

Univerzita Karlova

Filozofická fakulta

Katedra sociologie

Diplomová práce

Bc. Radka Hanzlová

Self-tracking a běhání: sociologická analýza

Self-tracking and running: a sociological analysis

Praha 2018

Vedoucí práce: PhDr. Dino Numerato, Ph.D.

Poděkování:

Na tomto místě bych ráda poděkovala především vedoucímu této práce, PhDr. Dinu Numeratovi, Ph.D., za jeho cenné rady, které mi v průběhu psaní poskytoval prostřednictvím osobních konzultací a rovněž za trpělivost, se kterou odpovídal na mé velmi časté otázky. Dále bych chtěla poděkovat Mgr. Zuzaně Podané, Ph.D., a PhDr. Danielu Čermákovi, Ph.D., kteří se mnou ochotně konzultovali analytické postupy a dávali zpětnou vazbou k dílčím výsledkům analýzy. V neposlední řadě bych chtěla poděkovat všem běžcům – respondentům, kteří dotazník vyplnili, protože bez jejich aktivní účasti by tato práce nevznikla. Úplně na závěr děkuji své rodině a příteli za jejich velkou trpělivost, laskavou pomoc a podporu.

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracovala samostatně a výhradně s použitím citovaných pramenů, literatury a dalších odborných zdrojů a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze, dne 15. května 2018

.....

Radka Hanzlová

Abstrakt:

Práce se soustředí na téma self-tracking, tedy sledování a zaznamenávání dat o sobě samém s využitím digitálních technologií, a to se zaměřením na běžce v ČR. Hlavním cílem práce je prostřednictvím detailní sociologické analýzy popsat českou běžeckou komunitu, a především odpovědět na otázku: *Proč běžci praktikují self-tracking a jaký z toho mají užitek?* Teoretická část se nejdříve věnuje tématu self-tracking, poté teorii užití a uspokojení a teorii online komunit. Analytická část je věnována popisu, analýze a interpretaci výsledků vlastního dotazníkového šetření, kterého se zúčastnilo celkem 844 běžců, z nichž 754 praktikuje self-tracking. V rámci výzkumu bylo stanoveno několik hypotéz týkajících se sociodemografické struktury, běžeckých charakteristik, motivace, uspokojení, bezpečnosti. Prostřednictvím explorační faktorové analýzy bylo identifikováno 5 motivů (sebekontrola, orientace na výsledek, sebezlepšování, zvyklost, sociální interakce), které vedou běžce k používání sebemonitorovacích zařízení, přičemž motivy se liší dle pohlaví a běžeckých charakteristik (zkušenost s během, úroveň běžce, frekvence běhání, trenér), jež se zároveň ukazují jako hlavní ovlivňující faktory pro self-tracking obecně. Se self-trackingem úzce souvisí sdílení výsledků v online běžeckých skupinách; v těchto skupinách lze identifikovat různé typy členů dle aktivity (převažují pasivní členové, jimiž jsou častěji ženy) a důvodů ke členství (sociální interakce, osobní rozvoj). V závěru práce představuje typologii běžců z pohledu běžeckých a sociodemografických charakteristik. Práce nabízí první výzkum tématu v ČR a přináší unikátní informace o české běžecké komunitě, které mohou sloužit jako podnět k dalším výzkumům v této doposud neprozkoumané oblasti.

Klíčová slova:

self-tracking, sebemonitorování, analýza dat, teorie užití a uspokojení, online komunity, sdílení dat, běžecké aplikace, sebemonitorovací zařízení, wearables, sociodemografické a běžecké charakteristiky, faktorová analýza, shluková analýza

Abstract:

This thesis focuses on self-tracking, which mean monitoring and recording information about oneself using digital technologies and its use by runners in the Czech Republic. The main aim of this thesis is to describe the Czech running community through a detailed sociological analysis, and to answer a question: *Why runners use self-tracking and how they benefit from it?* The theoretical part firstly deals with the topic of self-tracking itself, then examines the uses and gratifications theory and the theory of online communities. The analytical part is devoted to description, analysis and interpretation of the results of the author's own survey, in which 844 runners of whom 754 practice self-tracking participated. Several hypotheses concerning sociodemographic structure, running characteristics, motivation, gratifications and safety were formulated. Five key motives (self-control, orientation to result, self-improvement, habit and social interaction) that lead runners to use self-tracking devices were identified through exploratory factor analysis. The motives vary based on gender and running characteristics (experience with running, runner's level, frequency of running, trainer) that also represent the main influencing factor for self-tracking in general. Self-tracking is closely related to sharing of the results in online running communities and groups. In these groups, it is possible to identify different types of members according to their activity (predominantly passive members, which are more often women) and reason for membership (social interaction, personal development). Finally, the thesis presents the typology of runners in terms of running and sociodemographic characteristics. This thesis offers the first research of this topic in the Czech Republic and provides unique data about the Czech running community, which stimulate further research in this previously unexplored area.

Key words:

self-tracking, data analysis, uses and gratifications theory, online community, data sharing, running applications, self-tracking devices, wearables, sociodemographic and running characteristics, factor analysis, cluster analysis

Obsah

1. Úvod.....	8
2. Základní vymezení problematiky a definování souvisejících pojmů.....	11
3. Self-tracking jako fenomén dnešní doby.....	13
3.1 Historie self-trackingu.....	13
3.2 Metody, způsoby a zařízení používané k self-trackingu.....	14
3.3 Režimy self-trackingu podle Deborah Lupton.....	16
3.3.1 Soukromý režim („private self-tracking“)......	16
3.3.2 Podněcující režim („pushed self-tracking“).....	16
3.3.3 Komunitní režim („communal self-tracking“).....	17
3.3.4 Vynucený režim („imposed self-tracking“).....	17
3.3.5 Využívaný režim („exploited self-tracking“)......	18
3.4 Typologie self-trackerů podle motivace od Morgan Suel.....	18
3.4.1 Nadšení self-trackeri.....	18
3.4.2 Self-trackeri ze zdravotních důvodů.....	19
3.4.3 Self-trackeri s cílem sebezdokonalení se.....	19
3.4.4 Self-trackeri kvůli motivaci.....	19
3.4.5 Self-trackeri ze zvědavosti.....	19
3.5 Bezpečnost a rizika self-trackingu.....	20
4. Aplikace teorie užití a uspokojení.....	21
4.1 Historie teorie užití a uspokojení.....	21
4.2 Teorie užití a uspokojení v 21. století.....	23
4.3 Způsoby měření uspokojení.....	26
5. Self-tracking a běhání.....	28
5.1 Self-tracking jako sociální aktivita.....	28
5.2 Běžecká online komunita.....	29
5.3 Klasifikace členů online běžeckých skupin.....	30
6. Teorie užití a uspokojení a členství v běžeckých online skupinách.....	32
7. Teoretické shrnutí.....	33
8. Cíl výzkumu.....	34
8.1. Výzkumné otázky a hypotézy.....	35
9. Metoda.....	39
9.1 Sběr dat.....	39
9.2 Techniky zpracování dat.....	41
10. Analýza dat.....	42
10.1 Základní sociodemografické charakteristiky výzkumného vzorku.....	42
10.2 Základní popis výzkumného vzorku z hlediska běžeckých charakteristik.....	43

10.2.1 Úroveň běhání	44
10.2.2 Zkušenost s během, frekvence běhání, počet naběhaných kilometrů.....	44
10.2.3 Způsob běhání a trénování	45
10.2.4 Self-tracking mezi běžci.....	46
10.3 Analýza hlavních zjištění	51
10.3.1 Základní testování souvislostí a modelu	51
10.3.2 Porovnání sebemonitorujících a nesebemonitorujících se běžců	54
10.3.3 Detailní analýza nesebemonitorujících se běžců.....	56
10.3.4 Důvody k sebemonitorování	56
10.3.5 Motivy k self-trackingu.....	59
10.3.6 Uspokojení ze sebemonitorování	65
10.3.7 Evidence tréninku, analýza a vyhodnocení výsledků self-trackingu	67
10.3.8 Sdílení výsledků v online běžeckých skupinách	69
10.3.9 Bezpečnost self-trackingu	77
10.3.10 Typologie běžců	78
11. Vyhodnocení hypotéz	82
12. Diskuze a reflexe výsledků	84
13. Závěr	87
Seznam tabulek	90
Seznam grafů.....	90
Seznam použitých zdrojů	91
Příloha A – Detailní sociodemografické charakteristiky výzkumného vzorku.....	96
Příloha B – Detailní běžecké charakteristiky výzkumného vzorku	98
Příloha C – Seznam všech uvedených běžeckých skupin	101
Příloha D – Výstupy dvoukrokové shlukové analýzy	103
Příloha E – Dotazník	105

1. Úvod

Self-tracking, jinými slovy sledování a zaznamenávání dat o sobě samém (Lupton, 2016), je aktivita, jejíž popularita roste a pro řadu lidí již představuje nedílnou součást každodenního života¹. Popularita a rozvoj self-trackingu souvisí především s vývojem a dostupností moderních technologií. Významnou roli v rozvoji self-trackingu hraje rovněž otázka lidského zdraví, o které je třeba se důkladně starat, pravidelně chodit na kontroly, sledovat různé varovné signály, které nám tělo vysílá. Právě k tomuto účelu byla vyvinuta sebemonitorovací zařízení, prostřednictvím kterých můžeme sledovat údaje o vlastním těle, např. tep, teplotu, počet kroků, spálené kalorie.

Sebemonitorovací zařízení se nevyužívají pouze pro sledování zdravotního stavu a obecně denního režimu (denní aktivita, počet kroků, kvalita spánku, energetický příjem a výdej), ale také pro mapování pracovního výkonu a jeho efektivitu, počasí, sociální interakce nebo emočních stavů. Nejčastěji se se sebemonitorováním setkáme v oblasti lidského zdraví, se kterým úzce souvisí i oblast sportu, kterou se budu zabývat v této práci. Konkrétně se budu věnovat běhání, které, podobně jako self-tracking, představuje fenomén dnešní doby, jemuž se věnuje stále více příznivců, což dokládá např. každoročně rostoucí počet běžeckých závodů² a na nich startujících běžců³.

Sebemonitorování je primární záležitostí jedinců, nicméně v obecné rovině ovlivňuje nejen samotné uživatele, ale i společnost obecně, protože se dotýká různých oblastí (zdraví, bezpečnost, marketing, politika) a jedná se tak i o sociální praktiku. Běžci také mají možnost prostřednictvím speciálních platforem a aplikací si své výsledky nahrát, uložit a sdílet s ostatními běžci. Nejen na těchto platformách, ale i na sociálních sítích⁴ vznikají různé skupiny, ve kterých self-

¹ Počet prodaných sebemonitorovacích zařízení neustále roste a v případě „wearables“ se v současnosti jedná o nejvíce prodávaný artikl na trhu. Zdroj:

<https://www.wearable.com/wearable-tech/wearable-tech-sales-explored-7456>,
<https://www.statista.com/statistics/437871/wearables-worldwide-shipments/>.

² Zdroj: <https://ego.ihned.cz/c1-65826020-rekreacni-bezci-chteji-cim-dal-vic-zavodu-presouvaji-se-nbsp-do-prirody-a-objevuji-triatlony>.

³ Typickým příkladem jsou běžecké závody Runczech, jejichž kapacita bývá naplněna několik měsíců před startem závodu. Zdroj: <https://www.behej.com/clanek/12529-prazsky-pulmaraton-jiz-jen-pres-nadace-maraton-rovnez-temer-vyprodan>.

⁴ Pojem sociální síť je v této práci používán především z technologického hlediska, jako označení pro internetové platformy, které uživatelům umožňují tvořit a sdílet s ostatními vlastní obsah, komunikovat, sdružovat se a vzájemně bavit. Mezi nejznámější sociální sítě patří Facebook, Twitter, Instagram nebo LinkedIn.

trackeři mezi sebou vzájemně komunikují, sdílejí své zkušenosti a touto sociální interakcí společně vytváří velkou běžeckou komunitu. Na self-tracking proto nemůžeme pohlížet pouze jako na samostatnou aktivitu, ale je nutné o ní uvažovat v širších sociálních, kulturních a politických souvislostech. S aktivitami na sociálních sítích a obecně s přenosem dat se pojí i otázka bezpečnosti a úniku osobních informací, o které se nicméně příliš nediskutuje.

S rostoucím zájmem lidí o běhání souvisí i skutečnost, že běžci představují specifickou cílovou skupinu, pro které vývojáři produkují nové technologie a zařízení přímo na míru. Právě tato nová sebemonitorovací zařízení, jinými slovy „wearables“ (např. hodinky, náramky, čipy), můžeme zařadit pod nová média, mezi která dále patří zařízení jako smartphone či roboti, kanály (Internet), cesty k těmto kanálům (sociální sítě) a různé mobilní aplikace. Ve své práci proto budu aplikovat teorii užítí a uspokojení⁵ a budu analyzovat, co vede běžce k používání těchto zařízení, co jim jejich používání přináší a částečně i jak se skrze používání technologií proměňuje jejich vztah k tělu a zdraví⁶.

Ačkoliv představuje self-tracking v dnešní době velmi aktuální a diskutované téma a v zahraniční literatuře najdeme řadu teoretických knih, studií či článků (např. Btihaj, 2018; Lupton 2014a, 2014b, 2015, 2016a; 2016b, 2017; Neff & Nafus, 2016), tak z empirického hlediska studie a data sice existují, ale není jich dostatek a mají svá určitá omezení a limity: vznikají především v anglosaském světě, týkají se pouze konkrétních oblastí nebo zařízení používaných k self-trackingu, využívají jen určité metody. V posledních letech počet empirických studií přibývá a primárně v zahraničí se výzkum v oblasti self-trackingu rozšiřuje, nicméně v ČR stále není toto téma vyjma několika studentských závěrečných prací dostatečně prozkoumáno⁷. Danou mezeru v empirickém výzkumu napomůže překlenout i tato diplomová práce, která je založena na kvantitativním dotazníkovém šetření českých běžců a poskytne tak data unikátní pro ČR.

⁵ Anglicky Uses & gratifications theory.

⁶ Spojení self-trackingu a běhání jsem zvolila i proto, že sama jsem aktivní běžec a uživatel sebemonitorovacího zařízení - sporttesteru, čímž mám mnoho zkušeností, které jsem využila nejen při konstrukci dotazníku, ale obecně je to důležitý předpoklad pro porozumění problému a interpretaci výsledků.

⁷ V ČR se tématem self-trackingu v současnosti více zabývá Soňa Příbořská, která na toto téma také psala svoji bakalářskou i diplomovou práci.

Hlavním cílem práce bude detailní sociologická analýza a popis self-trackingu v běžecké komunitě České republiky. Budu hledat nejen odpověď na otázku, kdo je samotný self-tracker běžec, ale hlavně, co, jak a proč sleduje a co mu to přináší. Se self-trackingem se pojí i sdílení výsledků v online skupinách na sociálních sítích, přičemž budu identifikovat typy členů a jejich motivy k této činnosti. Hlavním výstupem práce bude identifikace motivů běžců k self-trackingu, jež spolu s dalšími sociodemografickými a běžeckými charakteristikami budou vstupovat do shlukové analýzy, jejímž cílem bude vytvoření typologie běžců.

V teoretické části práce nejdříve stručně vymezím téma práce a definuji základní pojmy, které budu dále v práci používat. Následovat bude obecná část věnovaná samotnému self-trackingu, jeho popisu, historii, způsobům užívání, používaným zařízením, bezpečnosti a na závěr se zaměřím detailněji na běhání. Poté přistoupím k teoretickému ukotvení práce – věnovat se budu aplikované teorii užití a uspokojení a poté se zaměřím na online komunity, konkrétně na sdílení výsledků na sociálních sítích a na členství běžců v různých skupinách a na závěr celé práce provedu teoretické shrnutí.

Analytická část bude věnována popisu provedeného vlastního empirického šetření a interpretaci jeho výsledků. V rámci výzkumu jsem zjišťovala informace o běžcích jako osobnostech využívajících sebemonitorovací zařízení (jejich sociodemografické charakteristiky), dále obecné otázky vztahující se k běhání (běžecké charakteristiky). Největší část se pak týkala motivací k (ne)používání těchto zařízení a jejich uspokojení, a také sdílení výsledků v online běžeckých skupinách na sociálních sítích. Závěr byl věnován otázkám týkajících se bezpečnosti a ochrany osobních údajů. Pro analýzu výsledků jsem využila základní i pokročilejší statistické operace v programu IBM SPSS Statistics 22 a Microsoft Excel.

2. Základní vymezení problematiky a definování souvisejících pojmů

Problematika self-trackingu není v českém prostředí rozpracována, proto se v této oblasti setkáme v naprosté většině s anglickými výrazy, jejichž doslovný překlad se příliš často nevyužívá.

Ústředním pojmem této práce je **self-tracking**, který lze doslovně přeložit jako „sledování sebe sama“ a pro který v odborné literatuře neexistuje jednoznačná a ustálená definice. Obecně se jedná o cílený sběr informací a dat o sobě samém, které ovlivňují každodenní život jedince a jehož cílem je na základě takto sebraných informací a dat optimalizovat vlastní život k lepšímu. Ve své práci budu vycházet z konkrétnější definice od Deborah Lupton (2016a), která self-tracking definuje jako účelné a dobrovolné⁸ sbírání dat o sobě samém, kdy následnou reflexí těchto dat mohou jedinci změnit svůj život k lepšímu. V rámci práce budu pro tento pojem využívat i českého výrazu sebemonitorování, který se v literatuře objevuje a jenž jsem rovněž použila v rámci svého výzkumu.

V souvislosti s tématem sebemonitorování se můžeme setkat i s dalšími výrazy, které jsou si velmi blízké a mnohdy se s pojmem self-tracking, více či méně adekvátně, zaměňují⁹. Jedním takovým, a pravděpodobně i nejnámějším, je pojem **Quantified self**, jež označuje stejnojmenné hnutí založené v roce 2007 editory magazínu Wired – Gary Wolfem a Kevinem Kellym a jehož moto zní: „*sebepoznání skrz čísla*“¹⁰. Výraznější popularitu získal pojem po roce 2010, kdy jeden ze zakladatelů, Gary Wolf, představil pojem a hnutí ve svém příspěvku na konferenci TED¹¹ a také na toto téma vydal článek v *The New York Times* (Lupton, 2016a, s. 12-14). Cílem zakladatelů bylo sdružit lidi se stejným zájmem prostřednictvím pořádání různých společných setkání a meetingů, kde by vzájemně mohli sdílet své zkušenosti se sebemonitorováním a navázat nové kontakty. Pro tento důvod založili oficiální webové stránky¹², na kterých můžeme najít seznam více než 500 nástrojů a aplikací určených k sebemonitorování rozdělených do tematických kategorií, dále různé články, videa, diskuzní fóra,

⁸ Self-tracking nemusí být vždy dobrovolný, viz kapitola 3.3 Režimy self-trackingu podle Deborah Lupton.

⁹ Zaměňování pojmů není adekvátní a správné, protože pojem self-tracking představuje nadřazený pojem stojící nad ostatními používanými pojmy (quantified self, life-logging, personal analytics, personal informatics).

¹⁰ Anglicky „self-knowledge through numbers“.

¹¹ Odkaz na příspěvek: https://www.ted.com/talks/gary_wolf_the_quantified_self

¹² www.quantifiedself.com

kalendář plánovaných akcí a v neposlední řadě také odkazy na jednotlivé komunity pořádající setkání v různých městech světa¹³.

Nejvíce zavedeným termínem, který se objevil již v 70. letech v souvislosti s rozvojem osobních počítačů, počítačového inženýrství a experimenty s technologiemi, je **life-logging**. Pojem odkazuje na specifický způsob používání přenosných zařízení, např. kamer či čipů, pomocí kterých se automaticky sbírají osobní informace po určitou, různě dlouhou dobu. Jelikož jsou sbírané informace automaticky uchovávány, life-logging neslouží pouze jako prostředek k optimalizaci současného života, ale zároveň funguje jako jakási paměť, zásobárna informací o určitém jedinci pro další generace. Za průkopníka tohoto pojmu můžeme označit Gordona Bella, který získal proslulost svým projektem MyLifeBits (Lupton, 2016a, s. 9-12).

V akademické literatuře, především v oblasti přenosu technologií, se můžeme setkat s termíny **personal informatics** či **personal analytics**, jež označují systémy či aplikace, které se pro sebemonitorování využívají a popisují, jak tyto technologie fungují (Lupton, 2016a, s. 3).

¹³ V roce 2016 byla komunita Quantified self založena i v Praze, v současnosti čítá 176 členů a organizovala již sedm setkání. Odkaz na webové stránky: <https://www.meetup.com/quantified-self-prague> (QS, online, 09-05-2018).

3. Self-tracking jako fenomén dnešní doby

V předcházející kapitole jsem se věnovala vymezení tématu práce a jemu souvisejícím pojmům a v této kapitole se již budu věnovat hlavnímu pojmu, self-trackingu. Nejprve v krátkosti popíšu jeho historický vývoj, dále představím způsoby, metody a zařízení, které se pro sebemonitorování používají, poté přistoupím k vymezení různých režimů či typů self-trackingu od dvou autorek a v neposlední řadě také zmíním otázku bezpečnosti.

3.1 Historie self-trackingu

Sebemonitorování má dlouhou historii, jelikož za jeho prvopočátky lze považovat jakoukoliv lidskou činnost, prostřednictvím které lidé nějakým způsobem zaznamenávali to, jak žijí, co dělají, co se děje kolem nich. Mezi takové artefakty se řadí různá grafická a umělecká vyobrazení, mluvené, kreslené či psané záznamy jako např. deníky, příběhy nebo povídky. Postupem času s rozvojem společnosti, rostoucí vzdělaností lidí, a především s vývojem a dostupností nových technologií začaly vznikat sofistikovanější metody a způsoby umožňující lidem sledovat a zaznamenávat informace nejen o běžných denních činnostech, ale také o vlastní osobě. V souvislosti s tímto pokrokem se posunul i původní význam a účel sebemonitorování, který se zakládal na dobrovolnosti a osobním užítku.

Jedinci dnes mohou ze své vlastní iniciativy sledovat velké množství informací o sobě samém, o svém výkonu, svých vztazích, svém okolí a mít z toho vlastní užitek, nicméně v dnešní době jsou zároveň nedobrovolně, skrytě sledováni téměř na každém kroku a ani o tom většinou nevědí. Příkladem „velkého bratra“ mohou být kamery v obchodních centrech, zastávkách hromadné dopravy nebo stačí, že má člověk na svém mobilním telefonu zapnutý GPS signál, který zaznamenává trasu telefonu a tím i trasu, kudy člověk cestoval, čehož pak mohou využít či zneužít různí aktéři. Nemůžeme tak již říci, že stále platí původní myšlenka self-trackingu, tedy „sběr dat o sobě a pro sebe“, kterou bychom spíše mohli přetransformovat na „sběr dat o sobě pro ne sebe“.

Postupem času se ze sebemonitorování, ať už v jeho otevřené či skryté formě, stal celospolečenský fenomén a dá se předpokládat, že díky své využitelnosti a přínosnosti nejen pro samotné jedince, ale i pro mnoho dalších

aktérů a společenských oblastí, jeho význam bude do budoucna stále růst (Lupton, 2016b, s. 101-104).

3.2 Metody, způsoby a zařízení používané k self-trackingu

V dnešní době můžeme vybírat z mnoha různých typů zařízení či aplikací, které lze k self-trackingu využít. Mezi sebemonitorovací zařízení patří chytré telefony (smartphones), tablety, měřiče tlaku, a především pak drobné senzory či zařízení, jež mají lidé umístěné přímo na těle a prostřednictvím kterých se přenáší signál, ze kterého se získávají data, jež jsou následně uložena do paměti zařízení a která je možné poté „vyvolat“. Souhrnně se tato zařízení označují anglickým pojmem „wearables“, jehož český překlad „nositelná elektronika“ se užívá velmi zřídka. Konkrétně mezi ně patří chytré hodinky a náramky, sporttestery, čipy, klipy na textil a mnoho dalších (Pfeiffer et al., 2016, s. 2). V případě „wearables“ jde zároveň i o nejrychleji se prodávající artikl na trhu (Van Boom, 2018). Další, neméně významný způsob, jak můžeme praktikovat self-tracking, je prostřednictvím využívání mobilních aplikací, které si lidé mohou jednoduše a většinou i zdarma stáhnout do svého mobilního telefonu a ihned je začít používat. Vybraný typ zařízení či aplikace určuje, co (zda jednu či více činností/údajů) a jak dlouho (24hodin denně nebo jenom po určitou dobu měření aktivity) může člověk sledovat. Sledovat a zaznamenávat lze velkou škálu údajů, činností a aktivit z různých oblastí lidského života, které je možné tematicky rozdělit do několika oblastí (viz tabulka 1).

Spotřeba - Kalorie/jídlo - Alkohol - Nikotin - Kofein - Voda - Drogy/léky	Tělesné funkce - Tělesné PH - Menstruace/plodnost - Těhotenství - Stolice/obsah střev	Fyzické aktivity - Sport - Spánek - Cestování - Sexuální aktivita - Čištění zubů	Prostor - Poloha - Nadm. výška - Čas - Co lze vidět
Lékařské symptomy - Bolest - Migréna - Astma - Alergie	Fyziologické statistiky - Tepová frekvence - Krevní cukr/glukóza - Teplota - Krevní tlak - Váha - Dýchání	Duševní zdraví - Nálada - Hladina stresu - Bdělost	

Tabulka 1: Příklady typů informací, které se mohou sledovat

Zdroj: Ballano Barcena, M., Wueest, C., & Lau, H. (2014). Symantec: Security Response: How safe is your quantified self? pp. 6. Přeloženo.

Nejčastěji se sebemonitorování užívá v oblasti **lidského zdraví**, což lze doložit největším množstvím provedených výzkumů a studií. Lidé nejenže mohou sledovat základní údaje o svém těle – srdeční tep, tlak, spálené kalorie, ale matky také mohou monitorovat vývoj svého plodu, lidé nemocní cukrovkou kontrolovat a sledovat, jak se jim mění hladina inzulínu v krvi a identifikovat tak faktory, které mohou případné výkyvy způsobovat a reagovat na ně. Zároveň sebemonitorování v této oblasti představuje způsob, jak spolu mohou komunikovat lékař a pacient, jinými slovy lékař získává informace o pacientovi, aniž by s ním musel přijít do osobního kontaktu. Zařízení lze dále využívat i pro sledování stavu závislosti, nálady či emocí.

Druhou největší oblast představuje oblast **sportu a fitness**, která do značné míry souvisí i s otázkou lidského zdraví, a proto se mnohdy můžeme setkat se spojením těchto kategorií do jedné. Ve sportu se nejčastěji sebemonitorování využívá pro sledování vytrvalostních fyzických aktivit (běh, plavání, cyklistika, bruslení), pro které jsou vyvinuté speciální nástroje, např. sporttestery. Ve fitness pak uživatelé používají hlavně chytré náramky¹⁴ či hodinky, které představují významný trend posledních let. Jedinci je nosí na sobě po celý den a mohou tak mít neustálý přehled o své osobě, resp. o své váze, tepu, fyzické aktivitě, spálených kaloriích, počtu ujitých kroků či vystoupaných patrech, kvalitě spánku a mnoho dalším.

Poslední významnou oblastí používání self-trackingu je **pracovní prostředí**, protože právě zde sebemonitorování nemusí signalizovat dobrovolnou aktivitu. Zaměstnavatelé na základě výsledků sebemonitorování svých zaměstnanců mohou sledovat a vyhodnotit jejich pracovní výkon a na základě toho jim nastavit režim tak, aby byl co nejefektivnější a zároveň nejméně ztrátový. Mnohdy také zaměstnavatelé motivují své pracovníky k sebemonitorování různými benefity, jako příspěvek na zdravotní pojištění či příspěvky na sportovní aktivity, protože pokud budou jejich zaměstnanci v dobrém zdravotním stavu, je to pro ně pozitivní investice do budoucna (Lupton, 2016a, s. 16-30).

¹⁴ V angličtině se pro ně používá pojem activity tracker nebo fitness tracker.

3.3 Režimy self-trackingu podle Deborah Lupton

Jak jsem zmínila výše, self-tracking v současnosti nemusí představovat aktivitu, kterou jedinci dělají dobrovolně, ze své vlastní vůle a s plným vědomím, jak tomu bylo dříve, ale self-tracking může rovněž představovat nástroj kontroly, nátlaku či manipulace někoho nad někým. Na základě toho socioložka Deborah Lupton definovala 5 různých režimů self-trackingu – *soukromý, podněcující, komunitní, vynucený a vykořisťující* – které dále blíže představím (Lupton, 2014a, s. 2-5).

3.3.1 Soukromý režim („private self-tracking“)

Soukromý režim představuje nejčastější způsob self-trackingu. Je založen na základních idejích self-trackingu – dobrovolnosti a vlastní užitečnosti a prospěšnosti. Při tomto režimu vychází motivace k používání sebemonitorovacích zařízení z vlastního rozhodnutí jedince a je ryze dobrovolná. Hlavním cílem jedinců je na základě zjištěných výsledků a jejich následné analýzy dosáhnout lepšího a kvalitnějšího života. Výsledný zisk ze sebemonitorování je tak ziskem pouze pro uživatele samotné, nikoliv pro další osoby. Pouze pokud jedinec ze své vlastní iniciativy sdílí své výsledky, mohou z nich mít prospěch i ostatní. Pro neustálou potřebu sdílení a sebe prezentace ostatním se v médiích často užívá pojmů jako narcismus či sebeexperimentování (Lupton, 2014a, s. 5-7). Extrémním případem soukromého režimu jsou tzv. datasexuálové¹⁵, jinými slovy jedinci, kteří používají sebemonitorovací zařízení nepřetržitě a po dlouhou dobu sledují, zaznamenávají a vyhodnocují každý detail svého života – od délky spánku, přes přijaté kalorie, efektivitu pracovního výkonu, útratu peněz až spotřebu elektřiny (Radio Wave, 2017).

3.3.2 Podněcující režim („pushed self-tracking“)

Hlavním odlišujícím znakem od soukromého režimu self-trackingu je původ motivace k sebemonitorování, která v tomto případě nevychází přímo z vlastní iniciativy jedince, nýbrž od třetí strany – od jiného aktéra, kterým může být určitá osoba, agentura či společnost. Co se týká aspektu dobrovolnosti, může se jednat jak o dobrovolné, tak i nedobrovolné používání. S tímto typem se setkáme především v oblasti zdravotní péče, kdy pacientům např. s cukrovkou či vysokým

¹⁵ Jedná se o poměrně nový termín, který není úplně odborný, a proto se využívá především v novinových článkách a nikoliv v odborné literatuře.

krevním tlakem lékaři doporučí nebo v ojedinělých případech i nařídí prostřednictvím sebemonitorovacích zařízení kontrolovat svůj zdravotní stav. V tomto režimu self-tracking využívají velmi často i zaměstnavatelé, kteří svým zaměstnancům za sebesledování a evidovanou kontrolu svého zdraví nabízí určité výhody, např. příplatky na zdravotní pojištění, a tím je motivují (Lupton, 2014a, s. 7-8).

