

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Vliv sociálních sítí na využívání volného času u mladých lidí

The Influence of Social Media on the Leisure Time of Young People

STUDIJNÍ PROGRAM

Ekonomika a management

VEDOUCÍ PRÁCE

Ing. Jan Švec

KUNČICKÝ, Jan. Vliv sociálních sítí na využívání volného času u mladých lidí. Praha: ČVUT 2022. Bakalářská práce. České vysoké učení technické v Praze, Masarykův ústav vyšších studií.



**MASARYKŮV ÚSTAV
VYŠŠÍCH STUDIÍ
ČVUT V PRAZE**

I. OSOBNÍ A STUDIJNÍ ÚDAJE

Příjmení: **Kunčický** Jméno: **Jan** Osobní číslo: **483193**
Fakulta/ústav: **Masarykův ústav vyšších studií**
Zadávající katedra/ústav: **Institut ekonomických studií**
Studijní program: **Ekonomika a management**

II. ÚDAJE K BAKALÁŘSKÉ PRÁCI

Název bakalářské práce:

Vliv sociálních sítí na využívání volného času u mladých lidí

Název bakalářské práce anglicky:

The Influence of Social Media on the Leisure Time of Young People

Pokyny pro vypracování:

Cílem bakalářské práce je objasnit, jak ovlivňuje využívání sociálních sítí způsob trávení volného času u mladých lidí. Řešitel v teoretické části představí odborné studie, zkoumající vliv způsobu trávení volného času na efektivitu a produktivitu, dále přiblíží jednotlivé sociální sítě a jejich možnosti využívání, v třetí části pak představí výsledky výzkumů, zkoumajících vliv sociálních sítí na využívání volného času. V rámci přípravy praktické části provede řešitel dotazníkové šetření, jehož primárním cílem bude identifikovat, jaké má využívání sociálních sítí dopady na trávení volného času u mladých lidí. Student případně v závěru navrhne doporučení, která by mohla přispět k efektivnějšímu trávení volného času v souvislosti se sociálními sítěmi.

Přibližná osnova BP: Úvod, 1. Dopady způsobu trávení volného času na produktivitu a kvalitu života, 2. Fenomén sociálních sítí, růst popularity mezi mladými lidmi, možnosti využívání, 3. Představení dosavadních výzkumů v oblasti dopadu sociálních sítí na využívání volného času, 4. Výsledky dotazníkového šetření, strukturované zodpovězení výzkumné otázky, 5. Navržená doporučení, Závěr

Seznam doporučené literatury:

Blinka, L. a kol. (2015). Online závislosti. Grada.
Gallistl Vera. Media-Based Leisure and Wellbeing: A Study of Older Internet Users. Leisure Studies. 2020, vol. 39, issue 2.
Kolesárová, K. (2016). Životní styl v informační společnosti. Univerzita Jana Amose Komenského.

Jméno a pracoviště vedoucí(ho) bakalářské práce:

Ing. Jan Švec Masarykův ústav vyšších studií ČVUT v Praze

Jméno a pracoviště druhé(ho) vedoucí(ho) nebo konzultanta(ky) bakalářské práce:

Datum zadání bakalářské práce: **05.01.2022** Termín odevzdání bakalářské práce: **28.04.2022**

Platnost zadání bakalářské práce: _____

Ing. Jan Švec
podpis vedoucí(ho) práce

Mgr. František Hřebík, Ph.D.
podpis vedoucí(ho) ústavu/katedry

prof. PhDr. Vladimíra Dvořáková, CSc.
podpis děkana(ky)

III. PŘEVZETÍ ZADÁNÍ

Student bere na vědomí, že je povinen vypracovat bakalářskou práci samostatně, bez cizí pomoci, s výjimkou poskytnutých konzultací. Seznam použité literatury, jiných pramenů a jmen konzultantů je třeba uvést v bakalářské práci.

_____ Datum převzetí zadání

_____ Podpis studenta

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem svou bakalářskou práci vypracoval samostatně. Dále prohlašuji, že jsem všechny použité zdroje správně a úplně citoval a uvádím je v příloženém seznamu použité literatury.

Nemám závažný důvod proti zpřístupnění této závěrečné práce v souladu se zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) v platném znění.

V Praze dne: 22. 04. 2022

Podpis:

Poděkování

Rád bych poděkoval především vedoucímu mé bakalářské práce panu Ing. Švecovi za jeho čas, strpení, ale především odborné rady a cenné připomínky. Děkuji také za velice vstřícný přístup a ochotu, moc si toho vážím. Dále bych rád poděkoval rodině a všem respondentů za jejich čas a ochotu podílet se na mé bakalářské práci. Bez nich by nemohla vzniknout.

Abstrakt

Cílem bakalářské práce je zjistit, jaký mají sociální sítě vliv na využívání volného času u mladých lidí. V teoretické části jsou vysvětleny pojmy jako volný čas, produktivita, kvalita života a sociální sítě, kterým je věnována největší pozornost z teoretické části. Následně je v praktické části pomocí kvantitativního šetření zkoumáno, kolik času respondenti tráví na sociálních sítích a při jakých aktivitách. Kvantitativního šetření se zúčastnili mladí lidé ve věku 18–26 let. Následné výsledky z dotazníku byly analyzovány a porovnány v závěrečné diskuzi s podobným výzkumem, který byl proveden v Keni.

Klíčová slova

Sociální sítě, volný čas, produktivita, internet, mladí lidé, komunikace

Abstract

The aim of this bachelor thesis is to find out, how social media influences the leisure time of young people. In the theoretical part I will describe terms such as leisure time, productivity, quality of life and social media, which is largely the main attention of the theoretical part of the thesis. Then in the practical part I looked into how much times the respondents spend on social media and also during which activity they tend to use social media, through quantitative survey. Young people in between the ages of 18 and 26 years have participated in the quantitative survey. The results from the survey were analyzed and compared thoroughly with similar research from Kenya.

Key words

Social media, leisure time, productivity, internet, youth, communication

Obsah

Úvod	1
1 Volný čas a jeho funkce v životě mladých lidí	3
1.1 Způsoby trávení volného času	3
2 Produktivita, ziskovost a volný čas	4
3 Kvalita života a teoretické vymezení.....	5
4 Fenomén online sociálních sítí a růst jejich popularity mezi mladými lidmi	8
4.1 Sociální sítě	8
4.1.1 Možnost využívání sociálních sítí	10
4.2 Vliv sociálních sítí na mládež v Rongo Univerzitě v Keni	13
5 Dotazníkové šetření zaměřené na využívání sociálních sítí u mladých lidí	17
5.1 Výzkumná metoda	17
6 Výsledky výzkumu	19
6.1 Odhad respondenta, kolik má volného času a kolik času tráví na sociálních sítích	20
6.2 Jaké sociální sítě jsou respondenty využívány, a přes které zařízení	22
6.3 Kolik odhadem tráví respondenti času na Facebooku, Instagramu či TikToku	23
6.4 Hlavní motivace používání sociálních sítí mladistvými	25
6.5 Při kterých aktivitách tráví respondenti čas na sociálních sítích	26
6.6 Zjištění skutečného času stráveného na daných sociálních sítích	31
7 Diskuse.....	34
8 Závěr práce.....	36
Seznam použité literatury	37
Seznam grafů.....	39

Úvod

Každý člověk by si měl uvědomovat hodnotu svého volného času. Volný čas může znamenat pro každého jedince něco jiného, avšak ve většině případů by se mělo jednat o pozitivní čas našeho života, ve kterém si můžeme dělat aktivity, které chceme. To, jak strávíme náš volný čas se pak může přenést do mnoha dalších odvětví. Pakliže volný čas strávíme aktivitami, které nás baví a nabíjí energií, může to mít pozitivní vliv na produktivitu například v práci a také díky těmto prožitkům si člověk sám určuje, zdali je spokojen se svou kvalitou života.

Sociální sítě se staly v průběhu pár let fenoménem a v dnešní době hrají neodmyslitelnou součást našeho každodenního života. Sociální sítě neslouží pouze ke komunikaci mezi lidmi, ale také jsou zdrojem zábavy a lidé na nich tráví svůj volný čas.

V této bakalářské práci je řešen problém zabývající se trávením volného času mladými lidmi na sociálních sítích (konkrétně Facebooku, Instagramu a TikToku). Tyto tři konkrétní sociální sítě byly vybrány z toho důvodu, protože Facebook i Instagram patří v poslední době mezi nejvyužívanější sociální sítě a myslím si, že by neměli v žádném průzkumu o sociálních sítích chybět a TikTok je naopak relativně nově vzniklá sociální síť, která nabývá na čím dál větší popularitě. Momentálně má již přes miliardu uživatelů a odhaduje se, že v roce 2022 by měla překročit hranici jedné a půl miliardy uživatelů.

Bakalářská práce je rozdělena na dvě části, teoretickou a praktickou. Prvně se práce věnuje teoretické části, ve které je snaha přiblížit a objasnit důležité pojmy k tématu, kterými jsou: volný čas, produktivita, kvalita života, sociální sítě. Zatímco praktická část je věnována dotazníkovému šetření, ve kterém je objasněna především kvantitativní metoda sběru dat, protože tato metoda byla využita k vytvoření dotazníku. Následně je popsán rozdíl mezi anketou a dotazníkem. V poslední části se práce věnuje analýze a vyhodnocení dat, které byly získány prostřednictvím dotazníku a následné shrnutí dat v závěru.

TEORETICKÁ ČÁST

1 Volný čas a jeho funkce v životě mladých lidí

V dnešní době existuje mnoho definic a vyjádření, co volný čas znamená, přičemž mezi nimi existují podstatné rozdíly. Volný čas chápe každý jednotlivec jinak. Francouzský sociolog J. Dumazedier definoval volný čas jako souhrn činností, které může člověk dělat dle vlastní vůle, buď pro odpočnutí, pro zábavu, pro rozvoj svých osobních znalostí, pro svou dobrovolnou účast na společenských akcích nebo svobodnou tvůrčí činnost poté, když si splnil veškeré své pracovní, rodinné i společenské povinnosti (Hájek a kol., 2004).

Volný čas lze chápat také ve dvou směrech, pozitivním a negativním. Jakožto pozitivní směr lze chápat volný čas jako časový prostor, ve kterém by měl mít člověk skutečnou svobodu, není k ničemu ani podvědomě nucen a může se tedy plně, bez omezení realizovat. V tom negativním směru je řeč o čase, který pouze vyplňuje časový harmonogram po ukončení jakýchkoli aktivit. Negativní směr lze tedy chápat jako časový úsek z dvaceti čtyř hodin, jež člověku zbude po dokončení všech svých povinných aktivit jako mohou být například pracovní povinnosti (Vážanský, 2001).

Volný čas si však lze vymezit relativně snadno, ku příkladu Hájek a kolektiv (2004) rozdělují náš každodenní čas do třech základních časových pásem:

- 1) **čas pracovní** – čas, jenž je věnován u mladistvých návštěvě školy, u dospělých pak tento čas představuje čas strávený prací (výdělečnou činností);
- 2) **čas vázaný** – čas, který obsahuje aktivity, jenž zahrnují uspokojování fyziologických potřeb (např. spánek, jídlo – stravování, či hygiena), péči o rodinu a domácnost, přípravu do školy či do práce;
- 3) **čas volný** – lze vymezit jako dobu, která nám zbude po odečtení času pracovního a vázaného, teda po splnění našich pracovních povinností a uspokojení našich základních životních potřeb.

1.1 Způsoby trávení volného času

V případě mladistvých lidí by se dalo zjednodušeně říct, že volný čas je pro ně doba mimo vyučování. Doba kdy se věnují buď aktivitám, jenž se vztahují ke škole (může to být například cesta do a ze školy, příprava do školy atd.) nebo se věnují činnostem, které se školou nemají nic společného.

Volný čas lze dle pana Dumazediera (Hájek a kol., 2004) rozdělit do tří složek:

- 1) **složka relaxační:** je zde zahrnut veškerý odpočinek vyjma toho, který je nezbytný pro biologicky podmíněné načerpání nových sil, což může znamenat například pasivní odpočinek, krátký spánek, dále pak také lenošení či poflakování se, zkrátka jakýkoli fyzický i psychický odpočinek vyjma fyziologicky nutného spánku, ten se zde nepočítá;
- 2) **složka zábavy:** do této složky spadá takřka vše, co lze označit jako aktivní odpočinek (například divadlo, koncerty, posezení s přáteli, sportovní činnost, činnost v zájmovém útvaru, rodinné návštěvy a oslavy, pobyt na chatě či na jiném rekreačním turistickém zájezdu, ale může jít také o pasivní zábavu jako televize, poslech hudby, filmu apod.);
- 3) **složka sebevzdělávací a vzdělávací:** lze do ní zahrnout všechny typy aktivit při kterých si lidé rozšiřují své vědomosti a zdokonalují své dovednosti. Může zde být uveden jako příklad činnost ve spolcích, občanských sdruženích a dalších organizacích.

2 Produktivita, ziskovost a volný čas

Volný čas může pozitivně ovlivnit produktivitu práce. Díky propojenosti dnešního světa práce nekončí odchodem například z kanceláře jako tomu bylo kdysi, ba naopak člověk může řešit práci i ve chvíli, kdy se již v kanceláři nevyskytuje (například může odpovídat na e-maily či řešit pracovní hovory), čímž se mu snižuje hodnota volného času. Výzkumem, který byl proveden Dan Cui a kol. (2018) bylo zjištěno, že pokud člověk nemá kvůli přesčasům v práci dostatek volného času, může to mít za následek snížení produktivity v práci.

Produktivita je důležitou složkou pro ekonomický růst. Produktivitu ovlivňují různé faktory, například lidské zdroje, výrobní linky nebo kapitál, a proto je velmi často pojem produktivita nebo produktivita práce skloňován v oborech, jako je management.

Nejjednodušší vysvětlení pojmu produktivita nabízí Slovník cizích slov.net (2022), ve kterém je produktivita chápána jako schopnost produkovat, vyrábět nebo vytvářet. Čili můžeme chápat produktivitu jako jakousi tvořivou činnost, anebo si lze vyložit produktivitu taktéž jako intenzitu, jak rychle a efektivně jsme schopni například náš výrobek vytvořit.

Obecně lze říct, že produktivita je definována jako poměr výstupů (například vyrobený produkt) a vstupů (například spotřebované zdroje) v procesu, kdy dochází k výrobě konečného produktu. Produktivita je tedy na jednu stranu úzce spjatá s využíváním a dostupností zdrojů. To znamená, že produktivita je redukována, pokud zdroje společnosti nejsou správně použity nebo když jich není dostatek. Na druhou stranu, produktivita je velice silně spjatá s vytvářením hodnoty. Čili vysoké produktivity je dosaženo, jakmile činnosti a zdroje v procesu transformace výroby přidávají hodnotu vyráběným produktům.

Někdy lze považovat za chybu brát produktivitu jako synonymum k měření výroby, což znamená množství vyprodukovaného produktu nebo služby. Lidé si poté dost často myslí, že zvýšení produkce znamená také zvýšení produktivity, což nemusí být pravda. Produktivita je totiž pouze relativní pojem, který může, ale nemusí souviset se zvýšením, ale i se snížením produkce (Tengen, 2002).

Zlepšení produktivity může být zapříčiněno pěti různými vztahy:

- 1) Vstupy a výstupy se zvyšují, ale nárůst vstupů je menší než nárůst výstupů
- 2) Výstupy se zvyšují, zatímco vstupy zůstávají na stejné hodnotě
- 3) Výstupy se zvyšují, zatímco vstupy se snižují
- 4) Hodnota výstupů se nemění, zatímco vstupy se snižují
- 5) Výstupy se snižují, ale vstupy se snižují ještě více

Stefan Tengen (2002) tvrdí, že pojem produktivita by měl být rozlišován od dalšího pojmu, který mu je ale velice podobný a blízký a tím je ziskovost. Dle Tengena je možným důvodem, proč společnost dost často zanedbává důležitost produktivity ten, že lidé nerozlišují mezi pojmy produktivita a ziskovost. Ziskovost je základní a prvořadý cíl pro každou společnost, která chce být na trhu úspěšná a usiluje o udržení stálého růstu. Ziskovost lze obecně definovat jako poměr výnosů a nákladů. Ziskovost se může měnit z důvodů, které mají něco málo společného s produktivitou, jako jsou například inflace a další vnější vlivy, které nemusí mít žádný vztah s efektivním využitím zdrojů.

