otázky spojené s užíváním Facebooku a otázky o partnerském vztahu spojené s Facebookem. Před zveřejněním dotazníku na osobním profilu autorky práce a na dalších studentských a sportovních skupinách, byla provedena pilotní studie na 10 respondentech, kteří k dotazníku měly připomínky a na základě nich se dotazník upravoval. Tito respondenti poté odpovídali na již upravený a zveřejněný dotazník a byli zahrnuti do výzkumu. Sběr dotazníku trval měsíc a odpovědělo na něj 509 respondentů. Při odpovědi na první výzkumnou otázku jsme zpracovávali odpovědi všech respondentů, ale v dalších dvou výzkumných otázkách jsme do analýzy zahrnuli pouze odpovědi těch, kteří uvedli, že jsou nebo byli v posledních šesti měsících v partnerském vztahu (N=419). Při mapování charakteristik používání Facebooku u české populace jsme zjistili, že respondenti jsou aktivní průměrně (63%) 1-3 hodin denně, a 23% z nich je aktivní 4-6 hodin denně. Ale někteří uživatelé mají Facebook zapnutý neustále a kontrolují ve volné chvíli nové příspěvky a oznámení. Nejvíce jej používají na chatování, potom na prohlížení, dále komunikace ve skupinách a sdílení informací. 77,6% respondentů má aplikaci Facebook v mobilním telefonu a 78% má i aplikaci Messenger, určenou pouze pro chat. Většina respondentů, 85%, se charakterizuje jako pasivní uživatelé, to znamená, že příliš aktivně nepřispívají, spíše jen prohlíží, informují se, nebo dávají „to se mi líbí“ na oblíbené příspěvky. Je zajímavé, že ačkoliv většina má Facebook aplikaci, stejně tak jako Messenger a jsou aktivní několik hodin denně, 43% respondentů uvádí, že pro ně není Facebook v životě důležitý a dalších 28% odpovědělo nevim. Na otázku zda je pro ně jednodušší se seznamovat pomocí Facebooku, odpovědělo 70% záporně. Pouze 44% uvádí na této síti svůj stav (např. zadaný, ve vztahu s, zasnoubený/á, ženatý/vdaná atd.). Ve výzkumném cíli č. 2 jsme zjišťovali, jak zasahuje Facebook do partnerských vztahů. Ptali jsme se, zda partneři kontrolují aktivitu svých protějšků, zda se zajímají o to, kdo jim „lajkuje“ či komentuje příspěvky, nebo jestli rádi sdílí společný obsah (fotky, komentáře, události) na svém profilu. Odpovědi na tyto otázky byly rovnoměrně rozložené. V otázce týkající se názoru na používání Facebooku jiných uživatelů, konkrétně zda to, co lidé sdílí, odpovídá jejich reálnému životu, odpovědělo 59% záporně a 30% nevědělo. Na otázku jestli si myslí, že páry které zveřejňují svůj vztah na Facebooku, mají hlubší vztah než ostatní, odpovědělo 89% záporně. Může to být způsobené tím, že lidé tomu, co se jim prezentuje, nevěří a myslí si, že se lidé na sítích stylizují do určitých pozic a prezentují se v lepším



světla. A páry, které mají hlubší vztah, naopak nemají potřebu jej prezentovat, nebo pro ně není Facebook natolik důležitý.

Při odpovědi na poslední výzkumný problém jsme použili statistickou metodu Spearmanovy korelace, kterou jsme provedli v programu STATISTICA. Korelovali jsme položky dotazníku týkající se sledování a kontrolování aktivity partnera na Facebooku a položky které se dotazovali na stabilitu ve vztahu, jistotu a spokojenost. Nevyšla nám statisticky významná souvislost mezi těmito dvěma fenomény, naše hypotézy se tedy zamítají. Není ani statisticky významný rozdíl mezi používáním Facebooku u mužů a u žen.