3.3.3 Komunitní režim („communal self-tracking“)

Sebemonitorování představuje individuální činnost, neboť se vždy vztahuje ke konkrétnímu jedinci. Pokud se však na self-tracking podíváme z globálního hlediska, dohromady vytváří jednotliví self-trackeři velkou skupinu, jinými slovy určitou komunitu, ve které je členství podmíněno pouze sebeidentifikací vlastních členů. Z tohoto úhlu pohledu self-tracking odkazuje na sociální praxi, která poukazuje na určité sociální a společenské potřeby jedince. Členové komunity využívají zejména sociální sítě, prostřednictvím kterých spolu vzájemně komunikují, sdílejí a porovnávají své výsledky, diskutují nad nimi, poskytují si navzájem rady, učí se. Komunikace může probíhat i osobně v rámci různých setkání a meetingů, které ve velkých městech po celém světě organizuje hnutí Quantified self. Ačkoliv diskuze a setkání jsou kolektivní záležitosti, jejich primárním cílem zůstává individuální zisk a prospěch pro konkrétního aktéra (Lupton, 2014a, s. 8-9).

3.3.4 Vynucený režim („imposed self-tracking“)

Hlavním znakem vynuceného režimu self-trackingu je skutečnost, že její jedinec nevykonává dobrovolně za účelem vlastního užitku, nicméně je k tomu určitými okolnostmi přinucen a profit z výsledků připadá někomu jinému. Jako příklad lze uvést nařízení zaměstnavatelů sledovat pracovní výkon a efektivitu svých zaměstnanců, jehož cílem je na základě zjištěných výsledků nastavit režim práce a odměny pracovníkům tak, aby bylo dosaženo maximální efektivity a minimálních ztrát. Další využití může být ve škole při sledování žáků v rámci tělesné výchovy, kdy se sleduje např. srdeční tep žáků, dle kterého lze zjistit, jak moc aktivně žáci vykonávají zadané činnosti, a rovněž to umožňuje porovnání mezi jednotlivými žáky navzájem. Nejvíce vynucené je sebemonitorování u lidí závislých či těch, kteří musí být pod určitým dohledem. Z uvedených příkladů jasně plyne, že jedinci nemají možnost se dobrovolně a z vlastní vůle rozhodnout,

zda chtějí či nechtějí sebemonitorovací zařízení používat, nýbrž prostě musí (Lupton, 2014a, s. 9-10).

3.3.5 Vykořisťující režim („exploited self-tracking“)

Tento režim odkazuje na situaci, kdy data a výsledky uživatelů – dobrovolných či nedobrovolných – využívají další subjekty k jinému účelu. Nejčastěji se jedná o využití v komerčním sektoru – marketing, reklama či obchod, v oblasti obecné bezpečnosti, dále je využívá i vláda a v neposlední řadě z nich profitují i různí podvodníci či hackeri (Ballano Barcena, Wueest & Lau, 2014). Velmi často se jedná o situace, kdy si jedinci sami neuvědomují, že k jejich sledování dochází. Například poskytnutím osobních údajů či registrováním účtu k určité společnosti dávají lidé možnost těmto třetím stranám sledovat, co a kde dělají, co nakupují, kudy cestují a mnoho dalšího (Lupton, 2014a, s. 10-11).

3.4 Typologie self-trackerů podle motivace od Morgan Suel

Lidé praktikují v naprosté většině self-tracking z vlastní iniciativy, která může nabývat různých podob (viz kap. 3.3) a podle toho také volí druh používaného sebemonitorovacího zařízení (viz kap. 3.2). Na základě této variability možností definovala výzkumnice Morgan Suel (2013) několik kategorií – typů self-trackerů – ze kterých jsem vycházela i ve svém výzkumu.

3.4.1 Nadšení self-trackeri

Posedlí, šílení a extrémní – to jsou charakteristiky první kategorie self-trackerů, které lze nazvat rovněž tzv. datasexuály (více viz kap. 3.3). Jedná se o lidi, kteří disponují nejkvalitnějším vybavením, jež využívají nepřetržitě, aby mohli sledovat, zaznamenávat a vyhodnocovat různé detaily svého života. Bez každodenního sebemonitorování si tito jedinci už nedovedou svůj život představit. Do této skupiny také řadíme extrémní a profesionální sportovce. Jako konkrétní případ lze uvést projekt fotografa Alfreda Friga, jehož cílem je po dobu 36 let zaznamenávat a shromažďovat všechny informace o svém životě a o životním prostředí. Za prvních deset let sledování (od roku 2004) se mu podařilo shromáždit například 295 000 fotografií věcí, které použil nebo s nimi přišel do kontaktu, více než 12 000 snů, více než 600 fotografií svých známých, 7 500 nákrešů svých nápadů a 285 metrů čtverečných odpadků, které sesbíral při svých procházkách (Ballano Barcena, Wueest & Lau, 2014, s. 6-7).

3.4.2 Self-trackeri ze zdravotních důvodů

Do této kategorie patří lidé, kteří mají nějaké zdravotní problémy či nemoci, a proto pravidelně sledují a kontrolují, jak na tom jsou. Jedná se např. o lidi s vysokým krevním tlakem či cukrovkou. Tito uživatelé tak činí v naprosté většině v podněcujícím nebo vynuceném režimu (viz kap. 3.3), kdy jim lékař doporučí či nařídí sebemonitorování jako součást léčby.

3.4.3 Self-trackeri s cílem sebezdokonalení se

Hlavním motivačním faktorem této skupiny self-trackerů je jejich vlastní stanovený cíl, kterého chtějí dosáhnout a ke kterému směřují své úsilí. V průběhu procesu zkouší a testují efektivitu různých způsobů a metod, zda právě prostřednictvím nich mohou dospět k vysněnému cíli. Pokud se jim to podaří, signalizuje to pozitivní výsledek ve formě posunutí vlastních hranic, sebezdokonalení se. Do této kategorie patří primárně sportovci, kteří cílí na lepší sportovní výsledky, ale i všichni ostatní, kteří chtějí něco konkrétního ve svém životě zdokonalit a zlepšit (např. kvalitu spánku).

3.4.4 Self-trackeri kvůli motivaci

Pravděpodobně největší skupinu tvoří jedinci, kteří za pomoci sebemonitorovacích zařízení, v současné době především chytrých náramků a hodinek typu FitBit, usilují o navyknutí si zdravějšímu životnímu stylu. Jedná se hlavně o lidi, kteří mají problémy s váhou či nedostatkem pohybu. Prostřednictvím těchto zařízení a aplikací mají přehled o svém energetickém příjmu a výdeji, zda již dokázali splnit nastavený počet ujitých kroků za den nebo jak kvalitní měli spánek. Rovněž tito jedinci mají často potřebu sdílet své pokroky či neúspěchy s ostatními, konzultovat s nimi různé problémy. K tomu využívají sociálních sítí, na kterých existuje mnoho skupin, které slouží právě k tomuto účelu. Primárně se pro sdílení osobních výsledků za účelem motivace a podpory ostatních členů užívá pojmu „sociální fitness“ (Lupton, 2015).

3.4.5 Self-trackeri ze zvědavosti

Do poslední skupiny patří uživatelé, kteří k sebemonitorování nemají žádný konkrétní důvod či cíl, ale činí tak ze zvědavosti, jaké výsledky získají a co zajímavého se o sobě dozví. Zařízení si mnohdy nemuseli ani pořídit sami, ale mohli ho vyhrát nebo dostat jako dárek. Dále sem patří vyznavači trendů a

moderních technologií, kteří musí vlastnit nejmodernější přístroje, mezi které sebemonitorovací zařízení bezpochyby patří (Suel, 2013, s. 7-8).

3.5 Bezpečnost a rizika self-trackingu

Nezáleží na tom, zda lidé k sebemonitorování využívají „wearables“ nebo aplikace ve svém chytrém telefonu, protože každé zařízení obsahuje různé senzory a čidla, která zaznamenávají, přenášejí a následně ukládají informace do úložiště, aby byly připravené k dalšímu použití. Úložištěm je myšleno určité místo v počítači či mobilním telefonu uživatele nebo na internetu ve formě uživatelského profilu, které většinou zdarma poskytují konkrétní výrobci zařízení nebo provozovatelé aplikací.

Pro kvalitní a odpovídající výsledky sledování je hned na začátku nutné, aby si uživatel správně v zařízení nastavil své vstupní údaje. Nejen tyto údaje o vlastní osobě uživatele, ale rovněž i samotné výsledky sledování jsou pak dostupné v úložišti, ke kterému nemá přístup pouze samotný uživatel, ale i další subjekty, které tak získávají unikátní data, jež mohou využít či dokonce zneužít pro svůj vlastní prospěch. Mnoho lidí si tohoto problému není vědoma a vnímá self-tracking jako bezpečnou aktivitu, při které se nikomu nemůže nic stát.

Hlavní riziko používání sebemonitorovacích zařízení a přenosu dat představuje jednoznačně ztráta dat a únik osobních informací, které mohou být zneužity např. k vytvoření falešných profilů, pronásledování, sexuálnímu obtěžování nebo na podnikové úrovni.

Je důležité, aby si možné následky uživatelé uvědomili a sami šli bezpečnosti naproti, i když ani to jim nezaručí absolutní jistotu. První krok představuje důkladné přečtení a dodržování bezpečnostních pravidel. Pro svoji větší ochranu by uživatelé také neměli zbytečně udávat osobní a citlivé údaje, poskytovat pouze nezbytné údaje, případně neuvádět vždy přesné informace nebo pracovat pod falešnými profily, šifrovat komunikaci, využívat služeb anonymity jako proxy, Tor nebo VPNs (Ballano Barcena, Wueest & Lau, 2014).

4. Aplikace teorie užití a uspokojení¹⁶

Vzhledem k tématu práce a cíli výzkumu se přímo nabízí použití teorie užití a uspokojení, která se zaměřuje na to, jak a proč lidé využívají určité typy médií. Konkrétně se snaží identifikovat a pochopit motivace uživatelů k jejich používání a zároveň zjistit, zda jim jejich užití přináší nějaké uspokojení či zda z toho mají nějaký užitek. Teorie vychází z předpokladu, že lidé mají určité potřeby a touhy, které jsou determinovány sociálním a psychologickým prostředím jedince a se kterými se pojí určitý výsledek ve formě vlastního uspokojení, jehož je dosaženo právě užitím vybraného typu média (Papacharissi, 2008). Vyjádřeno jinými slovy, očekávání uspokojení z určitého typu média slouží jako primární motivace k jeho využití. Vždy záleží pouze na konkrétním jedinci – budoucím uživateli, jaké médium si s ohledem na svoje potřeby, cíle a očekávání zvolí, přičemž výsledná očekávání od konkrétního média mohou být mezi jedinci odlišná, protože každý člověk je individualita. Právě na konkrétního jedince jakožto uživatele klade teorie užití a uspokojení důraz, a každého individuálního uživatele uvažuje jako aktivního aktéra vědomého si svých vlastních rozhodnutí (Lee & Cho, 2016, s. 1446).

4.1 Historie teorie užití a uspokojení

Teoretické kořeny teorie užití a uspokojení sahají do konce první poloviny 20. století, kdy Laswell představil svůj model toho, kdo, jak a s jakým výsledkem využívá různá média, přičemž primárně uvažoval tradiční média (televize, tisk, rádio). Zároveň definoval tři hlavní funkce masmédií – dohled nad prostředím, souvislost událostí a přenos sociálního dědictví – které považuje za zdroj potřeb a očekávání používaných v modelu teorie užití a uspokojení. V 60. letech pak k těmto funkcím přidal Wright ještě funkci zábavy (Papacharissi, 2008).

Empiricky se teorie začala testovat na počátku 40. let, kdy byly provedeny první výzkumy, které se týkaly rádií. Výzkumníci zjišťovali, proč lidé poslouchají určité programy, např. kvízy či telenovely (např. Herzog 1940, 1944; Lazarsfeld 1940). Podobné výzkumy byly později replikovány na jiné typy médií, např. na televize (Papacharissi, 2008, s. 137-138).

¹⁶ V anglickém originálu Uses and Gratifications Theory.

Nejdůležitější období pro teorii užití a uspokojení představují 70. léta, kdy byly položeny její teoretické základy. V roce 1974 definovali Katz, Blumler a Gurevitz její tři hlavní úkoly, mezi které patří a) vysvětlení způsobu, jak lidé využívají média, aby uspokojili své potřeby, b) pochopení motivů komunikačního chování lidí, a c) identifikování funkcí či následků, které vycházejí z těchto potřeb, motivů a chování. Rovněž konkrétně vymezili i její zaměření na: „(1) sociální a psychologický původ (2) potřeb, které generují (3) očekávání (4) od masmédií nebo jiných zdrojů, které vedou k (5) odlišným vzorcům používání médií (nebo zapojení v jiných aktivitách), jejichž výsledkem je (6) uspokojení potřeb a (7) jiné následky, většinou neúmyslné“ (Katz et al., 1974, s. 20). V této době se také autoři pokoušeli vyvinout různé typologie, jak lidé média využívají, aby dosáhli uspokojení svých potřeb. Příkladem může být typologie užitečnosti médií v uspokojování potřeb od Katz a kol. (1973) či od Lull (1980) typologie sociálních užitků televize (Rubin, 2008, s. 168).

Již na konci 70. let se objevily první kritické ohlasy, které poukazyvaly na přílišnou obecnost teorie, neustálenou terminologii, nejasnost klíčových konceptů a metod výzkumu (např. Swanson 1977; McQuail 1979). Na kritiku ihned v 80. letech výzkumníci reagovali snahou predefinovat konceptuální teoretický základ. Výsledkem jejich snahy bylo především rozdělení uspokojení na očekávané („*gratifications sought*“) a skutečné („*gratifications obtained*“), které se úzce pojí s teorií očekávání a hodnot¹⁷ (Palmgreen, Wenner, & Rayburn, 2016). V průběhu následujících let se teorie užití a uspokojení postupně zdokonalovala, zaměřovala se na konkrétní aspekty, které byly chápány s ohledem na širší souvislosti a v rámci empirie byly prováděny rozsáhlé systematické analýzy (Papacharissi, 2008, s. 138).

Tímto postupným vývojem bylo definováno 5 obecných předpokladů, na kterých je teorie založena: 1. „*komunikační chování, zahrnující výběr a použití média, je cíleně orientované, účelné a motivované*“, 2. „*lidé využívají vlastní iniciativy při výběru a užívání v komunikačním kruhu, aby dosáhli uspokojení svých pocitů a potřeb*“, 3. „*řadu sociálních a psychologických faktorů zprostředkovává lidské komunikační chování*“, 4. „*média soutěží s jinými formami komunikace (např. funkční alternativy) pro výběr, pozornost a užití*

¹⁷ V anglickém originálu Expectancy-Value Theory.

k uspokojení našich potřeb a tužeb“ a 5. „lidé jsou typicky více ovlivněni médii než média ve vztazích, ale ne vždy“ (Rubin, 1994, s. 420).

Z pohledu empirie lze teorii aplikovat v mnoha oblastech, přičemž s důrazem na nové typy médií mezi současné hlavní výzkumné směry patří: 1. spojení mezi motivy pro použití médií a jejich asociace s postoji a chováním k médiím, s výsledkem ve formě typologie, 2. porovnání motivů mezi (starými) médii a novými médii, mezi které patří např. Internet, chytré telefony, smartphony či „wearables“, 3. sociální a psychologické okolnosti používání médií, resp. to, jak různé faktory ovlivňují komunikační chování, 4. užitky očekávané a skutečné, tzn. jak a jestli jsou lidské motivy pro užití určitého typu média uspokojeny, 5. jaké varianty v pozadí proměnných, motivů, výskytu, ovlivňují výsledky jako vnímané vztahy, kultivace, účast, parasociální interakce a politické znalosti, 6. teoretický vývoj a rozšíření spojení užitků a uspokojení s jinými komunikačními perspektivami a 7. metody, spolehlivost a platnost pro měření motivace (Rubin, 2008, s. 170-171).

4.2 Teorie užití a uspokojení v 21. století

V posledních letech, v souvislosti s rostoucím počtem druhů nových médií, jež se pojí především s vývojem nových komunikačních technologií, strmě narůstá množství studií a výzkumů, ve kterých se teorie užití a uspokojení aplikuje. Mezi nová média v současnosti patří zařízení jako smartphone či roboti, kanály (Internet), cesty k těmto kanálům (sociální sítě) a různé mobilní aplikace. Současné výzkumy se pak zaměřují především na tyto nové způsoby komunikace prostřednictvím internetu, sociálních sítí, smartphonů, ale také již zmíněných „wearables“, které slouží k sebemonitorování, a to jak ve smyslu přenosu informací mezi vybraným typem média a uživatelem, tak ve smyslu zprostředkování informace umožňující komunikaci s ostatními (Sundar & Limperos, 2013, s. 505).

Nová média se vyznačují určitými odlišnostmi od původních (starých) médií, které zahrnují především hromadně sdělovací prostředky jako noviny, rozhlas, televize nebo film. Mezi hlavní odlišující znaky mezi novými a starými médii patří hlavně následující technologické aspekty – interaktivita, demasifikace, hypertextualita a asynchronita (Ruggiero, 2000). Nejen v souvislosti s těmito

znaky, ale také s technologickým vývojem, kvalitou dostupných zařízení a obecně i s celkovou změnou a vyspělostí společnosti dochází k určitým posunům a změnám v důvodech a motivech, proč lidé tyto nové druhy médií používají a jaká očekávání s nimi mají spjatá. Proto velmi frekventovaným tématem současného výzkumu aplikujících tuto teorii je právě snaha zjistit, zda (a případně jak) se liší motivy jedinců využívat stará a nová média a rovněž i to, zda jim užívání těch či oněch médií přináší odlišné typy uspokojení. Odpověď na tuto otázku se snažili najít autoři Sundar a Limperos (2013), kteří rozsáhlou rešerší prozkoumali dvacet studií provedených od 40. let 20. století do současnosti, ve kterých byla použita teorie užití a uspokojení a které obsahovaly typologii uspokojení z daných typů médií. Jejich obsáhlá analýza odhalila, že dochází ke značným překryvům v typech uspokojení z nových a starých médií, přičemž lze tvrdit, že je možné identifikovat určité motivy pro používání médií, které jsou dlouhotrvající, časově stálé, tradiční a univerzální, jinými slovy nejsou vázané na určitý typ médií. Mezi tyto motivy patří vzrušení, únik, zvyk, společenská interakce, sociabilita, vyhledávání informací, trávení volného času, relaxace nebo zábava. Autoři tento výsledek zdůvodňují především použitou metodologií, neboť výzkumníci pro měření uspokojení z nových médií používali stejné koncepty, jako pro měření účinků médií starých. Dalším možným důvodem může být přílišná obecnost používaných kategorií uspokojení, které se vzájemně mohou překrývat. Jak vidíme, jedná o hlavní body kritiky, která se objevila v 80. letech v souvislosti s položením základů celé teorie. Autoři zároveň zjistili, že pokud budou uspokojení definována konkrétněji z hlediska samotných uživatelů či použitých technologií, je možné identifikovat a nalézt nové typy uspokojení, které jsou specificky spjaté s novými typy médií. Hlavním výstupem jejich analýzy bylo definování několika kategorií a typů nových uspokojení – model MAIN¹⁸ (viz tabulka 2), které by dle jejich slov měli výzkumníci ve svých budoucích pracích aplikovat a zkoumat (Sundar & Limperos, 2013).

¹⁸ MAIN jako zkratka anglických názvů 4 kategorií – modality, agency, interactivity, navigability.

Modalita	Zprostředkování	Interaktivita (vzájemné působení)	Navigovatelnost
Realita	Rozšíření pole konání	Interakce	Procházení/hledání možností
Módnost	Budování komunity	Aktivita	Struktury/Navigační podpora
Novost	„Bandwagon“ efekt	Schopnost reakce	Hra/zábava
Možnost „být u toho“	Filtrování/přizpůsobení na míru	Dynamické ovládání	
	Přivlastnění		

Tabulka 2: Možné typy nových uspokojení vyvolané mediálními technologiemi

Pozn: Tento seznam není úplný. Každé nově navrhované uspokojení je teoretizováno natolik, aby rozvinulo jednu, či více ze čtyř dosavadních kategorií technologických faktorů.

Zdroj: Sundar & Limperos, 2013, s. 513. Přeloženo.

Modalita se vztahuje k odlišným způsobům prezentace mediálního obsahu (např. text, zvuk či obrázky), které působí na různé aspekty lidského vnímání (např. sluch či zrak). Model MAIN tvrdí, že grafické znázornění (obrázek, fotografie) je pro člověka důvěryhodnější a reálnější než psaný text. Rovněž také schůze či porady pořádané prostřednictvím videokonferencí jsou více reálné než pouhé audiokonference, protože právě video, resp. obraz, jako přidaný faktor dodává pocit reality, autenticity a skutečnosti. V neposlední řadě také nová média za pomoci nejnovějších technologií stále zdokonalují a modernizují způsoby, jakými lze mediální obsah prezentovat (např. různé animace, vizuály). V případě sebemonitorování používaná zařízení běžcům automaticky poskytují výsledky ve formě různých tabulek, grafů, animací a také za pomoci GPS zaznamenávají trasu běhu, kterou si lze po skončení a nahrání aktivity virtuálně proběhnout.

Zprostředkování odkazuje na to, že každý člověk může být zdrojem informací, a nikoliv pouze jejich příjemcem, jako tomu bylo především v případě starých médií. Např. na internetu lidé mohou komentovat různé zprávy a příspěvky, vyjadřovat své názory, reagovat na příspěvky ostatních, psát recenze na různé produkty, a mnoho dalšího. V případě self-trackingu se jedná především o sdílení výsledků ve skupinách na sociálních sítích, kde právě zveřejňováním těchto výsledků a publikováním různých příspěvků vytváří samotní běžci obsah, na který mohou ostatní uživatelé reagovat a dochází tak mezi nimi k sociální interakci.

Interaktivita je dle MAIN modelu definována jako možnost, díky které mohou uživatelé v reálném čase dělat změny v mediálním obsahu. Jako příklad lze uvést různé interaktivní formuláře a žádosti, které lze jednoduše vyplnit na internetu, nebo také stále častější je elektronická komunikace mezi poskytovateli služeb a zákazníkem (např. banka a klient). Příkladem interaktivity přímo u self-trackingu může být to, že používané zařízení funguje jako osobní trenér – virtuální člověk, který v průběhu běhání komunikuje lidským hlasem, říká mezičasy, hlásí tempo či uběhnutou vzdálenost nebo vydává signály za pomoci vibrace (Hogenboom, Smit & Kröse, 2014).

Navigovatelnost umožňuje uživatelům pohybovat se skrz médium, což odkazuje k tomu, že média představují určitý prostor, nikoliv pouze jeden konkrétní bod. Např. na internetu můžeme vyhledávat různé informace, přecházet mezi různými stránkami, při hraní her se pohybovat v různých prostředích a dimenzích (Sundar & Limperos, 2013, s. 512-517). U self-trackingu může navigovatelnost odkazovat k tomu, že jedinci mohou přecházet nejen mezi různými výsledky svých vlastních výkonů, ale prohlížet si i výsledky ostatních uživatelů.

Se vznikem a vývojem nových medií a tím tak i s hledáním nových typů uspokojení souvisí i pokusy výzkumníků nějakým způsobem posunout či předefinovat to, co si pod samotným pojmem uspokojení představit, a především pak to, co uspokojení ovlivňuje. Velmi podařený pokus nabídl Rubin (2009), který uspokojení definoval jako „*očekávání a přání, která vycházejí a jsou omezená osobními rysy, společenským kontextem a interakcí*“ (s. 167), přičemž zdůrazňuje, že důležitou a významnou roli hraje míra iniciativy či aktivity individuálního uživatele, který stál dříve v pozadí.

4.3 Způsoby měření uspokojení

V souvislosti s definováním různých typů uspokojení se pojí důležitá otázka, jak uspokojení správně změřit, resp. provést jeho správnou operacionalizaci. Jelikož uspokojení se ze své povahy pojí s konkrétními individuálními uživateli, při operacionalizaci samotného pojmu se výzkumník dostává do obtížné situace. Becker (1979) definuje tři strategie – **dedukce**, **sebehodnocení** a **manipulace** – kterými je možné uspokojení správně

operacionalizovat a které výzkumníci volí vždy s ohledem na konkrétní zkoumaný výzkumný problém, protože každý způsob má své silné a slabé stránky. Obecným problémem, který se pojí se všemi třemi strategiemi, je nezbytná výzkumníková znalost tématu, jemuž se ve svém výzkumu věnuje. Bez znalosti a osobních zkušeností totiž nelze téma dostatečně kvalitně rozpracovat a správně interpretovat.

První možnou strategií, jak operacionalizovat uspokojení, které uživatelé z médií mají, je za pomoci **dedukce**, při níž výzkumníci měří některé oddělené, ale zároveň související proměnné. Nutným předpokladem pro použití tohoto způsobu je vysoká míra teoretické rozpracovanosti vztahů mezi uspokojením a dalšími proměnnými, což mnohdy není snadné a ukazuje to na slabinu této možné strategie.

Měření uspokojení za pomoci **sebehodnocení** vlastních uživatelů představuje nejčastější způsob, který jsem využila i ve svém výzkumu. Jelikož při tomto způsobu se výzkumník plně spoléhá na výpovědi respondentů, vznikají tím určité specifické problémy, se kterými výzkumník nemůže nic udělat. Od respondentů se očekává, že jsou ochotní a schopní samostatně odpovídat, rozumí příslušným termínům, odpovídají pravdivě, nic nezatajují, což nelze nikdy stoprocentně zaručit. Nicméně tento způsob využili např. autoři Blumler a McQuail (1969) při své klíčové práci týkající se politického uspokojení, na které byly postaveny základy celé teorie užití a uspokojení.

Poslední způsob představuje **manipulace**, jinými slovy měření v nereálných, specificky nastavených podmínkách. Jedná se o různé experimenty a zkoumání v laboratořích, kdy výzkumníci zkoumaným subjektům přesně stanoví, co mají dělat, říkat, a tím tak mohou testovat, jaký vliv mají konkrétní podmínky. Největším negativem tohoto způsobu je nemožnost identifikovat všechny možné problémy, které by v reálných podmínkách mohly nastat, a proto výsledky nebudou nikdy plně odpovídající realitě (Becker, 1979, s. 54-57).

5. Self-tracking a běhání

Oblast sportu představuje jednu z hlavních oblastí, kde se self-tracking využívá a při běhání to platí obzvlášť, neboť běh spolu s cyklistikou jsou z hlediska sebemonitorování nejčastější aktivity. Běhání je zároveň v současnosti i jedním z nepopulárnějších sportů (2. místo v anketě Sport roku (Sportcentral, 2014), přičemž zájem lidí o běhání výrazněji roste od počátku nového tisíciletí (Cregan-Reid, 2016; Bednárová, 2016), především pak v posledních letech, což lze doložit např. rostoucím počtem běžeckých závodů a jejich účastníků, běžeckých časopisů, běžeckých skupin na sociálních sítích (Holušová, 2014; běhej.com, 2016; Tomis, 2016). Jako konkrétní příklad lze uvést neustále rostoucí počet účastníků běžecké ligy RunCzech, jejíhož prvního ročníku v roce 1995 se zúčastnilo 958 běžců, v roce 2000 již 4 429 běžců, do roku 2005 se jejich počet více než dvojnásobil na 10 087 účastníků, v roce 2010 počet běžců přesáhl 20 tisíc (přesně 22 205) a v roce 2015 se zúčastnilo již 46 935 běžců (Sanasport, 2016).

Lidé začínají s běháním z různých důvodů, přičemž většinou tak činí proto, že chtějí dosáhnout nějakého konkrétního cíle (zlepšit svůj běžecký čas, uběhnout určitou vzdálenost, zhubnout), na což reagují vývojáři běžeckého sortimentu tím, že se snaží vytvořit a nabídnout běžcům produkty přímo na míru (Bednárová, 2016).

Jedním takovým produktem jsou sporttestery – speciální hodinky určené běžcům (nebo i jiným vytrvalostním sportovcům – cyklistům, plavcům nebo triatlonistům). Pomocí těchto hodinek mohou běžci během své aktivity zaznamenávat různé běžecké údaje a charakteristiky (od času, přes tempo, délku kroku, uběhnutou vzdálenost, až po zdolanou nadmořskou výšku, spálené kalorie či tepovou frekvenci), které si po skončení aktivity mohou uložit, prohlédnout, zanalyzovat, a v případě zájmu sdílet s ostatními na různých portálech, které většinou zdarma poskytují přímo konkrétní výrobci nebo mobilní aplikace¹⁹.

5.1 Self-tracking jako sociální aktivita

Samotný pojem self-tracking (sebemonitorování) odkazuje k tomu, že se jedná o individuální činnost, při které se jedinec vztahuje sám k sobě, konkrétně

¹⁹ Jako příklad nejlepších výrobců sporttesterů lze uvést značky sporttesterů Garmin, Polar či Suunto (Alger, 2018), z mobilních aplikací zaměřených na běhání pak Stravu, Runkeeper, Runtastic nebo Endomondo (Corpuz, 2018).

sám sebe sleduje. Ze sociologického hlediska jde však o individuální činnost jen zdánlivě, neboť self-tracking má z různých důvodů určitý sociální význam. Např. self-trackeri běžci vytváří společně specifickou sociální skupinu, ve které spolu nepřímo komunikují prostřednictvím internetu a sociálních sítí, čímž dochází k určité sociální interakci, mezi členy vznikají sociální vazby. Určité sociální vazby vznikají také mezi běžci na skupinových trénincích, kde si mohou navzájem poradit, motivovat se, najít si nové přátele. Na self-tracking proto musíme pohlížet také jako na sociální a kolektivní aktivitu (např. Rooksby et al., 2014).

5.2 Běžecká online komunita

Komunita běžců má konkrétní zaměření, existuje především v online prostoru internetu a sociálních sítích, jejím cílem je komunikace a interakce mezi členy, kteří zároveň vytváří její obsah, a proto ji můžeme nazvat virtuální nebo online komunitou (Äkkinen, 2005, s. 8).

Běžecká komunita představuje specifickou, z pohledu sociodemografických charakteristik velmi různorodou sekundární sociální skupinu, která čítá tolik členů, kolik se jich za členy komunity považuje. Komunita běžců je dále specifická tím, že komunikace a kontakt mezi členy probíhá nepřímo, prostřednictvím různě vytvořených skupin na sociálních sítích (Facebook, Twitter, Instagram), diskuzních fór a mezi běžci self-trackery pak také velmi často na speciálních platformách, které poskytují výrobci sebemonitorovacích zařízení (např. Garmin Connect nebo Movescount) a mobilních aplikací jako Strava či RunKeeper (Lupton, 2017).