Pojem ziskovost má podobné rysy jako produktivita, ale ziskovost je silně ovlivněna cenami, které musí společnost platit za vstupy a získá za výstupy. Pokud firma může získat více než jsou její náklady na vstupy ze zvyšujících se cen za její výstupy, její ziskovost může být rostoucí i ve chvíli, kdy produktivita je klesající. Produktivita tedy může být oddělena od ziskovosti změnou ceny (např. v podobě inflace) (Tengen, 2002).

3 Kvalita života a teoretické vymezení

Kvalita života je relativně mladý obor, kterému se lidstvo začalo věnovat až na konci 20. století. Je to dáno hlavně tím, že lidstvo nebylo historicky nikdy na tak vyspělé úrovni, jako je dnes mnoho například evropských států. Celková úroveň života se zvedla, a proto přichází na svět i nový pojem kvalita života.

Jako první byl pojem uveden již ve 20. století ohledně oblasti podpory nižších společenských vrstev. Naneštěstí kvůli první a následně druhé světové válce se téma kvality života opět odsunulo na druhou kolej. Následně se pojem objevuje v poválečném období, kdy prezident spojených států amerických Johnson prohlásil za svůj politický cíl zlepšení kvality života. Měl tím na mysli to, že ukazatel společenského blaha nemusí nutně být množství spotřebovávaného zboží, nýbrž to, jak jsou lidé za určitých podmínek spokojeni v daném státě. Bylo zjištěno, že ekonomický růst nezaručuje spokojenost lidí s kvalitou života, ale spíše k růstu požadavků. V 70. letech v Německu sliboval svým

spoluobčanům ve svém volebním programu zlepšení kvality života i tehdejší politik Willy Brandt. Zanedlouho poté se termín začíná objevovat v sociologii a pro výzkumné účely. Jako jedno z prvních celonárodních šetření ohledně kvality života obyvatelstva se uskutečnilo v USA, jehož cílem bylo nalézt subjektivní indikátor, který by ukazoval, jak obyvatelé hodnotí svůj život a nabízel by také životní podmínky, jako například úroveň bydlení nebo kriminalitu (Payne, 2005).

Největší rozkvět pojmu kvality života byl zaznamenán v posledních patnácti až dvaceti letech. Jde především o hledání a nalezení faktorů, jenž napomáhají k smysluplnému životu a pocitu štěstí z něj. Ačkoli je pojem kvality života v poslední době docela běžný a dosti často zmiňovaný, velice těžko lze najít shodu názorů. Existuje celá řada definic, ale ani jedna nebyla všeobecně akceptována (Payne, 2005).

Obecně lze říci, že na nejzákladnější úrovni jde kvalita života chápat jako důsledek působení mnoha různých vlivů. Mohou to být sociální, zdravotní, ekonomické a environmentální podmínky, jenž na sebe kumulativně a dost často zvláštním způsobem působí a následně pak ovlivňují rozvoj společnosti (Payne, 2005).

WHO (World Health Organization = Světová zdravotnická organizace) definuje kvalitu života tak, jak člověk vnímá své postavení v životě v kontextu kultury, ve které žije a ve vztahu ke svým cílům, očekáváním, normám a obavám (Vandurová, Mühlbacher, 2005).

Vliv na kvalitu života mají jak vnitřní, tak vnější podmínky. Vnitřní podmínky zahrnují vrozené dispozice, psychickou a fyzickou výbavu. Vnější podmínky jsou ty, které působí na člověka, je to tedy prostředí, ve kterém žije, kterému je nucen se podřídit. Lze sem zařadit například ekonomické, materiální, kulturní a pracovní podmínky (Vandurová, Mühlbacher, 2005).

Obecně lze tedy shrnout, že na kvalitu života mají vliv především potřeby člověka a jejich uspokojování. Všechny tyto výše zmíněné potřeby je totiž možné uspokojit aktivním trávením volného času. Je dobré si uvědomit, že volný čas se stal součástí kvality života, protože podle zážitků a celkovým prožitím volného času si člověk sám určuje, jak je spokojen se svou kvalitou života (Macek, 2003).

Kvalitu života lze zkoumat třemi přístupy: psychologickým, sociologickým a lékařským. V každém z daných přístupů jsou pochopitelně zmiňovány jiné aspekty s nimiž se pracuje (Payne, 2005). V této práci jsou blíže zmíněny pouze první dva přístupy, tedy psychologický a sociologický. Lékařský pro tuto práci není důležitý, jelikož práce není medicínsky zaměřená.

Na kvalitu života lze nahlížet tedy ze dvou přístupů – psychologický a sociologický přístup. V psychologickém přístupu, jak již název napovídá, je hlavní rolí prožívání, hodnocení a myšlení jedince, jeho potřeby, seberealizace, sebehodnocení, ale také i negativní role jako deprese, trauma či krize. V psychologickém přístupu se snažíme nalézt odpovědi na otázky, které faktory přispívají ke spokojenosti a co dělá lidi spokojenými. Klademe důraz na všeobecné hodnocení kvality života. V psychologickém přístupu je nejčastěji používán termín spokojenost, což lze chápat jako výskyt pozitivních emocí po delší časový úsek (Vaňurová, Mühlbacher, 2005).

U sociologického přístupu je potřeba kvalitu života vymezit vzhledem k:

životní úrovni – reálné příjmy lidí, vyjadřuje ekonomické a materiální podmínky člověka;

způsobu života – charakterizuje život člověka jako celek a zachycuje jeho strukturu, obsah i charakter;

životnímu stylu – je specifické chování každého člověka, jeho zvyky (Vaňurová, Mühlbacher, 2005).

4 Fenomén online sociálních sítí a růst jejich popularity mezi mladými lidmi

Internet je v současné době nejrychleji rostoucím médiem. Nabývá mezi lidmi čím dál na větší popularitě. Nejedná se pouze o pracovní nástroj nebo prostor, kde se člověk může vzdělávat a hledat informace, internet slouží v dnešní době také jako jistý zdroj zábavy. Velice populární se na internetu stala komunikace, a právě komunikace prostřednictvím internetu, respektive budeme-li se bavit konkrétněji, tak prostřednictvím sociální sítě je důvodem, jenž lidi udržuje prakticky neustále online. Ačkoli není přesně prokázáno, tak jako u online her či online gamblingu, že sociální sítě způsobují závislost, je již nyní jasné, že používání sociálních sítí se může stát velice problematické, a to z hlediska míry používání (Blinka, 2015).

4.1 Sociální sítě

Sociální sítě můžeme definovat ze sociologického pohledu jako skupinu lidí, kteří jsou propojení přes online prostředí a mohou se navzájem ovlivňovat. Může se jednat o skupinu lidí, kteří jsou příbuzní, avšak není to nutností. Uživatelé se vůbec nemusejí ani znát osobně. Sociální síť je tedy tvořena na základě společných zájmů, vlastností, vztahů, náboženských nebo rasových příslušností a mnoho dalších aspektů. Daný uživatel je většinou členem nikoli pouze jedné skupiny, ale vícero skupin najednou. V každé sociální skupině se může jinak chovat, komunikovat, vyjadřovat svůj názor a ke každé může rozdílně přistupovat (Pavlíček, 2010).

Kohout (2019) definuje sociální síť jako online službu, která umožňuje uživateli po registraci vytvořit profil a pod kterým bude následně sociální síť uživatel využívat. Využívat ji může zejména ke komunikaci, sdílení informací, fotografií, videí atd. s dalšími registrovanými uživateli na dané sociální síti

V dnešní době, ve sféře nových médií je brána sociální síť jako hlavně bezplatná, internetová aplikace, ve které je umožněno registrovaným uživatelům si vytvořit, založit osobní či firemní účet. S tímto účtem pak může uživatel vytvářet a udržovat vzájemně propojený seznam jeho přátel čili může udržovat kontakt s uživateli, se kterými navázal vzájemný kontakt. Sociální síť umožňuje svým uživatelům udržovat kontakt i s lidmi (kamarády, kolegy, spolužáky či příbuznými), se kterými by bylo obtížné v reálném světě udržovat kontakt z různých důvodů. Uživatelům je tedy díky této možnosti poskytnuto přenést své sociální vazby z reálného světa do digitálního prostředí. Sociální síť svým uživatelům kromě přenesení svých osobních vazeb umožňuje i získání nových přátel nebo informací, například díky možnosti nahlédnutí do seznamu přátel našich přátel (Pavlíček, 2010).

Ze začátku byly sociální sítě primárně určeny pro užívání a komunikaci mezi lidmi. Následně však i společnosti začaly zjišťovat, jak efektivně se dá přes sociální sítě komunikovat se svými zákazníky a zároveň oslovit nové, potenciální zákazníky propagací svých produktů a služeb. Téměř okamžitě jsou firmy schopny dostat zpětnou reakci od zákazníků a jejich konkrétní názory. Firmy jsou tak schopny, prostřednictvím svých profilů na sociálních sítích, informovat zákazníky o novinkách,

akcích, produktech, mohou monitorovat ohlasy a provádět zákaznický servis či rovnou produkty a služby z jejich portfolia prodávat.

Nejenom firmy přišly na to, že využívání sociálních sítí je velmi efektivní, ale čím dál tím větší oblibu mají sociální sítě u politiků. Například již v roce 2008 se i díky politickému marketingu skrze sociální sítě z tehdejšího outsidera na pozici amerického prezidenta proboujel do bílého domu Barack Obama (Pavlíček, 2010).

Typů online komunikačních aplikací existuje celá řada. Jakožto aktivity u komunikačních aplikací lze zahrnout například: chatování, blogování (publikování článků, fotografií, videí apod.), sledování a zapojování se do diskusí, používání seznamek atd. Fenomémem se v dnešní době stávají právě sociální sítě. Nikoli však díky nějaké výrazné originalitě vytvořeného obsahu a následnému způsobu užití. Dle Blinky (2015) jsou sociální sítě populární právě díky tomu, že obsahují všechny výše zmínované komunikační nástroje dohromady.

Důvodem používání sociálních sítí je mnoho. Za hlavní důvody lze považovat: udržování vztahů s kamarády, spolužáky, spolupracovníky a v neposlední řadě s rodinou, dále pak sebe prezentace, vyhledávání informací nebo také veřejná či politická participace.

Podle Světového projektu o internetu (Lupač a kol., 2014) používá sociální sítě denně v ČR 43 % všech uživatelů internetu v ČR a pouze jedna třetina uživatelů internetu nepoužívá sociální sítě vůbec. Zbýlé procento sleduje sociální sítě minimálně (buď jednou týdně nebo dokonce pouze jedenkrát do měsíce). Denně je využíván chat sociálních sítí u 39 % uživatelů, 23 % uživatelů komentuje příspěvky a 15 % vytváří a vkládá své vlastní příspěvky. Používání sociálních sítí má značnou výhodu oproti například online počítačovým hrám tím, že člověk není vázaný na čas ani na místo. Sociální sítě jsou vytvořeny i pro rozhraní tabletů či mobilních telefonů do mobilních aplikací, není tedy nutné používat pro jejich využívání bezprostředně počítače. Díky této okamžité dostupnosti nabízí sociální sítě možnost být neustále připojený, ale není zapotřebí neustálá, dlouhodobá činnost jako tomu je u hraní online her, tedy je možné sociální sítě používat během každodenního života. Nemusí být tedy tato aktivita nikterak oddělena od běžných každodenních činností. Tím že se dají sociální sítě používat takřka kdykoli, nám dosti často čas strávený na sociálních sítích "nabourává" čas, jenž bychom měli efektivněji věnovat jiným činnostem, např. studiu, pracovním povinnostem ba dokonce spánku. Problémem je, že tyto drobné konflikty si ani jedinec, ani jeho blízké okolí nemusí uvědomovat, což následně může zapříčinit odkládání povinností (Blinka, 2015).

Internet a sociální sítě nabývají na čím dál větší popularitě. Na přelomu tisíciletí se k internetu, byly schopny připojit většinou jenom stolní počítače, jež byly k internetu připojeny napevno pomocí internetového kabelu. Ale jak je dnes již známo, tento technologický vývoj šel rychle kupředu. Netrvalo dlouho a vše se začalo měnit. Od jednoho místa v domácnosti, kde bylo možné vyhledávat věci na internetu se najednou bylo možné připojit díky notebooku a routeru téměř odkudkoli v domácnosti (Houser, 2017).

Dnešní mládež už je zvyklá používat všechny možné varianty elektronických zařízení pro připojení k internetu jako jsou tablety, chytré telefony, notebooky, hodinky, televize a další. K internetu je tedy v dnešní době možnost se připojit téměř odkudkoli a z téměř jakéhokoliv zařízení. Informace z digitálního světa jsou rychleji dostupné. Přes elektronická zařízení je pak internet využíván mimo jiné také pro zábavu, ať už pro hraní her nebo pro komunikaci s dalšími lidmi navzájem. Mládež si osvojuje technické dovednosti těchto zařízení a internetu velice rychle, jelikož se s tím setkávají už od mala a tím pádem se může stát, že se dostanou do stavu, kdy jsou tzv. vždy online neboli vždy připojeni, což jim umožňuje být v neustálém kontaktu se svými kamarády (Subrahmanyam, Šmahel, 2011).

Podle ČSÚ (2020) se ve všech domácnostech vyskytuje počítač a internet, pokud tyto domácnosti chtějí využívat tyto technologie. V roce 2019 byla v ČR pouze pětina domácností bez připojení k internetu z čehož ale tři čtvrtiny tvořily domácnosti důchodců, kteří nemají zájem mít doma internet nebo se ho bojí, jelikož s ním neumějí pracovat. Dynamicky roste počet smartphonů neboli chytrých telefonů. V roce 2019 mělo 70 % osob starších 16 let chytrý telefon, přičemž u mládeže ve věku 16–24 let mělo chytrý mobil již 99 % osob. S rostoucím počtem chytrých mobilů samozřejmě přibývá i počet osob, jenž svůj telefon využívá k přístupu na internet.

Eva Myšková Skarlandtová, vedoucí oddělení statistiky výzkumu, vývoje a informační společnosti ČSÚ informuje, že zatímco co v roce 2010 se k internetu připojovala z chytrých telefonů pouze 4 % lidí starších 16 let, v roce 2019 se již k internetu skrze smartphony připojovalo přes 66 % osob, přičemž mladých osob ve věku 16–24 let využívalo internet v mobilu 97 % z nich.

ČSÚ (2020) také dodává, že díky sociálním sítím je v kontaktu se svými kamarády a rodinou více než polovina dospělých. Vzrostla také obliba internetového bankovníctví a online nakupování.

4.1.1 Možnost využívání sociálních sítí

Za vznik sociálních sítí mohl na přelomu 21. století přechod z webu 1.0, kdy pouze vybraní uživatelé mohli tvořit obsah na internetu, na web 2.0, ve kterém každý uživatel, jenž se připojí k internetu na něj mohl vkládat informace, tvořit a rozvíjet internet. Sociální sítě jsou internetové webové stránky nebo v dnešní době mnohdy hlavně mobilní aplikace, které nabízejí svým uživatelům možnost vytvořit si svůj vlastní profil. Na základě vašeho profilu si můžete následně přidávat další lidi mezi své přátele, komunikovat s nimi nebo přidávat vlastní obsah v podobě článků, fotek či videí. Vždy záleží, co přesně daná sociální síť nabízí.

Možností, jak využívat sociální sítě, je celá řada. Firem, které provozují sociální sítě je na trhu hodně, proto bych zde rád představil pouze ty sítě a jejich možnosti využití, jimž se bude konkrétněji věnovat i následná praktická část. Budeme se tedy bavit o sociálních sítích jako je Facebook, Instagram a TikTok.