Tato studie má jistá omezení způsobená malým vzorkem a také příležitostným výběrem, který neposkytuje reprezentativní vzorek. Dále je třeba zmínit, že respondenti dotazníku mohou mít jiné osobnostní charakteristiky, než má zbytek populace. Je také zjevné, že zahraniční studie, z nichž jsme vycházeli, mají jiné výsledky a pracovali s jiným druhem populace a s jiným typem metod. Je možné, že do výzkumu vstoupily další intervenující proměnné, které jsme nezohlednili například osobnost respondentů, nejednoznačnost, či přílišná obecnost otázek. Je možné tuto studii použít jako pilotní studii a zabývat se tímto tématem z jiné stránky, nebo zvolit jinou metodologii, neboť je jasné, že mnoho uživatelů tráví na této síti spoustu času a že ji mají i ve svém mobilním telefonu. Dále si myslíme, že tato studie může sloužit jako malý přehled toho, co se už o Facebooku v zahraničních studiích zkoumalo a také lze využít teoretickou část jako zdroj informací o sociálních sítích a souhrn poznatků o partnerských vztazích.

## Seznam použitých zdrojů a literatury

1. Al- Saggaf, Y. ,Nielsen, S. Self-disclosure on Facebook among female users and its relationship to feelings of loneliness. *Computers in human behavior*. [online]. 2014. Vol 36. (460-468).[cit.1. 3. 2016].Dostupné z:  
[https://www.researchgate.net/publication/263808246\\_Selfdisclosure\\_on\\_Faceboo\\_amon\\_female\\_users\\_and\\_its\\_relationship\\_to\\_feelings\\_of\\_loneliness](https://www.researchgate.net/publication/263808246_Selfdisclosure_on_Faceboo_amon_female_users_and_its_relationship_to_feelings_of_loneliness)
2. Bowe, G. 2010. Reading romance: The impact Facebook rituals can have on a romantic relationship. *Journal of comparative research in anthropology and sociology*, 2, 60-76.
3. BOYD, D. M; ELLISON, N. B. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication* [online]. 2007, Vol. 13, No. 1,[cit. 15. 02. 2010]. Dostupné z www:  
<<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>.ISSN 1086101.
4. Cohen, E. Five clues that you are addicted to Facebook. *CNN*. [online]. 2009. [cit. 1. 3. 2016]. Dostupné z:  
<https://edition.cnn.com/2009/HEALTH/04/23/ep.facebook.addict/index.html>
5. Divínová, R. 2005. *Cybersex: forma internetové komunikace*. Praha: Triton
6. Elphinston, R. A., Noller, P. 2011. Time to Face It! Facebook Intrusion and the Implications for Romantic Jealousy and Relationship Satisfaction. *CyberPsychology, Behavior & Social Networking*, 14(11), 629-633.
7. Eriksen, T. H. 2008. (str. 102) *Sociální a kulturní antropologie*. Praha: Portál.
8. Facebook. Official webside. [online]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/>
9. Facebook. *Wikipedia*. [online]. 28. 2. 2016 [cit. 1. 3. 2016]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Facebook>
10. Faruggia, R. 2013. *Facebook and relationships: A study of how social media use is affecting long-term relationships*. [online]. Dostupné z: <http://scholarworks.rit.edu/theses>