V dnešní době existuje mnoho online běžeckých skupin, kterými mohou být běžci členy, a nelze si nepoložit otázku, proč je běžec členem právě určité konkrétní skupiny či skupin, resp. proč se do té či oné skupiny připojil. Na otázku neexistuje jednoznačná odpověď, protože každý ke svému členství a aktivitě v konkrétní skupině může mít různý důvod. Pro identifikaci těchto důvodů existují různé teorie – ekonomické, sociální nebo zájmově orientované – kterými na výzkumný problém můžeme nahlížet (Äkkinen, 2005).

Co se týká členství v běžecké online komunitě, resp. v nějaké běžecké online skupině, vysvětlení lze hledat především v sociálních, případně zájmově

orientovaných teoriích. Obecně je členství podmíněno určitými sociálními potřebami jedince, v tomto případě především potřebou sociálního kontaktu a sociální identity, tedy pocitu patřit někam, být členem. Pokud se jedinec stane členem určité skupiny, činí tak proto, že od svého členství něco očekává, že něco získá. Zisk může být ve formě nových informací, zkušeností od ostatních běžců, rad a tipů, zdrojů inspirace, navázání nových kontaktů a přátelství nebo třeba zábavy. Jak moc se bude jedinec ve skupině projevat, to rovněž záleží na jeho sociálních potřebách a individuálních charakteristikách. Někteří lidé mohou mít osobní potřebu sebe prezentace, proto aktivně sdílí své výsledky, komentují příspěvky ostatních, aktivně diskutují, zatímco někteří tuto potřebu nesdílí, nicméně příspěvky ostatních členů je mohou motivovat k větší vlastní aktivitě (Lupton, 2016; Äkkinen, 2005). Jak už bylo dříve uvedeno (viz kap. 3.4), pro sdílení výsledků za účelem motivace ostatních se užívá pojmu „sociální fitness“, přičemž právě sdílení na sociálních sítích představuje jeho nejaktuálnější formu (Lupton, 2015; Stragier, Evens, & Mechant, 2015).

Vliv výsledků jiných běžců prezentujících je v online skupinách na sociálních sítích na ostatní členy zkoumali ve své studii Aral & Nicolaides (2017) a dospěli k závěru, že běhání se skrze sociální sítě stává „sociálně nakažlivé“, přičemž ovlivnitelnost ostatních souvisí s úrovní běžců a jejich sociodemografickými charakteristikami. Právě vlivem sociodemografických charakteristik by se měli sociologové více zajímat (např. Lupton, 2014b; Shih et al. 2015), neboť výsledky mohou odhalit zajímavé skutečnosti a rovněž proto, že oblast self-trackingu, sdílení výsledků, ale i běhání obecně, není dostatečně zpracovaná a pro Českou republiku to platí dvojnásob.

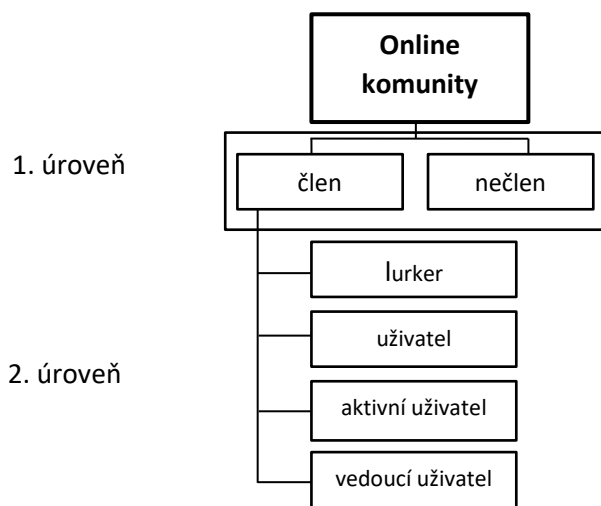
5.3 Klasifikace členů online běžeckých skupin

V každé online skupině či komunitě můžeme identifikovat určité typy členů, kteří mají odlišné motivy a důvody, proč se do skupiny připojili a také se liší svými projevy a tím, jak jsou ve skupině aktivní. Nejinak tomu je i v případě běžeckých skupin, na kterých budu klasifikaci členů demonstrovat.

Klasifikace členů probíhá na dvou úrovních. Na první úrovni probíhá základní dělení na členy nebo nečleny komunity. Běžecká komunita je specifická tím, že členství v komunitě je podmíněno pouze tím, zda se sám běžec za člena

komunity považuje, či nikoliv. Nikde se nevede žádná evidence, proto také nikdo neví, kolik přesně běžecká komunita čítá členů (neexistují reprezentativní data).

Druhá úroveň se týká pouze členů komunity, které můžeme dále rozdělit na lurkery, uživatele, aktivní uživatele a vedoucí uživatele. Lurkeři jsou pasivní uživatelé, konzumenti, kteří nejsou aktivní, nevytváří žádný obsah, pouze prohlíží a čtou příspěvky ostatních, ale nevyjadřují se k nim. Těchto uživatelů bývá v komunitách většina. Další tři typy uživatelů představují uživatele, kteří se aktivně podílí na obsahu a činnosti komunity a liší se pouze frekvencí aktivity a vážeností, jinými slovy důležitostí či pozicí v komunitě. Klasičtí uživatelé tvoří po lurkerech druhý nejčastější typ a od aktivních uživatelů se liší především tím, že vlastní příspěvky nepřidávají tak často a v diskuzích nejsou tak aktivní. Vedoucí uživatelé se odlišují především svým vyšším postavením, neboť se často jedná o zakladatele komunity nebo také o velmi populární a známé osoby, které jsou pro ostatní vzorem, ke kterým vzhlíží a respektují je. Vedoucí uživatelé nemusí být příliš aktivní, ale jejich příspěvky mají na ostatní uživatele velký vliv (Äkkinen, 2005, s. 19-21).



Graf 1: Klasifikace členů v online komunitách

Zdroj: Äkkinen, 2005, s. 20, přeloženo, vlastní zpracování.

6. Teorie užití a uspokojení a členství v běžeckých online skupinách

Komunikace a interakce mezi členy běžecké komunity probíhá nepřímo v online prostředí internetu – na různých skupinách na sociálních sítích (např. skupina Běžci na Facebooku²⁰, diskuzích na webových stránkách zaměřených na běhání (např. Diskuzní fórum na [behej.com](https://www.behej.com)²¹), případně pod články s běžeckou tematikou (např. Běhání na [sport.cz](https://www.sport.cz)²²). Jak samotný internet, tak především sociální sítě typu Facebook či Twitter řadíme pod nová média, na která se, podobně jako v případě „wearables“ a mobilních aplikací, nabízí aplikace teorie užití a uspokojení, která se v posledních letech mezi výzkumníky těší velkému zájmu. Neustále přibývá nových studií na téma užívání internetu (např. Whiting & Williams, 2013) a sociálních sítí typu Facebook, Twitter (např. Stragier & Mechant, 2013) nebo Instagram (např. Phua, Jin, & Kim, 2017), ale i self-trackingu v oblasti sportu (např. Alley et al., 2016; Stragier, Evens, & Mechant, 2015), z nichž jsem čerpala při realizaci výzkumu vlastního (sestavování dotazníku, formulace výzkumných otázek a hypotéz).

²⁰ <https://www.facebook.com/groups/BezciOriginal/>

²¹ <https://www.behej.com/forum>

²² <https://www.sport.cz/behani>

7. Teoretické shrnutí

Z pohledu sociologie představuje self-tracking nejen individuální, ale především sociální aktivitu, která má význam v různých oblastech (zdraví, psychologie, bezpečnost, marketing, politika). K self-trackingu se používají různá zařízení, přičemž přímo pro běžce jsou určeny tzv. sporttestery, spadající do kategorie „wearables“. „Wearables“ zároveň patří mezi nová média, a proto na ně lze aplikovat teorii užití uspokojení, jejímž cílem je zjistit, proč jedinci využívají daný typ médií a jaký z jejich používání mají užitek. Jelikož každý člověk je jedinečný, lze identifikovat různé typy motivů, proč jedinci určité médium využívají a typy uspokojení, které z jejich používání mají, přičemž v souvislosti s novými médii je důraz kladen především na nové technologie. Self-trackeri mohou své výsledky sdílet s ostatními, přičemž k tomu využívají především různé skupiny na sociálních sítích, nebo speciální platformy poskytované přímo výrobcí používaných zařízení, čímž mezi nimi dochází k určité komunikaci, sociální interakci, vytváření sociálních vazeb a společně jsou tak součástí velké běžecké komunity self-trackerů. I v této specifické skupině můžeme rozlišit různé typy členů z hlediska důvodů ke členství ve skupině a jejich aktivitě v ní, a jelikož se sociální sítě a internet řadí mezi nová média, pro identifikování těchto důvodů lze rovněž použít teorii užití a uspokojení. S vývojem nových technologií se úzce pojí otázka, zdali získávání informací a přenos dat ze sebemonitorování je pro uživatele bezpečný a také kdo všechno má k získaným datům přístup. Prostřednictvím sebemonitorování se zaznamenávají údaje nejen o dané aktivitě, ale rovněž velké množství údajů o samotných uživatelích, kteří o této skutečnosti mnohdy ani nemusí vědět, čehož zneužívají výrobci zařízení nebo i jiné subjekty pro svoji vlastní potřebu.

8. Cíl výzkumu

Ve svém výzkumu se zabývám běžci, přičemž primární důraz je kladen na ty běžce, kteří praktikují self-tracking, jinými slovy ke své aktivitě využívají sebemonitorovací zařízení. Nicméně ani „nesebesledující“ se běžci nejsou opomenuti, naopak jejich porovnání s běžci self-trackery může ukázat na zajímavé skutečnosti. Prostřednictvím aplikace teorie užití a uspokojení se snažím zjistit, co vede jednotlivé běžce k používání sebemonitorovacích zařízení a co jim jejich používání přináší, jaký z toho mají užitek a uspokojení. U nesebemonitorujících se jedinců pak naopak zjišťuji, z jakého důvodu zařízení nepoužívají a jestli o jeho používání do budoucna uvažují. Jelikož běžci praktikují self-tracking za dosažením nějakého cíle, k jehož snadnějšímu dosažení může sloužit motivace od ostatních běžců, členů běžecké komunity, kterou je možné čerpat v online prostředí internetu, zaměřuji se i na tuto sociální a komunitní funkci self-trackingu. Konkrétně se zabývám členstvím běžců v různých běžeckých skupinách a jejich aktivitou v nich a rovněž se snažím z pohledu teorie užití a uspokojení zjistit, zda jim členství přináší nějaké uspokojení. V neposlední řadě se zabývám i otázkou bezpečnosti a možných rizik self-trackingu, především únikem osobních informací, neboť se jedná o velmi aktuální a diskutované téma, především v souvislosti s novým Obecným nařízením o ochraně osobních údajů GDPR platným v celé EU od 28. května 2018²³.

Hlavním cílem výzkumu je provedení detailní sociologické analýzy běžecké komunity, především běžců praktikujících self-tracking. Výsledkem práce bude detailní popis výzkumného vzorku běžců z hlediska jejich sociodemografických údajů, běžeckých charakteristik a různých aspektů self-trackingu, na jejichž základě bude vytvořena typologie běžců, která bude shrnujícím výstupem práce.

Téma práce a způsob jeho zpracování a analýzy jsem zvolila nejen z důvodu, že sama jsem aktivní běžec používající sporttester, kdy své znalosti a zkušenosti mohu využít při interpretaci výsledků, ale především proto, že v ČR nebyla doposud provedena žádná detailnější sociologická studie běžců²⁴ a běžců self-trackerů už vůbec ne. Zmapování běžecké komunity z hlediska self-trackingu

²³ <https://www.gdpr2018.cz/>

²⁴ Byly provedeny výzkumy marketingových agentur, které si zadaly konkrétní společnosti, např. výzkum agentury GfK pro Runczech (pravidelně 2x ročně) nebo agentura IPSOS pro KiK (2016), dále pak internetová anketa Sport roku na portálu Sportcentral nebo kratší ankety na různých webových stránkách týkajících se běhu.

může nejen samotným běžcům a dalším různým aktérům společenského života, marketingovým společnostem, výrobcům zařízení, osobním trenérům, ale také výzkumníkům, kteří budou moci na výsledky práce navázat, přinést nová zajímavá zjištění.

8.1. Výzkumné otázky a hypotézy

S ohledem na cíl výzkumu jsem si na základě literatury, již provedených studií a výzkumů (např. Fox & Duggan, 2013) a také osobní znalosti problematiky stanovila výzkumné otázky a hypotézy, kterým je věnována následující podkapitola.

Hlavní výzkumná otázka zní: ***Proč běžci praktikují self-tracking a jaký z toho mají užitek?*** K hlavní výzkumné otázce jsem si dále stanovila dílčí otázky a hypotézy, jejichž platnost budu na základě svých sesbíraných dat ověřovat. Vzhledem ke zvolené metodě sběru dat není výzkumný vzorek reprezentativní, proto výsledná zjištění s jistotou vypovídají pouze o výzkumném vzorku rekrutovaném online, a nikoliv obecně o celé populaci běžců v ČR.

Hypotéza 1: *Naprostá většina běžců bude nějakým způsobem sledovat svoji aktivitu.*

S ohledem na výsledky již provedených studií, současnou popularitu běhání a self-trackingu a také osobní znalosti běžecké komunity očekávám, že téměř všichni běžci budou nějakým způsobem praktikovat self-tracking. Rovněž očekávám, že mezi běžci budou rozdíly z hlediska sociodemografických charakteristik jako pohlaví, věk, vzdělání, rodinný stav, profese, příjem (Alley et. al., 2016).

Hypotéza 1a: *Ženy praktikují self-tracking více než muži.*

Hypotéza 1b: *Lidé s nižším vzděláním praktikují self-tracking méně často než lidé s vyšším vzděláním.*

Hypotéza 2: *K self-trackingu budou běžci nejčastěji používat sporttester.*

Jelikož sporttester označuje zařízení, které je určeno přímo běžcům (obecně sportovcům) ke sledování jejich aktivity, bude naprostá většina self-trackerů běžců využívat právě toto zařízení. V menší míře pak budou běžci využívat speciální běžecké aplikace v mobilním telefonu, nicméně nutná přítomnost mobilního telefonu při běhu nemusí být pro každého běžce komfortní, a proto tato

možnost praktikování self-trackingu nebude mezi běžci tak častá. Zároveň se dá předpokládat, že mobilní aplikace, které jsou většinou zdarma, budou využívat více běžci s nižšími příjmy, kteří si z finančních důvodů nemohou sebemonitorovací zařízení pořídit.

Hypotéza 3: *Běžci praktikují self-tracking v soukromém a komunitním režimu.*

Běhání je v naprosté většině dobrovolnou (vyjma profesionálních běžců) aktivitou, kterou dělají lidé ve svém volném čase a z různých důvodů (chtějí se udržovat v kondici, běhání představuje jejich životní styl, kvůli hubnutí, odreagování se, běh jako forma setkávání s přáteli a mnoho dalších). Rozhodně se však nejedná o aktivitu, ke které by lidé byli někým či něčím nuceni. Dle různých režimů self-trackingu popsanych v teoretické části práce (viz Lupton 2014a) lze odvodit, že běžci provozují soukromý a komunitní režim self-trackingu, který se v obou případech vyznačuje dobrovolností a přínosem sebemonitorování pro sebe samého. S ostatními režimy (podněcující, vynucený a vykořisťující), které se na dobrovolnosti zakládají nemusejí a z jejichž výsledků mají primárně zisk třetí subjekty, se v běžecské komunitě nesetkáme (pouze ve skryté formě, kdy z dat uživatelů sdílející své výsledky mohou profitovat výrobci zařízení a poskytovatelé platform).

Hypotéza 4: *Běžci praktikují self-tracking z různých motivů, které jsou závislé na sociodemografických a běžecských charakteristikách běžců.*

Mezi běžci můžeme identifikovat různé motivy, proč se sebemonitorováním začali a proč ho dále praktikují, neboť sebemonitorování slouží jako prostředek k dosažení nějakého cíle (např. uběhnout maraton, zhubnout, seznámit se), ke kterému každý jedinec směřuje své úsilí a kterého chce dosáhnout. Z hlediska sociodemografických charakteristik očekávám zejména rozdílné motivy k používání mezi muži a ženami (např. u mužů bude častější orientace na výkon, zlepšení se, zatímco u žen se bude častěji objevovat motiv hubnutí nebo formování postavy) a dále mezi běžci různého věku (Pfeiffer et al., 2016). Motivы rovněž budou záviset na běžecských charakteristikách běžce, konkrétně na jeho úrovni, frekvenci a běžeckých zkušenostech.

Hypotéza 4a: *Motivy k self-trackingu jsou odlišné mezi muži a ženami.*

Hypotéza 4b: *Motivy k self-trackingu jsou závislé na věku.*

Hypotéza 5: *Evidence tréninku, provádění analýz a vyhodnocování vlastních výsledků self-trackingu bude závislé na sociodemografických a běžeckých charakteristikách běžců.*

Vzhledem k tomu, že muži jsou více než ženy ochotni více investovat do chytrých hodinek (First Insight, 2016), očekávám, že tomu bude tak i v případě sebemonitorovacích zařízení, kdy si muži budou kupovat dražší nejnovější modely, které disponují mnoha pokročilými funkcemi. Na základě této skutečnosti předpokládám, že se také muži běžci budou svými výsledky hlouběji a detailněji zabývat než ženy, kterým k vlastnímu uspokojení stačí vidět aktuální výsledek a dále již nemají potřebu ho více analyzovat. Naopak muži si se svými výsledky a dosaženými výkony budou více „hrát“, počítat různé statistiky, dělat analýzy, vytvářet grafy atp.

Hypotéza 5a: *Muži si budou častěji zapisovat trénink a analyzovat své výsledky.*

Očekávám, že pro profesionální běžce je téměř povinnost si vést tréninkový deník a analyzovat své výsledky, protože se jedná o dílčí výstup jejich práce. Zároveň tyto informace musí mít jejich trenér, aby mohl správně plánovat trénink. U běžců na nižších úrovních tyto činnosti nejsou tak důležité. Nicméně dá se předpokládat, že i mezi hobby běžci můžeme nalézt jedince, kteří si své činnosti důkladně analyzují, přičemž vzhledem k popularitě běhání a self-trackingu jejich počet stále roste. V naprosté většině tito běžecí fanatičtí analytici budou mužského pohlaví.

Hypotéza 5b: *Důležitost zapisovat si trénink, provádět vyhodnocení a analýzu vlastních výkonu bude růst s rostoucí úrovní běžce.*

Hypotéza 6: *V běžeckých online skupinách lze identifikovat různé typy členů, které budou závislé na sociodemografických a běžeckých charakteristikách.*

Běžeckou komunitu můžeme považovat za online komunitu (viz kap. 5.2 teoretické části této práce), a proto v ní lze identifikovat různé druhy členů (viz kap. 5.3), přičemž obecně je dokázáno, že v komunitách většinou převažují pasivní členové (Äkkinen, 2005, s. 20).

Hypotéza 6a: *Mezi členy běžeckých online skupin budou převažovat pasivní členové.*

Běžecké online skupiny mají univerzální účel, běžci se do nich přidávají z různých variabilních důvodů, lišících se podle pohlaví (Bonds-Raacke & Raacke, 2010)

(chtějí poradit, získat nové informace, sdílet své výkony, najít si přátele, motivovat ostatní), a proto nebude záležet, zda se jedná o běžce či běžkyni, protože každý ve skupině najde „to své“, co hledá.

Hypotéza 6b: Členství v aktivitách nebude záviset na pohlaví.

Hypotéza 6c: Frekvence a důvody členství budou odlišné dle pohlaví.

Hypotéza 7: Témata shromažďování dat, únik informací a bezpečnost self-trackingů jsou pro sebemonitorující se běžce nedůležitá, a proto se jimi nezabývají a neřeší je.

Shromažďování dat, bezpečnost self-trackingů a možný únik osobních informací představují důležitá témata, o kterých se ve veřejném diskurzu doposud příliš nemluvalo (zejména mezi uživateli), nicméně s plánovaným Obecným nařízením o ochraně osobních údajů GDPR platným v EU od 25. května 2018, by měli uživatelé používající sebemonitorovací zařízení, a především pak ti, kteří své výsledky sdílí na internetu, upozornit a začít jim věnovat větší pozornost.

9. Metoda

V následující kapitole se zaměřím na metodologické aspekty provedeního výzkumu, konkrétně popíšu, jak probíhal sběr dat a jaké techniky a metody jsem použila pro zpracování dat a analýzu jejich výsledků.

9.1 Sběr dat

Data pro výzkum jsem sbírala prostřednictvím online samovyplňovacího dotazníku vytvořeného v softwaru LimeSurvey, jinými slovy metodou CAWI²⁵ (*Computer-Assisted Web Interviewing*). Tuto metodu jsem zvolila především z toho důvodu, že představuje levný, rychlý, efektivní a jednoduchý způsob, jak získat velké množství dat od různých (i specifických a jinými metodami obtížně dosažitelných) skupin či jednotlivců z různých částí světa (v mém případě ČR) (Wright, 2005; Mertler, 2012). Zároveň vyplnění dotazníku je pro respondenty snadné, software je dotazníkem logicky veden, aby odpovídali na správné otázky nebo nevynechávali určité odpovědi, čímž dochází k eliminaci chyb. Mezi další výhody této metody patří možnost využití multimédií (obrázků, grafů, videí), čímž je vyplňování pro respondenty příjemnější a zábavnější. Pro zpracování a analýzu získaných dat je rovněž velkou výhodou, že software odpovědi zpracovává automaticky, poskytuje možnost okamžité a průběžné kontroly výsledků a rovněž nabízí možnost exportovat je do formátů určených pro statistické zpracování (např. Microsoft Excel, SPSS nebo Statistica) (Fricker & Schonlau, 2016).

Zároveň však tato metoda má své výrazné limity a omezení, kdy většina z nich se týká výzkumného vzorku (Bethlehem, 2010). Velkou nevýhodou online sběru dat (a obecně každého „samovýběru“) je to, že nemusíme získat reprezentativní data, která bychom mohli zobecňovat na celkovou populaci (Soukup & Rabušic, 2007, s. 384). S tímto problémem souvisí i skutečnost, že přístup k internetu nemají všichni jedinci. Konkrétně dle údajů z ČSÚ z roku 2017 používá internet v ČR alespoň jednou v posledních 3 měsících 79 % obyvatel starších 16 let (63 % obyvatel pak denně nebo téměř denně), přičemž existují velké rozdíly v jeho používání mezi různými věkovými a vzdělanostními

²⁵ V zahraniční literatuře se používají spíše pojmy Web Survey nebo Online Survey.

skupinami²⁶. Jelikož sběr probíhá online, není možnost zkontrolovat identitu respondentů. Další problém představuje návratnost dotazníků, která je úzce spojená především s distribucí, podobou a délkou dotazníku (Fricker & Schonlau, 2016).

Před spuštěním finální verze dotazníku bylo provedeno kvalitativní pilotní testování s deseti respondenty. Respondenty jsem požádala, aby mi k dotazníku poskytli zpětnou vazbu ohledně formulace otázek a jejich porozumění, nabízených možností odpovědí, obsahové a gramatické stránky, obtížnosti a délky vyplnění. Dle výsledků pilotního testování jsem dotazník upravila do finální podoby, do které už v průběhu sběru nelze zasahovat.

Samotný sběr dat probíhal v termínu od 2. do 31. října 2017 sdílením linku na dotazník na různých běžeckých skupinách na Facebooku (např. adidas Runners Prague, Běžci, Běhání Praha a okolí, Běhání Brno, Báječné ženy v běhu), dále skrze Instagram a e-mail. Odkaz mi na svých stránkách také zveřejnila běžecká společnost Runtour nebo běžecký magazín RUN, publikovaný byl i na webových stránkách běhej.com, které jsem požádala o spolupráci. S distribucí odkazu na dotazník pomáhali i samotní respondenti, kteří jej sdíleli na svých profilech a rozesílali svým přátelům a známým, aby byl dosah co největší. Můžeme tak říci, že sběr dat tedy probíhal nabalováním neboli „metodou sněhové koule“. Jedním z hlavních negativ tohoto způsobu sběru dat, které je zároveň i výrazným limitujícím faktorem celého výzkumu, je to, že link na dotazník se nedostal k lidem, kteří ačkoliv běhají a mohou i používat sebemonitorovací zařízení, tak nicméně nepoužívají internet a dotazník nemohli vyplnit, což se mohlo projevit na struktuře výzkumného vzorku. Strukturu výzkumného vzorku dále mohlo ovlivnit i to, že v úvodním slovu k dotazníku byly zmíněny pojmy self-tracking a sebemonitorování, proto dotazník mohli vyplňovat především ti, kteří self-tracking praktikují.

²⁶ Dle údajů z roku 2017 používá internet ve věkové skupině 16-24 let 99 % obyvatel ČR, ve věku 25-34 let a 35-44 let 97 %, ve věku 45-54 let 92 %, ve věku 55-64 let 75 % a ve věku 65+ pouze 34 % obyvatel. Z hlediska vzdělanostních kategorií internet používá 35 % obyvatel se základním vzděláním, 68 % se středním vzděláním bez maturity, 86 % se středním vzděláním s maturitou a vyšším odborným vzděláním a 95 % obyvatel s vysokoškolským vzděláním. Zdroj: ČSÚ, 2017. Odkaz: <https://www.czso.cz/documents/10180/46014700/06200417022.pdf/13995ffa-28a0-42a4-b538-c2f2dd8c9374?version=1.1>

Celkem se výzkumu zúčastnilo 1 317 respondentů, z nichž 876 vyplnilo celý dotazník²⁷. Z těchto respondentů dále 32 na základní otázku „*Jste aktivní běžec? Běháte?*“ odpovědělo „ne“, a jelikož práce je zacílená pouze na běžce, tyto respondenty jsem z analýzy vyřadila. Finální výzkumný vzorek tak čítá 844 respondentů – běžců, z nichž 754 tvoří běžci self-trackeri, na kterých byla provedena hlavní analýza.

9.2 Techniky zpracování dat

Pro zpracování a analýzu jsem využila program Microsoft Excel a IBM SPSS Statistics 22, ve kterých jsem prováděla jak základní (frekvence, popisné charakteristiky, korelace, třídění prvního a druhého stupně), tak složitější statistické operace jako explorační faktorová analýza, binární logistická regrese nebo dvoukroková shluková analýza. Zůstává otázkou, zda vzhledem k použité metodě sběru dat a rekrutaci respondentů, bylo vůbec vhodné tyto pokročilejší statistické operace využít. Nicméně rozhodla jsem se použít proto, abych zachytila rozdíly uvnitř komunity běžců praktikujících self-tracking.

²⁷ Míra návratnosti byla 67 %, což je uspokojivý výsledek pro spolehlivost a kvalitu získaných dat a jejich adekvátní interpretaci (Mareš, 2006, s. 35).

10. Analýza dat

Kapitola 10, ve které budu prezentovat a interpretovat výsledky vlastního výzkumu, představuje jednu ze stěžejních částí celé práce. Nejdříve charakterizuji výzkumný vzorek z hlediska sociodemografických a běžeckých charakteristik a poté již přistoupím k hlavní analýze, díky které budu moci odpovědět na výzkumné otázky a potvrdit či vyvrátit stanovené hypotézy. Nelze opomenout, že dále prezentované výsledky nejsou založeny na reprezentativních datech, jelikož výběr respondentů probíhal „samovýběrem“, a proto všechna dále uvedená zjištění lze vztáhnout primárně k výzkumnému vzorku a nelze je zobecňovat na celou českou běžeckou populaci.

10.1 Základní sociodemografické charakteristiky výzkumného vzorku

Výzkumný vzorek tvoří 844 respondentů, z toho je 52 % žen a 48 % mužů²⁸. Věk respondentů se pohyboval v rozmezí od 13 do 64 let, s průměrnou hodnotou 33 let a směrodatnou odchylkou 10,174 roku. Nejčastější odpovědí bylo hodnota 30 let, kterou uvedlo 43 respondentů. Téměř všichni respondenti mají maturitu (necelých 90 %), více než polovina (55 %) vystudovala vyšší odbornou nebo vysokou školu, naopak základní vzdělání uvedlo pouze 6 % respondentů. Co se týká rodinného stavu, více než polovina respondentů je svobodných (56 %) a více než třetina ve svazku manželském (36 %). Z hlediska profesního statusu, téměř dvě třetiny (65 %) výzkumného vzorku tvoří zaměstnanci na plný úvazek, pětinu pak studenti. Na otázku vztahující se k příjmu respondentů více než pětina (22 %) respondentů zvolila možnost „nechci uvést“²⁹, nejčastěji se pak respondenti zařazovali do kategorie měsíčních příjmů více než 30 tisíc Kč (21 %) a kategorie 20 001 až 25 000 Kč (16 %). Geografické rozložení respondentů podle krajů není rovnoměrné³⁰ – téměř třetina pochází z Prahy (31 %), dále pak

²⁸ Dle průzkumu Běhání v ČR od společnosti GfK realizovaném v květnu 2017 metodou CAWI na reprezentativním vzorku internetové populace ČR (n = 600) běhá aktivně (nejméně 1x týdně) 34 % respondentů, 41 % respondentů běhá příležitostně (méně často než jednou týdně) a 25 % neběhá. Mezi aktivními běžci je 51 % mužů a 49 % žen, z hlediska věku 68 % z nich tvoří běžci do 39 let, a 71 % z nich má maturitní vzdělání. Mezi příležitostnými běžci je 55 % mužů a 45 % žen, více než polovina (52 %) je starší 40 let a 59 % z nich má maturitní vzdělání. Zdroj: GfK (2017).

²⁹ Jedná se o standardní výsledek kvantitativních šetření.

³⁰ Nerovnoměrné rozložení respondentů může být způsobeno metodou sběru dat, kdy link na dotazník jsem na Facebooku nesdílela do všech běžeckých skupin v krajských městech, ale pouze do Prahy, Brna, Ostravy, Hradce Králové a Českých Budějovic.

z Jihomoravského (15 %) a Středočeského kraje (13 %). Detailní informace v příloze A.