Sociální síť Facebook, co do počtu aktivních uživatelů největší sociální síť, byla založena v roce 2004, na Harvardově univerzitě, Markem Zuckerbergem. Tehdy mladý student, velice nadaný v oboru IT

programování vytvořil sociální síť, jenž měla sloužit ke komunikaci právě mezi studenty Harvardovy univerzity. Oblíbenost však rychle rostla a už od 2. poloviny roku 2006 byla sociální síť Facebook zpřístupněna všem osobám starších 13 let, které měly přístup k internetu. Věková hranice byla určena tak, že se v tomto věku již předpokládá určitá duševní úroveň uživatelů (Kulhánková, Čamek, 2010). V současné době Facebook denně využívá 2,82 miliardy aktivních uživatelů (2021), což z něj dělá i velice atraktivní médium nejen pro samotné uživatele, ale také pro firmy.

Po registraci, která je bezplatná, má uživatel možnost využití mnoha funkcí, které Facebook nabízí. Jde o funkce jako vyplnění osobních informací na svém profilu, sdílení příspěvků, fotografií i videí a následně na nich i označovat své přátele, oblíbené značky, produkt atd., hraní her, připojování se k různým skupinám uživatelů, získávání nových kontaktů, komunikování s přáteli a jinými uživateli, ať už pomocí soukromých zpráv nebo prostřednictvím různých diskusních fór. V rámci posílání zpráv si mohou uživatelé kromě klasické zprávy posílat také fotky, videa, soubory, zvukové nahrávky, samolepky, smajlíky a také si mohou vzájemně reagovat na zprávy pomocí vybraných smajlíků. Síť podporuje také hlasové nebo video volání. Na Facebooku mají také uživatelé možnost vytváření událostí, nejrůznějších akcí a pozvat na ně taky své přátele. Událost může být soukromá či veřejná a kolikrát bez pozvání a následného přijetí do skupiny člověk nemá přístup ke všem příspěvkům, které mohou být na zdi události sdíleny. Na hlavní stránce, tzv. "Timeline" může uživatel sledovat všechny příběhy, které se staly na Facebooku za dobu, kdy nebyl aktivní. Tyto děje má každý uživatel možnost filtrovat dle svého uvážení a nejčastěji na něj vyskakují příspěvky od jeho přátel, které byly nasdíleny na Facebook.

Společnost Meta, která je vlastníkem sociální sítě Facebook, nezprostředkovává pouze Facebook, ale má pod sebou i další sociální sítě. Mezi nejznámější patří Instagram, který byl koupen v roce 2012 společností Meta za zhruba jednu miliardu amerických dolarů a v roce 2014 pod jejich křídla přibyla také za obří sumu přibližně 19 miliard amerických dolarů aplikace WhatsApp (Kottasová, 2014).

Druhou sociální sítí, které je věnována tato bakalářská práce je Instagram. Historie sociální sítě Instagramu se píše od roku 2009. Tehdy 27letý absolvent Stanfordovy univerzity, Kevin Systrom, který neměl žádné zkušenosti s programováním se rozhodl, že se začne po večerech učit programovat. Zanedlouho byl na světě první prototyp webové aplikace, kterou nazval Burbn (Hartmans, 2020).

Aplikace Burbn umožňovala uživatelům zveřejnit jejich plány a sdílet fotky. Zásadní zvrat se však stal v roce 2010, kdy Systrom potkal na večírku dva muže, kterým představil svůj prototyp. Společně se rozhodli, že si dají schůzku a prodiskutují Systromův nápad více dopodrobna. Během dalších dvou týdnů získal Systrom od těchto dvou mužů 500 000 dolarů na rozjetí jeho podnikatelského nápadu. Díky tomuto vkladu si mohl dovolit Systrom najít partnera do svého týmu, kterým se stal jeho kolega ze Stanfordské univerzity Mike Krieger (Hartmans, 2020).

Systrom s Kriegerem následně přehodnotili jejich plány s aplikací Burbn a rozhodli se zaměřit hlavně na jedinou věc a tou byly fotografie na mobilních zařízeních. Zaujala je aplikace od Applu zvaná Hipstamatik, protože byla velice oblíbená a měla zajímavé vlastnosti, které člověk mohl využít při

fotografování, například různé filtry. Systrom a Krieger si rychle uvědomili, že by bylo vhodné vytvořit podobnou aplikaci jako je Hipstamatik a propojit jej se sociální sítí, něco podobného jako byl v té době Facebook (Greenfield, 2012).

Aplikaci Burbn přejmenovali na Instagram, což bylo složené slovo ze slov „instant“ a „telegram“ a začali se zaměřovat na sdílení fotek. Chtěli, aby Instagram byl minimalistický a vyžadoval co nejméně interakcí od uživatele. Po pár týdnech byl Instagram v roce 2010 uveden na trh a k dispozici byl pouze přes Iphone od Applu. Během jednoho jediného dne si aplikaci stáhlo 25 000 uživatelů. Na konci prvního týdne si Instagram stáhlo už přes 100 000 uživatelů a během prosince Instagram pokořil hranici 1 miliónu uživatelů. Díky rychlému nárustu uživatelů se začaly o Instagram zajímat i společnosti, které trhu dominovaly, což byl Twitter a Facebook. Nakonec se Systrom dohodl se zakladatelem Facebooku Markem Zuckerbergem a za jednu miliardu amerických dolarů mu Instagram prodal (Greenfield, 2012).

Aplikace je bezplatná a umožňuje uživatelům nahrávat a sdílet jak fotografie, tak videa. Uživatelé mohou následně fotky či videa upravovat pomocí filtrů, přiřadit k nim místo, kde byla fotka pořízena a přidat tzv. „hashtag“ (slovo či fráze, která by měla označit příspěvek, aby mohl být příspěvek identifikován například při hledání specifického tématu). Uživatelský účet může být soukromý nebo veřejný. Rozdíl je v tom, že s veřejným účtem fotky nebo videa od uživatele jsou viditelné pro každého uživatele Instagramu, zatímco u soukromého účtu je záležití na uživateli, komu povolí, aby viděl jeho příspěvky a komu ne. Klasicky mohou uživatelé projíždět příspěvky lidí, které sledují a mohou jim dávat „like“, popřípadě přidat pod příspěvek i komentář. V dnešní době na Instagramu nechybí ani funkce chatování, kdy uživatelé mohou navzájem mezi sebou komunikovat. Aplikace také nabízí funkci „Instagram Stories“ (uživatelé mohou sdílet fotky a videa na oddělenou část aplikace, tyto příspěvky jsou viditelné pouze 24 hodin od nasdílení příspěvku). Instagram Stories v roce 2022 dle Instagramu používá okolo 500 miliónů lidí denně (Wise, 2022).

Poslední sociální sítí, které se věnuje tato bakalářská práce je TikTok. TikTok je čínská sociální síť, která v dnešní době nabývá čím dál tím větší oblíbenosti, především u mladšího publika napříč celým světem. Je oblíbená hlavně pro její krátkou historii, protože právě díky tomu, že je TikTok relativně nová sociální síť, je její obsah tvořen především uživateli, nikoli firmami. Atraktivitu také nabízí algoritmus TikToku, který uživateli nabízí mnohem větší možnosti, že se bude jeho tvorba šířit dále. Na TikToku totiž nezávisí, jaký má uživatel dosah v počtu sledujících, ale závisí na atraktivitě videa. Nabízí tedy i novým uživatelům se poměrně rychle prosadit. Algoritmus ne jenom, že chytře předhazuje videa, ale také dokáže díky chytrým technologiím udržet pozornost uživatele déle než jiné sociální sítě (Taulli, 2020).

Začátky sociální sítě TikTok jsou trošičku odlišné od Facebooku a Instagramu. Tato monstrózní síť nebyla založena několika nadšenými kamarády, kteří měli skvělou myšlenku a krůček po krůčku vybudovali gigantickou sociální síť.

TikTok z počátku existoval jako tři rozdílné aplikace. Jako první z trojice byla aplikace Musical.ly, která byla založena v roce 2014 v Šanghaji. Měla však silné obchodní vazby se Spojenými státy

Americkými. V roce 2016 čínský technologický gigant, společnost ByteDance uvedla na trh velice podobnou aplikaci, pouze pro Číňany, jenž se nazývá Douyin. Aplikace vzbudila v Číně obrovskou atraktivitu a již za první rok na čínském trhu měla aplikace sto miliónů uživatelů. ByteDance se tedy rozhodla, že by chtěla expandovat i na jiný trh než ten čínský, a to pod jinou značkou. Tím se do hry dostává i tedy nová značka TikTok. Je to tedy téměř identická platforma jako Douyin, avšak pro uživatele mimo Čínu (Tidy, Smith Galer, 2020).

V roce 2018 již společnost ByteDance kupuje sociální síť Musical.ly, následně spojuje Musical.ly a TikTok pod jeden koncept a rozjíždí globální expanzi pod značkou TikTok. Uživatelům, kteří měli před tím účet na Musical.ly, byl účet přesunut na TikTok, což TikToku umožnilo opět rychle růst a expandovat. V červenci roku 2019 dosáhl TikTok už jedné miliardy stáhnutí a z toho bylo půl miliardy aktivních uživatelů. Jen o rok později už se TikToku podařilo tyto čísla téměř zdvojnásobit (Pham, 2019).

Rychlý růst TikToku se však přestává líbit některým politikům, především ze zemí jako jsou Indie a Spojené státy americké. Tím, že je aplikace pod čínskými křídly a čínská vláda je známa, že na soukromí dat uživatelů úplně nebere ohledy, není divu, že mnozí politikové mají z této sociální sítě obavy. Přesto, že zatím nebyly zjištěny žádné právoplatné a ověřené důkazy, mají hlavně Indie a Spojené státy Americké podezření, že TikTok sbírá citlivá data svých uživatelů, které by následně mohly být použity čínskou vládou pro špionáž (Tidy, Smith Galer, 2020).

Indie dokonce v dubnu 2019 zakázala TikTok a soud nařídil jeho stažení z „app storu“, kvůli tvrzení, že na TikToku byla šířena pornografie. Toto rozhodnutí bylo následně po odvolání zrušeno. Americká vláda zahájila dohled nad TikTokem národní bezpečností ke konci roku 2019, poté co se demokraté i republikáni shodli, že TikTok představuje určité riziko (Tidy, Smith Galer, 2020).

Co přesně TikTok dělá s daty svých uživatelů není jasné. Problém je totiž v tom, že by čínská vláda mohla mít zájem o data od společnosti ByteDance. Čínským úřadům totiž musejí být data na žádost poskytnuta (Tidy, Smith Galer, 2020).

4.2 Vliv sociálních sítí na mládež v Rongo Univerzitě v Keni

Podobný výzkum na obdobné téma, na které je zaměřená tato bakalářská práce, byl proveden v roce 2014 na keňské univerzitě Rongo. I v Keni dochází k čím dál tím větší oblíbenosti sociálních sítí. Nárůst počtu uživatelů na sociálních sítích, internetu a lidí, kteří si mohli dovolit chytrý telefon se konstantně zvětšoval. Jen za rok 2010 počet lidí vlastnících mobilní telefon v Keni vzrostl o 12 % na téměř 25 miliónů, což byl do té doby největší roční nárůst.

Vedoucí aktivitou, kterou lidé na internetu dělali, byl právě čas strávený na sociálních sítích (67 % uživatelů trávilo čas na sociálních sítích), druhou aktivitou bylo užívání e-mailu (53 % lidí využívalo e-mail). Díky čím dál tím většímu zájmu a rostoucí síle internetu se začalo zkoumat, jaký může mít vliv na mladistvé (Nyambuga 2014, s. 1).

Definování problému

Sociální média nabízí obrovský svět možností pro dnešní mládež. Sociální sítě mohou ovlivnit mladou generaci jak kladně, tak i negativně a bezesporu mohou ovlivnit také jejich volný čas. Značná část pozornosti je upřena na to, jak mládež používá sociální sítě, protože mnoho z nich nemá ani ponětí, jakým novým technologiím musí čelit a často je dost těžké ubránit se vlivu sociálních sítí. Výzkum byl proveden, aby ukázal provázanost mezi sociálními sítěmi a volným časem mladých lidí. Hlavní zaměření tohoto projektu bylo hlavně na pozitivní stránku sociálních sítí čili jako zdroj informací, přesvědčování a zábavy. Práce byla zaměřena pouze na dvě sociální sítě, které byly nejoblíbenější mezi mladými lidmi, tedy konkrétně Facebook a Twitter (Nyambuga 2014, s. 2).

Výběr zkoumaného vzorku

Studie byla provedena na Rongo univerzitě, která je jedna z relativně nově vzniklých univerzit v Keni. Mládež z této oblasti, mající přístup k internetu a sociálním médiím, tvořila reprezentativní vzorek pro tuto studii. Mládeži se v této práci rozumí lidi ve věkovém rozmezí od 18 do 35 let, respondentů bylo vybráno 144 (44 % žen a 56 % mužů).

Vybraní jedinci vyplnili dotazník a zúčastnili se také krátkého rozhovoru. V rámci polostrukturovaných rozhovorů tazatelé zkoumali, jak respondenti dělí svůj čas na sociálních sítích na různé aktivity. Výzkumníci se také snažili při rozhovorech s respondenty ověřit pravdivost jejich odpovědí nasbíraných z dotazníku. Dotazníky se skládaly ze dvou částí. Ta první byla zaměřena na přístup k sociálním médiím, tedy jestli se mládež na sociální sítě připojuje přes mobil, notebook, stolní počítač aj. Také se zde, v první části, tázali na používání sociálních sítí k uspokojení jejich volného času. Druhá část se zabývala otázkou, jaký je důvod pro používání internetu. Mezi otázky patřilo například, jaký je specifický důvod respondenta pro používání sociálních sítí. Specifických důvodů, na které se ptali, bylo pět, například chatování s kamarády, přístup na nové stránky anebo turistika. Na každou aktivitu bylo na výběr z odpovědí pouze "ano" nebo "ne" (Nyambuga 2014, s. 3-4).

Analýza dat a výsledků

Data z dotazníků, a i z rozhovorů byla analyzována pomocí SPSS (Statistical Package for Social Sciences). Získaná data byla následně seřazena otázka po otázce a analyzována se všemi odpověďmi respondentů, aby bylo možné případně identifikovat možné shody v odpovědích nebo naopak značné rozdíly. Data byla také kódována a vložena do počítače, a právě s pomocí SPSS analyzována.

První otázka v dotazníku se snažila zjistit přístup k sociálním médiím u respondentů. Respondentům byly kladeny otázky k ohodnocení frekvence čili jak často používají média jmenované výše v dotazníku. Bylo zjištěno, že respondenti se nejčastěji připojují na sociální sítě přes mobilní telefon, a to více než 95 % dotazovaných, zbytek se připojuje přes laptop. Zajímavé zjištění bylo, že přes iPad nebo stolní počítač, což byly další dvě možnosti, se nepřipojuje ani jeden z dotazovaných.

Další otázka směřovala na oblíbenost obsahu na sociálních sítích. Výzkum byl zaměřen na sociální síť Facebook a Twitter. Bylo zjištěno, že 84 % respondentů dává přednost aplikaci Facebook před Twitterem, kterému dává přednost pouhých 16 % mladistvých.

Jedna z hlavních otázek výzkumu, používání sociálních sítí k uspokojení volného času mladých lidí, zjistila, že 100 % komunikuje skrze sociální média se svými kamarády, 100 % se připojuje na nové síť, 100 % hraje počítačové hry, avšak nikdo z dotazovaných nechodí na procházky do přírody.

Výzkum ukázal, že všichni respondenti se shodli, že jim internet velice pomáhá k přístupu k jejich oblíbené volnočasové aktivitě. Kromě toho 100 % respondentů potvrdilo, že internet jim umožnil přístup k aktivitám, na které byl dotazník zaměřen, tedy komunikace s přáteli skrze sociální síť, přístup na nové stránky a hraní her. Nikdo z respondentů se však nedomnívá, že by turistice jakožto volnočasové aktivitě internet jakkoli pomohl.