11. Ferjenčík, J. 2010. *Úvod do metodologie psychologického výzkumu. Jak zkoumat lidskou duši*. Praha: Portál
12. Fox, J., Warber, K. M., Makstaller, D. C. 2013. The role of Facebook in romantic relationship development: An exploration of Knapp's relational stage model. *Journal of Social and Personal Relationships*, 30, 770-792.
13. Fomm, E. 2010. *Umění milovat*. Praha: Český klub
14. Handl, J. LinkedIn: zrcadlo vaší kariéry. *Lupa.cz*. [online]. 2009. [cit. 23. 02. 2016]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/linkedin-zrcadlo-vasi-kariery/>
15. Hadl, J. Twitter pro začátečníky. *Lupa.cz*. [online]. 2009. [cit. 23. 02. 2016]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/twitter-pro-zacatecniky/>
16. Hartl, P. Hartlová, H. 2010. *Velký psychologický slovník*. Praha: Portál
17. Introducing Instagram v 2.0. [online]. 2011. [cit. 24. 02. 2016]. Dostupné z: <http://blog.instagram.com/post/10444123475/v20>
18. Kirkpatrick D. 2011. *Pod vlivem Facebooku, příběh z nitra společnosti, která spojuje svět*. Brno: Computer Press, a.s.
19. Kleinberg, J., Backstrom, L. *Romantic Partnerships and the Dispersion of Social Ties: A Network Analysis of Relationship Status on Facebook*. [online]. 2013. [cit. 5. 3. 2016]. Dostupné z: <http://arxiv.org/pdf/1310.6753v1.pdf>
20. Knop, J., Zemanová, M. 2014. Partnerský vztah a jeho terapie. In Kolařík, M. (ed.). *XII. Národní konference o manželském, partnerském a rodinném poradenství. Současné podoby partnerského a rodinného soužití*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci

21. Krčmář, M. *Základy online marketingu – sociální sítě*. [online]. 2015. [cit. 24. 02. 2016]. Dostupné z: <http://www.krcmic.cz/zaklady-online-marketingu-socialni-site-a-statistiky/>
22. LinkedIn: profesionální vizitka i vstupenka do odborné společnosti. *Dsl.cz*. [online]. 2011. [cit. 23. 02. 2016]. Dostupné z <http://www.dsl.cz/clanky/2364-linkedin-profesionalni-vizitka-i-vstupenka-do-odborne-spolecnosti>
23. Messenger. Official webside. [online]. Dostupné z: <https://www.messenger.com/login/>
24. Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., & Calvert, S. L. (2009). College student's social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30, 228-236.
25. Philips, S. A brief history of facebook. *Guardian.co.uk*. [online]. 2007. [cit. 24. 2. 2016].  
Dostupné z: <http://www.theguardian.com/technology/2007/jul/25/media.newmedia>
26. Poněšický, J. 2004. *Fenomén ženství a mužství*. Praha: Triton
27. Říčan, P. 2004. *Cesta životem*. Praha: Portál
28. Sobotková, I. 2012. *Průvodce rodičovstvím*. Adamira.s.r.o
29. Sociální síť. *Wikipedia*. [online]. 18. 2. 2016. [cit. 24. 2. 2016]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Soci%C3%A1ln%C3%AD\\_s%C3%AD%C5%A5#cite\\_note-4](https://cs.wikipedia.org/wiki/Soci%C3%A1ln%C3%AD_s%C3%AD%C5%A5#cite_note-4)
30. Stats. *Newsroom*. [online]. Dostupné z: <http://newsroom.fb.com/company-info/>
31. Tucker, J. 2014. *It's complicated: the role of Facebook in romantic relationships concerning relational certainty, attachment and self-esteem*. [online]. Dostupné z: [http://pdxscholar.library.pdx.edu/open\\_access\\_etds](http://pdxscholar.library.pdx.edu/open_access_etds)

32. Vágnerová, M. 2007. *Vývojová psychologie II*. Univerzita Karlova v Praze: Karolinum
33. Vojáček, J. Kruhová obrana českých komunit. *Lupa.cz*. [online]. 2012. [cit. 24. 02. 2016]. Dostupné z: <http://blog.lupa.cz/produktak/lide-cz-1-kruhova-obrana-ceskych-komunit/>
34. Willi, J. 2006. *Psychologie lásky*. Praha: Portál