	Kategorie	Četnost	Procenta (%)
Pohlaví (N=844)	Muž	405	48
	Žena	439	52
Věk (N=840)³¹	Do 19 let	66	8
	20-29 let	270	32
	30-39 let	294	35
	40-49 let	150	18
	50 a více let	60	7
Vzdělání (N=844)	Základní	54	6
	Střední bez maturity a vyučení	41	5
	Střední s maturitou	284	34
	VOŠ, VŠ	465	55
Rodinný stav (N=844)	Svobodný/á	475	56
	Ženatý/vdaná	307	36
	Rozvedený/á	51	6
	Vdovec/vdova	5	1
	Registrované partnerství	6	1

Tabulka 3: Základní sociodemografické charakteristiky výzkumného vzorku

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců.

10.2 Základní popis výzkumného vzorku z hlediska běžeckých charakteristik

V této části se zaměřím na detailnější popis respondentů z hlediska běhání. Respondenti v rámci dotazníku odpovídali na uzavřené i otevřené otázky, které se týkaly jejich běžecké úrovně, zkušeností s během, frekvence běhání, počtu naběhaných kilometrů, způsobu běhání (zda běhají sami nebo s někým), zda mají trenéra nebo trénují podle plánu, ale především jestli praktikují self-tracking (využívají sebemonitorovací zařízení), kterému bude věnován zbytek této práce.

³¹ Otázka na věk byla položena jako otevřená, což s sebou nese riziko neochoty respondentů odpovídat nebo uvádět nereálné údaje. Z tohoto důvodu jsem musela vyřadit hodnoty 4 respondentů a nastavit je jako Missing.

10.2.1 Úroveň běhání

Respondenti se měli zařadit do jedné ze 4 kategorií, které jsem sama definovala na základě dostupné literatury (např. Sekot, 2006) a vlastních znalostí. Konkrétně se jednalo se následující kategorie:

- **profesionální či vrcholová** (reprezentace ČR, účast na národních či mezinárodních závodech, každodenní trénink)
- **výkonnostní** (pravidelná účast na závodech, pravidelný a systematický trénink, důraz na výsledek)
- **hobby** (pravidelná účast na závodech, nepravidelný trénink, výsledek většinou není podstatný)
- **amatérská/rekreační** (účast na závodech výjimečně, běhání pro radost, zdraví, pro dobrý pocit, bez ambicí)

Rozložení respondentů do výše definovaných skupin je relativně rovnoměrné, přibližně dvě pětiny (43 %) běžců se zařadily do kategorie hobby, necelá třetina (28 %) zvolila možnost amatérská/rekreační, čtvrtina (25 %) se označila za výkonnostní sportovce a zbylá 4 % výzkumného vzorku tvoří běžci na profesionální či vrcholové úrovni.

10.2.2 Zkušenost s během, frekvence běhání, počet naběhaných kilometrů

Výsledky na otázku „*Jak dlouho běháte?*“, kterou jsem zjišťovala kolik let běžec běhá, resp. jaké má běžecké zkušenosti, ukázaly, že více než třetina (36 %) běžců běhá dlouhodobě (5 a více let), necelá třetina (30 %) pak střednědobě (3-4 roky), přibližně čtvrtina (24 %) krátkodobě (1-2 roky) a desetina (10 %) respondentů s během teprve začíná.

Že běhání představuje v současné době velmi oblíbenou aktivitu, jejíž popularita začala více stoupat od začátku nového tisíciletí a nejedná se tak pouze aktuální trend, potvrdily i výsledky mého výzkumu, neboť naprostá většina běžců se běhání věnuje již nějakou dobu a těch, kteří s běháním začínají, je minimum.

Ke zkušenostem s během se váže i frekvence běhání, která úzce souvisí s počtem naběhaných kilometrů – z logiky věci čím častěji chodím běhat, tím pravděpodobněji naběhám více kilometrů. Téměř všechny běžce v rámci výzkumu můžeme označit za běžce pravidelné, protože běhají alespoň několikrát měsíčně.

Nejvíce je těch běžců, kteří běhají několikrát týdně (64 %), pětina pak běhá 1-2x týdně, ale necelá desetina (9 %) chodí běhat každý den (v tomto případě se jedná především o profesionální 44 % a výkonnostní 45 % běžce).

Počet naběhaných kilometrů jsem zjišťovala pomocí otevřené otázky, u které měli respondenti napsat, kolik kilometrů naběhají průměrně za měsíc. Nejčastější odpovědí bylo 100 km, kdy tak odpovědělo 96 respondentů, 200 km uvedlo 71 respondentů a 66 běžců běhá průměrně 150 km. Odpovědi jsem si kategorizovala do 5 skupin (viz tabulka 4). Z tabulky můžeme vidět, že téměř třetina běžců (31 %) běhá pravidelně mezi 50 a 100 km a přibližně čtvrtina (26 %) do 50 km měsíčně, což přesně odpovídá rozložení úrovní běžců, kdy převážná většina se označila jako hobby či rekreační běžce.

Počet km	Frekvence	Procenta (%)
Do 50 km	214	26
51-100 km	262	31
101-150 km	136	16
151-200 km	107	13
Více než 200 km	114	14
Celkem	833	100

Tabulka 4: Počet naběhaných kilometrů za měsíc

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců.

10.2.3 Způsob běhání a trénování

Ačkoliv běhání představuje individuální aktivitu, skrývá v sobě velmi silný sociální rozměr ve formě určité sociální interakce (např. běhání ve skupině, účast na závodech). Společně však běžci vytváří velmi početnou a stále rostoucí komunitu. S tím souvisí i skutečnost, že v dnešní době běžci stále častěji vyhledávají společné běhání na skupinových trénincích³². Právě tuto možnost, jako nejčastější způsob běhání, zvolilo 7 % respondentů (jednalo se druhou nejčastější). Absolutně nejvíce respondentů dle očekávání uvedlo, že nejčastěji běhají samostatně (81 %). Respondenti také měli možnost jiné odpovědi (využilo ji 30 dotázaných), z nichž nejvíce uváděli, že běhají s rodinným příslušníkem, se psem či s kočárkem. Zajímalo mě, zda se způsoby běhání liší mezi muži a ženami, konkrétně jsem se domnívala, že ženy budou častěji běhat na skupinových

³² V ČR je v současnosti zdarma organizuje např. Adidas, Nike či Reebok.

hodinách než muži, kteří budou běhat více individuálně. Analýza ukázala, že rozdíl mezi muži a ženami není statisticky významný, neboť individuálně běhá 79 % žen a 83 % mužů a běhání na skupinových lekcích využívá 7 % žen a 6 % mužů.

Běžci většinou směřují své úsilí k nějakému cíli (např. konkrétnímu závodu nebo určitému času), jehož dosažení výrazně pomáhá systematicky vedený trénink. Na internetu můžeme nalézt velké množství tréninkových plánů na různé vzdálenosti a pro různé úrovně běžců, rovněž na skupinových trénincích mohou účastníci zdarma využít trenérské vedení a poradenství, ale v posledních letech roste i popularita osobních trenérů. Informace ohledně systematického trénování jsem rovněž zjišťovala ve svém výzkumu, přičemž se ukázalo, že více než polovina (56 %) běžců netrénuje podle plánu, ani nikdy nevyužívala služeb trenéra. Jako druhou nejčastější možnost respondenti uváděli, že v minulosti služeb trenéra nebo tréninkový plán využívali (16 %). Domnívám se, že jde především o běžce, kteří dříve běhali na vrcholové úrovni nebo o ty běžce, kteří si jen chtěli systematický trénink vyzkoušet. Zbylé tři možnosti – osobní trenér, trenér na skupinových lekcích a tréninkový plán, označilo shodně okolo 10 % respondentů. Dle výsledků lze soudit, že systematickost v tréninku je pro běžce různých výkonnostních úrovní důležitá, protože nějakou formou ji řešilo či řeší téměř polovina všech dotázaných běžců.

Trenér/plán	Počet	Procenta (%)
mám svého osobního trenéra (osobní kontakt)	82	10
využívám trenéra na skupinových lekcích	76	9
trenér mi pouze píše plán/trénuji podle plánu na internetu	72	9
už nemám, ale měl(a) jsem/trénoval(a) jsem podle plánu	139	16
nikdy jsem neměl(a) trenéra/netrénoval(a) jsem podle plánu	475	56
Celkem	844	100

Tabulka 5: Trenér/plán

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců.

10.2.4 Self-tracking mezi běžci

Ve své práci se zaměřuji na sebemonitorování běžců, proto následující základní statistický popis výzkumného souboru z hlediska self-trackingu

představuje nezbytný úvod před provedením hlavní analýzy. Nejdůležitější otázkou je, zda běžci vůbec nějakým způsobem sledují svoji běžeckou aktivitu či nikoliv. Naprostá většina (89 %) respondentů uvedla, že nějaké sebemonitorovací zařízení využívají a pouze 11 % dotázaných žádné zařízení nepoužívá. Tím jsem potvrdila hypotézu 1, že naprostá většina běžců rekrutovaných online s výzvou, která obsahovala pojem self-tracking a sebemonitorovací zařízení, bude nějakým způsobem sledovat svoji aktivitu.

U běžců, kteří sebemonitorovací zařízení používají, jsem dále zjišťovala, zda chodí někdy běhat bez zařízení, a pokud ano, jestli v tom vnímají nějaký rozdíl. Více než 80 % běžců, kteří používají sebemonitorovací zařízení, uvedlo, že jej používá při každém běhu. Pokud ale běžci někdy běhají se zařízením a někdy nikoliv, tak naprostá většina z nich mezi tím vidí rozdíl. Běžci nejčastěji uváděli, že pokud nemají sebemonitorovací zařízení, běží „více na pohodu“, uvolněně, cítí se svobodněji, vnímají více a lépe pocity svého těla, ale rovněž často nemají odhad, jak běží rychle, kolik uběhli kilometrů nebo obavu, že nebudou mít aktivitu zaznamenanou ve statistikách. Pro ukázkou uvádím několik konkrétních výpovědí:

- *„Ano, rozdíl vnímám. Běžím více pro radost. To je výhoda i nevýhoda. Nemám tolik pod kontrolou tréninkový výkon, který chci dodržet. Ale zase je tam ta uvolněná radost.“*
- *„Ano, řídím se signály svého těla a ne displejem sporttesteru, a proto jsem uvolněnější a běh si více užiju.“*
- *„Cítím svobodu a nezávislost, když nevím, jakým přesně běžím tempem.“*
- *„Pokud chodím bez sporttesteru, tak většinou cíleně při pomalých bězích, abych se více soustředil na běh jako takový a subjektivní pocit při něm. Sporttester občas nutí kontrolovat tempo a zbytečně zrychlovat.“*
- *„jsem nesvá, mrzí mě, že výběh nebudu mít ve "statistice", nemám nad sebou pomyslný "bič"“*
- *„Klidnější běh bez stresu, lépe se uvolním, vyčistím hlavu. Se sporttesterem jsem více napjatá, vystresovaná po dobu tréninku.“*

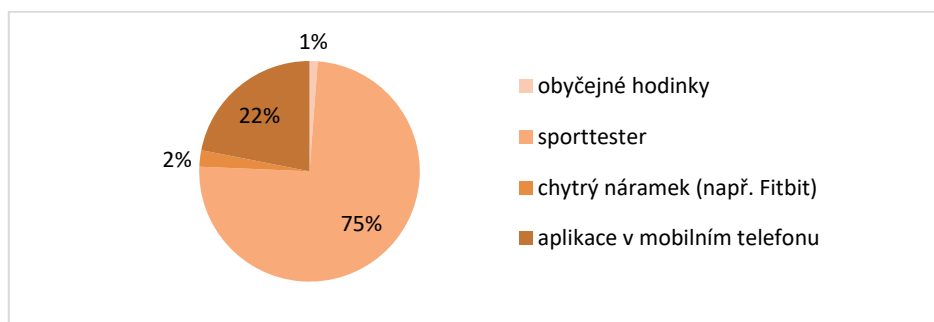
Výsledky potvrzují celosvětový trend, že nejen běhání, ale rovněž praktikování self-trackingu při běhání představují v současnosti velmi časté a oblíbené aktivity. Pokud však porovnáme výsledky toho, jak dlouho lidé běhají a jak dlouho používají sebemonitorovací zařízení, zjistíme, že zatímco většina běžců běhá dlouhodobě, tak self-tracking mezi běžci je poměrně novinkou, neboť více než polovina ho praktikuje méně než 3 roky a těch, kteří se sebemonitorují více než 5 let, je pouze 16 %.

	Doba běhání (N=844)	Doba praktikování self-trackingu (N=754)
Do 1 roku	10	24
1-2 roky	24	34
3-4 roky	30	26
5 a více let	36	16

Tabulka 6: Porovnání doby běhání a doby praktikování self-trackingu

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců. Pozn: Údaje v procentech (%).

Jak již bylo zmíněno v teoretické části práce (viz kap. 5), přímo pro běžce (sportovce) jsou vyvíjeny speciální hodinky – sporttestery. S tím souvisela i jedna z hypotéz, kdy jsem očekávala, že naprostá většina běžců bude pro sebemonitorování využívat právě sporttester, v menší míře pak aplikaci v mobilním telefonu. Dle výsledků (viz graf 2) lze hypotézu jednoznačně potvrdit, protože tři čtvrtiny běžců (75 %) používají pro sebemonitorování právě sporttester, druhou nejčastější odpovědí pak byly běžecké aplikace v mobilním telefonu (22 %). V případě mobilních aplikací se ukázalo, že je častěji využívají běžci s nižšími příjmy (např. v příjmové kategorii 10 001 až 15 000 Kč sporttester využívá 67 % běžců a mobilní aplikace jedna třetina, u běžců s příjmy nad 30 tisíc Kč je to 87 % pro sporttester a 13 % pro mobilní aplikace – více viz příloha B).



Graf 2: Používaný druh sebemonitorovacího zařízení

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců, Pozn.: N=748.

V uzavřené otázce s možností zaškrtnutí více odpovědí a možností vybrat jiné měli běžci self-trackeri uvést, co všechno, resp. jaké údaje sledují. Dle výsledků (viz tabulka 7) můžeme jednoznačně identifikovat 3 hlavní údaje, které sledují téměř všichni běžci – vzdálenost, tempo/rychlost a čas. Jedná se o nejzákladnější údaje, kterými můžeme běh charakterizovat. Z ostatních údajů lze poukázat na tepovou frekvenci (sleduje více než polovina), jejíž měření právě umožňují sporttestery, případně i chytré náramky, ale nikoliv mobilní aplikace. Z jiných údajů, které běžci mohli sami uvést, se nejčastěji opakovaly odpovědi jako mezičasy, vertikální oscilace, VO2 max, efektivita běhu nebo vyváženost doby kontaktu se zemí.

Sledovaný údaj	Počet	Procenta (%)
Vzdálenost	740	98
Tempo/rychlost	713	95
Čas	709	94
Tepová frekvence	431	57
Převýšení	357	47
Spálené kalorie	198	26
Kadence	169	22
Délka kroku	70	9

Tabulka 7: Sledované údaje

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců. Pozn.: N=754, položky seřazené sestupně dle procent.

Díličí analýza dle pohlaví ukázala, že existují rozdíly mezi tím, jaké údaje jsou důležitější pro muže a jaké pro ženy. Dle očekávání základní údaje (vzdálenost, tempo/rychlost, čas) sledují muži a ženy stejně často. Statisticky významně se však ukázalo, že ženy mnohem častěji než muži sledují spálené kalorie, naopak muži častěji sledují více detailní údaje (délku kroku, kadenci, tepovou frekvenci nebo převýšení).

Sledovaný údaj	Muž	Žena
Spálené kalorie	38 %	62 %
Tepová frekvence	58 %	42 %
Délka kroku	73 %	27 %
Kadence	63 %	37 %
Převýšení	55 %	45 %

Tabulka 8: Statisticky významné rozdíly ve sledovaných údajích dle pohlaví

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců. Pozn.: N=754. Položky jsou seřazené dle pořadí v dotazníku.

Ze sociologického pohledu se nabízí zajímavá otázka, zda běžci používají sebemonitorovací zařízení pouze pro sledování běžecké aktivity, nebo jestli jej využívají i při sledování jiných činností v běžném životě. Výsledky ukazují, že téměř polovina (48 %) self-trackerů běžců nepoužívá sebemonitorovací zařízení pouze pro sledování běžecké aktivity, ale i pro sledování jiných činností a aktivit. Nejčastěji jej používají pro sledování aktivity v jiných sportech (nejvíce cyklistika, plavání, chůze, brusle), z ostatních údajů je pak zajímaví především denní počet kroků, spánek nebo tepová frekvence (viz tabulka 9).

Sledovaný údaj	Počet	Procenta (%)
Denní počet kroků	309	85
Spánek	187	52
Puls/tep	168	46
Energetický příjem/výdej	70	19
Biorytmus	10	3
Teplota těla	8	2
Množství vody v těle	6	2
Stavba těla	6	2
Nálada	6	2
Pocit štěstí	6	2
Závislost	4	1

Tabulka 9: Jiné sledované údaje

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců. Pozn.: N =363. Položky jsou seřazené sestupně.

Dá se předpokládat, že by se mezi skupinami běžců, kteří používají sebemonitorovací zařízení pouze pro běh a těmi, kteří i pro sledování jiných činností či aktivit, mohly projevit rozdíly z hlediska sociodemografických charakteristik. Především dle pohlaví, protože jak vyplývá z průzkumu v USA, fitness náramky, které jsou ke sledování celodenní aktivity primárně určené, používají častěji ženy, zatímco muži častěji nosí chytré hodinky (NPD, 2015). Nicméně detailní analýza na českém výzkumném vzorku jak z pohledu pohlaví, tak i věku nebo vzdělání, neukázala žádné statisticky významné rozdíly, a proto můžeme konstatovat, že v tomto případě nehrají sociodemografické charakteristiky jedince roli.

10.3 Analýza hlavních zjištění

Ve zbytku práce se budu věnovat hlavní analýze dat, na základě které budu moci odpovědět na výzkumné otázky a potvrdit či vyvrátit stanovené hypotézy, které jsou popsány v kapitole 8.1.

10.3.1 Základní testování souvislostí a modelu

Prvním krokem analýzy bylo otestování, zda proměnné, se kterými budu v dalších fázích analýzy pracovat, spolu nějakým způsobem souvisí. Jinými slovy jsem zjišťovala, co všechno, resp. jaké proměnné mají vliv na to, zda běžci používají nebo nepoužívají sebemonitorovací zařízení.

Za pomoci chí-kvadrát testu nezávislosti jsem zjistila, že na sebemonitorování běžců mají statisticky významný vliv proměnné věk, vzdělání, profese, rodinný stav, příjem, úroveň běže, zkušenost s během a frekvence běhání. Naopak u proměnných pohlaví, trenér a způsob běhání se ukázalo, že jejich vliv na to, zda běžci budou nebo nebudou používat sebemonitorovací zařízení, není statisticky významný. Nemohu tak potvrdit dílčí hypotézu 1a, že častěji sebemonitorovací zařízení užívají ženy než muži. Naopak dílčí hypotézu 1b, že lidé s nižším vzděláním praktikují self-tracking méně často než lidé s vyšším vzděláním, mohu potvrdit. Výsledky ukazují, že statisticky významně více používají sebemonitorovací zařízení běžci, kteří mají vzdělání střední s maturitou nebo vysokoškolské, oproti běžcům se vzděláním základním nebo středním bez maturity a vyučených (viz tabulka 10).

		Vzdělanostní kategorie			
		ZŠ	SŠ bez maturity, vyučení	SŠ s maturitou	VOŠ, VŠ
Sebemonitorování	ano	81 %	80 %	92 %	89 %
	ne	19 %	20 %	8 %	11 %
	Celkem	100 %	100 %	100 %	100 %

Tabulka 10: Vliv vzdělání na sebemonitorování

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců. Pozn.: Sloupcová procenta.

Ve své práci se zabývám primárně sebemonitorujícími se běžci a z toho logicky vyplývá, že tato kategorie je oproti nesebemonitorujícím se běžcům výrazně početnější (89 % sebemonitorujících ku 11 % nesebemonitorujících). I přes tento nedostatek – nevyváženost kategorií – jsem nicméně zkusila za pomoci binární logistické regrese otestovat model, jak dohromady statisticky významné sociodemografické a běžecké proměnné ovlivňují používání sebemonitorovacích zařízení u běžců. Závislá proměnná je binární – uživatel (1) nebo neuser (0) sebemonitorovacích zařízení, a jako nezávislé proměnné vstupují do modelu ty proměnné, u kterých byla zjištěna přímá souvislost s používáním sebemonitorovacích zařízení, vyjma profese a rodinného stavu, protože u těchto proměnných kategorie nejsou rovnoměrně vyvážené, a také příjmu, neboť na tuto otázku neodpověděla téměř čtvrtina respondentů a výrazně by se tak snížila velikost výzkumného vzorku. Konkrétně jsem tedy zkoumala sociodemografické proměnné – věk a vzdělání a proměnné vztahující se k běhání – úroveň běžce, zkušenost s během a frekvence běhání.

Dle výsledku binární logistické regrese (všechny vstupní předpoklady splněny, omnibusový test pro model vyšel signifikantní a naopak Hosmer and Lemeshow test nesignifikantní, což dokládá, že výsledky predikované modelem odpovídají vstupním datům, pseudokoefficienty determinace nejsou nulové) můžeme konstatovat, že z proměnných zařazených do modelu ovlivňují používání sebemonitorovacích zařízení pouze běžecké proměnné – úroveň běžce a zkušenost s během, neboť ostatní proměnné nejsou statisticky významné (viz tabulka 11).

Proměnná	Exp(B)	B	Sig.
věk	1,026	0,026	0,056
frekvence běhání	0,800	-0,223	0,068
profesionální/vrcholová úroveň	7,081	1,957	0,015
výkonnostní úroveň	4,488	1,501	0,000
hobby úroveň	2,309	0,837	0,002
amatérská/ rekreační úroveň			0,000
základní vzdělání	0,690	-0,371	0,436
střední vzdělání bez maturity a vyučení	0,330	-1,108	0,015
střední vzdělání s maturitou	1,184	0,169	0,550
VOŠ, VŠ			0,049
5 a více let	0,168	-1,786	0,000
3-4 roky	0,580	-0,544	0,291
1-2 roky	0,406	-0,903	0,072
teprve začínám (do 1 roku)			0,000
Konstanta	9,892	2,292	0,003

Tabulka 11: Výsledky binární logistické regrese

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců.

Finální výsledky (dle nově přepočítaného modelu pouze se statisticky významnými nezávislými proměnnými, viz tabulka 12) můžeme interpretovat tak, že s rostoucí úrovní běžce se zvyšuje šance, že běžec bude používat sebemonitorovací zařízení. Vliv běžeckých zkušeností se statisticky významně projevuje mezi běžci začátečníky a dlouhodobými běžci, kteří běhají 5 a více let. Konkrétně u běžců začátečníků existuje vyšší šance, že budou sebemonitorovací zařízení používat.

	Kategorie	Exp(B)	B	Sig.
úroveň běžce	profesionální/vrcholová	7,458	2,009	0,008
	výkonnostní	5,372	1,681	0,000
	hobby	2,709	0,996	0,000
	amatérská/rekreační			0,000
zkušenost s během	5 a více let	0,234	-1,451	0,002
	3-4 roky	0,714	-0,336	0,502
	1-2 roky	0,450	-0,798	0,102
	teprve začínám (do 1 roku)			0,000
	Konstanta	9,239	2,223	0,000

Tabulka 12: Finální výsledky modelu

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců.

10.3.2 Porovnání sebemonitorujících a nesebemonitorujících se běžců

Cílovou skupinou jsou běžci, kteří používají sebemonitorovací zařízení, proto je jich ve zkoumaném vzorku téměř 90 %, nicméně to nebrání jejich srovnání s nesebemonitorujícími se běžci, zda je mezi nimi možné identifikovat nějaké odlišnosti z hlediska sociodemografických a běžeckých charakteristik. Dle výsledků zobrazených v tabulce 13 vidíme, že mezi běžci, kteří používají a těmi, kteří nepoužívají sebemonitorovací zařízení, existují statisticky významné rozdíly z hlediska vzdělání, věku, příjmu a dále ze všech sledovaných běžeckých charakteristik. Sebemonitorující běžci jsou o něco málo starší (průměrný věk 33,2 let vs. 31,3 let nesebemonitorující), vzdělanější a mají vyšší příjmy (průměrný příjem okolo 25 000 Kč vs. okolo 20 000 Kč u nesebemonitorujících). Z hlediska běžeckých charakteristik se jedná o běžce na vyšší úrovni běhající pravidelněji a častěji. Co se týká zkušeností s běháním, tak u sebemonitorujících se běžců jsou kategorie běhám 3-4 roky a 5 a více let vyrovnané (okolo 30 %), zatímco u nesebemonitorujících jich polovina běhá 5 a více let.

		Používají		Nepoužívají	
		Frekvence	Procenta	Frekvence	Procenta
pohlaví	žena	392	52	47	52
	muž	362	48	43	48

vzdělání	ZŠ	44	6	10	11
	SŠ bez mat. a vyuč.	33	4	8	9
	SŠ s maturitou	262	35	22	24
	VOŠ, VŠ	415	55	50	56
věk	do 19 let	53	7	13	14
	20-29 let	238	31	32	36
	30-39 let	266	35	28	31
	40-49 let	143	19	7	8
	50 a více let	50	7	10	11
příjem	do 5 000 Kč	56	7	11	12
	5 001 – 10 000 Kč	24	3	4	4
	10 001 – 15 000 Kč	43	6	12	13
	15 001 – 20 000 Kč	87	12	12	13
	20 001 – 25 000 Kč	127	17	11	12
	25 001 – 30 000 Kč	90	12	4	4
	30 001 a více Kč	167	22	12	13
	nechci uvést	160	21	24	27
temperament	flegmatik	292	39	32	36
	cholerik	102	14	14	16
	melancholik	116	15	18	20
	sangvinik	237	32	25	28
úroveň běžce	profesionální	35	5	2	2
	výkonnostní	200	26	11	12
	hobby	324	43	32	36
	amatérská	195	26	45	50
zkušenost s během	do 1 roku	81	11	6	7
	1-2 roky	181	24	22	24
	3-4 roky	238	32	17	19
	5 a více let	254	33	45	50
frekvence běhání	každý den	66	9	8	9
	několikrát týdně	496	66	41	46
	1-2x týdně	146	19	22	24
	1x za 14 dní	17	2	8	9
	několikrát měsíčně	23	3	11	12
	1x za měsíc	4	1	0	0
	méně často	2	0	0	0

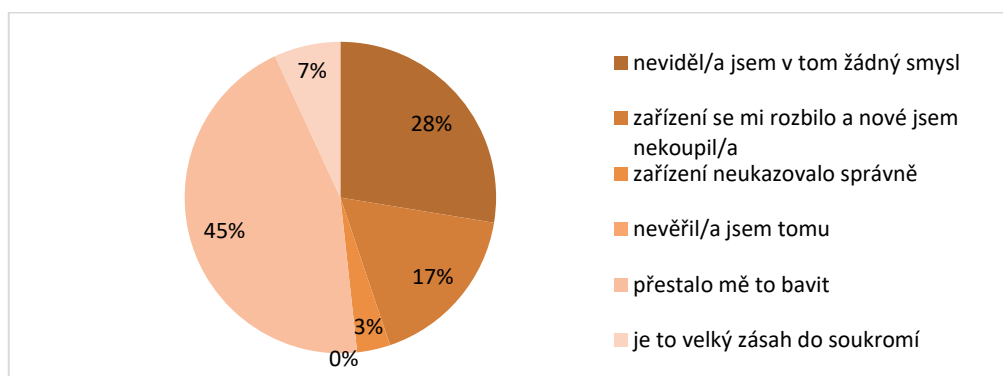
Tabulka 13: Porovnání běžců, kteří praktikují self-tracking a kteří ho nepraktikují

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců.

10.3.3 Detailní analýza nesebemonitorujících se běžců

Z předchozích výsledků již víme, že naprostá většina běžců sebemonitorovací zařízení využívá, nicméně stále se najdou i běžci, kteří jej nevyužívají – v tomto výzkumu je jich konkrétně 11 % (90 běžců) a ani ti by neměli zůstat opomenuti. U běžců, kteří sebemonitorovací zařízení nepoužívají, jsem zjišťovala, zda jej někdy v minulosti používali nebo naopak, jestli o jejich používání do budoucna uvažují. Přibližně třetina (34 %) z nich uvedla, že ačkoliv nyní sebemonitorovací zařízení nevyužívá, tak v minulosti jej využívala, téměř polovina (49 %) ho ani v minulosti nevyužívala a necelá pětina (17 %) má v úmyslu jej začít využívat.

Dále mě u běžců, kteří sebemonitorovací zařízení dříve používali, zajímalo, proč s jeho používáním přestali. Dotázaní měli vybrat jeden z nabízených důvodů, a navíc měli možnost uvést jiný, vlastní důvod. Necelá polovina (45 %) přestala zařízení používat, protože je to přestalo bavit, necelá třetina (28 %) kvůli tomu, že v sebemonitorování neviděla žádný smysl a necelá pětina (17 %) proto, že se jim zařízení rozbilo a nové si již nekoupili. 7 % respondentů označilo jako důvod příliš velký zásah do soukromí a 3 % uvedli, že tomu nevěřili. Jiné odpovědi byly dvě – „mobil mi překážel“ a „Na mé úrovni zbytečné, dostačím si s TF, kterou si měřím sám. Délky úseků mám změřené a ověřené.“.



Graf 3: Důvody, proč už zařízení nevyužívá

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem *Self-tracking u běžců*. Pozn.: N=31.

10.3.4 Důvody k sebemonitorování

Pro hlavní cíl práce je nejdříve důležité zjistit, proč vůbec běžci se sebemonitorováním začali, jaké důvody je k tomu vedly. To jsem zjišťovala na základě vlastního sebehodnocení a vyjádření respondentů, kterým jsem v rámci

dotazníku předložila 10 tvrzení, u kterých měli na škále 1 až 5, kde 1 znamená „naprosto souhlasím“ až 5 „naprosto nesouhlasím“, rozhodnout nakolik s nimi (ne)souhlasí z hlediska toho, proč sebemonitorovací zařízení začali používat. Základní výsledky zobrazuje následující tabulka 14. Poměrně dle očekávání je nejčastější důvod pro sledování aktivity, dále kvůli zlepšení vlastního výkonu a také pro kontrolu nad sebou samým. Naopak s tvrzením, že by běžci museli začít používat sebemonitorovací zařízení kvůli svému zdravotnímu stavu nesouhlasí téměř nikdo – to ostatně dokládá stanovenou hypotézu 3, že běžci praktikují self-tracking v soukromém, nikoliv vynuceném nebo podněčujícím režimu.