Studie také analyzovala čas strávený oblíbenými volnočasovými aktivitami. Pomyslnou první příčku vyhrálo chatování s kamarády. Jak bylo zjištěno, zabírá nejvíce času respondentům, 38 % dotazovaných trávilo psaním s kamarády přes sociální síť 2-4 hodiny, následovaly přístupy na nové stránky, kdy 28 % dotazovaných trávilo touto aktivitou 1-2 hodiny. Hraní počítačových her zabírá 20 % dotazovaných 30 minut - 1 hodinu času a v neposlední řadě ti, kteří si jako oblíbenou aktivitu zvolili turistiku, 14 % dotazovaných, tak jim zabrala času od 1 minuty do půl hodiny. Což ukazuje, že aktivity, ke kterým je zapotřebí internet berou respondentům více jejich volného času.

Výzkum se následně snažil zjistit, zdali jsou respondenti spokojeni s tím, kolik času stráví danou aktivitou, všichni však odpověděli, že jsou spokojeni. Všech 100 % dotazovaných se však shodlo na tom, že sociální síť značně ovlivňuje jejich volnočasové aktivity (Nyambuga 2014, s.5).

Závěr výzkumu

Výzkumem bylo zjištěno, že sociální síť ovlivňuje volný čas mladých lidí. Z uvedených argumentů zjištěných ve výzkumu lze vyvodit, že mládež k naplnění volného času používá sociální síť. Výzkum byl také zaměřen na dostupnost médií u mladých lidí. Bylo zjištěno, že mladí lidé na univerzitě Rongo mají přístup k různým médiím. Mezi nejčastější média patřily mobilní telefony a notebooky, které využívali chlapci i slečny, a pomocí těchto médií se pak připojovali k sociálním sítím.

Výzkumník zde doporučil také pár rad, které když budou efektivně implementována, tak mohou pomoci mladým lidem efektivně trávit čas i na internetu a sociálních sítích. Autor navrhuje, aby se mládež snažila hledat zákony, které upravují používání sociálních sítí za účelem ochrany uživatelů, aby byli chráněni před kolikrát dosti nevhodným až nebezpečným obsahem. Také by měli najít jakousi rovnováhu mezi volným časem stráveným na sociálních sítích a časem stráveným aktivním pohybem. Aby se tak stalo, je dobré, aby si mladí lidé uvědomili, které aplikace sociálních sítí jim berou nejvíce volného času, jež by jinak mohli trávit aktivnějším způsobem (Nyambuga 2014, s. 7).

PRAKTICKÁ ČÁST

5 Dotazníkové šetření zaměřené na využívání sociálních sítí u mladých lidí

Vliv sociálních sítí má v dnešní době čím dál tím větší dopady na své uživatele. Bohužel, kolikrát si uživatelé myslí, že sociální sítě se snaží lidstvo propojovat a dělat z našeho světa otevřenější a propojenější svět. Nicméně je dobré si uvědomit, že každá sociální síť má ve svém prioritním zájmu tvořit zisk a vydělávat. Od toho jsou na sociálních sítích algoritmy, které se snaží třídít obsah tak, aby každému uživateli seděl na míru a co nejdéle ho tak udržel online.

Bylo prokázáno, že podle toho, jaké příspěvky na nás vyskakují, takovou máme následně náladu. Pokud na nás vyskakují negativní příspěvky, naše chování je pak negativní a zase naopak. Všechny tyto věci je dobré si jako uživatel sociálních sítí alespoň uvědomit a snažit se korigovat užívání sociálních sítí tak, aby nás zbytečně nesvazovaly (Lanchester, 2017).

V dnešní době existuje však mnoho lidí, kteří tráví na sociálních sítích vícero času, než by bylo zdrávo a algoritmus je pohltil natolik, že velkou část svého volného času, kterou by mohli věnovat například svému osobnímu rozvoji v „offline“ světě, kolikrát nevyužijí kvůli konzumaci obsahu sociálních sítí.

5.1 Výzkumná metoda

Tato bakalářská práce má za cíl zjistit, jakým způsobem tráví mladí lidé ve věku od 18 do 26 let volný čas na sociálních sítích a jak jsou tím ovlivněné jejich další volnočasové aktivity. Proto jsem se rozhodl o provedení kvantitativního dotazování k oslovení čtyřiceti respondentů, aby bylo možné zjistit, zdali a jakým způsobem mladí lidé tráví na sociálních sítích svůj čas, nebo jej raději investují do jiných aktivit. Pro získání těchto informací byla použita kvantitativní metoda zpracování dat pomocí dotazníkového šetření. Dotazníkové šetření se skládalo především z uzavřených a polouzavřených otázek s možností „jiné“.

Kvantitativní výzkum by měl přinést odpověď na otázku „kolik?“. Obecně lze říci, že výstupem kvantitativního výzkumu by měly být grafy nebo tabulky, které nám ukazují informace o zastoupení pozorovaného problému, jevu v cílové populaci. Tyto informace lze vyjádřit buď formou absolutní četnosti (přesný počet lidí nebo jednotek) nebo častější a taky v této práci využívanou formou relativní četnosti (vyjádření v procentech).

Kvantitativní výzkum může pro sběr dat využívat například tyto tři metody:

- 1) pozorování – například situace, kdy se zjišťuje počet lidí, kteří projdou danou lokalitou;
- 2) experiment – například upravíme ceny produktů v prodejně a analyzujeme, jaký vliv tato změna má na objem prodeje;
- 3) dotazování – v praxi nejčastěji používaná metoda sběru dat. Jedná se o metodu, při které respondenti vyjadřují své názory a postoje odpovídáním na otázky v dotazníku.

Kvantitativní výzkum je využíván také pro testování hypotéz. Pomocí statistické analýzy lze zjistit, zda dvě či více množin dat vůči sobě vykazují významné odchylky či nikoli, čímž se hypotéza může potvrdit, nebo nepotvrdit (Tahal, 2017).

Velice podobné si jsou formy dotazníkového šetření anketa a dotazník. Anketa je forma dotazníkového šetření, která je pro respondenty volně dostupná v papírové nebo elektronické podobě. Daná osoba, která se dostane do kontaktu s anketou se sama rozhodne, jestli anketu vyplní a stane se tak respondentem. V případě ankety nejsou tedy respondenti vybírání a oslovování výzkumníkem, nýbrž se sami rozhodují, zdali vyplní anketu či nikoli. Výzkumník následně dostává odpovědi od vzorku populace, aniž by měl možnost významně ovlivnit, kdo z potenciálních respondentů anketní dotazník vyplní. Anketu nejčastěji vyplňují lidé, mající k danému tématu bližší vztah či emoční pouto. Mnohdy se v praxi stává se, že odpovědi dostáváme od respondentů, kteří chtějí vyjádřit svůj nesouhlas, kritiku nebo jakýkoli negativní postoj k danému tématu. Naopak v menší míře pak odpovědi dostaneme od lidí, kteří chtějí vyjádřit svůj souhlas, podporu či sympatie tématu (Tahal, 2017).

Naopak dotazník oproti anketě využívá vždy předem stanovenou metodiku výběru respondentů. Jednoduché pravidlo zde říká, že má-li se jednat o dotazník, musí být respondent vybrán a osloven výzkumníkem. Toto je zásadní rozdíl oproti anketě. U dotazníku respondent nemá možnost se zařadit do výzkumu jiným způsobem, než aby si jej sám výzkumník vybral a oslovil (Tahal, 2017).

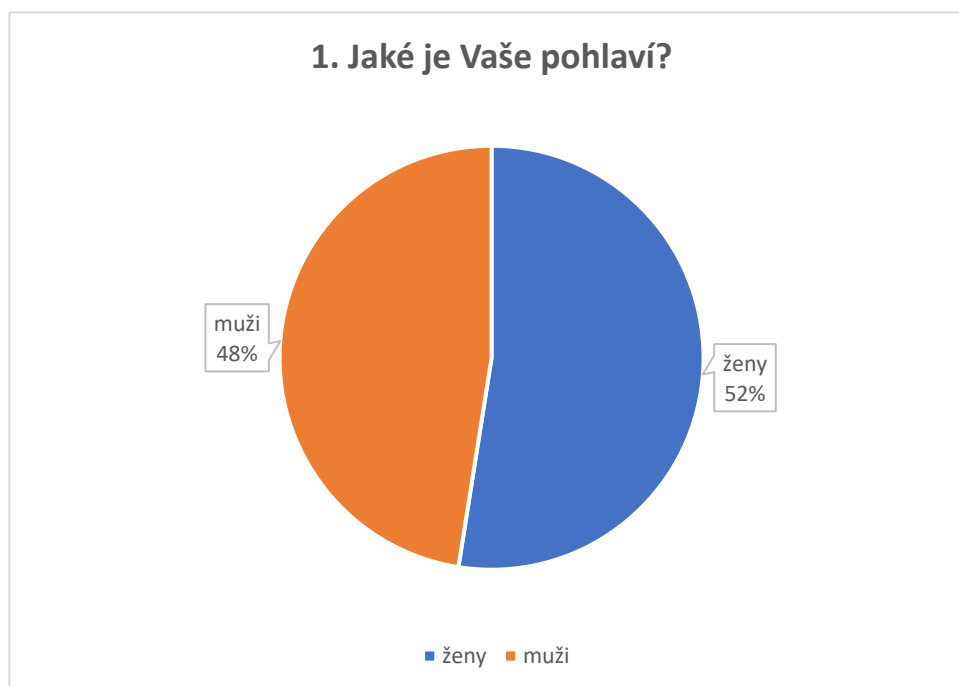
Tato práce je založená na dotazníkovém šetření, jelikož byli respondenti osloveni a šlo o výběrový vzorek respondentů ve věku 18–26 let, kteří byli zároveň studenti vysoké školy a bylo nezbytné, aby používali sociální sítě.

6 Výsledky výzkumu

V této části je ukázáno, jakých výsledků bylo za pomoci dotazníkového šetření dosaženo. Dotazníkového šetření se tedy zúčastnilo celkem 40 respondentů, všichni ve věkovém rozmezí 18–26 let. Dotazník vyplnilo z celkového počtu 40 respondentů celkem 48 % respondentů mužského pohlaví a 52 % respondentů ženského pohlaví. Dotazník se skládal z celkem 23 otázek a získaná data z něj jsou interpretována pomocí grafů, které jsem vytvořil sám prostřednictvím programu MS Excel.

První tři otázky slouží k identifikaci respondenta, zdali je mužského, či ženského pohlaví, do které věkové skupiny patří a jaký je jeho sociální status. Následně pak ještě u otázky číslo 5 bylo zjišťováno, zdali respondent využívá sociální sítě, či nikoli. Kolik vyplnilo dotazník žen a mužů bylo uvedeno již výše a můžeme vidět i procentuální poměr v grafu. Všichni zúčastnění byli taktéž ve věkovém rozmezí od osmnácti do šestadvaceti let a jednalo se o studenty vysokých škol. Všichni respondenti zodpověděli, že využívají sociální sítě, což jim umožnilo v dotazníku pokračovat.

Graf 1: Jaké je Vaše pohlaví? Zdroj: vlastní zpracování v MS Excel

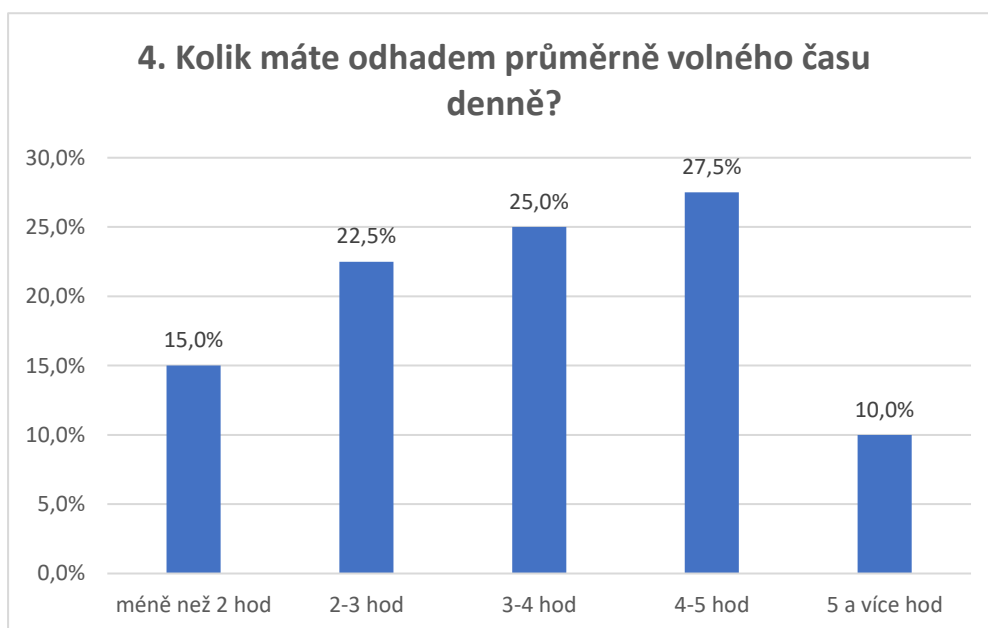


6.1 Odhad respondenta, kolik má volného času a kolik času tráví na sociálních sítích

Do této kategorie spadají otázky číslo čtyři a šest. Těmito otázkami jsem se snažil od respondentů zjistit kolik si oni sami myslí a odhadují, že mají volného času denně a kolik času odhadem tráví na sociálních sítích. Jak je možno vidět v grafu číslo dva, 27,5 % dotazovaných odhadli, že průměrně mají volného času každý den 4–5 hodin. Dalších 25 % dotazovaných si myslí, že mají volného času někde v rozmezí 3–4 hodin. Následně pak 22,5 % odhadlo svůj volný čas na 2–3 hodiny denně a ještě 15 % respondentů odhadlo svůj volný čas na maximálně 2 hodiny denně. Pouze 10 % dotazovaných odpovědělo, že mají více než 5 hodin volného času.

Studenti obecně patří mezi skupinu lidí ve společnosti, která má více volného času, ale samozřejmě ne každý student má na starost pouze školu, ale může se snažit například při studiu i pracovat na kratší úvazky, což si myslím že přesně vystihují odpovědi 15 % respondentů, kteří mají například méně než 2 hodiny volného času denně.

Graf 2: Kolik máte odhadem průměrně volného času denně?
Zdroj: vlastní zpracování v MS Excel

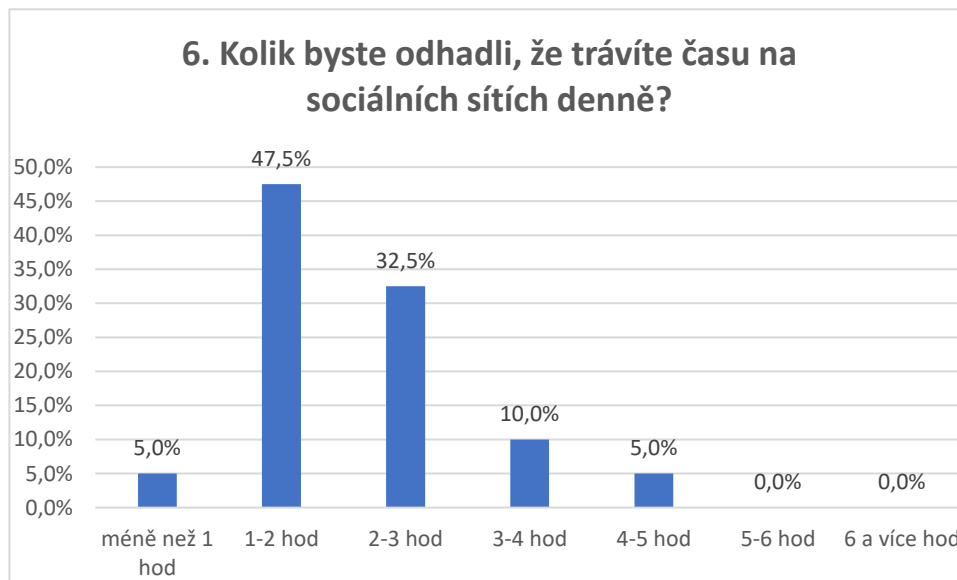


Otázka číslo šest měla za cíl zjistit od respondentů, kolik by odhadli, že tráví času na sociálních sítích denně. Nejvíce dotazovaných, a to skoro polovina (47,5 %) odpověděla, že si myslí, že tráví na sociálních sítích jednu až dvě hodiny denně. Následovala druhá skupina respondentů (32,5 %), kteří odhadovali čas strávený na sociálních sítích na dvě až tři hodiny. Třetí nejpočetnější skupina, avšak v zastoupení pouhých 10 % se domnívá, že tráví tři až čtyři hodiny denně na sociálních sítích a pouhých 5 % dotazovaných si myslí, že tráví na sociálních sítích čtyři až pět hodin denně. Stejně zastoupení pak má skupina respondentů, kteří si myslí, že sociální sítě používají pouze ojedinele, maximálně jednu hodinu denně.