## **Přílohy diplomové práce**

**Příloha č. 1 : Seznam grafů a tabulek**

**Příloha č. 2: Formulář pro zadání diplomové práce**

**Příloha č. 3: Abstrakt diplomové práce**

**Příloha č. 4: Dotazník**

## **Příloha č. 1**

### **Seznam grafů a tabulek:**

**Graf č. 1:** Pohlaví

**Graf č. 2:** Věkové skupiny

**Graf č. 3:** Pracovní zařazení

**Graf č. 4:** Nejčastější aktivity na Facebooku

**Graf č. 5:** Průměrný čas strávený denně na Facebooku

**Graf č. 6:** Důležitost Facebooku pro život respondentů

**Graf č. 7:** Seznamování na Facebooku

**Graf č. 8:** Stav

**Graf č. 9:** Sdílení obsahu

**Graf č. 10:** Zájem o aktivity partnera na Facebooku

**Graf č. 11:** Zájem o „lajky“ a komentáře na partnerově Facebooku

**Graf č. 12:** Kontrola aktivity partnera

**Graf č. 13:** Zájem o rychlou odpověď na zprávu

**Graf č. 14:** Názor na příspěvky ostatních uživatelů

**Graf č. 15:** Názor na prezentaci vztahu ostatních uživatelů na Facebooku

**Graf č. 16:** Hodnocení lidí podle jejich profilu

**Tabulka č 1:** Korelace míry nespokojenosti ve vztahu s kontrolou aktivity partnera/ky na FB.

**Tabulka č. 2:** Korelace míry nejistoty a nestability ve vztahu s kontrolou aktivity partnera/ky na FB.

**Tabulka č. 3:** Korelace hrubého skóru kontroly aktivity partnera/ky u mužů a žen.





## Příloha č. 2

### Formulář pro zadání diplomové práce

Univerzita Palackého v Olomouci  
Filozofická fakulta  
Akademický rok: 2014/2015

Studijní program: Psychologie  
Forma: Kombinovaná  
Obor/komb.: Psychologie (PSYB)

#### Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
OPLETALOVÁ Markéta	Bolelouc 633, Dub nad Moravou - Bolelouc	F130777

#### TÉMA ČESKY:

Vztahy a sociální sítě

#### TÉMA ANGLICKY:

Relationships and social networks

#### VEDOUcí PRÁCE:

PhDr. Jan Šmahaj, Ph.D. - PCH

#### ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

Cílem této práce je zjistit, zda sociální sítě mají nějaký vliv na vztahy mladých lidí v České republice. V mé práci se budu zabývat otázkami, zda mohou sociální sítě, hlavně facebook, ovlivnit výběr partnera, či průběh vztahu. V teoretické části, s pomocí odborné literatury, uvedu téma partnerských vztahů. A poté vymezím co to znamená pojem sociální síť, jak funguje, k čemu slouží a jak je mladými lidmi pojmána. Do své práce také zahrnu již existující výzkumy, které se vlivem facebooku na vztahy zabývají. V praktické části budu pomocí dotazníku který sestavím zjišťovat, jaký vliv na vznik a vývoj partnerského vztahu mají sociální sítě a do jaké míry ho ovlivňují, u výzkumného souboru lidí ve věku 14-30 let v České republice. Poté analyzuji získaná data za použití kvantitativní metodologie a budu vést kritickou diskuzi teoretických předpokladů, použitých metod, výzkumného souboru a výsledků výzkumu.

#### SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:

Darvell, M. J., Walsh, S. P., White, K. M. (2011). Facebook Tells Me So: Applying the Theory of Planned Behavior to Understand Partner-Monitoring Behavior on Facebook. *CyberPsychology, Behavior & Social Networking*, 14 (12), 717-722.  
Fischerová, M.(2010).Proč odchází uživatelé Facebooku.Brno: Masarykova univerzita. Hendl, J.(2005). Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace. Praha: Portál. Luhmann, N.(1999). Láska jako vášeň. Frankfurt nad Mohanem: Suhrkamp Verlag.  
Time to Face It! Facebook Intrusion and the Implications for Romantic Jealousy and Relationship Satisfaction. *CyberPsychology, Behavior & Social Networking*, 14 (11), 631-635. Giddens, A. (1992). *The Transformation of Intimacy: sexuality, love and eroticism in modern societies*. Cambridge: Polity Press. Jesse Fox, Katie M. Warber and Dana C. Makstaller. (2013). Understanding the Predictors of Negative Personal Relationship Experiences on Facebook. *International Journal of Humanities and Social Scienc*,1 (9),16-19. Mod, G. B. B. (2010). Reading romance: The impact Facebook rituals can have on a romantic relationship. *Journal of comparative research in anthropology and sociology*, (2), 61- 77. Muise, A., Christophides, E., & Desmarais, S. (2009). More information than you ever wanted: does Facebook bring out the green-eyed monster of jealousy? *Cyberpsychology & Behavior*, 12, 441-444. Utz, S., & Beukeboom, C. J. (2011). The role of social network sites in romantic relationships: Effects on jealousy and relationship happiness. *Journal of Computer?Mediated Communication*, 16 (4), 511-527.