	Průměr	Souhlas (%)	Směrodatná odchylka
Pro sledování aktivity.	1,21	96	0,700
Zlepšování se.	1,65	86	0,983
Chtěl/a jsem mít nad sebou větší kontrolu.	2,16	65	1,248
Pro zábavu.	2,74	51	1,443
Ze zvědavosti.	2,85	46	1,446
Kvůli větší psychické pohodě.	3,35	28	1,341
Chtěl/a jsem zhubnout.	3,49	30	1,510
Pro efektivnější management každodenních činností.	3,60	25	1,440
Na doporučení známých, přátel, trenéra.	3,87	19	1,342
Musel/a jsem ze zdravotních důvodů/na radu lékaře.	4,80	3	0,749

Tabulka 14: Důvody k používání sebemonitorovacích zařízení

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců. Pozn.: N=754. Položky seřazeny sestupně. Souhlas je součtem možností 1 a 2 na škále.

Pokud se podíváme na výsledky detailněji z pohledu sociodemografických a běžeckých charakteristik, docházíme k zajímavým zjištěním. Z hlediska pohlaví vychází jako statisticky významné důvody hubnutí, zlepšování se, větší psychická pohoda a doporučení jinými. Z výsledků (viz tabulka 15) je zřejmé, že ženy s výše uvedenými důvody souhlasí více než muži. Vůbec největší rozdíl je nepřekvapivě u hubnutí, druhý nejvyšší u doporučení. U zlepšování se a psychické pohody nejsou rozdíly tak znatelné. U dalších sociodemografických charakteristik (věk či vzdělání) vychází rovněž statisticky významné rozdíly, nicméně v některých

kategoriích není zastoupení respondentů dostatečné a pro kvalitu výsledků není relevantní konkrétní rozdíly interpretovat.

	Průměr ženy (N=392)	Průměr muži (N=362)
hubnutí	3,18	3,83
doporučení	3,67	4,09
větší psychická pohoda	3,22	3,49
zlepšování se	1,55	1,76

Tabulka 15: Rozdíly v důvodech dle pohlaví

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců. Pozn.: Položky seřazeny dle nejvyšších rozdílů.

Co se týká rozdílů z běžeckých charakteristik (viz tabulka 16), tak z hlediska úrovně běžce vychází statisticky významné rozdíly u důvodu hubnutí, zvědavosti a zábavy, přičemž všechny tyto důvody jsou charakteristické pro rekreační a hobby běžce, zatímco výkonnostní a především profesionální běžci k nim uváděli silnější nesouhlas.

		Úroveň běžce			
	Odpověď	profesionální/ vrcholová	výkonnostní	hobby	amatérská/ rekreační
hubnutí	1	0 %	7 %	17 %	23 %
	2	0 %	9 %	16 %	21 %
	3	3 %	12 %	19 %	21 %
	4	6 %	12 %	13 %	11 %
	5	91 %	60 %	34 %	24 %
zvědavost	1	23 %	16 %	22 %	31 %
	2	20 %	19 %	26 %	21 %
	3	20 %	23 %	23 %	23 %
	4	11 %	17 %	7 %	7 %
	5	26 %	25 %	22 %	18 %
zábava	1	11 %	15 %	27 %	31 %
	2	14 %	22 %	30 %	30 %
	3	35 %	24 %	18 %	20 %
	4	6 %	11 %	4 %	7 %
	5	34 %	28 %	21 %	12 %

Tabulka 16: Rozdíly v důvodech dle úrovně běžce

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců. Pozn.: Uvedeny sloupcová procenta.

10.3.5 Motivy k self-trackingu

Hlavním cílem práce, ve které aplikuji teorii užití a uspokojení, je najít odpověď na otázku: „Proč běžci praktikují self-tracking a jaký z toho mají užitek?“. Konkrétně se snažím identifikovat motivy, proč běžci v sebemonitorování dále pokračují, proč po určité době nepřestávají. Využila jsem k tomu metodu explorační faktorové analýzy (EFA), do které jako vstupní proměnné vstupovalo 28 výroků, které jsem respondentům položila ve dvou bateriích s možnostmi odpovědí na škále 1 až 5, kde 1 znamená naprosto souhlasím, 2 spíše souhlasím, 3 ani souhlas, ani nesouhlas, 4 spíše nesouhlasím a 5 naprosto nesouhlasím.

Jak je zřejmé z názvu metody, explorační faktorová analýza představuje výzkumnou proceduru, ve které výzkumník zkouší různá řešení a dle svého vlastního uvážení a z hlediska interpretace volí určité finální řešení. Jedná se tedy o subjektivní metodu, kdy by jiný výzkumník mohl dospět k jiným výsledkům, což není vždy vhodné a žádoucí.

Nicméně jako každá metoda má i EFA určité předpoklady pro její použití a pravidla, která musí být dodržena. Základním předpokladem je, že proměnné vstupující do analýzy musí být kardinální, nebo ordinální na minimálně pětibodové škále a nesmí mezi sebou korelovat. O možnosti použití EFA na zvolená data rozhoduje výsledek Bartlettova testu sféricity, u kterého bychom měli zamítnout nulovou hypotézu (H_0 : Proměnné nejsou výrazně provázané, FA nemá smysl pro naše data.) a hodnota KMO kritéria (Kaiser-Meyer-Olkin), jež by měla být vyšší než 0,5 (ideálně nad 0,7). Pro extrakci faktorů (zvolení „správného“ počtu) existuje několik způsobů, přičemž ve své práci se budu držet Kaiserova pravidla, které říká: „použij tolik faktorů, kolik jich je větší než $Eigenvalue = 1$ “ a pro kontrolu použiji grafické zobrazení ve formě Scree plotu. V rámci aplikace EFA na svá data, která splňují všechny předpoklady³³, jsem použila metodu Principal Axis Factoring a pro interpretaci výsledků budu používat rotované řešení. Jelikož očekávám, že vzniklé faktory mohou mezi sebou korelovat, zvolila jsem šikmou rotaci Oblimin.

V rámci celé procedury EFA jsem od základního řešení, do kterého vstupovalo všech 28 proměnných, postupnými kroky dospěla k finálnímu řešení,

³³ Bartlettův test sféricity vyšel signifikantní a hodnota KMO kritéria je 0,880.

které je založeno na 21 proměnných. O vyřazení proměnných z analýzy rozhodovala: 1. nízká hodnota komunality, 2. síla proměnných u více faktorů, 3. procento vysvětlené variance a 4. možnost interpretace.

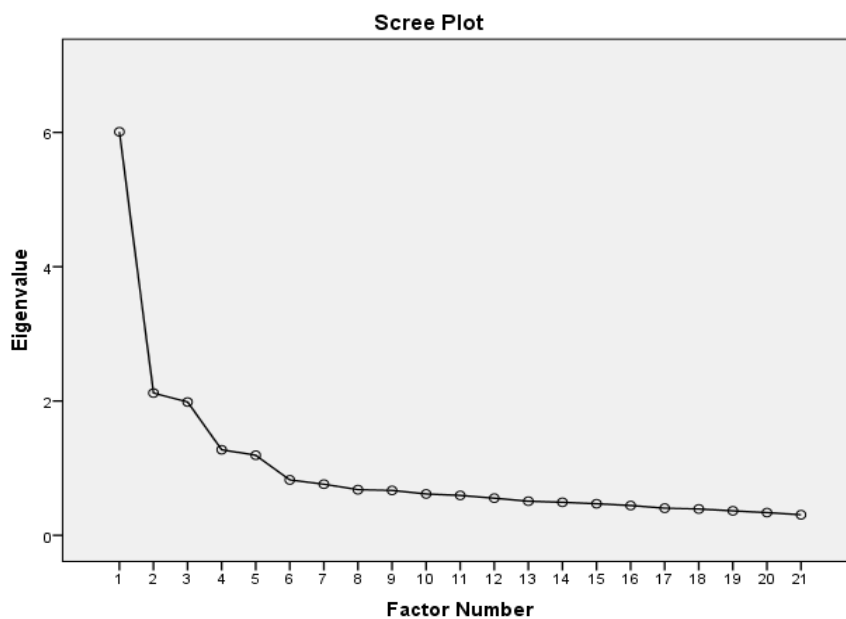
Dle Kaiserova pravidla jsem vytvořila 5 faktorů, které dohromady vysvětlují 48,2 % variance (viz tabulka 17). To, že pět faktorů je „správný“ počet, dokládá i Scree plot (viz graf 4).

Total Variance Explained							
Factor	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings ^a
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	6,009	28,616	28,616	5,499	26,183	26,183	3,804
2	2,119	10,093	38,708	1,625	7,737	33,921	3,274
3	1,985	9,454	48,162	1,536	7,316	41,237	2,736
4	1,275	6,069	54,232	,783	3,728	44,965	1,963
5	1,193	5,679	59,911	,686	3,265	48,230	2,878
6	,825	3,930	63,841				

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

Tabulka 17: Tabulka pro extrakci faktorů

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců.



Graf 4: Scree plot

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců.

Finální řešení s vytvořenými 5 faktory zobrazuje následující tabulka 18. Z hlediska interpretace vychází výsledky velmi dobře, neboť každá proměnná je silná pouze v jednom konkrétním faktoru. Jediným problematickým aspektem výsledného řešení je to, že čtvrtý vzniklý faktor obsahuje pouze 2 proměnné, což není ideální, protože každý faktor by měl obsahovat alespoň 3 položky, nicméně v určitých případech můžeme i tento výsledek použít.

Pattern Matrix ^a					
	Factor				
	1	2	3	4	5
S9a_11 Chci pečovat o své zdraví.	,708				
S9b_10 Chci se udržovat v kondici.	,545				
S9a_2 Lépe vnímám signály svého těla.	,490				
S9a_8 Mám nad sebou určitou kontrolu.	,462				
S9b_11 Je to můj osobní trenér.	,455				
S9b_6 Mohu sledovat své výsledky.		-,733			
S9b_8 Mám radost, když vidím, že se mi povedl trénink.		-,594			
S9a_5 Dokáže zaznamenat uběhnutou trasu.		-,497			
S9a_3 Motivuje mě to k lepším výkonům.		-,492			
S9a_10 Své výkony a výsledky můžu analyzovat.		-,487			
S9a_14 Každý nový zaznamenaný osobní rekord potěší.		-,473			
S9b_1 V případě mé výkonnosti je to nutností.			,794		
S9b_2 Bez sledování běž. tréninku nemůžu dosáhnout nejlepších výsledků.			,778		
S9b_3 Pomáhá mi lépe dodržovat stanovené tréninkové cíle a plány.			,605		
S9b_7 Jedná se prostředek ke zlepšení výkonnosti.			,471		
S9b_5 Bez zařízení už neběhám.				,754	
S9b_4 Jsem na to zvyklý/á.				,545	
S9b_12 Své výkony a výsledky můžu sdílet s ostatními.					-,823
S9b_9 Díky výsledkům se můžu porovnávat s ostatními.					-,724
S9a_13 Chci být součástí běžecké komunity.					-,570
S9b_14 Chci mít sportovní image.					-,421
Extraction Method: Principal Axis Factoring. Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.					
a. Rotation converged in 14 iterations.					

Tabulka 18: Finální řešení EFA

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců.

Za položkami, které společně tvoří jednotlivé faktory, bychom správně měli v pozadí nalézt určitý skrytý význam, jinými slovy latentní proměnnou. Právě tento skrytý motiv hledám, abych mohla odpovědět na výzkumnou otázku, proč běžci sebemonitorovací zařízení využívají. Zda za položkami opravdu mohu identifikovat jeden faktor, zjistím dle reliability škály – konkrétně hodnoty Cronbachova alfa, které by v ideálním případě mělo být větší než 0,7.

	Počet položek	Cronbachovo Alfa
1. faktor	5	0,749
2. faktor	6	0,782
3. faktor	4	0,792
4. faktor	2	0,623
5. faktor	4	0,771

Tabulka 19: Reliabilita škál vzniklých faktorů

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců.

Dle výsledků v tabulce 19 je zřejmé, že jednotlivé faktory pokrývají pět dimenzí motivů (vyjma problematického dvupoložkového čtvrtého faktoru) a proto jsem si z faktorů vytvořila průměrové škály a podle příslušnosti položek ke konkrétním faktorům jsem motivy pojmenovala následovně:

1. motiv = sebekontrola

Do prvního faktoru spadají položky „*Lépe vnímám signály svého těla.*“, „*Mám nad sebou určitou kontrolu.*“, „*Chci pečovat o své zdraví.*“, „*Chci se udržovat v kondici.*“ a „*Je to můj osobní trenér.*“. V pozadí všech těchto položek stojí potřeba určité vlastní sebekontroly, kdy použití sebemonitorovacího zařízení běžcům poskytuje určitou vnitřní podporu, díky které dokážou lépe vnímat a kontrolovat své tělo a svůj výkon.

2. motiv = orientace na výsledek

Druhý faktor je nejpočetnější, obsahuje 6 položek: „*Motivuje mě to k lepším výkonům.*“, „*Dokáže zaznamenat uběhnutou trasu.*“, „*Své výkony a výsledky můžu analyzovat.*“, „*Mohu sledovat své výsledky.*“, „*Každý nový zaznamenaný osobní rekord potěší.*“ a „*Mám radost, když vidím, že se mi povedl trénink.*“. Všechny položky spojuje vazba na hmotný, reálný a viditelný výstup ve formě konkrétních výsledků, výkonů a datových výstupů. S těmito výstupy mohou

uživatelé dále pracovat – prohlížet si je, analyzovat, počítat statistiky, sdílet s ostatními.

3. motiv = sebezlepšování

Společným jmenovatelem 4 položek spadajících do třetího faktoru je sebezlepšení, snaha dosáhnout lepšího „já“ a co nejlepších výkonů. Konkrétně jde o tyto položky: „*V případě mé výkonnosti je to nutností.*“, „*Bez sledování tréninku nemůžu dosáhnout nejlepších výsledků.*“, „*Pomáhá mi lépe dodržovat stanovené tréninkové cíle a plány.*“ a „*Jedná se o prostředek ke zlepšení výkonnosti.*“.

4. motiv = zvyklost

Z hlediska počtu položek – pouze 2 („*Jsem na to zvyklý/á.*“ a „*Bez zařízení už neběhám.*“) – je tento faktor trochu problematický, ale v pozadí obou položek můžeme jednoznačně identifikovat společný motiv zvyklosti či tradice, a proto i s tímto faktorem budu dále pracovat.

5. motiv = sociální interakce

Do posledního faktoru spadají položky „*Chci být součástí běžecké komunity.*“, „*Díky výsledkům se můžu porovnávat s ostatními.*“, „*Své výkony a výsledky mužů sdílet s ostatními.*“, „*Chci mít sportovní image.*“, které v sobě skrývají sociální aspekt sebemonitorování. Jedná se o určitou formu sociální interakce a potřeby sociálního kontaktu.

Jak jsem již použitím šikmé rotace předpokládala, vzniklé faktory spolu mohou souviset. V tomto konkrétním případě to znamená, že běžce k používání sebemonitorovacích zařízení nemusí vést pouze jeden motiv, ale i více, přičemž motivy se mohou se různě prolínat. Z pohledu práce je však zajímavější se podívat na to, zda se motivy k dlouhodobému používání sebemonitorovacích zařízení mezi běžci liší (případně jak), jakou roli v tom hrají sociodemografické nebo běžecké charakteristiky.

Následující tabulka 20 zobrazuje průměrné hodnoty motivů mezi všemi sebemonitorujícími běžci (viz celkový průměr) a dále specificky pro muže a pro ženy. Jak můžeme vidět, u prvních třech motivů vychází vyšší rozdíly, které jsou statisticky významné. Obecně pro běžce je nejdůležitější motiv orientace na výsledek, tedy zpětná vazba k provedené aktivitě, přičemž pro ženy je o něco důležitější než pro muže. Dále běžci nejvíce souhlasili s tím, že se sebemonitorují,

protože jsou na to zvyklí. Následují motivy sebekontroly a sebezlepšování, jejichž důležitost se liší mezi muži a ženami. Ženy více než muži souhlasí s tím, že v sebemonitorování pokračující kvůli tomu, aby nad sebou měly určitou kontrolu, zatímco muži pokračují především za účelem sebezlepšování se a dosažení lepších výkonů.

	Celkový průměr (N=754)	Průměr muži (N=362)	Průměr ženy (N=392)
1. sebekontrola	2,60	2,68	2,51
2. orientace na výsledek	1,51	1,62	1,42
3. sebezlepšování	2,62	2,54	2,70
4. zvyklost	2,11	2,08	2,14
5. sociální interakce	3,39	3,37	3,41

Tabulka 20: Průměrné hodnoty motivů dle pohlaví

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců.

Rozdíly v motivech mezi běžci nalezneme také z hlediska věku nebo vzdělání. Co se týká věku, tak s rostoucím věkem klesá důležitost motivu orientace na výsledek a sebezlepšování (viz tabulka 21). Prokázán byl také vliv vzdělání na motiv orientace na výsledek, nicméně v základním souboru není vyvážený poměr vzdělanostních kategorií, proto analyzovat a interpretovat jednotlivé kategorie není z hlediska metody odpovídající.

	Věková kategorie				
	do 19 let (N=53)	20-29 let (N=238)	30-39 let (N=266)	40-49 let (N=143)	50 a více let (N=50)
orientace na výsledek	1,40	1,48	1,50	1,55	1,76
sebezlepšování	2,16	2,53	2,70	2,69	2,94

Tabulka 21: Průměrné hodnoty motivů dle věkových kategorií

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců.

Z dosavadních výsledků analýzy, kdy větší vliv většinou mají běžecké charakteristiky běžce oproti sociodemografickým charakteristikám, by se dalo očekávat, že tomu bude i v případě motivů k sebemonitorování. Hlubší analýza vlivu běžeckých charakteristik na motivy běžců k sebemonitorování potvrdila, že běžecké charakteristiky hrají významnou roli v tom, proč se běžci sebemonitorují. Statisticky významné rozdíly byly zjištěny především v souvislosti se zkušeností s během, úrovní běžce, ale také frekvencí běhání nebo zda má či nemá běžec

trenéra. K motivu sebekontroly se častěji hlásí hobby a amatérští běžci, kteří běhají různě dlouho a nikdy neměli trenéra. Naopak motiv sebezlepšování je charakteristický pro běžce vyšší úrovně, kteří běhají každý den nebo několikrát týdně a mají vlastního trenéra. Zkušenost s během ovlivňuje také motiv sociální interakce, kvůli které se sebemonitorují častěji běžci, kteří běhají 3-4 roky, a i motiv orientace na výsledek, který je důležitější pro dlouhodobé běžce.

10.3.6 Uspokojení ze sebemonitorování

Druhým hlavním cílem vzhledem k aplikování teorie užití a uspokojení bylo zjistit, co běžcům používání sebemonitorovacích zařízení přináší, zda a případně jaký z toho mají užitek – stručně řečeno zjistit míru uspokojení, kterou ve výzkumu měřím prostřednictvím sebehodnocení uživatelů. Konkrétně jsem v rámci dotazníku položila respondentům otázku „*Do jaké míry naplnilo používání sebemonitorovacího zařízení Vaše očekávání?*“ a k ní předložila několik tvrzení, u kterých měli na škále 1 až 5, kde 1 znamená naprosto souhlasím až 5 naprosto nesouhlasím, rozhodnout, nakolik s nimi (ne)souhlasí.

Základní výsledky jsou zobrazeny v následující tabulce 22. Z výsledků je zřejmé, že běžci nejvíce souhlasí s tím, že díky sebemonitorování mají lepší a přesnější údaje o své aktivitě, což by odpovídalo motivu sebekontroly, proč v sebemonitorování dále pokračují. Další položky „*Baví mě to.*“ a „*Mám s tím dobrou zkušenost.*“ odkazují k tomu, že běhání představuje volnočasovou aktivitu, ke které běžci nejsou ničím a nikým nuceni. Běžci vyjádřili i vysokou míru souhlasu s tvrzením, že díky sebemonitorování zlepšili svůj výkon, což souvisí s motivem sebezlepšování. Nejmenší míra naplněného očekávání z používání sebemonitorovacích zařízení byla zjištěna u položky „*Podařilo se mi zhubnout.*“, což lze vysvětlit tím, že primárně kvůli hubnutí se sebemonitorováním začalo velmi málo běžců.

	Průměr	Souhlas (%)	Směrodatná odchylna
Mám lepší a přesnější údaje o své aktivitě.	1,25	96	0,663
Baví mě to.	1,63	86	0,927
Mám s tím dobrou zkušenost.	1,78	81	0,951
Zlepšil/a jsem svůj výkon.	1,87	79	1,087
Mám nad sebou větší kontrolu.	2,10	70	1,162
Jsem v lepší psychické pohodě.	2,85	41	1,332
Můj zdravotní stav se zlepšil.	3,13	32	1,312
Daří se mi každodenní činnosti lépe/efektivněji organizovat.	3,21	32	1,370
Podařilo se mi zhubnout.	3,49	26	1,396

Tabulka 22: Uspokojení ze sebemonitorování

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců. Pozn.: N=754. Položky seřazeny sestupně dle průměru. Souhlas je součtem možností 1 a 2 na škále.

Detailnější analýza z pohledu sociodemografických neukázala na významnější rozdíly v míře naplněného očekávání ze sebemonitorování dle pohlaví, věku či vzdělání, vyjma položky „Zlepšil/a jsem svůj výkon.“, se kterou ženy více souhlasily než muži (souhlasí 81 % žen a 77 % mužů). Co se týká běžeckých charakteristik, analýza ukázala na statisticky významný vliv úrovně běžce na položky „Baví mě to.“, „Zlepšil/a jsem svůj výkon.“ a „Podařilo se mi zhubnout.“. V následující tabulce 23 jsou zobrazeny průměrné hodnoty odpovědí na výše uvedené položky dle kategorií běžecské úrovně. Vidíme, že u položek „Baví mě to.“ a „Podařilo se mi zhubnout.“ se směrem od nejvyšší běžecské úrovně po nejnižší průměrná hodnota snižuje, což ukazuje na to, že tato dvě uspokojení jsou častější pro běžce nižší úrovně, tedy hlavně hobby a amatérské/rekreační běžce. Výsledky plně odpovídají předchozím zjištěním, kde se ukázalo, že k sebemonitorování je pro rekreační a hobby běžce charakteristický právě motiv hubnutí a zábavy, zatímco výkonnostní, a především profesionální běžci k nim uváděli silný nesouhlas. Dále vidíme, že větší uspokojení z položky „Zlepšil/a jsem svůj výkon.“ vykazují výkonnostní a hobby běžci, což lze vysvětlit tím, že tyto dvě skupiny se pravidelně účastní běžecských závodů a mohou neustále sledovat svůj progres, zatímco rekreační běžci běhají pro radost a výkony příliš neřeší a v případě profesionálních/vrcholových běžců, kterých je výzkumném vzorku v porovnání s ostatními skupinami nejméně, není možné

neustále výkony zlepšovat, neboť jejich výkony se pohybují na hranici jejich možností.

	Úroveň běžce			
	Profesionální/ vrcholová (N=35)	Výkonnostní (N=200)	Hobby (N=324)	Amatérská/ rekreační (N=195)
Baví mě to.	2,26	1,70	1,56	1,54
Zlepšil/a jsem svůj výkon.	2,37	1,70	1,82	2,02
Podářilo se mi zhubnout.	4,60	3,86	3,32	3,22

Tabulka 23: Průměrné hodnoty odpovědí na vybraná uspokojení dle úrovně běžců

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců. Pozn.: Hodnoty uvedeny v procentech (%).

10.3.7 Evidence tréninku, analýza a vyhodnocení výsledků self-trackingu

V další části analýzy se detailněji zaměřuji na to, jak běžci se svými výsledky a dalšími výstupy, které jim sebemonitorovací zařízení a software poskytují, pracují, jestli je dále nějakým způsobem využívají, vyhodnocují nebo analyzují.

Ačkoliv vedení tréninkového deníku a analýza vlastních běžeckých výkonů není pro běžce – vyjma profesionálů a vrcholových běžců – nutností, tak většina jej provádí. Konkrétně dvě třetiny běžců si nějakým způsobem svůj vlastní trénink evidují, přičemž nejčastěji elektronicky v PC (35 %), v mobilu či tabletu (17 %) nebo ručně v sešitu (14 %). Pokud si běžci své výkony zapisují, mohou s nimi dále pracovat – hodnotit je, počítat různé statistiky, dělat si analýzy a mnoho dalšího, k čemuž mohou využívat v dnešní době mnoho dostupných jednoduchých programů a aplikací. Na položenou uzavřenou otázku, zda si běžci dělají analýzu a vyhodnocení svých výkonů, jich přibližně čtvrtina (27 %) odpověděla negativně, tzn. že si ji nedělá a zbytek respondentů se svými zapsanými tréninky nějakým způsobem dále pracuje³⁴. Většina z nich si dělá pouze základní statistiky (59 %), detailní analýzu si vypracovává 11 % běžců a 3 % běžců si nechávají vyhodnocení externě zpracovat.

³⁴ Pro práci s výsledky a daty lze užít pojmu Quantified Self, neboť prostřednictvím čísel uživatelé poznávají sami sebe.

K tématu evidence tréninku, provádění analýz a vyhodnocování výsledků se vztahuje hypotéza 5, kdy předpokládám, že tyto aktivity jsou závislé na sociodemografických (konkrétně pohlaví – hypotéza 5a) a běžeckých charakteristikách (úroveň běžce – hypotéza 5b). Dle výsledků detailnější analýzy lze obě hypotézy potvrdit – pohlaví a úroveň běžce ovlivňují to, jestli si běžec eviduje trénink a zda své výsledky dále analyzuje. Z hlediska pohlaví si tréninkový deník vede 70 % mužů a 61 % žen, analýzu svých výsledků si dělá 81 % mužů a 58 % žen, přičemž z těch, co si dělají detailní analýzu, je 71 % mužů a 29 % žen. Tento výsledek jen potvrzuje předchozí zjištění, že muži sledují více detailních údajů o své běžecké aktivitě, které poté podrobují detailnější analýze. Co se týká úrovně běžců, tak s rostoucí úrovní běžce roste počet běžců, kteří si evidují trénink a analyzují své výsledky (viz tabulka 24).

Úroveň běžce	Tréninkový deník (N = 754)	Analýza výsledků (N = 493)
profesionální/vrcholová	88 %	97 %
výkonnostní	82 %	78 %
hobby	65 %	61 %
amatérská/rekreační	56 %	53 %

Tabulka 24: Evidence tréninku a analýza výsledků dle úrovně běžců

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců.

Výše uvedené statistiky jsou důležité hlavně kvůli kontextu, nicméně ze sociologického hlediska je relevantní otázka, zda si běžci výsledky evidují a analyzují pouze pro svoji vlastní potřebu, nebo vlastní výsledky sdílí s ostatními. Dle předpokladů, více než polovina (58 %) běžců své výsledky dále sdílí – přičemž 12 % z nich tak činí pravidelně a 46 % občas. Dle teoretické části práce (viz kap. 5.3) můžeme ty běžce, které ať už občas či pravidelně své výsledky sdílí, označit za aktivní uživatele a ti, kteří nesdílí, mohou být pasivními uživateli nebo neuživateli. Právě u těch, co své výsledky nesdílí, jsem prostřednictvím otevřené otázky, abych získala hlubší vhled a lepší porozumění jejich jednání, zkoumala, důvody, které tyto běžce k takovému chování vedou. Je tomu především proto, že sdílení připadá běžcům zbytečné, jejich osobní výsledky stejně nikoho dalšího nezajímají a také že běhají pouze pro sebe, pro své vlastní potěšení a nemají potřebu se chlubit ostatním. Několik běžců také uvedlo, že nechtějí nic zveřejňovat z důvodu ochrany soukromí a vlastní bezpečnosti. Pro ukázkou

přidávám několik konkrétních odpovědí, které vystihují podstatu nejčastěji uváděných odpovědí:

- *„Nemám tu potřebu, používám data pro sebe, ne pro předvedení se ostatním.“*
- *„Nemám potřebu se o to dělit s někým dalším než s přítelem a např. mám i strach sdílet záznamy, kde jsou moje běžecké trasy, běhám nejčastěji sama, tak bych měla obavy, aby si na mě někdo nepočkal.“*
- *„Nejsem ten typ, který sdílí rád cokoli ze svého soukromí na veřejnosti. Stačí mi, že dosažené výsledky dělají radost mě. Nepotřebuji veřejnou pochvalu.“*
- *„Běhám pro sebe, ne pro kamarády na soc. sítích. Nemám potřebu se chlubit.“*
- *„běh je až příliš moderní záležitost, nechci podléhat trendům“*

10.3.8 Sdílení výsledků v online běžeckých skupinách

Sdílení výsledků s ostatními běžci v online prostředí internetu – ve skupinách na sociálních sítích, speciálních platformách, které poskytují výrobci zařízení (např. pro hodinky Garmin existuje stránka Garmin Connect, pro značku Suunto aplikace Movescount) nebo na běžeckých diskuzích – je v současnosti velmi populární a symbolizuje komunitní a sociální aspekt sebemonitorování, kdy mezi běžci probíhá sociální interakce.

Běžci, kteří své výsledky sdílí s dalšími osobami, praktikují self-tracking jak v soukromém režimu, kdy ho dělají dobrovolně a výsledky slouží jim samým, tak i v režimu komunitním, kdy sdílením výsledků dochází k sociální interakci mezi všemi běžci, kteří příspěvek mohou vidět. Touto sociální interakcí a vzájemnou komunikací mezi běžci dostává samotné běhání i sebemonitorování sociální relevanci, jinými slovy běhání jako individuální aktivita nabývá společenského rozměru. Výsledky mohou běžci sdílet na různých sociálních skupinách na Facebooku, přes Instagram, pomocí aplikací, které poskytují přímo výrobci zařízení nebo na různých webových stránkách o běhání, kde existují diskuzní skupiny. Dále se mohou běžci pouze registrovat na nějaké stránce, aby se stali uživateli a měli přístup k informacím, ale zároveň aby nemuseli přidávat vlastní obsah. Společně jsou pak všichni běžci součástí jedné velké běžecké komunity, jejíž členská základna neustále roste.

K tomuto dílčímu tématu jsem si stanovila několik hypotéz (6a, 6b, 6c), které budu nyní testovat. První dílčí hypotéza 6a, a to že v online běžeckých skupinách můžeme identifikovat různé typy členů, přičemž převažovat budou pasivní členové, se potvrdila. Čtyři pětiny běžců se označily za členy nějaké skupiny, z toho 30 % jako aktivní členové, kteří přidávají vlastní příspěvky, komentují příspěvky ostatních, diskutují a polovina (50 %) za pasivní, kteří nepřidávají svůj vlastní obsah a jedná se tak pouze o „konzumenty“ informací.