Výsledná čísla pro mne byla mírně překvapující. Ačkoli z vlastní zkušenosti vím a tušil jsem, že času na sociálních sítích studenti vysokých škol tráví relativně hodně, nečekal jsem, že se najde, byť jen malé procento respondentů, kteří tráví na sociálních sítích čtyři až pět hodin denně. Pokud zvážíme, že den má pouhých čtyřadvacet hodin a z toho osm hodin by mělo být věnováno spánku, zůstane šestnáct hodin, od kterým opět musíme odečíst čas pracovní (přibližně osm hodin, jelikož standardní pracovní doba je 8 hodin) a čas vázaný (odhadem dvě hodiny – jde pouze o odhad, jedná se o rutinní činnosti, které je potřeba každý den vykonat jako stravování hygiena), dostaneme se na deset hodin, ze kterých více než polovinu člověk investuje do sociálních sítí. Toto číslo osobně považuji za vysoké, avšak stále zůstáváme u odhadu. Na druhou stranu, většina respondentů odhaduje čas strávený na sociálních sítích někde mezi jednou až dvěma hodinami.

Graf 3: Kolik byste odhadli, že trávíte času na sociálních sítích denně?

Zdroj: vlastní zpracování v MS Excel



6.2 Jaké sociální sítě jsou respondenty využívány, a přes které zařízení

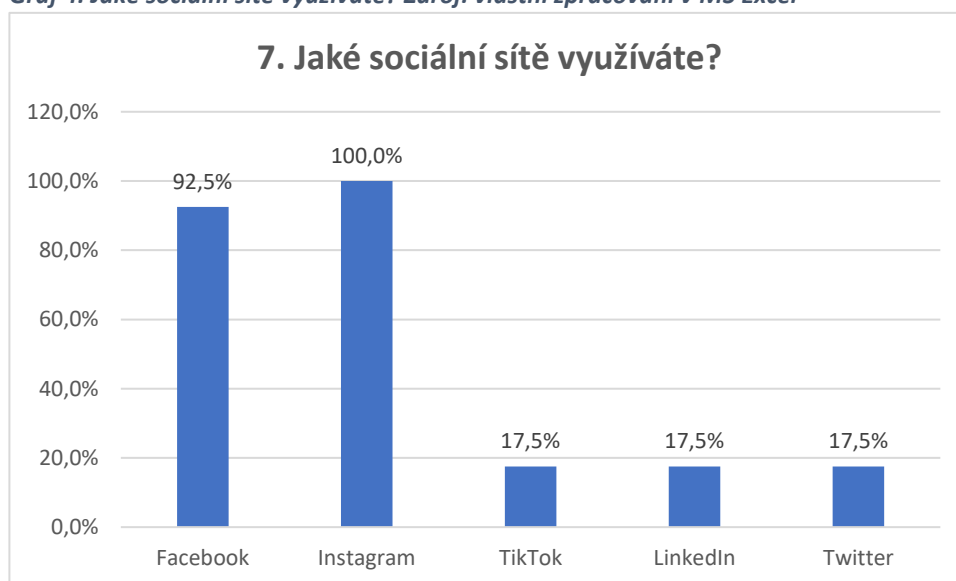
Další podkapitola se vztahuje k otázkám sedm a třináct. Zde bylo zkoumáno, jaké sociální sítě respondenti využívají a následně přes které zařízení tyto sociální sítě používají.

Otázka číslo sedm měla za cíl zjistit, jaké sociální sítě respondenti používají. Jak lze vidět v grafu číslo čtyři, nejpoužívanější sociální sítí je Instagram, kterou využívají naprosto všichni dotazovaní. Druhou nejpoužívanější sociální sítí se stal Facebook, který používá 92,5 % respondentů. Pouhých 17,5 % respondentů využívá TikTok, LinkedIn nebo Twitter.

Zajímavým zjištěním bylo, že ačkoli je Facebook, co do počtu aktivních uživatelů, největší sociální sítí na světě, respondenti mají v největší oblibě dceřinou společnost Facebooku Instagram.

Největší rozmach v posledních dnech bezesporu zažívá TikTok, který má čím dál tím více uživatelů, avšak u sledovaného vzorku uživatelů znatelně pořád za svými konkurenty zaostává, z čehož lze soudit, že TikTok je možná atraktivnější pro mladší generaci, než jsou lidé ve věku osmnáct až dvacet šest let (Taulli, 2020).

Graf 4: Jaké sociální sítě využíváte? Zdroj: vlastní zpracování v MS Excel



Třináctá otázka měla za úkol zjistit, přes které zařízení uživatelé sledují sociální sítě. Dnešní svět se neustále zrychluje a zařízení zdokonalují. Díky chytrým mobilním telefonům si je kdokoli schopen během vteřiny zjistit cokoli potřebuje na internetu, mimo jiné také navštívit sociální sítě. Jak ukazuje graf číslo 13, absolutní většina (97,5 %) respondentů sleduje sociální sítě přes jejich smartphone. Pouze 2,5 % navštěvuje sociální sítě přes tablet. K mému překvapení žádný z respondentů nenavštěvuje sociální sítě primárně přes notebook.

Graf 5: Přes které zařízení nejčastěji používáte sociální sítě?
Zdroj: vlastní zpracování v MS Excel

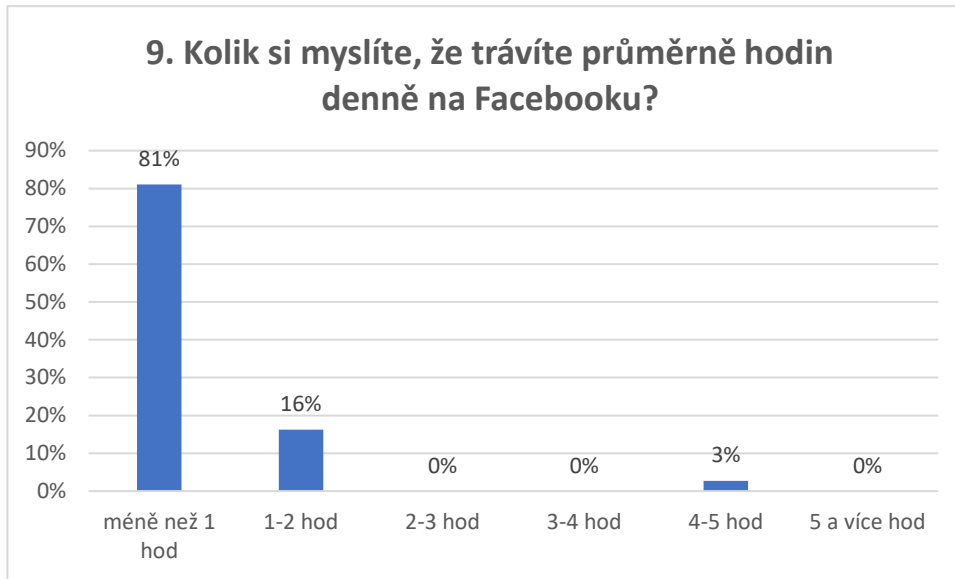


6.3 Kolik odhadem tráví respondenti času na Facebooku, Instagramu či TikToku

Bakalářská práce je zaměřená především na tři konkrétní sociální sítě, jsou jimi Facebook, Instagram a TikTok. Tato kapitola se týká otázek devět, deset a jedenáct. Otázky se týkali odhadu času, kolik hodin tráví respondenti na vybraných sociálních sítích.

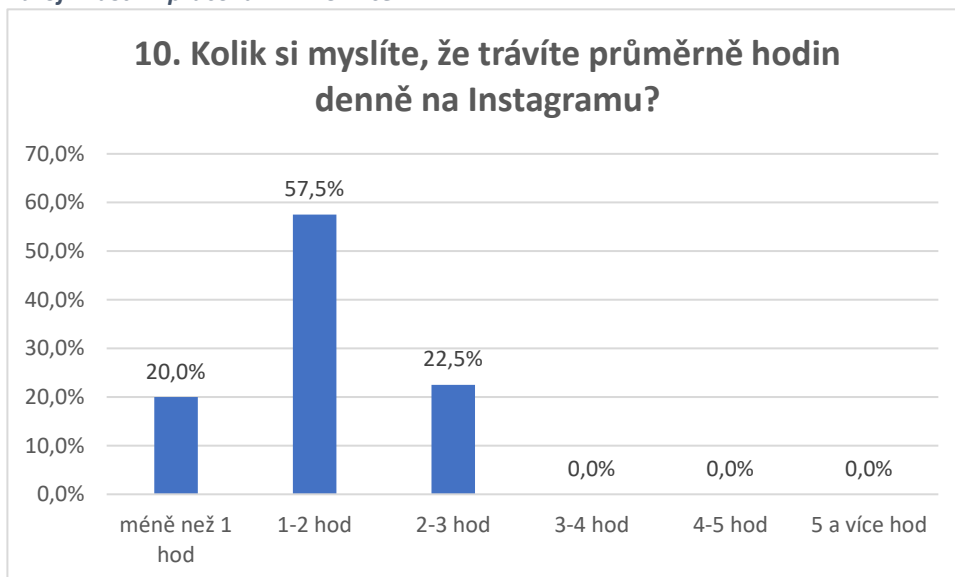
Otázka číslo devět se věnovala Facebooku. Respondent měl tedy odpovědět kolik času odhadem tráví denně na Facebooku. Jak je možné vidět v grafu 9, z 37 dotazovaných, kteří používají Facebook, 81 % mladých lidí odhadli, že na Facebooku jsou maximálně hodinu denně, dalších 16 % dotazovaných studentů si myslí, že na Facebooku tráví zhruba o hodinu více než předchozí skupina čili využívají Facebook přibližně hodinu až dvě hodiny denně. Zbýlé 3 % odpověděla, že odhadem Facebook používá čtyři až pět hodin denně.

Graf 6: Kolik si myslíte, že trávíte průměrně hodin denně na Facebooku?
Zdroj: vlastní zpracování v MS Excel



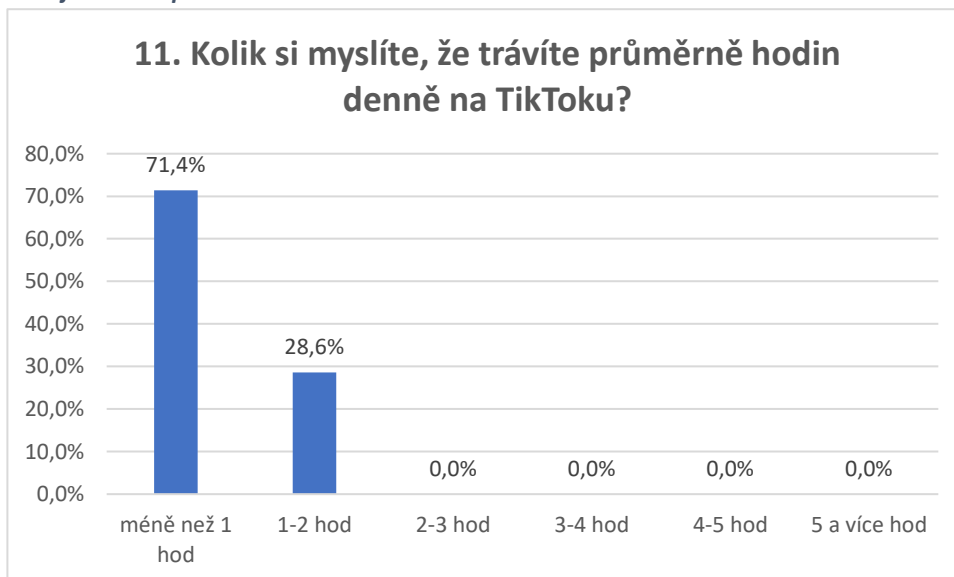
Následovala desátá otázka, která měla stejné znění jako předchozí devátá otázka pouze s tím rozdílem, že byla věnována Instagramu. Zde už byly odhady respondentů na oko zajímavější. Instagram využívá všech 40 dotazovaných studentů. Nejvíce respondentů (57,5 %) si myslí, že na Instagramu tráví hodinu až dvě denně. Dvě až tři hodiny denně odhaduje, že tráví na Instagramu 22,5 % dotazovaných a 20 % pak tvoří část respondentů, kteří si myslí, že na Instagramu tráví maximálně hodinu denně

Graf 7: Kolik si myslíte, že trávíte průměrně hodin denně na Instagramu?
Zdroj: vlastní zpracování v MS Excel



Poslední otázkou z této kapitoly a celkově poslední otázka z dotazníku na odhad času byla směřována na sociální síť TikTok. Aplikaci používá pouhých 7 lidí ze 40 dotazovaných. Z těchto 7 respondentů používajících TikTok 71,4 % tráví odhadem maximálně hodinu denně na aplikaci zatímco 28,6 % si myslí, že na TikToku tráví hodinu až dvě hodiny denně.

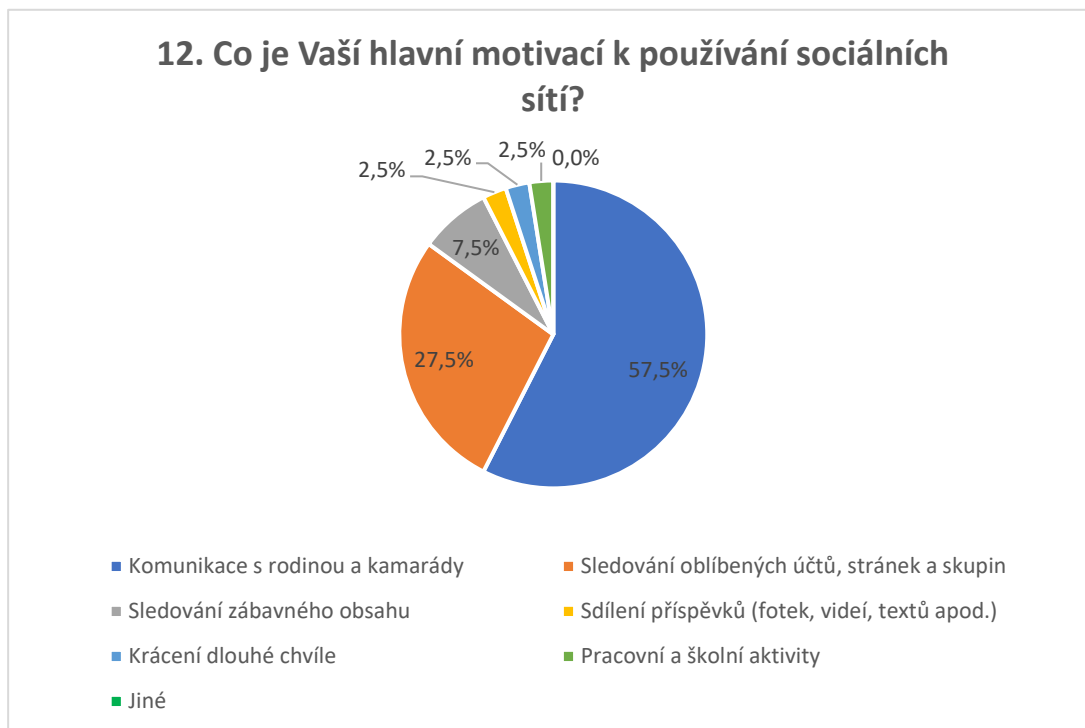
Graf 8: Kolik si myslíte, že trávíte průměrně hodin denně na TikToku?
Zdroj: vlastní zpracování v MS Excel



6.4 Hlavní motivace používání sociálních sítí mladistvými

Otázkou číslo dvanáct v dotazníkovém šetření byla otázka na téma, co je hlavní motivací respondentů k využívání sociálních sítí. Zcela hlavní motivací pro 57,5 % studentů je počáteční podstata sociálních sítí, tedy komunikace, ať už s rodinou nebo kamarády. Další početná skupina, 27,5 % respondentů, zmínila, že jejich hlavní motivací je sledování oblíbených účtů, stránek nebo skupin na sociálních sítích. Sledování zábavného obsahu označilo 7,5 % dotazovaných a následně pouhých 2,5 % dotazovaných tvrdilo, že jejich hlavní motivací je sdílení vlastních příspěvků (fotky, videa, texty apod.). Stejně procento uvedlo jako hlavní motivaci možnost krácení dlouhé chvíle anebo pracovní a školní aktivity. V nabídce odpovědí v dotazníku pro respondenty byla také na výběr možnost „Jiné“. Této možnosti však žádný z dotazovaných nevyužil.