Podpis studenta: .....

Datum: .....

Podpis vedoucího práce: .....

Datum: .....

## **Příloha č. 3**

### **Abstrakt diplomové práce**

**Název práce:** Vztahy a sociální sítě

**Autor práce:** Markéta Opletalová

**Vedoucí práce:** PhDr. Jan Šmahaj Ph.D.

**Počet stran a znaků:** 61, 74 799

**Počet příloh:** 4

**Počet titulů použité literatury:** 34

#### **Abstrakt**

Tato bakalářská práce se zabývá problematikou partnerských vztahů a sociálních sítí. Cílem práce je zjistit, zda sociální sítě mají nějaký vliv na vztahy lidí v České republice. Práce se věnuje otázkám, zda sociální sítě, konkrétně Facebook, ovlivňují výběr partnera, či průběh vztahu. Teoretická část práce se věnuje tématu partnerských vztahů, dále vymezení a popisu pojmu sociální síť. Práce diskutuje především Facebook, jeho historický vývoj, popis funkcí, využití, klady a zápory a dále zahrnuje již existující výzkumy, které se zabývají vlivem Facebooku na vztahy. Empirická část je koncipována formou kvantitativního dotazníkového šetření, které zjišťuje, jaký vliv na vznik a vývoj partnerského vztahu má sociální síť Facebook a do jaké míry jej ovlivňuje.

**Klíčová slova:** sociální síť, Facebook, partnerské vztahy, vývoj vztahu, vliv sociálních sítí

## **Abstract of thesis**

**Title:** Relationships and social networks

**Author:** Markéta Opletalová

**Supervisor:** Ph.Dr. Jan Šmahaj Ph.D.

**Number of pages and characters:** 61, 74 799

**Number of appendices:** 4

**Number of references:** 34

### **Abstract**

This Bachelor's thesis is concentrated on the topic of the partner relationships and social networks. The thesis is aimed at the question, if social networks have an influence on partner relationships of young people living in the Czech Republic. There is discussed, if social networks, especially Facebook, influence partner choice or relationship development. The first part of the thesis provides a theoretical background to the topic of partner relationships and defines the term social network, particularly Facebook and its historical development, functions, pros and cons. This part also includes results of current researches related to this topic. In the empirical part is used a quantitative design of research with a newly created questionnaire, that is focused on the influence of Facebook on the partner relationship development.

**Key words:** social networks, Facebook, partner relationships, relationship development, influence of social networks

## **Příloha č. 4**

### **Dotazník:**

„Ochrana informací v souladu s ustanovením § 47b zákona o vysokých školách, autorským zákonem a směrnicí rektora k Zadání tématu, odevzdávání a evidence údajů o bakalářské, diplomové, disertační práci a rigorózní práci a způsob jejich zveřejnění. Student odpovídá za to, že veřejná část závěrečné práce je koncipována a strukturována tak, aby podávala úplné informace o cílech závěrečné práce a dosažených výsledcích. Student nebude zveřejňovat v elektronické verzi závěrečné práce plné znění standardizovaných psychodiagnostických metod chráněných autorským zákonem (záznamový arch, test/dotazník, manuál). Plné znění psychodiagnostických metod může být pouze přílohou tištěné verze závěrečné práce. Zveřejnění je možné pouze po dohodě s autorem nebo vydavatelem.“