Analýza z pohledu sociodemografických charakteristik ukázala, že členství není závislé na pohlaví, jinými slovy muži a ženy jsou členy či nečleny stejně často, což potvrzuje dílčí hypotézu 6b, ale zároveň pohlaví ovlivňuje to, jak budou jedinci ve skupinách aktivní (hypotéza 6c). Konkrétně muži častěji než ženy sdílejí ve skupinách svoje výsledky (alespoň někdy je sdílí 60 % mužů a 52 % žen), přičemž z těch, co sdílí pravidelně je 60 % mužů a 40 % žen. Dále se ukázalo, že na členství má statisticky významný vliv vzdělání a věk běžce. Členové skupin – pasivní či aktivní – jsou častěji lidé s vyšším vzděláním, nejvíce v kategorii střední s maturitou. Překvapivé výsledky vychází z hlediska věku. Aktivních uživatelů je více než 40 % ve věkové kategorii 30-39 let, pasivních pak nejvíce ve věkové kategorii o jednu nižší, ve věku 20-29 let, kdy běžci v tomto věku zároveň tvoří i nejvíce neuzivatelů (31 %). Z pohledu jednotlivých věkových kategorií je zajímavé, že 44 % běžců ve věku 50 a více let se označilo za aktivní uživatele, což je nejvíce ze všech ostatních věkových kategorií a 24 % za pasivní, což je naopak nejméně v porovnání s ostatními kategoriemi. Mezi běžci ve věku 20 až 49 let najdeme právě nejvíce pasivních uživatelů a co se týká mladších běžců (do 19 let), tak z nich téměř polovina (49 %) není členem žádné skupiny. Detailnější informace o tom, jakých konkrétních skupin jsou běžci členy, přikládám do přílohy C.

V dalších analýzách budou analyzováni pouze ti běžci, kteří jsou členy – aktivními nebo pasivními – nějaké konkrétní běžecké skupiny, protože mým cílem je, podobně jako u používání sebemonitorovacích zařízení, zjistit, proč, z jakého důvodu jsou běžci členy těchto skupin a co je k tomu vede. Využívat budu rovněž metodu EFA, do které v tomto případě vstupovalo deset výroků, ke kterým dotázání na pětibodové škále, kde 1 znamená naprosto souhlasím, 2 spíše

souhlasím, 3 ani souhlas, ani nesouhlas, 4 spíše nesouhlasím, 5 naprosto nesouhlasím, vyjadřovali, na kolik s nimi (ne)souhlasí.

V následující tabulce 25 jsou zobrazeny výroky, které následně budou vstupovat do EFA, v pořadí od těch nejdůležitějších, resp. od těch, se kterými souhlasilo nejvíce respondentů. Je evidentní, že první tři odpovědi jsou v porovnání s ostatními výrazně důležitější – souhlas s nimi vyjádřily více než tři čtvrtiny všech dotázaných a jedná se tak o hlavní důvody, proč jsou běžci členy nějakých skupin. Z pohledu užitečnosti jde o důvody, které ukazují na individuální přínos a osobní zisk uživatele, zatímco sociální aspekt členství, kdy samotní uživatelé chtějí ostatním pomoci, poskytnout radu, něco ostatním ukázat nebo s nimi soutěžit, není pro členství tak důležitý motiv.

	Souhlas (%)	Nesouhlas (%)
Chci získat nové informace.	90	4
Chci se inspirovat.	83	8
Pro zábavu.	76	8
Chci být součástí běžecského světa.	59	17
Chci si nechat poradit.	55	23
Chci se seznámit s novými lidmi, navázat nové kontakty.	45	30
Chci inspirovat a motivovat ostatní.	35	43
Chci soutěžit/porovnávat se s ostatními běžci.	28	50
Nemusím komunikovat osobně (tváří v tvář).	12	68
Chci se pochlubit svými výsledky.	10	70

Tabulka 25: Důvody k členství v běžecských online skupinách

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců. Pozn.: Souhlas je součtem odpovědi „naprosto souhlasím“ a „spíše souhlasím“, nesouhlas je součtem odpovědi „naprosto nesouhlasím“ a „spíše nesouhlasím“. Hodnoty do 100 % tvoří kategorie „ani souhlas, ani nesouhlas“.

Analýza dále ukázala, že výše uvedené důvody členství jsou statisticky významně závislé na pohlaví, čímž se potvrdila dílčí hypotéza 6c. Konkrétně ženy více než muži vyjadřovaly souhlas s tím, že jsou členkami běžecských online skupin kvůli tomu, že chtějí získat nové informace, inspirovat se, nechat si

poradit, pro zábavu a že nemusí komunikovat osobně, i když tuto možnost příliš nepreferovaly ani ony (detailněji viz tabulka 26).

Důvod	Celkový průměr (N = 603)	Ženy (N = 318)	Muži (N = 285)
Chci získat nové informace.	1,55	1,42	1,69
Chci se inspirovat.	1,80	1,60	2,03
Pro zábavu.	1,96	1,86	2,06
Chci si nechat poradit.	2,58	2,40	2,79
Nemusím komunikovat osobně (tváří v tvář).	4,01	3,92	4,12

Tabulka 26: Důvody k členství v běžeckých online skupinách dle pohlaví

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců. Pozn.: Položky seřazeny sestupně dle celkového průměru.

Jelikož souhlasem či nesouhlasem běžců s výše uvedenými výroky nemůžu přesně identifikovat motivy, protože ty mohou být skryté a ne na první pohled zřejmé, pokusím se je identifikovat a odhalit prostřednictvím EFA. Jako metodu jsem zvolila Principal Axis Factoring a interpretovat výsledky budu dle rotovaného řešení Varimax. Vstupní data – 10 proměnných = 10 výše uvedených výroků jsou pro EFA vhodné a tuto metodu mohu použít³⁵.

Při EFA jsem vycházela ze základního řešení se všemi proměnnými, při kterém se mi dle Kaiserova pravidla vyextrahovaly 3 faktory, které společně vyčerpávají 47,3 % variance. Nicméně řešení není ideální, protože některé proměnné mají buď nízkou komunalitu, nebo jsou silné ve více faktorech, a proto jsem vyzkoušela různá řešení (viz tabulka 27). Dle výsledků a možnosti vhodné interpretace jsem zvolila jako finální řešení č. 3 se dvěma vzniklými faktory, které má ze všech řešení nejvyšší vysvětlenou varianci (téměř 50 %) a hodnota KMO je rovněž jedna z nejlepších. V tomto řešení z původní baterie deseti položek chybí pouze položky 9 „Pro zábavu.“ a 10 – „Nemusím komunikovat osobně (tváří v tvář).“, které v analýzách vykazovaly nízkou komunalitu.

³⁵ Bartlettův test sféricity vyšel signifikantní a hodnota KMO kritéria je 0,801.

Řešení	Položky	KMO	Vysvětlená variance (%)	Počet faktorů
1	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	0,801	47,332	3
2	1,2,3,4,5,6,7,8,9	0,798	44,640	2
3	1,2,3,4,5,6,7,8	0,787	47,950	2
4	1,2,3,5,6,8,9,10	0,735	47,568	3
5	1,2,3,5,6,8,9	0,737	43,448	2

Tabulka 27: Srovnání výsledků různých řešení EFA

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců.

Za pomoci explorační faktorové analýzy jsem tak identifikovala 2 faktory, nebo též také latentní motivy, proč jsou běžci členy některých běžeckých skupin. Zda skutečně položky spadající do faktoru vytváří jeden skrytý motiv, jsem otestovala pomocí reliability škály – jinými slovy výpočtem Cronbachova alfa, které by mělo být vyšší než 0,7. U obou faktorů je podmínka splněna – první faktor dosahuje hodnoty Cronbachova Alfa 0,777 a druhý faktor má hodnotu 0,746.

Dle položek spadajících do vzniklých faktorů jsem identifikovala a pojmenovala motivy, proč a z jakých důvodů jsou běžci členy online běžeckých skupin.

První motiv pro členství, který obsahuje výroky „*Chci se se pochlubit svými výsledky*“, „*Chci inspirovat a motivovat ostatní.*“, „*Chci se seznámit s novými lidmi, navázat nové kontakty.*“, „*Chci soutěžit/porovnávat se s ostatními běžci.*“ a „*Chci být součástí běžeckého světa.*“ jsem nazvala motivem **sociální interakce**. Všechny položky odkazují k tomu, že uživatel se chce sdílením svých výsledků nebo svými příspěvky dostat s ostatními do kontaktu, navázat komunikaci, být s nimi v interakci. Důvody pro členství tak nejsou ryze osobní, ale hlavní roli zde hraje sociální aspekt běhání a sebemonitorování a potřeba někam patřit, být členem nějaké skupiny.

Druhým motivem je **osobní rozvoj**. Spadají pod něj výroky „*Chci si nechat poradit.*“, „*Chci se inspirovat.*“ a „*Chci získat nové informace.*“, které všechny signalizují, že uživatel členstvím ve skupině sleduje pouze nějaký vlastní cíl, chce získat nějaké informace, aby z toho osobně něco získal.

Na základě dílčích výsledků analýzy, kdy jsem zjistila, že se liší důležitost motivů k sebemonitorování dle pohlaví a běžeckých charakteristik, očekávám, že budou existovat také rozdíly v motivech, proč se běžci stávají členy online běžeckých skupin. Následující tabulka 28 zobrazuje průměrné hodnoty obou motivů mezi všemi sebemonitorujícími běžci, kteří jsou členy nějakých skupin (viz celkový průměr) a dále specificky pro muže a pro ženy. Jak můžeme vidět, statisticky významné rozdíly vychází pouze u motivu osobního rozvoje, u kterého ženy dosahují nižší průměrně hodnoty než celkový průměr, ale především než průměr mužů. Motiv osobního rozvoje je tak v otázce: *Proč se stát členem nějaké online běžecké skupiny?* důležitější pro ženy než pro muže.

	Celkový průměr (N=603)	Průměr muži (N=285)	Průměr ženy (N=318)
1. sociální interakce	3,17	3,18	3,17
2. osobní rozvoj	1,97	2,16	1,80

Tabulka 28: Průměrné hodnoty vzniklých motivů dle pohlaví

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců.

Jak jsem v rámci svého výzkumu zjistila, mezi členy běžeckých online skupin naprosto převažují pasivní členové, kteří v rámci skupiny nejsou aktivní, nepřidávají vlastní obsah a pouze „konzumují“ obsah od ostatních. Toto zjištění dokládá i následující tabulka 29, ve které jsou zobrazeny průměrné hodnoty četností aktivit, které členové v rámci skupiny dělají (u každé možnosti měli respondenti rozhodnout na škále 1 „velmi často“ až 5 „nikdy“). Prvních 5 nejčastějších aktivit se váže k pasivnímu členství, druhých pět k členství aktivnímu. Ačkoliv sociální aspekt členství – potřeba sociální interakce a pocit „někam patřit“ – hraje důležitou roli, tak mezi členy běžeckých skupin prozatím převládá tendence k osobnímu zisku a prospěchu bez nutnosti vynaložení vlastního úsilí. Tím např. myslím, že pokud běžci mají nějakou otázku, tak nejdříve hledají, zda už někdo neřešil stejný problém, případně hledají odpověď různě na internetu, než aby se osobně zeptali na radu ostatních.

	Průměr	Směrodatná odchylka
čtu různé články spojené s běháním	1,76	0,891
čtu příspěvky ostatních členů	1,80	0,844
vyhledávám si informace o běhání	1,88	1,024
sleduji výsledky a termíny závodů	2,13	1,298
pasivně se účastním diskuze (pouze čtu, nepříspěvám)	2,54	1,167
komentuji/reaguji na příspěvky ostatních členů	3,39	1,264
ptám se ostatních na radu, názor	3,51	1,239
vyjadřuji své názory na různá témata spojená s běháním	3,70	1,186
aktivně diskutuji	3,71	1,170
přidávám vlastní příspěvky	3,74	1,216

Tabulka 29: Četnost aktivit členů v online běžeckých skupinách

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců. Pozn.: N=603. Položky seřazeny sestupně dle průměru.

Dále mě zajímalo, zda se liší aktivita členů v online běžeckých skupinách dle pohlaví. Z následující tabulky 30 lze vyčíst, že ženy vyjadřovaly průměrně nižší hodnoty než muži a i než celkový průměr u prvních pěti položek, které se vztahují k pasivnímu členství (vyjma položky „sleduji výsledky a termíny závodů“, u které muži mají nižší průměr, nicméně rozdíl u této položky nevychází jako statisticky významné). Naopak u posledních pěti položek, jež se vážou k aktivnímu členství, vyjadřují muži průměrně nižší hodnoty než ženy a rovněž i než celkový průměr (vyjma položky „ptám se ostatních na radu, názor“, u které mají ženy nižší průměr, ale rozdíl u této položky nevychází jako statisticky významné).

	Průměr celkem (N=603)	Průměr ženy (N=318)	Průměr muži (N=285)
čtu různé články spojené s běháním	1,76	1,71	1,81
čtu příspěvky ostatních členů	1,80	1,70	1,92
vyhledávám si informace o běhání	1,88	1,85	1,91
sleduji výsledky a termíny závodů	2,13	2,16	2,09
pasivně se účastním diskuze (pouze čtu, nepříspěvám)	2,54	2,49	2,60
komentuji/reaguji na příspěvky ostatních členů	3,39	3,41	3,36
ptám se ostatních na radu, názor	3,51	3,47	3,55
vyjadřuji své názory na různá témata spojená s běháním	3,70	3,83	3,55
aktivně diskutuji	3,71	3,82	3,59
přidávám vlastní příspěvky	3,74	3,82	3,65

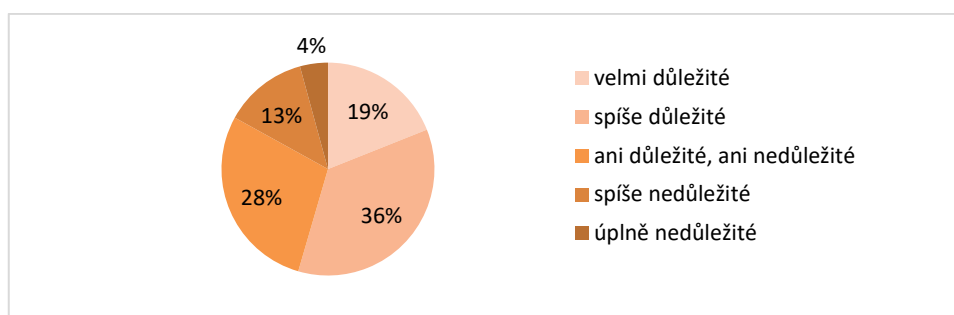
Tabulka 30: Četnost aktivit členů v online běžeckých skupinách dle pohlaví

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců. Pozn.: Položky seřazeny sestupně dle celkového průměru.

V souvislosti se členstvím ve skupinách, kdy již vím, kdo jsou členové online běžeckých skupin a proč, jaký k tomu mají důvod a co nejčastěji dělají, zbývá zjistit, zda jim členství něco přináší, jestli z toho mají nějaký osobní přínos. To jsem zjišťovala prostřednictvím otevřené otázky, kde běžci mohli uvést až tři osobní přínosy, které jim členství ve skupině přináší. Dle odpovědí můžu jednoznačně potvrdit, že z členství mají běžci jak osobní užitek, tak mohou pomoci i ostatním, což jen dokládá, že běh není pouze individuální aktivita, ale skrývá v sobě i silný komunitní aspekt. Nejčastěji se opakovaly následující odpovědi: získávání nových informací ze světa běhu a informací o závodech, různé rady a tipy zkušenějších běžců, inspirace a motivace, získání nových kontaktů, navázání nových přátelství, poznání nových lidí, jsem členem komunity, pocit sounáležitosti, můžu se s ostatními porovnávat nebo společná doprava na závody.

10.3.9 Bezpečnost self-trackingu

S tématem sebemonitorování a sdílení výsledků s ostatními se pojí důležitá otázka bezpečnosti týkající se především získávání a přenosu informací, na kterou, nejen samotní uživatelé velmi často zapomínají a neřeší ji. Ačkoliv pro více než polovinu sebemonitorujících se běžců je důležité, jak jsou jejich data shromažďována (viz graf 5), otázku bezpečnosti a možného úniku informací řeší pouze necelá třetina z nich (32 %). Poměrně negativním výsledkem je i to, že téměř polovina (47 %) běžců o tomto možném problému nikdy nepřemýšlela.



Graf 5: Důležitost shromažďování dat

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem *Self-tracking u běžců*. Pozn.: N=754.

Pokud si již běžci se sebemonitorováním spojují nějaká rizika, tak nejčastěji jde právě o zásah do soukromí, zneužití dat a únik osobních informací (více viz tabulka 31). Tento problém běžci řeší, respektive snaží se mu předcházet tím, že neuvádí přesné informace, používají silná hesla, mají nastavený účet jako soukromý, nezaznamenávají GPS cestou domů, využívají služeb anonymity nebo šifrují svoji komunikaci, přičemž většina z nich, pokud již otázku bezpečnosti řeší, používá více možných způsobů.

Riziko	Průměr
Zásah do soukromí	2,47
Zneužití pro reklamní účely	2,58
Únik osobních informací	2,65
Zneužití hackery	2,81
Zneužití bezpečnostními službami	3,06
Závislost na používání	3,25

Tabulka 31: Průměrné hodnoty vnímaných rizik³⁶

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem *Self-tracking u běžců*. Pozn.: N=754. Položky seřazeny sestupně dle průměru.

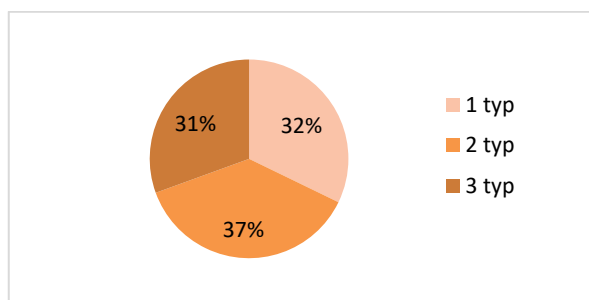
³⁶ Otázka: „Jak jsou pro Vás při používání sebemonitorovacího zařízení důležitá následující rizika?“ Rozhodněte na škále 1-5, kde 1 znamená velmi důležitá až 5 nepodstatná.

10.3.10 Typologie běžců

Na závěr jsem na základě zjištění a výsledků z provedené analýzy prostřednictvím shlukové analýzy vytvořila typologii běžců, kteří používají sebemonitorovací zařízení, která představuje shrnující výstup analýzy. Jelikož proměnné, dle kterých je typologie vytvořena, jsou různé – kardinální, ordinální i nominální – a rovněž velikost výzkumného vzorku je dostatečně robustní, jako vhodná metoda pro vytvoření typologie se nabízela dvoukroková shluková analýza, která umí pracovat s různými druhy proměnných (SPSS, 2001; Schiopu, 2010).

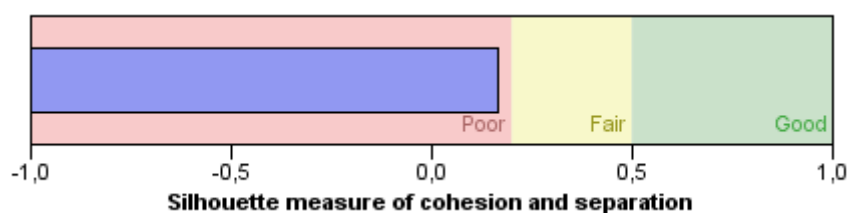
Typologie je vytvořena na základě sociodemografických charakteristik (věku a pohlaví) a především pak běžeckých charakteristik, které hrají důležitější roli (úroveň běžce, zkušenost s během, frekvence běhání, druh používaného sebemonitorovacího zařízení, motiv sebezlepšování, motiv sebekontroly a motiv orientace na výsledek). Do analýzy nebyly zařazeny proměnné motiv zvyklosti a sociální interakce, protože u nich nebyly prokázány statisticky významné rozdíly mezi pohlavími a dále další běžecké charakteristiky (trenér, způsob běhání) z důvodu silně nerovnoměrného rozložení kategorií, kdy jedna kategorie vždy výrazně převyšovala.

Na základě dvoukrokové shlukové analýzy, jejímž cílem bylo rozdělit běžce do skupin, které budou tvořeny běžci podobného pohlaví a věku a s podobnými běžeckými charakteristikami a zároveň jednotlivé skupiny se mezi sebou budou z hlediska těchto charakteristik lišit, byly vytvořeny 3 typy běžců. Zastoupení v jednotlivých skupinách je rovnoměrně rozložené (viz graf 6), nicméně kvalita vzniklých skupin není nejlepší (viz graf 7). Výsledné řešení však z hlediska logiky, a především interpretace vychází velmi dobře, kdy výsledky potvrzují zjištění z analýzy (viz tabulka 32).



Graf 6: Velikost skupin

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců.



Graf 7: Kvalita skupin/shluků

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců.

Nejdůležitější výstup dvoukrokové shlukové analýzy představuje následující tabulka 32, která shrnuje hlavní charakteristiky vytvořených typů běžců. Z tabulky, ve které jsou proměnné seřazeny dle důležitosti predikce, vidíme, že jednotlivé typy běžců se liší především úrovní, na které běžci běhají, dále typem používaného sebemonitorovacího zařízení a frekvencí běhání, nejméně pak motivem sebekontroly a orientací na výsledek.

Prediktory	1 typ	2 typ	3 typ
úroveň běžce	hobby	amatérská/rekreační	výkonnostní
druh zařízení	sporttester	aplikace v mobilním telefonu i sporttester	sporttester
frekvence běhání	2,31	2,60	1,77
zkušenost s během	3-4 roky a 5 a více let	rovnoměrně všechny kategorie	5 a více let
motiv sebezlepšování	2,65	3,01	2,04
pohlaví	53 % M, 47 % Ž	70 % Ž, 30 % M	65 % M, 35 % Ž
věk	36,17	32,90	30,60
motiv sebekontroly	2,53	2,52	2,70
motiv orientace na výsledek	1,46	1,43	1,54

Tabulka 32: Typologie sebemonitorujících se běžců

Zdroj: Vlastní výzkum s názvem Self-tracking u běžců. Pozn.: U frekvence běhání, věku, motivů jsou uvedeny průměry. Proměnné řazeny dle důležitosti predikce.

Dle výše uvedené tabulky můžeme jednotlivé typy běžců self-trackerů popsat a charakterizovat následovně:

- **1. typ**

Jedná se o hobby běžce a běžkyně s průměrným věkem mírně nad 36 let běžající dlouhodobě a pravidelně, kteří pro sebemonitorování používají nejčastěji sporttester. K sebemonitorování je vede primárně motiv orientace na výsledek, motiv sebekontroly a sebezlepšování pro ně není tak důležitý.

- **2. typ**

Druhý typ tvoří amatérské či rekreační běžkyně s průměrným věkem necelých 33 let, které v porovnání s ostatními skupinami běhají nejméně. Z hlediska délky běhání se pak jedná o začátečnice i dlouhodobé běžkyně, které pro sebemonitorování používají jak sporttester, tak i aplikace v mobilním telefonu. Hlavním motivem k sebemonitorování je u nich orientace na výsledek, naopak nejméně důležitý je motiv sebezlepšování se.

- **3. typ**

Nejmladší běžci (průměrný věk přibližně 30 a půl let) převážně výkonnostní až profesionální úrovně, kteří běhají dlouhodobě a pravidelně (většinou každý den). Sebemonitorovací zařízení (sporttester) používají hlavně kvůli sebezlepšování se, nejméně pak kvůli sebekontrolě.

Typologie odpovídá výsledným zjištěním, která byla prezentována výše. Jednoznačně se ukázalo, že běhání i sebemonitorování ovlivňují především běžecké charakteristiky (úroveň běžce, frekvence a zkušenost s během), ze sociodemografických pak hlavně pohlaví, v menší míře věk. Hlavním odlišujícím znakem mezi identifikovanými typy je úroveň běžce, která významně souvisí s pohlavím, ale především ovlivňuje to, proč běžci používají sebemonitorovací zařízení. Mezi výkonnostními až profesionálními běžci self-trackery najdeme primárně muže, kteří praktikují self-tracking především kvůli sebezlepšování se, dosažení co nejlepších výkonů, s čímž souvisí i to, že chodí běhat téměř denně. Naopak v případě žen jde hlavně o amatérské/rekreační sebemonitorující se běžkyně, které neběhají každý den, běhají pro zábavu, jejich cílem není zlepšit vlastní výkon a dosáhnout nejlepších časů, ale na základě výsledků a výstupů sebemonitorování zjistit, kolik uběhly km, za jak dlouho a kolik při tom spálily kalorií, resp. je pro ně důležitá zpětná vazba k vykonané aktivitě. Tento fakt

potvrzuje i skutečnost, že ženy se sebemonitorováním často začínaly právě kvůli hubnutí. Mezi vrcholovými či profesionálními a amatérskými/rekreačními běžci stojí kategorie hobby běžců, kterou tvoří relativně stejný podíl mužů a žen (což odpovídá reprezentativním datům), a i dle dalších popisných charakteristik tohoto typu, si přesně takto můžeme představit typického českého sebemonitorujícího se běžce.

11. Vyhodnocení hypotéz

V rámci výzkumu jsem si stanovila několik výzkumných otázek a jim odpovídajících hypotéz, jejichž platnost a správnost jsem otestovala na základě vlastních sesbíraných dat a výsledky prezentovala v hlavní, analytické části práce. Jelikož výsledky byly prezentovány v různých kapitolách, pro přehlednost v této kapitole předkládám jejich souhrnné zhodnocení.

Hypotéza 1: *Naprostá většina běžců bude nějakým způsobem sledovat svoji aktivitu.* → POTVRZENO

Hypotéza 1a: *Ženy praktikují více self-tracking než muži.* → NEPOTVRZENO

Hypotéza 1b: *Lidé s nižším vzděláním praktikují self-tracking méně často než lidé s vyšším vzděláním.* → POTVRZENO

Hypotéza 2: *K self-trackingu budou běžci nejčastěji používat sporttester.* → POTVRZENO

Hypotéza 3: *Běžci praktikují self-tracking v soukromém a komunitním režimu.* → POTVRZENO

Hypotéza 4: *Běžci praktikují self-tracking z různých motivů, přičemž motivy jsou závislé na sociodemografických a běžeckých charakteristikách běžců.* → POTVRZENO

Hypotéza 4a: *Motivy k self-trackingu jsou odlišné mezi muži a ženami.* → POTVRZENO

Hypotéza 4b: *Motivy k self-trackingu jsou závislé na věku.* → POTVRZENO

Hypotéza 5: *Evidence tréninku, provádění analýzy a vyhodnocení vlastních výsledků self-trackingu bude závislé na sociodemografických a běžeckých charakteristikách běžců.* → POTVRZENO

Hypotéza 5a: *Muži si budou častěji zapisovat trénink a analyzovat své výsledky.* → POTVRZENO

Hypotéza 5b: *Důležitost zapisovat si trénink, provádět vyhodnocení a analýzu vlastních výkonu bude růst s rostoucí úrovní běžce.* → POTVRZENO

Hypotéza 6: *V běžeckých online komunitách a skupinách lze identifikovat různé typy členů, které budou závislé na sociodemografických a běžeckých charakteristikách.* → POTVRZENO

Hypotéza 6a: *Mezi členy běžeckých online komunit budou převažovat pasivní členové.* → POTVRZENO

Hypotéza 6b: *Členství v aktivitách nebude záviset na pohlaví.* → POTVRZENO

Hypotéza 6c: *Frekvence a důvody členství budou odlišné dle pohlaví.* → POTVRZENO

Hypotéza 7: *Témata shromažďování dat, únik informací a bezpečnost self-trackingů jsou pro sebemonitorující se běžce nedůležitá, a proto se jimi nezabývají a neřeší je.* → ČÁSTEČNĚ POTVRZENO

12. Diskuze a reflexe výsledků

V rámci diskuze bych chtěla reflektovat výsledná zjištění v souvislosti s teorií, poukázat na úskalí této práce a vlastního výzkumu, které jsem v průběhu analýzy odhalila a nastítnit, jak by bylo možné práci vylepšit a v neposlední řadě také naznačit směr, kam by se mohl další výzkum v této oblasti obrátit, protože téma self-trackingu má velký potenciál.

Na základě vlastního výzkumu provedeného na výzkumném vzorku 844 běžců jsem dospěla k zajímavým a mnohdy překvapivým výsledkům a závěrům, které však vzhledem ke způsobu výběru respondentů nelze zobecnit na celou českou běžeckou populaci. Struktura výzkumného vzorku byla ovlivněna zvolenou metodou sběru dat, který probíhal online prostřednictvím samovyplňovacího dotazníku na internetu, kdy respondenti se do výzkumu zařazovali sami (tzv. „samovýběrem“), a také skutečností, že všichni lidé nemají přístup k internetu. Významným faktorem, který mohl ovlivnit především podíl sebemonitorujících se a nesebemonitorujících se běžců, byl název dotazníku a jeho úvodní text, ve kterém zaznělo slovo self-tracking a sebemonitorování, což mohlo podpořit k jeho vyplnění právě více sebemonitorující se běžce, kterých je ve výzkumném vzorku 89 %. I proto lze předpokládat, že především skupina ne uživatelů sebemonitorovacích zařízení v rámci výzkumného vzorku vykazuje určitá specifika. Navzdory výše uvedeným omezením nasbíraná data poskytují přínosný zdroj informací a určitě by bylo zajímavé provést obdobný výzkum na reprezentativním vzorku, kdy by výsledná zjištění plně odpovídala celé české běžecké populaci.

V rámci práce jsem ukázala, že na různé typy nových médií, v tomto případě především „wearables“, ale i sociální sítě, lze aplikovat teorii užití a uspokojení, přičemž se ukázalo, že pokud se zaměříme konkrétně na určitý typ média, můžeme identifikovat jiné typy motivů a uspokojení než ty, které se pojí se starými médii. Konkrétně pro používání sebemonitorovacích zařízení jsem identifikovala 5 motivů – sebekontrola, orientace na výsledek, sebezlepšování, zvyklost a sociální interakce, z nichž první tři představují nové, specifické motivy, které nelze spojovat s médii starými. Pro sdílení vlastních výsledků na sociálních sítích jsem identifikovala motivy dva, a to sociální interakce a osobní rozvoj, přičemž právě motiv osobního rozvoje ukazuje na nové zjištění.

V současné době se tématem self-trackingu zabývá stále více autorů a výzkumníků, začíná se o něm mluvit i ve veřejném diskurzu, nicméně se jedná o téma velmi komplexní, které zasahuje do různých oblastí veřejného života, a proto by výzkumníci neměli zapomínat na různé oblasti a aspekty, které může nebo ho mohou ovlivňovat. Jak uvádí např. Lupton (2014b) a na co jsem se též zaměřovala i ve své práci, že bychom neměli zapomínat a upozadřovat vliv sociodemografických charakteristik uživatelů, které mohou, když se data o uživatelích nedobrovolně a mnohdy i nezákonně dostanou k dalším subjektům, podporovat sociální nerovnosti mezi lidmi a v ojedinělých případech sloužit také jako prostředek k diskriminaci (primárně však v jiných kontextech než při sebemonitorování běhání).