Graf 9: Co je Vaší hlavní motivací k používání sociálních sítí? Zdroj: vlastní zpracování v MS Excel

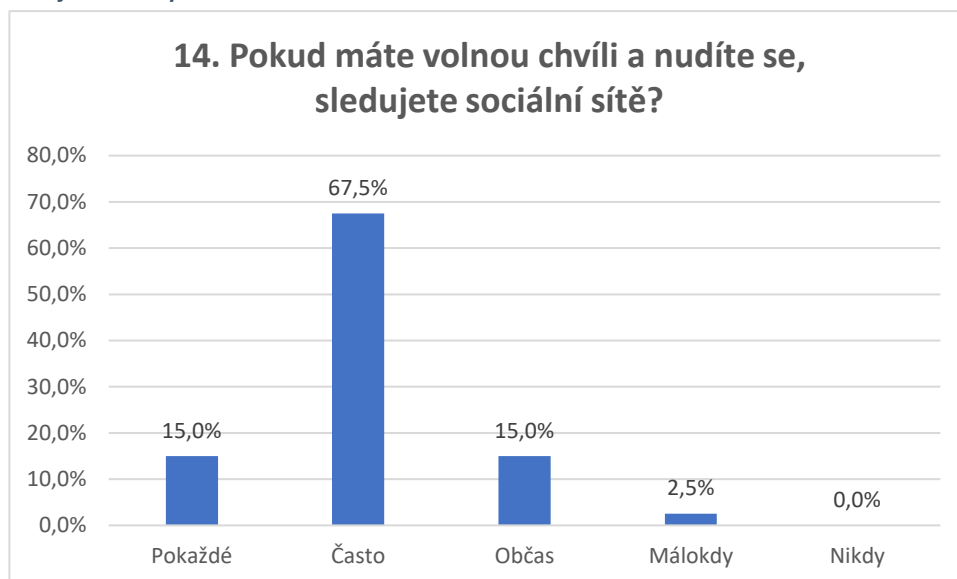


6.5 Při kterých aktivitách tráví respondenti čas na sociálních sítích

Tato podkategorie se věnuje celkem sedmi otázkám z dotazníku. Otázky jsou zde všechny zaměřeny na zjištění intenzity využívání sociálních sítí dotazovanými při různých, běžných aktivitách. Otázky jsou vždy formulované tak, aby zjišťovaly, jak často respondent při dané aktivitě sleduje i sociální sítě. Na výběr měli všichni respondenti vždy možnosti z nabídky: „Pokaždé – často – občas – málokdy – nikdy“.

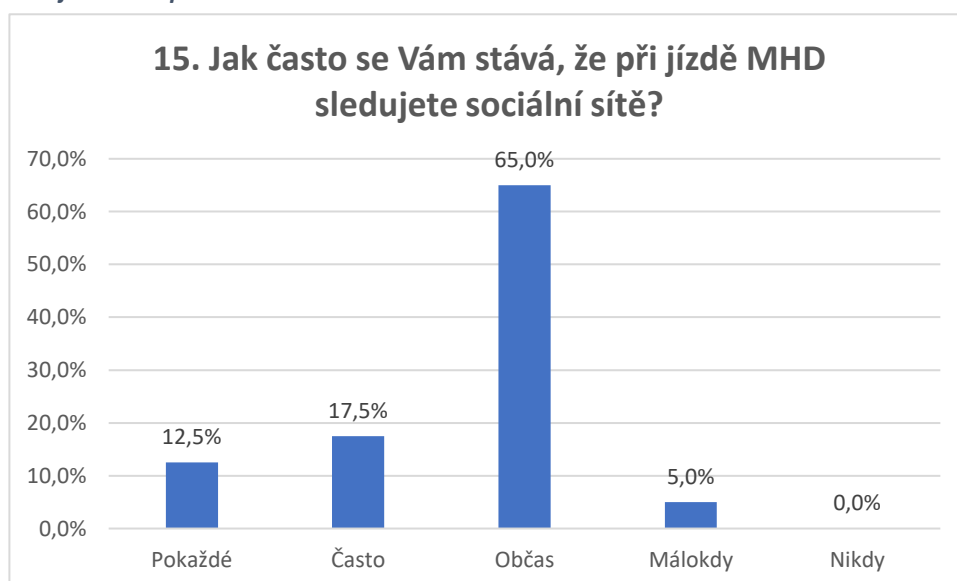
Hned první ze série otázek, otázka číslo čtrnáct se ptala respondentů, zdali sledují sociální sítě, když mají volnou chvíli a nudí se. Nejsilnější skupinou tvořenou 67,5 % dotázaných studentů, byla skupina, která odpověděla, že se jim děje často situace, kdy mají volný čas, nudí se a sledují tím pádem sociální sítě. Pokaždé se na sociální sítě během volné chvíle z nudy koukne 15 % respondentů. Dalším 15 % se tato situace děje občas. Pouze 2,5 % dotazovaných se příležitostně naskytne situace, kdy se nudí, mají volný čas a začnou tak sledovat sociální sítě. Variantu, že by se toto nikomu nestalo, si nevybral nikdo z dotazovaných.

Graf 10: Pokud máte volnou chvíli a nudíte se, sledujete sociální sítě?
Zdroj: vlastní zpracování v MS Excel



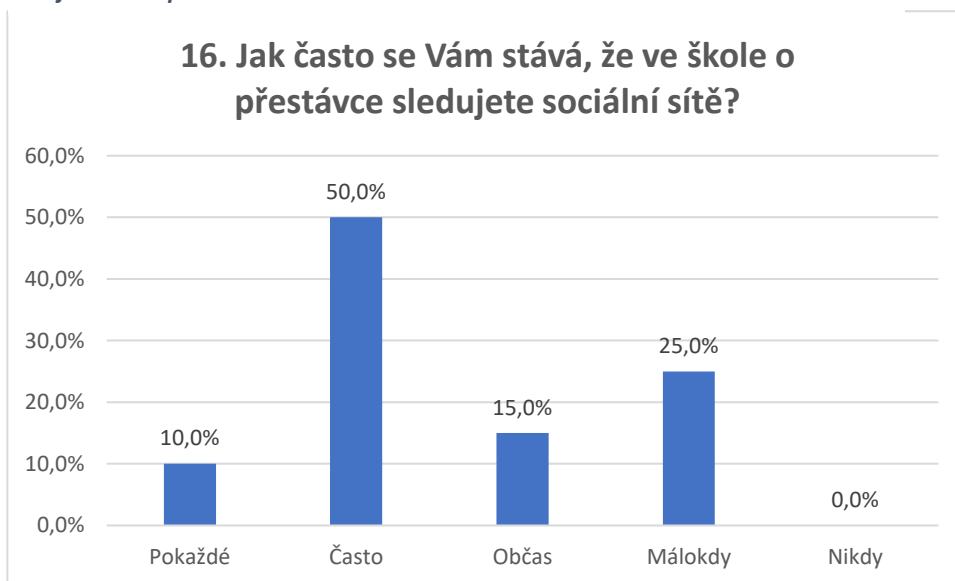
Další ze série otázek, patnáctá otázka, byla zaměřená na jízdu MHD (městská hromadná doprava). V dnešní době se čím dál tím více setkávám s tím, že mladší generaci při jízdě MHD neustále kouká do telefonu. Zajímalo mě tedy, jak jsou na tom studenti vysokých škol. Jak je na první pohled patrné z grafu číslo jedenáct, největší část dotazovaných se shodla na tom, že při jízdě MHD pouze občas sledují sociální sítě. Tato část tvořila 65 % všech dotazovaných. Často při jízdě MHD sleduje sociální sítě 17,5 % respondentů. Ne úplně malá část studentů, 12,5 %, sleduje sociální sítě pokaždé při jízdě MHD. Zbýlých 5 % uvedlo, že málokdy se jim stane, že by při jízdě MHD sledovali dění na sociálních sítích. Opět políčko nikdy se mi daná situace nestává nezaškrtnl nikdo z dotazovaných.

Graf 11: Jak často se Vám stává, že při jízdě MHD sledujete sociální sítě?
Zdroj: vlastní zpracování v MS Excel



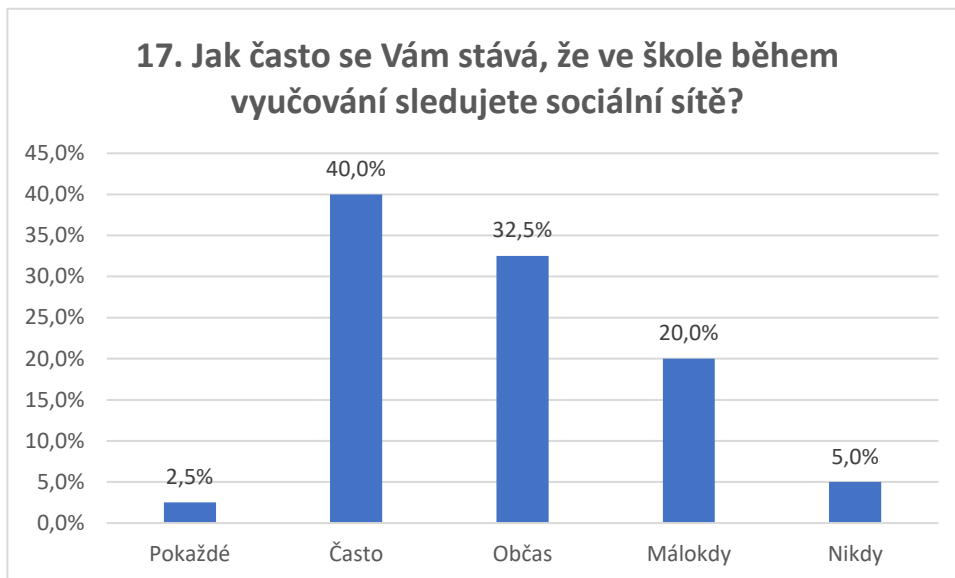
Prostředí školy bylo rozděleno na dvě odlišné situace, první z nich byla v otázce číslo šestnáct zaměřená na sledování sociálních sítí o přestávce mezi vyučováním. Z výsledků, které je možné vidět v grafu číslo dvanáct, je patrné, že 50 % dotazovaných vyplňuje často svůj volný čas mezi výukami sledováním sociálních sítí. Zatímco 25 % respondentů se zabaví jinak a málokdy se jim stane, že by sledovali sociální sítě. Občas na sociální sítě koukne 15 % dotazovaných. Najde se zde i skupina 10 % studentů, kteří pokaždé o přestávce sledují sociální sítě. Opět odpověď „nikdy“ si nevybral nikdo z dotazovaných.

Graf 12: Jak často se Vám stává, že ve škole o přestávce sledujete sociální sítě?
Zdroj: vlastní zpracování v MS Excel



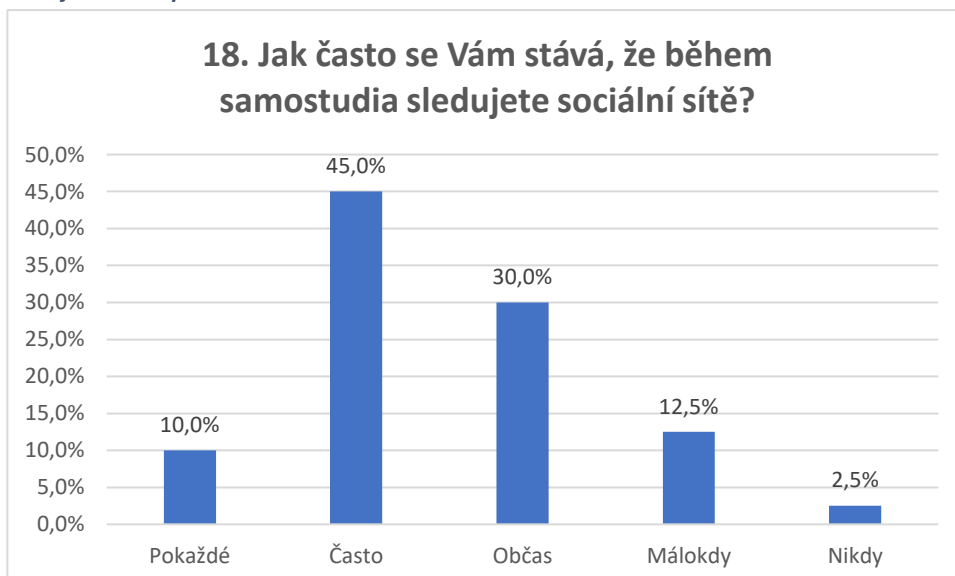
Sedmnáctá otázka navazuje na předchozí, pouze se ptala, zdali sledují respondenti sociální sítě ne o přestávce, ale během samotného vyučování. Zde 40 % respondentů uvedlo, že často sledují sociální sítě, 32,5 % studentů si myslí, že pouze občas sledují sociální sítě. Odpověď „málokdy“ uvedlo 20 % lidí. Mezi respondenty se našli i „poctiví“ studenti, kteří nikdy během vyučování nesledují sociální sítě. Avšak i druhý protipól se zde našel, a to že 2,5 % respondentů sleduje sociální sítě pokaždé během vyučovací hodiny.

Graf 13: Jak často se Vám stává, že ve škole během vyučování sledujete sociální sítě?
Zdroj: vlastní zpracování v MS Excel



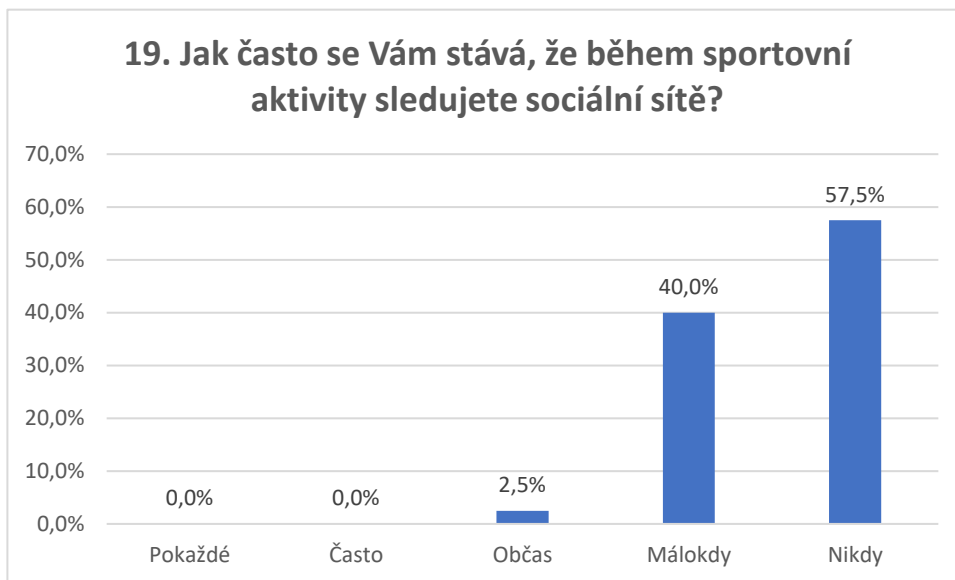
Otázka číslo osmnáct se zaměřovala na to, jak často studenta odvádějí sociální sítě od procesu samostudia. Až 45 % dotazovaných sdělilo, že tato situace se jim stává často. Celkem 30 % respondentů tvrdí, že občas se jim stane, že místo samostudia sledují sociální sítě. Dále tu je 12,5 % lidí, kteří jen zřídka, sledují sociální sítě ve chvíli, kdy se mají věnovat samostudiu. Pokaždé odvádějí sociální sítě od samostudia celkem 10 % uživatelů a pouze 2,5 % respondentů nikdy nesleduje žádné sociální sítě namísto samostudia.

Graf 14: Jak často se Vám stává, že během samostudia sledujete sociální sítě?
Zdroj: vlastní zpracování v MS Excel



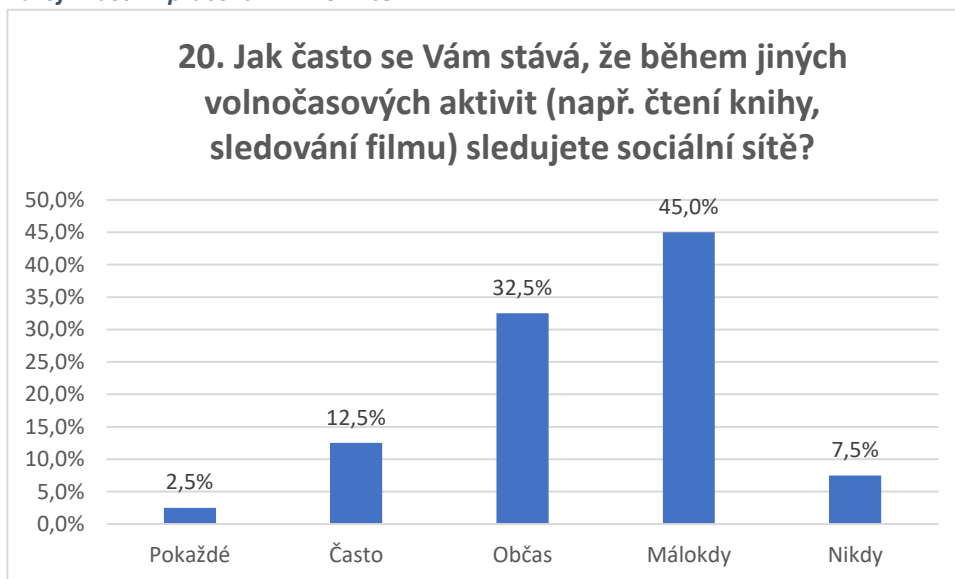
Jakožto sportovec jsem velice rád, že u otázky číslo devatenáct, která měla za úkol zjistit, jak často respondenti během sportovní aktivity sledují sociální sítě, se ukázalo, že 57,5 %, tedy více jak polovina respondentů nikdy nesleduje sociální sítě a 40 % je sleduje málokdy. Pouze 2,5 % respondentů sleduje občas sociální sítě během sportovní aktivity.

Graf 15: Jak často se Vám stává, že během sportovní aktivity sledujete sociální sítě?
Zdroj: vlastní zpracování v MS Excel



Poslední otázkou, která se snaží zjistit, jak často dotyčný sleduje sociální sítě během různých aktivit, byla dvacátá otázka. Ta zkoumala, zdali sledují respondenti sociální sítě během volnočasových aktivit, kterými mohou být například čtení knihy, sledování filmů atd. Nejpočetnější skupina 45 % mladistvých odpověděla, že se jim tato situace stane málokdy. Občas během volnočasových aktivit na sociální sítě zamíří 32,5 % dotazovaných. Často sociální sítě sleduje během volnočasových aktivit 12,5 % respondentů. Nikdy se nenechá vyrušit 7,5 % dotazovaných a naopak 2,5 % respondentů pokaždé sleduje sociální sítě během volnočasových aktivit.

Graf 16: Jak často se Vám stává, že během jiných volnočasových aktivit sledujete sociální sítě?
Zdroj: vlastní zpracování v MS Excel



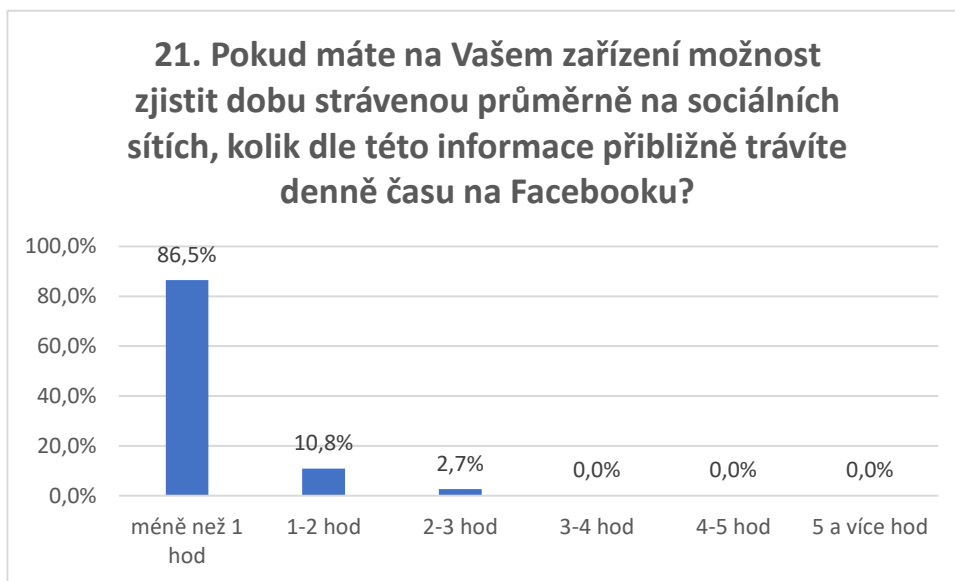
6.6 Zjištění skutečného času stráveného na daných sociálních sítích

Tato podkapitola je zaměřena na poslední tři otázky celého dotazníku. Jedná se tedy o otázky číslo jednadvacet, dvaadvacet a třiadvacet, které měli za cíl zjistit, kolik přesně tráví průměrného času denně respondenti na vybraných sociálních sítích. Aby bylo možné toto číslo zjistit, bylo za potřebí poskytnout respondentům návod, jak a kde tento údaj mohou najít. U aplikací Facebooku a Instagramu to bylo pro respondenta poměrně jednoduché, stačilo si otevřít samotnou sociální síť, popřípadě se do ní přihlásit a dle instrukcí v návodu pod otázkou přesně zjistit, kolik času na dané sociální síti trávíme. Jednoduché to bylo v tom, že jak Facebook, tak i Instagram tuto službu svým uživatelům poskytuje, aby si každý mohl zjistit kolik na těchto sociálních sítích tráví času. O něco problematičtější to bylo u TikToku, který podobnou možnost jako Facebook či Instagram ve svém nastavení uživatelům nenabízí. Proto bylo zapotřebí požádat respondenty o spolupráci. Naštěstí v dnešní době téměř všechny chytré telefony nabízí svým uživatelům zjistit dobu aktivního užívání aplikací. Díky této možnosti tedy bylo možné u respondentů využívajících také TikTok zjistit, kolik přesně tráví průměrně hodin denně na této sociální síti.¹

¹ Například u smartphonů značky Apple se k tomuto údaji dostali respondenti přes: Nastavení → Čas u obrazovky → Zobrazit veškerou aktivitu → rozkliknout ikonu TikTok.

První z trojice otázek se tedy vztahovala na Facebook. Naprostá většina respondentů, tedy 86,5 % odpověděla, že na Facebooku tráví méně jak jednu hodinu denně. Pouhých 10,8 % dotazovaných tráví na Facebooku hodinu až dvě hodiny denně. Zbýlých 2,7 % respondentů jsou na Facebooku aktivní dvě až tři hodiny denně. Nikdo z dotazovaných, který využívá Facebook na něm netráví více 3 hodiny svého času.

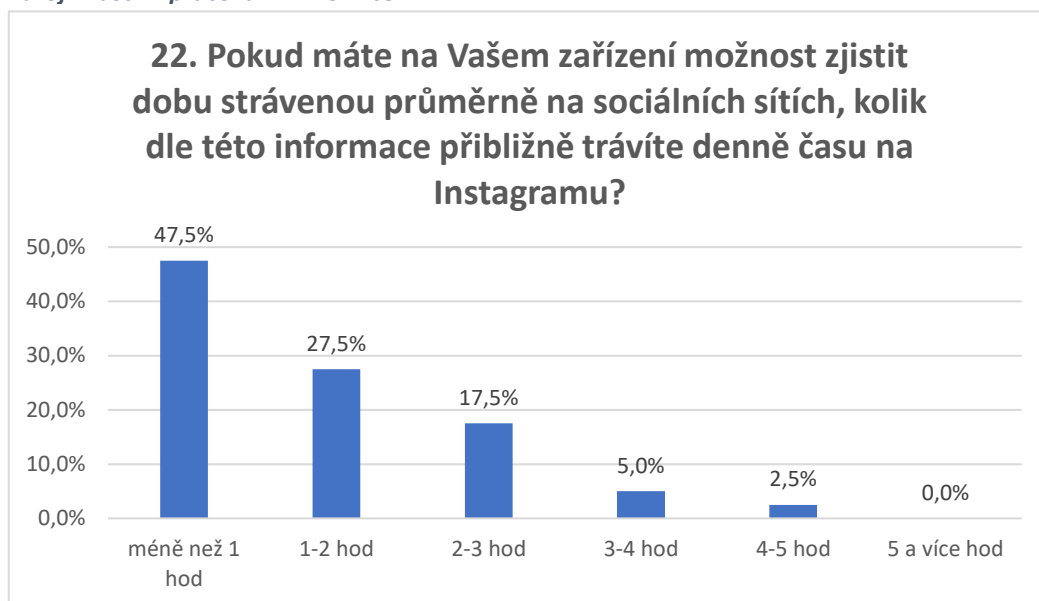
Graf 17: Pokud má Vaše zařízení možnost zjistit dobu strávenou průměrně na sociálních sítích, kolik dle této informace přibližně trávíte denně času na Facebooku?
Zdroj: vlastní zpracování v MS Excel



Druhá z trojice otázek byla věnována Instagramu. Ačkoli nejpočetnější skupina volila totožnou odpověď jako nejpočetnější odpověď u Facebooku, docela výrazně se lišila poměrově. Oproti otázce dvacet jedna pouze necelá polovina (47,5 %) dotazovaných uvedla, že na Instagramu tráví průměrně méně než jednu hodinu denně. Následovalo 27,5 % respondentů, kteří odpověděli, že jejich průměrná doba strávená za den na Instagramu je mezi jednou a dvěma hodinami. Relativně stále početné zastoupení (17,5 %) měla odpověď s průměrnou dobou na Instagramu dvě až tři hodiny. Mezi respondenty se taktéž našlo 5 % studentů, kteří tráví na Instagramu tři až čtyři hodiny denně a také 2,5 % dotazovaných, kteří na této sociální síti stráví čtyři až pět hodin průměrně každý den.

Graf 18: Pokud má Vaše zařízení možnost zjistit dobu strávenou průměrně na sociálních sítích, kolik dle této informace přibližně trávíte denně času na Instagramu?

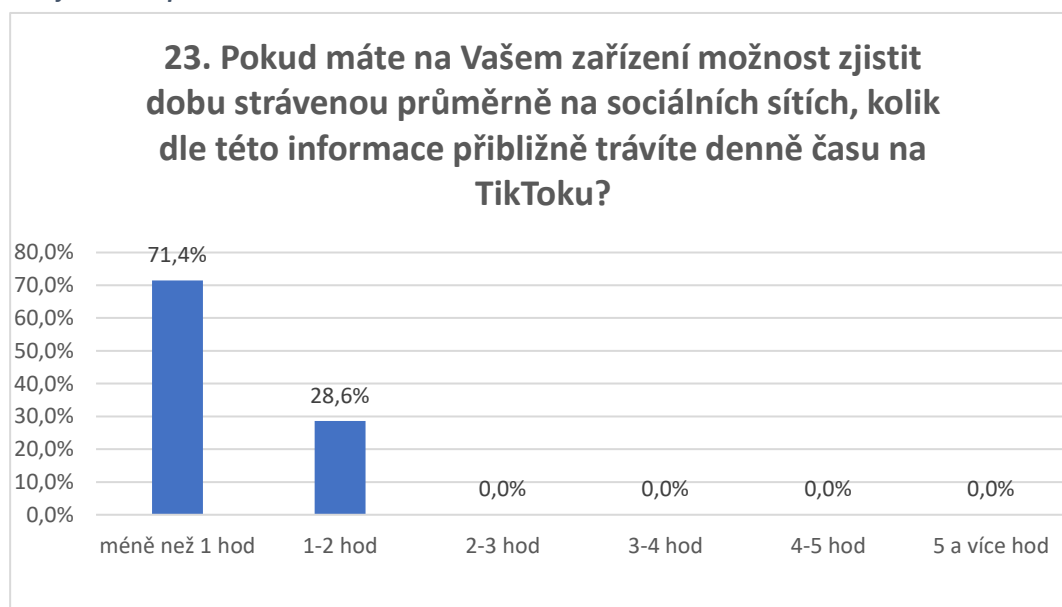
Zdroj: vlastní zpracování v MS Excel



Poslední otázkou celého dotazníkového šetření a také této podkapitoly byla otázka zaměřená na průměrnou dobu strávenou na aplikaci TikTok. Pouze sedm respondentů z celkového počtu odpovědělo, že používá sociální síť TikTok a mělo tak možnost odpovědět i na tuto otázku. Z těchto respondentů celkem 71,4 % odpovědělo, že TikTok používá maximálně jednu hodinu denně zatímco zbylých 28,6 % respondentů sociální síť TikTok využívá někde v rozmezí jedné až dvou hodin.

Graf 19: Pokud má Vaše zařízení možnost zjistit dobu strávenou průměrně na sociálních sítích, kolik dle této informace přibližně trávíte denně času na TikToku?

Zdroj: vlastní zpracování v MS Excel



7 Diskuse

Cílem této práce bylo zjistit, jaký mají vliv sociální sítě na využívání volného času mladých lidí. Dotazníkovým šetřením bylo zjištěno, že všichni studenti mají alespoň nějakou sociální síť, na které jsou aktivní.

Velice zajímavý trend lze sledovat ve využití chytrých telefonů. Technologický svět jde rychle kupředu a mobilní zařízení mají čím dál tím více funkcí, které umožňují využívat smartphone jako počítač (webové rozhraní stránek, úprava dokumentů apod.) a přitom jsou lidem neustále po ruce. Z výsledků lze zjistit, že mladí lidé i sociální sítě využívají převážně přes mobilní telefony. Sociální sítě, které dominují na trhu, jdou samozřejmě tomuto trendu naproti a mají své aplikace do detailu optimalizované právě pro mobilní zařízení, aby se k nim mohl jejich uživatel snadno připojit přes mobilní zařízení. Relativně překvapivá shoda v tomhle ohledu mi přijde s keňskou studií, která byla provedena na univerzitě Rongo. Překvapivá proto, protože studie je z roku 2014 a už v té době, navíc v rozvojové zemi, se většina studentů k sociálním sítím připojovala skrze mobilní telefony.

Studenti tvoří vrstvu společnosti, kteří mají relativně hodně volného času, jak ukazují výsledky z dotazníku. Více jak čtvrtina respondentů, přesněji 27,5 % dotazovaných, má volného času kolem čtyř až pěti hodin, někteří samozřejmě mají volného času méně. To si myslím, že je zapříčiněno především tím, že někteří studenti dokáží kombinovat své studium s prací a také tím, že každý může pojem volný čas chápat různě, jak bylo zmíněno v teorii.

Zajímavé zjištění výzkum přinesl v oblasti využívání daných sociálních sítích. Ačkoli Facebook je stále největší sociální síť na světě, u mladých lidí už takovou atraktivitu nezbuzuje. Ne všichni respondenti uvedli, že mají Facebook, naproti tomu Instagram je u této věkové kategorie stále populární. Nasvědčuje tomu i to, že 100 % dotazovaných má instagramový účet a je na něm aktivní. Překvapením pro mne byla sociální síť TikTok, která nabývá čím dál tím větší popularity hlavně mezi mladými lidmi. Zřejmě se však nejedná o mladé lidi ve věku 18–26 let, nýbrž o mladší. Z respondentů pouhých 17,5 % uvedlo, že jsou aktivními uživateli aplikace TikTok, což mi nepřijde nijak převratné, jelikož například Michl (2021) ve svém článku uvádí předpověď, ve které bude mít TikTok v roce 2022 již 1,5 miliardy aktivních uživatelů.