Téma sebemonitorování jsem ve svém výzkumu zpracovávala kvantitativně pomocí dotazníku, ve kterém jsem položila respondentům několik otevřených otázek, což mi umožnilo získat nepatrný kvalitativní náhled do této problematiky, který nicméně není dostatečný. Prostřednictvím těchto odpovědí jsem zjistila, jak komplexní a složité dané téma je a že je třeba k němu přistoupit i detailněji z pohledu konkrétních běžců. Ke zkvalitnění práce by určitě prospělo skloubení současného kvantitativního dotazníkového šetření spolu s kvalitativními rozhovory s uživateli i neuživateli sebemonitorovacích zařízení, kdy by „tvrdá data“ z dotazníku byla podpořena „měkkými daty“ přímo z výpovědí zainteresovaných jedinců, což by mohlo přinést hodnotná a zajímavá zjištění.

Poznatky získané při analýze bych rovněž využila i ke zkvalitnění otázek v dotazníku, např. přidáním jiných možností odpovědí, zvolením jiné škály či novou formulací otázek, neboť právě v průběhu analýzy jsem narazila na nedostatky, které jsem neodhalila ani přes velké množství kontrol a provedenou kvalitativní pilotáž.

Co se týká dalšího výzkumu v oblasti self-trackingu, určitě by bylo zajímavé se více věnovat a detailněji zaměřit na dílčí témata, především sdílení výsledků s ostatními lidmi na sociálních sítích – identifikovat, proč, z jakých důvodů někteří lidé své výsledky sdílí s ostatními a proč někteří ne, čím se tito lidé mezi sebou liší a mnoho dalších otázek. Jelikož je téma sdílení v současné době velmi aktuální, určitě by byl takový výzkum nejen zajímavý, ale i přínosný. Dále by vzhledem k současnému tématu bezpečnosti na internetu a úniku osobních

informací bylo určitě vhodné zaměřit se i na tento aspekt sebemonitorování, protože jak jsem ukázala, jedná se o téma, o kterém samotní uživatelé mnoho neví, a neřeší jej.

13. Závěr

V této práci jsem se zabývala tématem self-trackingu se zaměřením na běhání. Provedením sociologické analýzy, především z pohledu sociodemografických a běžeckých charakteristik, jsem hledala odpovědi na stanovené výzkumné otázky a testovala hypotézy, přičemž hlavním cílem bylo zjistit, proč běžci praktikují self-tracking a jaký z toho mají užitek. Se sebemonitorováním úzce souvisí i následné sdílení vlastních výsledků v online běžeckých skupinách na sociálních sítích, kdy jsem rovněž zjišťovala, proč se někteří běžci stávají členy a jiní nikoliv, z jakých důvodů a s jakými očekáváními. Jelikož jak sebemonitorovací zařízení, tak i sociální sítě se řadí mezi nová média, aplikovala jsem teorii užití a uspokojení.

Nejdříve jsem se v první, teoretické části práce věnovala uvedení do problematiky self-trackingu obecně, poté specificky se zaměřením na běhání a dále teoretickému ukotvení práce, kdy jsem představila použitou teorii užití a uspokojení a dále teorii online komunit, ze které jsem čerpala při analýze sdílení výsledků sebemonitorování. Druhá, hlavní část práce byla věnována popisu a interpretaci výsledků provedeného vlastního kvantitativního výzkumu. Sběr dat byl proveden prostřednictvím online dotazníku, který celkem vyplnilo 844 respondentů – běžců, z nichž 754 praktikuje self-tracking. Jak jsem v práci několikrát zdůrazňovala, výzkumný vzorek není především kvůli zvolené metodě sběru dat dostatečně reprezentativní, a proto výsledná zjištění nelze zobecňovat na celou českou běžeckou komunitu.

Výsledky analýzy ukázaly, že sebemonitorování běžců ovlivňují primárně běžecké charakteristiky jako úroveň běžce, zkušenost s během či frekvence běhání, naopak sociodemografické charakteristiky běžců nehrají takovou roli, vyjma pohlaví, které však obecně nemá vliv na to, zda běžec bude sebemonitorovací zařízení používat, v dalších aspektech (např. důvody, očekávání, sledované údaje) se pohlaví statisticky významně projevuje.

Analýza potvrdila, že běhání i sebemonitorování představují v současné době fenomény, kterým se věnuje velké procento lidí, nicméně běhání se oproti sebemonitorování těší oblibě již delší dobu. V rámci analýzy jsem identifikovala 5 hlavních motivů, které vedou běžce, aby dlouhodobě používali sebemonitorovací zařízení, přičemž důležitost těchto motivů se liší mezi muži a ženami a souvisí

také s běžeckými charakteristikami běžce (zkušenost s během, úroveň běžce, frekvence běhání, trenér). Obecně se motivy odvíjí od toho, k jakému cíli směřuje běžec své úsilí, čeho chce dosáhnout. S motivy se úzce pojí to, zda sebemonitorování běžcům přináší skutečně to, co si od něj slibují, jinými slovy, zda naplňuje jejich očekávání, zda jim přináší to pravé uspokojení, přičemž největší vliv má úroveň běžce.

Běhání i sebemonitorování spojuje to, že se primárně jedná o individuální praktiky, které člověk dělá sám pro sebe, pro vlastní využití, nicméně skrývají v sobě i důležitý sociální význam. V případě běhání se jedná např. o skupinové běhání, v případě sebemonitorování především sdílení vlastních výsledků v běžeckých skupinách na sociálních sítích, jejichž členy se běžci stávají. Jak v případě skupinového běhání, tak i sdílení výsledků, přínosy z aktivity nemá již pouze samotný aktér, ale ovlivňují i další běžce nebo členy skupiny, neboť mezi nimi dochází k určité sociální interakci. Analýza ukázala, že v rámci skupin můžeme identifikovat různé typy členů, kteří se jimi stali z různých motivů (osobní rozvoj a sociální interakce), přičemž motivu osobního rozvoje přikládají ženy větší důležitost než muži. Naprostou většinu online skupin tvoří pasivní členové, jejichž hlavní důvod ke členství představuje osobní zisk a sociální aspekt členství zůstává v pozadí. Obecně se také ukázalo, že v běžeckých online skupinách jsou muži aktivnější než ženy.

Nejen se sdílením, ale obecně i s přenosem dat a zaznamenáváním signálu GPS, souvisí i otázka bezpečnosti self-trackingu a riziko možného úniku osobních informací. Jak se ukázalo, pro běžce se jedná o téma, které pro ně není důležité, nebo o něm nikdy nepřemýšleli a neřeší jej.

Shrnující výstup práce tvoří vytvořená typologie běžců, ve které jsem prostřednictvím dvoukrokové shlukové analýzy identifikovala 3 typy běžců využívajících sebemonitorovací zařízení, kteří se liší především z pohledu běžeckých charakteristik a pohlaví.

Závěrem lze říci, že výsledky provedeného výzkumu poskytují unikátní data o vybraném vzorku českých běžců, především pak těch, kteří používají sebemonitorovací zařízení, neboť žádný podobný výzkum doposud nebyl v ČR proveden. V rámci práce jsem řešila zajímavé hypotézy a dospěla k závěrům,

které nejsou relevantní pouze ze sociologického hlediska, kdy výzkumníci mohou na výsledná zjištění navázat dalšími výzkumy, ale mohou být užitečné a přínosné i pro samotné běžce, kteří se mohou identifikovat v rámci typologie, dále pro výrobce sebemonitorovacích zařízení a běžeckého sortimentu obecně, média nebo osobní trenéry. Na druhou stranu má však výzkum své limity a omezení dané především výzkumným nástrojem (podobou dotazníku) a metodou sběru dat, na které by bylo vhodné se v dalších výzkumech více zaměřit.

Seznam tabulek

Tabulka 1: Příklady typů informací, které se mohou sledovat.....	14
Tabulka 2: Možné typy nových uspokojení vyvolané mediálními technologiemi	25
Tabulka 3: Základní sociodemografické charakteristiky výzkumného vzorku.....	43
Tabulka 4: Počet naběhaných kilometrů za měsíc	45
Tabulka 5: Trenér/plán.....	46
Tabulka 6: Porovnání doby běhání a doby praktikování self-trackingu	48
Tabulka 7: Sledované údaje	49
Tabulka 8: Statisticky významné rozdíly ve sledovaných údajích dle pohlaví.....	50
Tabulka 9: Jiné sledované údaje	50
Tabulka 10: Vliv vzdělání na sebemonitorování.....	52
Tabulka 11: Výsledky binární logistické regrese.....	53
Tabulka 12: Finální výsledky modelu.....	54
Tabulka 13: Porovnání běžců, kteří praktikují self-tracking a kteří ho nepraktikují.....	55
Tabulka 14: Důvody k používání sebemonitorovacích zařízení	57
Tabulka 15: Rozdíly v důvodech dle pohlaví	58
Tabulka 16: Rozdíly v důvodech dle úrovně běžce	58
Tabulka 17: Tabulka pro extrakci faktorů.....	60
Tabulka 18: Finální řešení EFA	61
Tabulka 19: Reliabilita škál vzniklých faktorů	62
Tabulka 20: Průměrné hodnoty motivů dle pohlaví.....	64
Tabulka 21: Průměrné hodnoty motivů dle věkových kategorií	64
Tabulka 22: Uspokojení ze sebemonitorování	66
Tabulka 23: Průměrné hodnoty odpovědí na vybraná uspokojení dle úrovně běžců.....	67
Tabulka 24: Evidence tréninku a analýza výsledků dle úrovně běžců.....	68
Tabulka 25: Důvody k členství v běžeckých online skupinách	71
Tabulka 26: Důvody k členství v běžeckých online skupinách dle pohlaví	72
Tabulka 27: Srovnání výsledků různých řešení EFA.....	73
Tabulka 28: Průměrné hodnoty vzniklých motivů dle pohlaví.....	74
Tabulka 29: Četnost aktivit členů v online běžeckých skupinách	75
Tabulka 30: Četnost aktivit členů v online běžeckých skupinách dle pohlaví.....	76
Tabulka 31: Průměrné hodnoty vnímaných rizik.....	77
Tabulka 32: Typologie sebemonitorujících se běžců.....	79

Seznam grafů

Graf 1: Klasifikace členů v online komunitách.....	31
Graf 2: Používaný druh sebemonitorovacího zařízení	48
Graf 3: Důvody, proč už zařízení nevyužívá.....	56
Graf 4: Scree plot	60
Graf 5: Důležitost shromažďování dat	77
Graf 6: Velikost skupin	78
Graf 7: Kvalita skupin/shluků	79

Seznam použitých zdrojů

- Äkkinen, M. (2005). Conceptual Foundations of Online Communities, Helsinki School of Economics, Finland. *All Sprouts Content*, 5(27). <http://epub.lib.aalto.fi/pdf/wp/w387.pdf>
- Alger, K. (2018, 22 January). Best running watches 2018: the perfect GPS companions for your workouts. *Techradar: THE SOURCE FOR TECH BUYING ADVICE* [cit. 2018-02-13]. Dostupné z: <http://www.techradar.com/news/best-running-watches-best-gps-running-watches>
- Alley, S., Schoeppe, S., Guertler, D., Jennings, C., Duncan, M. J., & Vandelanotte, C. (2016). Interest and preferences for using advanced physical activity tracking devices: results of a national cross-sectional survey. *BMJ Open*, 6(7), e011243. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2016-011243>
- Aral, S., & Nicolaides, C. (2017). Exercise contagion in a global social network. *Nature Communications*, 8, 14753. <https://doi.org/10.1038/ncomms14753>
- Ballano Barcena, M., Wueest, C., & Lau, H. (2014, 11 August). *Symantec: Security Response: How safe is your quantified self?* (White Paper), 1(1).
- Becker, L. B. (1979). Measurement of Gratifications. *Communication Research*, 6(1), 54–73. <https://doi.org/10.1177/009365027900600104>
- Bednárová, L. (2016, 5. září). Fenomén běhání přináší příležitost brandům. *E15.cz* [cit. 2018-02-13]. Dostupné z: <http://media.e15.cz/zurnal/fenomen-behani-prinasi-prilezitost-brandum-1318792>
- Běhej.com. (2016, 9. prosinec). Pražský půlmaraton již jen přes nadace, maraton rovněž téměř vyprodán. *běhej.com* [cit. 2018-02-13]. Dostupné z: <https://www.behej.com/clanek/12529-prazsky-pulmaraton-jiz-jen-pres-nadace-maraton-rovnez-temer-vyprodan>
- Bethlehem, J. (2010). Selection Bias in Web Surveys: Selection Bias in Web Surveys. *International Statistical Review*, 78(2), 161–188. <https://doi.org/10.1111/j.1751-5823.2010.00112.x>
- Bonds-Raacke, J., & Raacke, J. (2010). MySpace and Facebook: Identifying Dimensions of Uses and Gratifications for Friend Networking Sites. *Individual Differences Research*, 8(1), 27-33.
- Btihaj, A. (2018). *Self-Tracking: Empirical and Philosophical Investigations*. Palgrave Macmillan.
- Corpuz, J. (2018, 5 April). Best Running Apps, *Tom's guide* [cit. 2018-04-12]. Dostupné z: <https://www.tomsguide.com/us/pictures-story/703-best-running-apps.html>

- Cregan-Reid, V. (2016, 30 May). Why running is fast becoming the most popular way to exercise. *Independent* [cit. 2018-02-13]. Dostupné z: <http://www.independent.co.uk/life-style/health-and-families/why-running-is-fast-becoming-the-most-popular-way-to-exercise-a7056481.html>
- First Insight. (2016). *Smartwatch: A First Insight Consumer Study* [cit. 2018-04-21]. Dostupné z: http://cdn2.hubspot.net/hubfs/160569/docs/First_Insight_Smartwatch_Study_9-19-16_v2.pdf?t=1474405280047
- Fox, S., & Duggan, M. (2013, 28 January). *Tracking for Health* [cit. 2018-02-15]. Washington DC, Pew Research Center's Internet & American Life Project. Dostupné z: <http://www.pewinternet.org/2013/01/28/tracking-for-health/>
- Fricker, R. D., & Schonlau, M. (2002). Advantages and Disadvantages of Internet Research Surveys: Evidence from the Literature. *Field Methods*, 14(4), 347–367. <https://doi.org/10.1177/152582202237725>
- GfK. (2017). Běhání v České republice – výzkum.
- Hogenboom, A., Smit, I., & Kröse, B. (2014). *Demonstration: A digital coach for self-tracking athletes* [cit. 2018-05-09]. Dostupné z: <http://www.digitallifecentre.nl/redactie/resources/hooigeboom2014eurohaptics.pdf>
- Holušová, A. (2014, 15. listopad). Běžecký boom v zemi gaučových povalečů. *zpravy.tiscali.cz* [cit. 2018-04-21]. Dostupné z: <https://zpravy.tiscali.cz/bezecky-boom-v-zemi-gaucovych-povalecu-244873>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communication: Current perspectives on gratifications research* (pp. 19–34). Beverly Hills, CA: Sage.
- Lee, H. E., & Cho, J. (2017). What Motivates Users to Continue Using Diet and Fitness Apps? Application of the Uses and Gratifications Approach. *Health Communication*, 32(12), 1445–1453. <https://doi.org/10.1080/10410236.2016.1167998>
- Lupton, D. (2014a). Self-Tracking Modes: Reflexive Self-Monitoring and Data Practices. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2483549>
- Lupton, D. (2014b). Self-tracking cultures: towards a sociology of personal informatics. *Proceedings Of The 26Th Australian Computer-Human Interaction Conference On Designing Futures The Future Of Design - Ozchi '14*, 77-86. <https://doi.org/10.1145/2686612.2686623>

- Lupton, D. (2015). Lively Data, Social Fitness and Biovalue: the Intersections of Health Self-Tracking and Social Media. In J. Burgess, A. Marwick, T. Poel & J. Van Dijck, *The Sage Handbook on Social Media*. London: Sage.
- Lupton, D. (2016a). *The quantified self: a sociology of self-tracking*. Cambridge, UK: Polity.
- Lupton, D. (2016b). The diverse domains of quantified selves: self-tracking modes and dataveillance. *Economy and Society*, 45(1), 101–122. <https://doi.org/10.1080/03085147.2016.1143726>
- Lupton, D. (2017). Personal Data Practices in the Age of Lively Data. In J. Daniels, K. Gregory & T. Mc Millan Cotton, *Digital Sociologies* (pp. 339-354). Bristol: Polity Press.
- Mareš, J. (2006). *Manuál pro tvůrce a uživatele studentského posuzování výuky*. Praha: Karolinum.
- Mertler, C. (2012). Demonstrating the Potential for Web-based Survey Methodology with A Case Study. *American Secondary Education*, 30(2) (Spring 2002), 49-61.
- Neff, G., & Nafus, D. (2016). *Self-tracking*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- NPD. (2015, 6 January). The Demographic Divide: Fitness Trackers and Smartwatches Attracting Very Different Segments of the Market, According to The NPD Group. *npd.com* [cit. 2018-04-21]. Dostupné z: <https://www.npd.com/wps/portal/npd/us/news/press-releases/2015/the-demographic-divide-fitness-trackers-and-smartwatches-attracting-very-different-segments-of-the-market-according-to-the-npd-group/>
- Papacharissi, Z. (2008). *Uses and gratifications*. An Integrated Approach to Communication Theory and Research. Lawrence Erlbaum, 137-151.
- Pfeiffer, J., von Entress-Fürsteneck, M., Urbach, N., & Buchwald, A. (2016). Quantify-Me: Consumer Acceptance of Wearable Self-Tracking Devices. *Proceedings of the 24th European Conference on Information Systems (ECIS), Istanbul, Turkey*, 99.
- Phua, J., Jin, S. V., & Kim, J. (Jay). (2017). Uses and gratifications of social networking sites for bridging and bonding social capital: A comparison of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat. *Computers in Human Behavior*, 72, 115–122. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.02.041>
- Rooksby, J., Rost, M., Morrison, A., & Chalmers, M. C. (2014). Personal tracking as lived informatics. *Proceedings Of The 32Nd Annual Acm Conference On Human Factors In Computing Systems - Chi '14*, 1163-1172. <https://doi.org/10.1145/2556288.2557039>

- Rubin, A. M. (1994). Media uses and effects: A uses-and-gratifications perspective. In J. Zillman & D. Bryant (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 571-601). London: Erlbaum.
- Rubin, A. (2009). Uses-and-gratifications perspective on media effects. In J. Bryant & M. D. Oliver (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 165-184). New York, NY: Routledge.
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. *Mass Communication and Society*, 3(1), 3–37. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0301_02
- Sanasport. (2016, 14. červenec). Jak se běhá v Česku. *Sanasport* [cit. 2018-04-21]. Dostupné z: <https://www.sanasport.cz/magazin/jak-se-beha-v-cesku>
- Sekot, A. (2006). *Sociologie sportu*. Brno: Masarykova univerzita.
- Schiopu, D. (2010). Applying TwoStep Cluster Analysis for Identifying Bank Customers' Profile. *Petroleum-Gas University of Ploiesti, Romania*, 62(3), 66-75. Dostupné z: <https://pdfs.semanticscholar.org/2739/358e78de95b011ee09ed16ffcc7470e8dedc.pdf>
- Shih, P. C., Han, K., Poole, E. S., Rosson, M. B., & Carroll, J. M. (2015). Use and Adoption Challenges of Wearable Activity Trackers. In *iConference 2015 Proceedings*. Dostupné z: https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/73649/164_ready.pdf
- Sportcentral. (2014). Sport roku 2014. *Sportcentral* [cit. 2018-02-13]. Dostupné z: <http://www.sportcentral.cz/sport-roku-2014>
- Soukup, P., & Rabušic, L. (2007). Několik poznámek k jedné obsesi českých sociálních věd – statistické významnosti. *Sociologický časopis/Czech Sociological Review*, 43(2), 379-396. Dostupné z: http://sreview.soc.cas.cz/uploads/b9000b8cf4f47901fa229f57daeff95b91495709_644_07-2%20SoukupRabusic.pdf
- SPSS. (2001). *The SPSS TwoStep Cluster Component: A scalable component enabling more efficient customer segmentation*. White paper – technical report, 1-9 [cit. 2018-04-26]. Dostupné z: https://www.spss.ch/upload/1122644952_The%20SPSS%20TwoStep%20Cluster%20Component.pdf
- Stragier, J., & Mechant, P. (2013, January). Mobile fitness apps for promoting physical activity on Twitter: the #RunKeeper case. *Etmaal van de communicatiewetenschappen, Proceedings*. Presented at the Etmaal van de Communicatiewetenschap.

- Stragier, J., Evens, T., & Mechant, P. (2015). Broadcast Yourself: An Exploratory Study of Sharing Physical Activity on Social Networking Sites. *Media International Australia*, 155(1), 120–129. <https://doi.org/10.1177/1329878X1515500114>
- Suel, M. (2013). *Datarizing the Self: Reconstructing Identities Through Self-Quantifying Practices* (Undergraduate thesis). Montreal: McGill University.
- Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2013). Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(4), 504–525. <https://doi.org/10.1080/08838151.2013.845827>
- Tomis, Z. (2016, 3. červen). *Proč je běhání v Česku tak oblíbené, a kdo vlastně běhá?*. *žena.aktálně.cz* [cit. 2018-04-21]. Dostupné z: <https://zena.aktualne.cz/krasa/proc-je-behani-v-cesku-tak-oblibene-a-kdo-vlastne-beha/r~148c9a8428cb11e68afb002590604f2e/>
- Van Boom, D. (2018, 6 February). Apple Watch sets a record for wearables shipments, *CNET* [cit. 2018-04-21]. Dostupné z: <https://www.cnet.com/news/apple-watch-3-breaks-record-sells-8-million-q4/>
- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4), 362–369. <https://doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041>
- Wright, K. B. (2006). Researching Internet-Based Populations: Advantages and Disadvantages of Online Survey Research, Online Questionnaire Authoring Software Packages, and Web Survey Services. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(3), 00–00. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2005.tb00259.x>

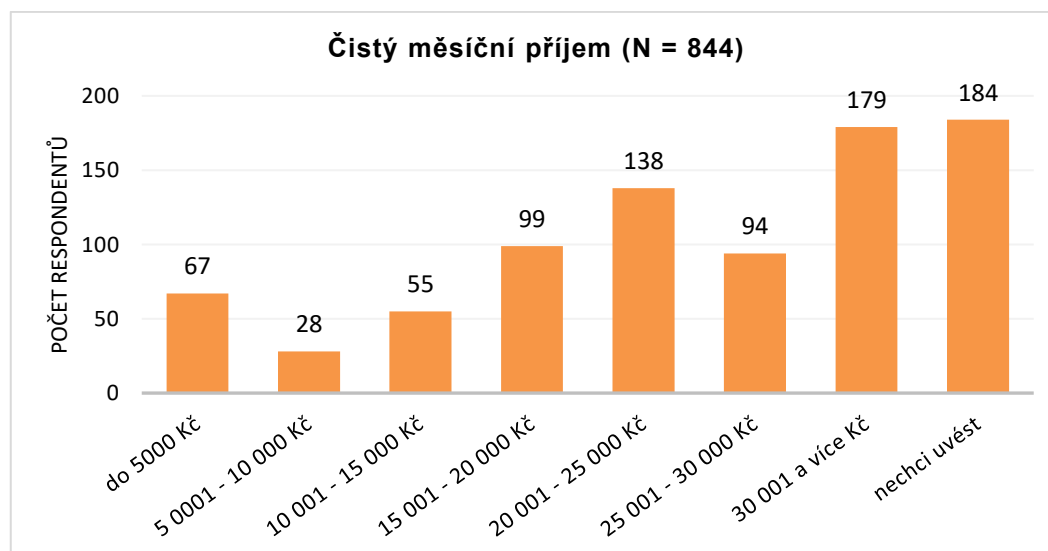
Příloha A – Detailní sociodemografické charakteristiky výzkumného vzorku

	N	Minimum	Maximum	Průměr	Směrodatná odchylka
Věk	840	13	64	33,03	10,174

Věkové kategorie	Počet	Procenta (%)
Do 19 let	66	8
20-29 let	270	32
30-39 let	294	35
40-49 let	150	18
50 a více let	60	7
Celkem	840	100

Vzdělanostní kategorie	Počet	Procenta (%)
Základní	54	6
Střední bez maturity a vyučení	41	5
Střední s maturitou	284	34
VOŠ, VŠ	465	55
Celkem	844	100

Rodinný stav	Počet	Procenta (%)
Svobodný/svobodná	475	56
Ženatý/vdaná	307	36
Rozvedený/rozvedená	51	6
Vdovec/vdova	5	1
V registrovaném partnerství	6	1
Celkem	844	100



Profese/status	Počet	Procenta (%)
Student	165	20
Zaměstnanec na plný úvazek	549	65
Zaměstnanec na částečný úvazek (včetně dohod)	28	3
OSVČ/podnikatel	91	11
V důchodu	2	0
V invalidním důchodu	2	0
Nezaměstnaný	7	1
Celkem	844	100

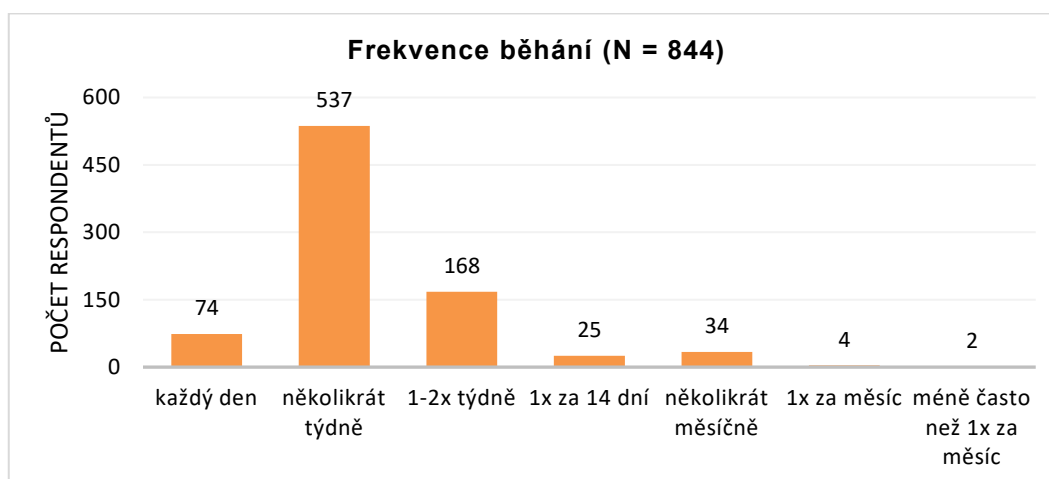
Kraj ČR	Počet	Procenta (%)
Hlavní město Praha	262	31
Jihomoravský	125	15
Středočeský	108	13
Moravskoslezský	52	6
Královéhradecký	48	6
Ústecký	40	5
Jihočeský	39	4
Olomoucký	31	4
Plzeňský	29	3
Zlínský	29	3
Liberecký	24	3
Pardubický	23	3
Vysočina	18	2
Karlovarský	16	2
Celkem	844	100

Pozn.: Seřazeno sestupně dle počtu.

Příloha B – Detailní běžecké charakteristiky výzkumného vzorku

Úroveň běže	Počet	Procenta (%)
profesionální/vrcholová	37	4
výkonnostní	211	25
hobby	356	43
amatérská/rekreační	240	28
Celkem	844	100

Zkušenost s během	Počet	Procenta (%)
teprve začínám (do 1 roku)	87	10
1-2 roky	203	24
3-4 roky	255	30
5 a více let	299	36
Celkem	844	100



S kým běhá	Počet	Procenta (%)
sám/sama	662	81
s partnerem/partnerkou	28	3
s kamarádem/kamarádkou	39	5
ve skupině přátel	31	4
na skupinových lekcích/trénincích	54	7
Celkem	814	100

Trenér/plán	Počet	Procenta (%)
mám svého osobního trenéra (osobní kontakt)	82	10
využívám trenéra na skupinových lekcích	76	9
trenér mi pouze píše plán/trénuji podle plánu na internetu	72	9
už nemám, ale měl(a) jsem/trénoval(a) jsem podle plánu	139	16
nikdy jsem neměl(a) trenéra/netrénoval(a) jsem podle plánu	475	56
Celkem	844	100

Používání sebemonitorovacího zařízení	Počet	Procenta (%)
ano	754	89
ne	90	11
Celkem	814	100

Druh sebemonitorovacího zařízení dle příjmu				
Příjmová kategorie	Druh sebemonitorovacího zařízení			
	obyčejné hodinky	sporttester	chytrý náramek	mobilní aplikace
do 5000 Kč	2	65	7	25
5 001 – 10 000 Kč	4	59	4	33
10 001 – 15 000 Kč	0	67	0	33
15 001 – 20 000 Kč	1	70	6	23
20 001 – 25 000 Kč	2	75	1	22
25 001 – 30 000 Kč	2	77	1	20
30 001 a více Kč	0	86	1	13

Pozn.: Řádková procenta. N=589.