Sociální sítě, i díky jejich historii, například historie Facebooku, mají za úkol především spojovat lidi, dělat svět propojenější a otevřenější. Z tohoto pohledu je dle mého názoru dobře, že hlavní motivace většiny respondentů (57,5 %) k používání sociálních sítí je právě komunikace se svými blízkými. Z výzkumu na Rongo univerzitě také vyšlo, že všichni studenti mající sociální sítě skrze ně komunikují se svými blízkými. Lehce přes čtvrtinu (27,5 %) respondentů uvedlo, že jejich hlavní motivace je sledování jejich oblíbených účtů, stránek a skupin. Dle mého názoru, jsem velice rád, že sociální sítě existují a propojují řadu z nás. Lidi, kteří se díky různým životním situacím od sebe vzdálili mají díky sociálním sítím možnost udržovat pořád alespoň nějaký kontakt se svými blízkými.

Výzkumem bylo zjištěno, jaký vliv mají sociální sítě na volný čas respondentů. Šlo především o dvě části dotazníku, ze kterých byly vyvozeny výsledky. Prvně bylo zkoumáno, jak často mladiství při určitých aktivitách sledují sociální sítě. Jednalo se o následující aktivity: odpočinek, o přestávkách ve škole, během vyučování ve škole, během jízdy MHD, při samostudiu, během sportovní aktivity a během volnočasové aktivity, jakými mohou být například čtení knihy či sledování filmu. Rozhodně za zmínku stojí, že jakmile studenti provozují danou aktivitu, která je baví a dělají to z vlastní vůle (sportovní nebo volnočasová aktivita), pak je neschází tak často sledovat sociální sítě. Téměř polovinu, respektive 45 % respondentům, se málokdy stane, že by začali sledovat sociální sítě během volnočasových aktivit. U sportovních aktivit dokonce 57,5 % dotazovaných nikdy nezačne sledovat sociální sítě. Naopak u aktivit, které kolikrát nejsou tak atraktivní a zábavné pro respondenty míra sledovanosti sociálních sítí mírně stoupá. Například pokud se dotazovaní vyloženě nudí ve svém volném čase, pak 67,5 % z nich často sleduje sociální sítě. Při jízdě MHD 65 % respondentů občas sleduje sociální sítě. Ve škole o přestávkách 50 % dotazovaných tráví často čas na sociálních sítích. Naštěstí během vyučování toto číslo mírně klesá. Často se během vyučování na sociální sítě podívá 40 % z dotazovaných a 32,5 % občas. Obvyklým bojem studentů bývá zkoncentrovat se doma na učení a neztrácet pozornost konzumací obsahu sociálních sítí. Výzkum ukázal, že při samostudiu 45 % studentů často sleduje sociální sítě, následně 30 % občas. Našlo se však i 10 % studentů, kteří se na sociální sítě podívají pokaždé, jakmile se mají sami učit.

Z těchto výsledků je možné pozorovat, že jakmile dotyčný dělá aktivitu, která ho baví, nemá takové nutkání sáhnout po telefonu či jiném zařízení a sociální sítě na něj nemají takový vliv. V opačném případě však vliv sociálních sítí na respondenty stoupá. Následně se může stát, že dotyčného pozornost je narušena a vytrácí se míra produktivnosti například při samostudiu.

Za druhé jsem zkoumal míru toho, jak si uživatelé uvědomují míru používání sociálních sítí, a to prostřednictvím sledování rozdílu mezi odhadem stráveného času na sociálních sítích a skutečným časem dle měření v rámci aplikace či zařízení. Z výsledků je možné vidět, že u sociální sítě TikTok nedochází k žádné změně, studenti si jsou tak vědomi, kolik času na této sociální sítí tráví. Například u sociální sítě Facebook výsledky dopadly ještě nad očekávání. Mnozí z řad dotazovaných si mysleli, že na Facebooku tráví více času, než ve skutečnosti trávili. U Instagramu byly výsledky také vskutku zajímavé. Ačkoli mnoho z respondentů odhadovalo, že na Instagramu tráví více času, než ve skutečnosti, našlo se taky mezi nimi pár studentů, kteří se naskytli v přesně opačné situaci, a na Instagramu tráví více času, než si sami mysleli či odhadovali. Dokonce se našlo i 5 % dotazovaných kteří sledují Instagram v průměru 3-4 hodiny denně a také 2,5 % respondentů, kteří průměrnou denní dobu na Instagramu mají mezi 4-5 hodinami. Pravdou je, že čím více času dotyčný stráví sledováním sociálních sítí, tím více přichází o čas v reálném světě. Tento čas lze určitě využít efektivněji.

8 Závěr práce

Sociální sítě jsou v dnešní době již neoddelitelnou součástí každodenního života mladých lidí. Tato práce se zaměřuje především na tři sociální sítě a to Facebook, Instagram a TikTok. Proč právě tyto tři sociální sítě? Facebook je dlouhodobě největší sociální síť na světě následuje Instagram a TikTok je momentálně nejrychleji rostoucí sociální síť, která je populární hlavně u mladých lidí. Už i TokTok má přes jednu miliardu aktivních uživatelů.

V první části této bakalářské práce jsem se zabýval teoretickým vymezení důležitých pojmů a snažil se je popsat. První z pojmů byl volný čas. Cílem této části bylo objasnit a vysvětlit pojem volný čas a jeho funkce. Na něj navazoval pojem produktivita a kvalita života. Pak jsem začal vysvětlovat pojem sociální síť a podrobně rozebral vznik a vývoj daných třech sociálních sítí, na které je v této práci upřena hlavní pozornost. Jedná se o sociální sítě Facebook, Instagram a TikTok. Posledním bodem teoretické části bylo popsat výzkum, který byl proveden v Keni na Rongo univerzitě, která se zabývala totožným tématem, jako tato bakalářská práce.

V praktické části je prvně představeno dotazníkové šetření, které bylo použito na hledání odpovědí na výzkumné otázky. Samotný výzkum byl proveden pomocí kvantitativní metody sběru dat (jedná se o dotazníkové šetření) a výsledkem výzkumu byla snaha zjistit vliv sociálních sítí na využívání volného času u mladých lidí. Ze získaných dat byl vyvozen závěr, že sociální sítě určitě mají vliv na trávení volného času mladých lidí, avšak ne až v takovém rozměru, jaký jsem očekával. Bylo zjištěno, že mladí lidé ve věku 18–26 let tráví na sociálních sítích převážně méně času, než si sami mysleli, tedy až na výjimky. Také bylo zjištěno, že mladí lidé mají mnohem častější sklony sledovat sociální sítě při aktivitě, které pro ně není zajímavá nebo potřebují pouze vyplnit chvíli ve volném čase, kdy zrovna nemají co dělat a nudí se. Naopak, když přijde čas na sportovní vyžití, potřeba sledovat sociální sítě téměř opadá. Podobný výsledek byl u volnočasových aktivit, za které lze považovat například čtení knížky či sledování filmu apod.

Myslím si, že velice zajímavé by mohlo být porovnání trávení volného času na sociálních sítích v rámci různých věkových skupin. Věková skupina, která byla vybrána do tohoto výzkumu (věk 18-26 let) přeci jen stále zažila dobu, kdy online svět nebyl tak rozvinutý jako v dnešní době. Čili dokázal bych si představit porovnání věkových skupin dle dosaženého vzdělání.

Seznam použité literatury

1. BLINKA, Lukáš. *Online závislosti: jednání jako droga? : online hry, sex a sociální sítě : diagnostika závislosti na internetu : prevence a léčba*. Praha: Grada, 2015. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-5311-9.
2. BLYSTONE, Dan. *The Story of Instagram: The Rise of the #1 Photo-Sharing Application* [online]. 2022 [cit. 2022-04-05]. Dostupné z: <https://earthweb.com/instagram-stories-statistics/>
3. CUI, Dan a kol. *Leisure time and labor productivity: A new economic view rooted from sociological perspective* [online]. 2018 [cit. 2022-04-21]. Dostupné z: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/183126/1/1032556382.pdf>
4. Český statistický úřad (2020). *Internet používá přes 80% obyvatel Česka*. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/internet-pouziva-pres-80-obyvatel-ceska>
5. GREENFIELD, Rebecca. *How Instagram Beat Hipstamatic at Its Own Game* [online]. 2012 [cit. 2022-04-05]. Dostupné z: <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2012/10/how-instagram-beat-hipstamatic-its-own-game/322743/>
6. HÁJEK, Bedřich a kol. *Děti, vedoucí, volný čas*. Praha: Institut dětí a mládeže MŠMT, 2004. ISBN 80-86784-06-1.
7. HARTMANS, Avery. *The rise of Kevin Systrom, who founded Instagram 10 years ago and built it into one of the most popular apps in the world* [online]. 2020 [cit. 2022-04-05]. Dostupné z: <https://www.businessinsider.com/kevin-systrom-instagram-ceo-life-rise-2018-9>
8. HOUSER, Pavel. *Historie internetu v datech* [online]. 2017 [cit. 2022-04-21]. Dostupné z: <https://sciencemag.cz/historie-internetu-v-datech/>
9. KOHOUT, Roman. *Fenomén „sociální sítě“* [online]. 2019 [cit. 2022-04-21]. Dostupné z: <https://www.internetembezpecne.cz/fenomen-socialni-site/>
10. KOTTASOVA, Ivana. *Zuckerberg goes shopping: Facebook's top 10 purchases* [online]. CNN, 2014 [cit. 2022-04-05]. Dostupné z: <https://edition.cnn.com/2014/03/26/business/facebook-acquisitions/index.html>
11. KULHÁNKOVÁ, Hana a Jakub ČAMEK. *Fenomén facebook*. Kladno: BigOak, 2010. ISBN 978-80-904764-0-0.
12. LANCHESTER, John. *You Are the Product* [online]. 2017 [cit. 2022-04-17]. Dostupné z: <https://www.lrb.co.uk/the-paper/v39/n16/john-lanchester/you-are-the-product>
13. LUPAČ, Petr a kol. *Internet v České republice 2014* [online]. [cit. 2022-04-21]. Dostupné z: <https://www.worldinternetproject.com/api/file/filemanage/56/Reports/20171009/files/35d73bc04851eb77c3bf12d7d860ca16.pdf>
14. MACEK, Petr. *Adolescence*. Vyd. 2., upr. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-747-7.
15. Meta investor relations (2021). *Q4 2021 Earnings-Slides*. Dostupné z: https://s21.q4cdn.com/399680738/files/doc_financials/2021/q4/Q4-2021_Earnings-Presentation-Final.pdf

16. MICHL, Petr. *TikTok v roce 2022 překoná 1,5 miliardy uživatelů, odhaduje studie od AppAnnie* [online]. 2021 [cit. 2022-04-17]. Dostupné z: https://www.focus-age.cz/m-journal/aktuality/tiktok-v-roce-2022--prekona-1-5-miliardy-uzivatelu--odhaduje-studie-od-appannie__s288x16335.html
17. NYAMBUGA, Charles. The Influence of Social Media on Youth Leisure in Rongo University. *Journal of Mass Communication & Journalism* [online]. 2014, 04(09) [cit. 2022-04-11]. ISSN 21657912. Dostupné z: <https://www.hilarispublisher.com/open-access/the-influence-of-social-media-on-youth-leisure-in-rongo-university-2165-7912.1000223.pdf>
18. PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální síť*. Praha: Oeconomica, 2010. ISBN 978-80-245-1742-1.
19. PAYNE, Jan. *Kvalita života a zdraví*. V Praze: Triton, 2005. ISBN 80-7254-657-0.
20. Produktivita – význam slova. *Slovník cizích slov* [online]. 2022 [cit. 2022-04-03]. Dostupné z: <http://www.slovník-cizich-slov.net/produktivita/>
21. SUBRAHMANYAM, K., ŠMAHEL, D., *Digital youth: The role of media in development*. New York: Springer, 2011
22. ŠEVČÍKOVÁ, Anna. *Děti a dospívající online: vybraná rizika používání internetu*. Praha: Grada, 2014. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-5010-1.
23. TAHAL, Radek. *Marketingový výzkum: postupy, metody, trendy*. Praha: Grada Publishing, 2017. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0206-8.
24. TANGEN, Stefan. *Understanding the concept of productivity* [online]. Stockholm, Sweden, 2002 [cit. 2022-04-03].
25. TAULLI, Tom. *TikTok: Why The Enormous Success?* [online]. 2020 [cit. 2022-04-05]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/tomtaulli/2020/01/31/tiktok-why-the-enormous-success/?sh=32d4b7a365d1v>
26. TIDY, Joe a Sophia SMITH GALER. *TikTok: The story of a social media giant* [online]. 2020 [cit. 2022-04-05]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/technology-53640724>
27. VAĐUROVÁ, Helena a Pavel MÜHLPACHR. *Kvalita života: teoretická a metodologická východiska*. Brno: Masarykova univerzita, 2005. ISBN 80-210-3754-7.
28. VÁŽANSKÝ, Mojmír. *Základy pedagogiky volného času*. 2. vyd. Brno: Print-Typia, 2001. ISBN 80-86384-00-4.
29. WISE, Jason. *How Many People Use Instagram Stories?* [online]. 2022 [cit. 2022-04-05]. Dostupné z: <https://earthweb.com/instagram-stories-statistics/>

Seznam grafů

<i>Graf 20: Jaké je Vaše pohlaví?</i>	<i>23</i>
<i>Graf 21: Kolik máte odhadem průměrně volného času denně?</i>	<i>24</i>
<i>Graf 22: Kolik byste odhadli, že trávíte času na sociálních sítích denně?</i>	<i>25</i>
<i>Graf 23: Jaké sociální sítě využíváte?</i>	<i>26</i>
<i>Graf 24: Přes které zařízení nejčastěji používáte sociální sítě?</i>	<i>27</i>
<i>Graf 25: Kolik si myslíte, že trávíte průměrně hodin denně na Facebooku?</i>	<i>28</i>
<i>Graf 26: Kolik si myslíte, že trávíte průměrně hodin denně na Instagramu?</i>	<i>28</i>
<i>Graf 27: Kolik si myslíte, že trávíte průměrně hodin denně na TikToku?</i>	<i>29</i>
<i>Graf 28: Co je Vaší hlavní motivací k používání sociálních sítí?</i>	<i>30</i>
<i>Graf 29: Pokud máte volnou chvíli a nudíte se, sledujete sociální sítě?</i>	<i>31</i>
<i>Graf 30: Jak často se Vám stává, že při jízdě MHD sledujete sociální sítě?.....</i>	<i>31</i>
<i>Graf 31: Jak často se Vám stává, že ve škole o přestávce sledujete sociální sítě?</i>	<i>32</i>
<i>Graf 32: Jak často se Vám stává, že ve škole během vyučování sledujete sociální sítě?</i>	<i>33</i>
<i>Graf 33: Jak často se Vám stává, že během samostudia sledujete sociální sítě?</i>	<i>33</i>
<i>Graf 34: Jak často se Vám stává, že během sportovní aktivity sledujete sociální sítě?</i>	<i>34</i>
<i>Graf 35: Jak často se Vám stává, že během jiných volnočasových aktivit sledujete sociální sítě?</i>	<i>35</i>
<i>Graf 36: Pokud má Vaše zařízení možnost zjistit dobu strávenou průměrně na sociálních sítích, kolik dle této informace přibližně trávíte denně času na Facebooku?.....</i>	<i>36</i>
<i>Graf 37: Pokud má Vaše zařízení možnost zjistit dobu strávenou průměrně na sociálních sítích, kolik dle této informace přibližně trávíte denně času na Instagramu?</i>	<i>37</i>
<i>Graf 389: Pokud má Vaše zařízení možnost zjistit dobu strávenou průměrně na sociálních sítích, kolik dle této informace přibližně trávíte denně času na TikToku?</i>	<i>37</i>