Sebemonitorování někdy?	Počet	Procenta (%)
ano	31	34
ne	44	49
mám v úmyslu s tím začít	15	17
Celkem	90	100

Tréninkový deník	Počet	Procenta (%)
ano, ručně v sešitu	104	14
ano, elektronicky v PC	263	35
ano, v mobilu či tabletu	126	17
ne, nevedu	261	34
Celkem	754	100

Analýza a vyhodnocení výsledků	Počet	Procenta (%)
ano, detailně	55	11
ano, základní statistiky	291	59
nechávám si ji dělat	16	3
ne, nedělám	131	27
Celkem	493	100

Sdílení výsledků	Počet	Procenta (%)
ano, sdílím/publikuji pravidelně	57	12
ano, sdílím/publikuji občas	227	46
ne, nesdílím	209	42
Celkem	493	100

Členství v běžecké online skupině	Počet	Procenta (%)
ano, aktivní	229	30
ano, pasivní	374	50
ne, nejsem	151	20
Celkem	754	100

Příloha C – Seznam všech uvedených běžeckých skupin

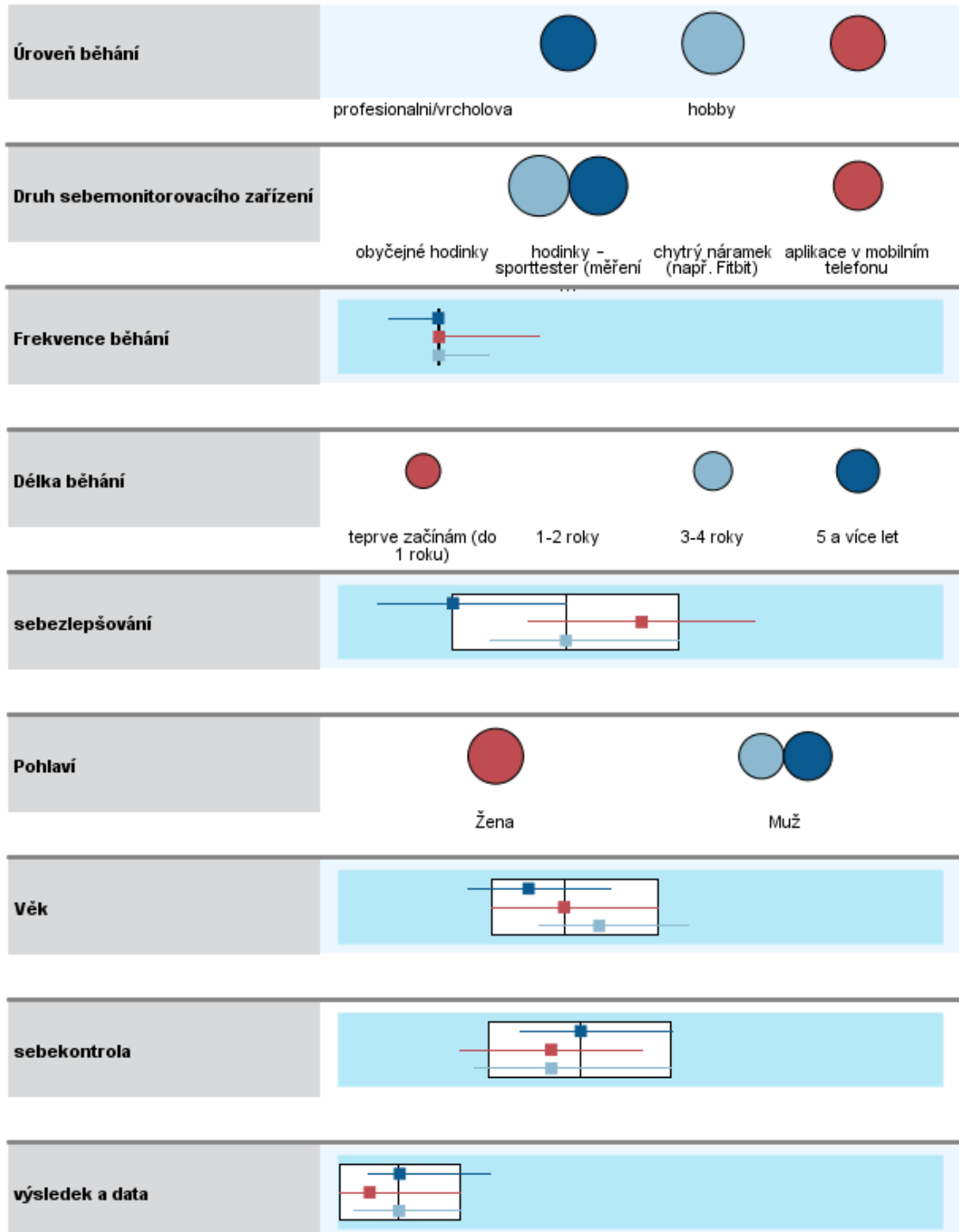
	Název skupiny	Počet		Název skupiny	Počet
1	Běžci	208	40	Rozběháme Nový Jičín	3
2	adidas Runners Prague	80	41	Štefko trénink	3
3	Báječné ženy v běhu	78	42	Běh se psem	2
4	Rungo pro ženy	43	43	Běhám s Terez	2
5	Rungo.cz	36	44	Běhání HK	2
6	Běhej.com	34	45	Běhání Ostrava	2
7	Běžci 6:00	30	46	Běhání Prostějov	2
8	Běhání Brno	27	47	BONBON	2
9	Šneci v běhu	19	48	Flying Runners	2
10	Adventní běhání	17	49	Jduběhat.cz	2
11	Mattoni Free Run	16	50	Jeden měsíc běžce	2
12	RunTour	15	51	Maraton s Milošem pod 4 hodiny	2
13	Strava	15	52	Movescount	2
14	Běhání Praha a okolí	13	53	Polar Flow	2
15	Rozběháme Česko	10	54	Pomáhej během	2
16	Ultramaraton a přátelé	10	55	Rozběháme Hradec	2
17	OCR Runners	9	56	Rozběháme Most a okolí	2
18	Perňa Systém	8	57	Run4fun	2
19	Endomondo	7	58	Running	2
20	Runczech	7	59	Running2.cz	2
21	Reebok Run Crew	6	60	Skyrunning.cz	2
22	Rozběháme ČB	6	61	Spolujízda na běžecké závody	2
23	Svět běhu	6	62	Sportisimo Hvězdy	2
24	Škorpilova škola běhu	6	63	USK Praha	2
25	BěhejBrno	5	64	66 běžeckých rad	1
26	iRUN	5	65	Active Life	1
27	RUN magazine	5	66	A-lektoři	1
28	5km s Edou na pohodu	4	67	Army Run	1
29	Běhej lesy	4	68	Atletika je nej	1
30	Nike Training/Running	4	69	Běhám pomalu, ale jistě	1
31	Sanasport Runners	4	70	Běháme v Trutnově	1
32	Vaše liga	4	71	Běhání Kyjov	1
33	Běžecká tržnice	3	72	Běhání Olomouc	1
34	Canicross	3	73	Běhej s Lidlem	1
35	CSUT (Česko-slovenský pohár v ultratrailu)	3	74	Běhej srdcem	1
36	Československá tisícovka (CS-1000)	3	75	Bezvaběh.cz	1
37	Garmin	3	76	Běžci a běžkyně z Dobříše a okolí	1
38	Garmin Connect	3	77	Běžci Břeclav a okolí	1
39	Pražská stovka	3	78	Běžci z Modřan	1

79	Běžecká seznamka	1	113	Rozběháme Prahu	1
80	Běžecká skupina Český Těšín	1	114	Rozběháme Severní Čechy	1
81	Běžecká škola Prahy 4	1	115	Rozběháme Soběslav	1
82	Běžecké trasy	1	116	Rozběháme Svatku	1
83	Běžíme v tom spolu	1	117	Rozběháme Uherské Hradiště	1
84	Brněnský běžecký pohár	1	118	Rozběháme Ústí	1
85	Cross Running	1	119	Runczech pacemakers	1
86	Czechrun	1	120	Runkeeper	1
87	ČAS	1	121	Running Mall	1
88	Česká atletika	1	122	Running With Those That Can't	1
89	Českomoravská tisícovka	1	123	Runtastic	1
90	Český běh	1	124	Sašova Parta	1
91	ČSOB Na zdraví	1	125	Sportovci jak cYp	1
92	Den cesty	1	126	Sportvisio	1
93	Eleven Run Team	1	127	SRTG Praha	1
94	Etriathlon Team	1	128	Superlife	1
95	Extra Brno	1	129	Šlachouni	1
96	Fit Česko	1	130	TJ Sokol Kolín atletika	1
97	Havířovská 10	1	131	ToniCzech Runners Club	1
98	Hobby Runners Vratimov	1	132	TOP4Running Club	1
99	Jogito ergo sum	1	133	toRUN	1
100	Kerteam	1	134	Trailtour	1
101	longrun ČB	1	135	Tréninky aneb jdem na to	1
102	MK Prostějov	1	136	Triathlonisté	1
103	MT Marathon Training	1	137	Triexpert Cup	1
104	NN Night Run	1	138	Utíkej, mámo, utíkej	1
105	PIM běžecký klub	1	139	UWG Plzeň	1
106	Praha 4 Runners	1	140	v Odrách trénujeme společně	1
107	Pražská běhací jelita	1	141	Vltava Run	1
108	Prima run	1	142	VSC univerzita Brno	1
109	Proběhneme se?	1	143	Výzva pro tebe	1
110	Prostě běž	1	144	Za běhu	1
111	Rozběháme Karlovy Vary	1	145	ZBP Kadaň	1
112	Rozběháme Plzeň	1			

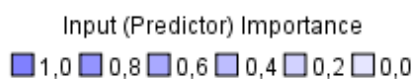
Příloha D – Výstupy dvoukrokové shlukové analýzy

Cluster Comparison

■ 1 ■ 2 ■ 3



Clusters



Cluster	1	2	3
Label			
Description			
Size	32.2% (235)	37.3% (272)	30.5% (223)
Inputs	<p>Uroveň běhání</p> <p>Druh sebumonitorovacího zařízení</p> <p>Frekvence běhání</p> <p>Délka běhání</p> <p>sebezlepšování</p> <p>Pohlaví</p> <p>Věk</p> <p>sebekontrola</p> <p>výsledek a data</p>	<p>Uroveň běhání</p> <p>Druh sebumonitorovacího zařízení</p> <p>Frekvence běhání</p> <p>Délka běhání</p> <p>sebezlepšování</p> <p>Pohlaví</p> <p>Věk</p> <p>sebekontrola</p> <p>výsledek a data</p>	<p>Uroveň běhání</p> <p>Druh sebumonitorovacího zařízení</p> <p>Frekvence běhání</p> <p>Délka běhání</p> <p>sebezlepšování</p> <p>Pohlaví</p> <p>Věk</p> <p>sebekontrola</p> <p>výsledek a data</p>

Příloha E – Dotazník

SEBEMONITOROVÁNÍ (SELF-TRACKING) U BĚŽCŮ

AHOJ BĚŽCI,

ráda bych vás poprosila o vyplnění tohoto dotazníku pro svoji diplomovou práci, ve které se zabývám sebumonitorováním (anglicky self-tracking) běžců, resp. využíváním digitálních technologií (např. hodinek, náramků, sporttesterů, čipů, atp.) při běhání. Vyplnění dotazníku vám zabere max. 20 minut. Prosím o pečlivé a pravdivé vyplnění, aby výsledky, které Vám v případě zájmu ráda poskytnu, byly

odpovídající (protože vás jako běžce určitě budou zajímat 😊). Výzkum je samozřejmě anonymní, všechna data budou anonymizována a výsledky poslouží pouze pro účely této práce a nebudou nikde jinde publikovány.

Předem moc děkuji za vyplnění dotazníku. Pojd'me na to!!!

Průzkum obsahuje 46 otázek.

Základní otázky

Jaké je Vaše pohlaví? *

Prosím zvolte **pouze jednu** z následujících možností:

- Žena
- Muž

Kde jste získal/a link na tento dotazník? *

Prosím zvolte **pouze jednu** z následujících možností:

- facebook stránka adidas Runners Prague
- webová/facebook stránka Runtour
- webová/facebook stránka Běhej.com
- webová/facebook stránka Svět běhu
- náhodně na internetu, facebooku
- od známého/kamaráda
- Jiné

Otázky obecně k běhání

Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte? *

Prosím zvolte **pouze jednu** z následujících možností:

- Ano
- Ne

Na jaké úrovni běháte? *

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:

Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?)

Prosím zvolte **pouze jednu** z následujících možností:

- profesionální či vrcholová (reprezentace ČR, účast na národních či mezinárodních závodech, každodenní trénink)
- výkonnostní (pravidelná účast na závodech, pravidelný a systematický trénink, důraz na výsledek)
- "hobby" (pravidelná účast na závodech, nepravidelný trénink, výsledek většinou není podstatný)
- amatérská/rekreační (účast na závodech výjimečně, běhání pro radost, zdraví, pro dobrý pocit, bez ambicí)

Jak dlouho běháte? *

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:
Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?)

Prosím zvolte **pouze jednu** z následujících možností:

- teprve začínám (do 1 roku)
- 1-2 roky
- 3-4 roky
- 5 a více let

Jak často běháte? *

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:
Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?)

Prosím zvolte **pouze jednu** z následujících možností:

- každý den
- několikrát týdně
- 1-2x týdně
- 1x za 14 dní
- několikrát měsíčně
- 1x za měsíc
- méně často než 1x za měsíc

Kolik km měsíčně naběháte? (Vypište číslíci.) *

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:
Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?)

Prosím napište svou odpověď zde:

S kým nejčastěji běháte? *

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:
Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?)

Prosím zvolte **pouze jednu** z následujících možností:

- sám/sama
- s partnerem/partnerkou
- s kamarádem/kamarádkou
- ve skupině přátel
- na skupinových lekcích/trénincích
- Jiné

Máte svého běžeckeho trenera? Trénujete podle plánu? *

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:
Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?)

Prosím zvolte **pouze jednu** z následujících možností:

- mám svého osobního trenera (osobní kontakt)
- využívám trenera na skupinových lekcích
- trenér mi pouze píše plán/trénuji podle plánu na internetu
- už nemám, ale měl(a) jsem/trénoval(a) jsem podle plánu
- nikdy jsem neměl(a)/netrénoval(a) jsem podle plánu

Sebemonitorování běhu

Používáte nějaké sebemonitorovací zařízení pro sledování své běžecke aktivity? *

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:
Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?)

Prosím zvolte **pouze jednu** z následujících možností:

- Ano
- Ne

Používal/a jste někdy sebemonitorovací zařízení? *

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:
Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?) a Odpověď byla 'Ne' k otázce '10 [S1]' (Používáte nějaké sebemonitorovací zařízení pro sledování své běžecke aktivity?)

Prosím zvolte **pouze jednu** z následujících možností:

- ano
- ne
- mám v úmyslu s tím začít

Proč jste přestal/a sebemonitorovací zařízení používat? *

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:
Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?) a Odpověď byla 'Ne' k otázce '10 [S1]' (Používáte nějaké sebemonitorovací zařízení pro sledování své běžecke aktivity?) a Odpověď byla 'ano' k otázce '11 [S2]' (Používal/a jste někdy sebemonitorovací zařízení?)

Prosím zvolte **pouze jednu** z následujících možností:

- neviděl/a jsem v tom žádný smysl
- zařízení se mi rozbilo a nové jsem si nekoupil/a
- zařízení neukazovalo správně
- nevěřil/a jsem tomu
- přestalo mě to bavit
- je to velký zásah do soukromí
- Jiné

Jaké sebemonitorovací zařízení pro sledování své běžecké aktivity používáte? *

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:

Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?) a Odpověď byla 'Ano' k otázce '10 [S1]' (Používáte nějaké sebemonitorovací zařízení pro sledování své běžecké aktivity?)

Prosím zvolte **pouze jednu** z následujících možností:

- obyčejné hodinky
- hodinky – sporttester (měření vzdálenosti, GPS, ...)
- chytrý náramek (např. Fitbit)
- aplikace v mobilním telefonu
- přenosné zařízení (např. čip na chodidlo)
- Jiné

Jaké běžecké údaje sledujete? *

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:

Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?) a Odpověď byla 'Ano' k otázce '10 [S1]' (Používáte nějaké sebemonitorovací zařízení pro sledování své běžecké aktivity?)

Prosím zvolte **vše**, co je relevantní:

- vzdálenost
- čas
- tempo/rychlost
- spálené kalorie
- tepová frekvence
- délka kroku
- kadence
- převýšení
- Jiné:

Proč jste začal/a sebemonitorovací zařízení používat? *

U každého tvrzení rozhodněte na škále 1-5, kde 1 znamená naprosto souhlasím až 5 naprosto nesouhlasím, nakolik s nimi (ne)souhlasíte.

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:

Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?) a Odpověď byla 'Ano' k otázce '10 [S1]' (Používáte nějaké sebemonitorovací zařízení pro sledování své běžecké aktivity?)

Prosím zvolte vhodnou odpověď pro každou z položek:

	1	2	3	4	5
pro sledování aktivity (přesné údaje o počtu km, tempu, atp.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
chtěl/a jsem mít nad sebou větší kontrolu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
chtěl/a jsem zhubnout	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
zlepšování se	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kvůli větší psychické pohodě	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ze zvědavosti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
na doporučení známých, přátel, trenéra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
musel/a jsem ze zdravotních důvodů/na	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1	2	3	4	5
radu lékaře					
pro zábavu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
pro efektivnější management každodenních činností	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Jak dlouho sebemonitorovací zařízení používáte? *

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:

Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?) a Odpověď byla 'Ano' k otázce '10 [S1]' (Používáte nějaké sebemonitorovací zařízení pro sledování své běžecké aktivity?)

Prosím zvolte **pouze jednu** z následujících možností:

- do 1 roku
- 1-2 roky
- 3-4 roky
- 5 a více let

Jak často sebemonitorovací zařízení používáte? *

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:

Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?) a Odpověď byla 'Ano' k otázce '10 [S1]' (Používáte nějaké sebemonitorovací zařízení pro sledování své běžecké aktivity?)

Prosím zvolte **pouze jednu** z následujících možností:

- pokaždé
- velmi často
- často
- občas
- nikdy

Proč sebemonitorovací zařízení stále používáte?

Rozhodněte na škále 1 – 5, kde 1 znamená naprosto souhlasím, 2 spíše souhlasím, 3 ani souhlas, ani nesouhlas, 4 spíše nesouhlasím a 5 naprosto nesouhlasím, nakolik (ne)souhlasíte s následujícími výroky:

Sebemonitorovací zařízení používám, protože *

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:

Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?) a Odpověď byla 'Ano' k otázce '10 [S1]' (Používáte nějaké sebemonitorovací zařízení pro sledování své běžecké aktivity?)

Prosím zvolte vhodnou odpověď pro každou z položek:

	1	2	3	4	5
Jedná se o pomůcku, kterou využívám při výkonu své práce.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lépe vnímám signály svého těla.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Motivuje mě to k lepším výkonům.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je to zábavné.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dokáže zaznamenat uběhnutou trasu.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cítím se lépe psychicky.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1	2	3	4	5
Donutí mě jít na trénink.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mám nad sebou určitou kontrolu.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Musím využívat to, co je moderní a „in“.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Své výkony a výsledky můžu analyzovat.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chci pečovat o své zdraví.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Řídí můj trénink.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chci být součástí běžecké komunity.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Každý nový zaznamenaný osobní rekord potěší.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ještě pokračujeme dalšími možnostmi. Sebemonitorovací zařízení používám, protože

Rozhodněte na škále 1-5, kde 1 znamená naprosto souhlasím, 2 spíše souhlasím, 3 ani souhlas, ani nesouhlas, 4 spíše nesouhlasím a 5 naprosto nesouhlasím.

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:

Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?) a Odpověď byla 'Ano' k otázce '10 [S1]' (Používáte nějaké sebemonitorovací zařízení pro sledování své běžecké aktivity?)

Prosím zvolte vhodnou odpověď pro každou z položek:

	1	2	3	4	5
V případě mé výkonnosti je to nutností.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bez sledování běžeckého tréninku nemůžu dosáhnout nejlepších výkonů.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pomáhá mi lépe dodržovat stanovené tréninkové cíle a plány.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jsem na to zvyklý/á.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bez zařízení už neběhám.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mohu sledovat své výsledky.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jedná se prostředek ke zlepšení výkonnosti.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mám radost, když vidím, že se mi povedl trénink.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Díky výsledkům se můžu porovnávat s ostatními.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chci se udržovat v kondici.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je to můj osobní trenér.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Své výkony a výsledky můžu sdílet s ostatními.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bojuji s nadváhou/obezitou.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chci mít sportovní image.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Pokud chodíte někdy běhat bez sebemonitorovacího zařízení, cítíte/vnímáte nějaký rozdíl? (Pokud ANO, vypište.)

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:

Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?) a Odpověď byla 'Ano' k otázce '10 [S1]' (Používáte nějaké sebemonitorovací zařízení pro sledování své běžecké aktivity?)

Prosím napište svou odpověď zde:

Do jaké míry naplnilo používání sebemonitorovacího zařízení Vaše očekávání? *

U každého tvrzení uveďte na škále 1-5, kde 1 znamená naprosto souhlasím až 5 naprosto nesouhlasím, nakolik s nimi (ne)souhlasíte.

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:

Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?) a Odpověď byla 'Ano' k otázce '10 [S1]' (Používáte nějaké sebemonitorovací zařízení pro sledování své běžecké aktivity?)

Prosím zvolte vhodnou odpověď pro každou z položek:

	1	2	3	4	5
Mám lepší a přesnější údaje o své aktivitě.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Podařilo se mi zhubnout.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mám nad sebou větší kontrolu.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zlepšil/a jsem svůj výkon.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jsem v lepší psychické pohodě.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Můj zdravotní stav se zlepšil.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Baví mě to.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Daří se mi každodenní činnosti lépe/efektivněji organizovat.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mám s tím dobrou zkušenost.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Používáte sebemonitorovací zařízení ke sledování i jiných činností v běžném životě? *

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:

Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?) a Odpověď byla 'Ano' k otázce '10 [S1]' (Používáte nějaké sebemonitorovací zařízení pro sledování své běžecké aktivity?)

Prosím zvolte **pouze jednu** z následujících možností:

- Ano
 Ne

Jaké jiné činnosti/aktivity sledujete? *

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:

Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?) a Odpověď byla 'Ano' k otázce '10 [S1]' (Používáte nějaké sebemonitorovací zařízení pro sledování své běžecké aktivity?) a Odpověď byla 'Ano' k otázce '22 [S12]' (Používáte sebemonitorovací zařízení ke sledování i jiných činností v běžném životě?)

Prosím zvolte **vše**, co je relevantní:

- spánek
- energetický příjem/výdej
- denní počet kroků
- biorytmus
- teplota těla
- puls/tep
- množství vody v těle
- stavba těla
- nálada
- pocit štěstí
- závislost
- Jiné:

Sdílení výsledků a aktivita na sociálních sítích

Vedete si tréninkový deník? Zapisujete si své výsledky? *

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:

Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?) a Odpověď byla 'Ano' k otázce '10 [S1]' (Používáte nějaké sebemonitorovací zařízení pro sledování své běžecké aktivity?)

Prosím zvolte **pouze jednu** z následujících možností:

- ano, ručně do sešitu
- ano, elektronicky v PC
- ano, v mobilu či tabletu
- ne, nevedu

Děláte si analýzu a vyhodnocení svých výsledků? *

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:

Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?) a Odpověď byla 'Ano' k otázce '10 [S1]' (Používáte nějaké sebemonitorovací zařízení pro sledování své běžecké aktivity?)

Prosím zvolte **pouze jednu** z následujících možností:

- ano, detailně
- ano, základní statistiky
- nechávám si ji dělat
- ne, nedělám

Sdílette/publikujete své výsledky na internetu, na sociálních sítích? *

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:

Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?) a Odpověď byla 'Ano' k otázce '10 [S1]' (Používáte nějaké sebemonitorovací zařízení pro sledování své běžecké aktivity?)

Prosím zvolte **pouze jednu** z následujících možností:

- ano, sdílím/publikuji pravidelně
- ano, sdílím/publikuji občas
- ne, nesdílím

Proč své výsledky nesdílíte? (Vypište.) *

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:

Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?) a Odpověď byla 'Ano' k otázce '10 [S1]' (Používáte nějaké sebemonitorovací zařízení pro sledování své běžecské aktivity?) a Odpověď byla 'ne, nesdílím' k otázce '26 [I3]' (Sdílíte/publikujete své výsledky na internetu, na sociálních sítích?)

Prosím napište svou odpověď zde:

Jste na internetu/na sociálních sítích členem/členkou nějaké běžecské komunity/běžecské skupiny atp.? *

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:

Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?) a Odpověď byla 'Ano' k otázce '10 [S1]' (Používáte nějaké sebemonitorovací zařízení pro sledování své běžecské aktivity?)

Prosím zvolte **pouze jednu** z následujících možností:

- ano, aktivní (dávám příspěvky, komentuji, diskutuji, atp.)
 ano, pasivní (nepřidávám žádný obsah)
 ne, nejsem

Jaké běžecské komunity/skupiny na internetu jste členem/ členkou? (Vypište.)

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:

Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?) a Odpověď byla 'Ano' k otázce '10 [S1]' (Používáte nějaké sebemonitorovací zařízení pro sledování své běžecské aktivity?) a Odpověď byla 'ano, pasivní (nepřidávám žádný obsah)' nebo 'ano, aktivní (dávám příspěvky, komentuji, diskutuji, atp.)' k otázce '28 [I5]' (Jste na internetu/na sociálních sítích členem/členkou nějaké běžecské komunity/běžecské skupiny atp.?)

Prosím napište svou odpověď zde:

Z jakého důvodu jste členem/členkou běžecské komunity/skupiny? *

U každé možnosti zhodnoťte na škále 1-5, kde 1 znamená naprosto souhlasím, 2 spíše souhlasím, 3 ani souhlas, ani nesouhlas, 4 spíše nesouhlasím, 5 naprosto nesouhlasím, na kolik s ní (ne)souhlasíte.

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:

Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?) a Odpověď byla 'Ano' k otázce '10 [S1]' (Používáte nějaké sebemonitorovací zařízení pro sledování své běžecské aktivity?) a Odpověď byla 'ano, pasivní (nepřidávám žádný obsah)' nebo 'ano, aktivní (dávám příspěvky, komentuji, diskutuji, atp.)' k otázce '28 [I5]' (Jste na internetu/na sociálních sítích členem/členkou nějaké běžecské komunity/běžecské skupiny atp.?)

Prosím zvolte vhodnou odpověď pro každou z položek:

	1	2	3	4	5
Chci se pochlubit svými výsledky.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chci si nechat poradit.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chci se inspirovat.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chci inspirovat a motivovat ostatní.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chci získat nové informace.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chci se seznámit s novými lidmi, navázat nové kontakty.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1	2	3	4	5
Chci soutěžit/porovnávat se s ostatními běžci.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chci být součástí běžeckého světa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pro zábavu.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nemusím komunikovat osobně (tváří v tvář).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Jaké z těchto činností a jak často děláte? (U každé možnosti rozhodněte na škále 1 velmi často až 5 nikdy.) *

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:

Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?) a Odpověď byla 'Ano' k otázce '10 [S1]' (Používáte nějaké sebemonitorovací zařízení pro sledování své běžecké aktivity?) a Odpověď byla 'ano, pasivní (nepřidávám žádný obsah)' nebo 'ano, aktivní (dávám příspěvky, komentuji, diskutuji, atp.)' k otázce '28 [I5]' (Jste na internetu/na sociálních sítích členem/členkou nějaké běžecké komunity/běžecké skupiny atp.?)

Prosím zvolte vhodnou odpověď pro každou z položek:

	1	2	3	4	5
přidávám vlastní příspěvky	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
čtu příspěvky ostatních členů	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
čtu různé články spojené s běháním	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
aktivně diskutuji	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
pasivně se účastním diskuze (pouze čtu, nepřispívám)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
vyjadřuji své názory na různá témata spojená s běháním	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
komentuji/reaguji na příspěvky ostatních členů	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ptám se ostatních na radu, názor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
vyhledávám si informace o běhání	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
sleduji výsledky a termíny závodů	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Vypište 3 osobní přínosy toho, že jste členem/členkou běžecké komunity na internetu.

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:

Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?) a Odpověď byla 'Ano' k otázce '10 [S1]' (Používáte nějaké sebemonitorovací zařízení pro sledování své běžecké aktivity?) a Odpověď byla 'ano, aktivní (dávám příspěvky, komentuji, diskutuji, atp.)' nebo 'ano, pasivní (nepřidávám žádný obsah)' k otázce '28 [I5]' (Jste na internetu/na sociálních sítích členem/členkou nějaké běžecké komunity/běžecké skupiny atp.?)

Prosím napište své odpovědi zde:

- 1.
- 2.
- 3.

Sledujete nějaké běžce na sociálních sítích (Facebook, Instagram, Twitter, aj.)? *

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:

Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?)

Prosím zvolte **pouze jednu** z následujících možností:

- Ano
 Ne

Bezpečnost a soukromí

Je pro Vás důležité, jak jsou Vaše data shromažďována a následně zpracována? *

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:

Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?) a Odpověď byla 'Ano' k otázce '10 [S1]' (Používáte nějaké sebemonitorovací zařízení pro sledování své běžecké aktivity?)

Prosím zvolte **pouze jednu** z následujících možností:

- velmi důležité
 spíše důležité
 ani důležité, ani nedůležité
 spíše nedůležité
 úplně nedůležité

Jak jsou pro Vás při používání sebemonitorovacího zařízení důležitá následující rizika? *

Rozhodněte na škále 1-5, kde 1 znamená velmi důležitá až 5 nepodstatná.

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:

Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?) a Odpověď byla 'Ano' k otázce '10 [S1]' (Používáte nějaké sebemonitorovací zařízení pro sledování své běžecké aktivity?)

Prosím zvolte vhodnou odpověď pro každou z položek:

	1	2	3	4	5
únik osobních informací	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
zneužití bezpečnostními službami	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
zneužití pro reklamní účely	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
zneužití hackery	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
zásah do soukromí	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
závislost na používání	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Řešíte nějak otázku Vašeho soukromí a možného úniku informací? *

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:

Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?) a Odpověď byla 'Ano' k otázce '10 [S1]' (Používáte nějaké sebemonitorovací zařízení pro sledování své běžecké aktivity?)

Prosím zvolte **pouze jednu** z následujících možností:

- Ano, řeším.
 Ne, není důvod. Je to bezpečné.
 Nikdy jsem o tom nepřemýšlel/a.

Jak řešíte otázku Vašeho soukromí a možného úniku informací? *

Na tuto otázku odpovězte pouze tehdy, jsou-li splněny následující podmínky:

Odpověď byla 'Ano' k otázce '3 [B1]' (Jste aktivní běžec/běžkyně? Běháte?) a Odpověď byla 'Ano' k otázce '10 [S1]' (Používáte nějaké sebemonitorovací zařízení pro sledování své běžecké aktivity?) a Odpověď NEBYLA 'Ne, není důvod. Je to bezpečné.' k otázce '36 [P3]' (Řešíte nějak otázku Vašeho soukromí a možného úniku informací?)

Prosím zvolte **vše**, co je relevantní:

- používám falešné jméno
- neudávám přesné informace
- využívám služby anonymity (např. proxy, Tor, VPNs)
- šifrováním komunikace
- nijak neřeším
- Jiné:

Sociodemografické otázky

Kolik je Vám let? (Vypište číslici.) *

Prosím napište svou odpověď zde:

Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání? *

Prosím zvolte **pouze jednu** z následujících možností:

- základní
- vyučen/a
- střední bez maturity
- střední s maturitou
- vyšší odborné
- vysokoškolské

Jaká je Vaše současná profese/pracovní status? *

Prosím zvolte **pouze jednu** z následujících možností:

- student
- zaměstnanec na plný úvazek
- zaměstnanec na částečný úvazek (včetně dohod)
- OSVČ/podnikatel
- v důchodu
- v invalidním důchodu
- nezaměstnaný

Jaký je Váš rodinný stav? *

Prosím zvolte **pouze jednu** z následujících možností:

- svobodný/svobodná
- ženatý/vdaná
- rozvedený/rozvedená
- vdovec/vdova
- v registrovaném partnerství

Jaký je Váš osobní čistý měsíční příjem? *

Prosím zvolte **pouze jednu** z následujících možností:

- do 5 000 Kč
- 5 001 – 10 000 Kč
- 10 001 – 15 000 Kč
- 15 001 – 20 000 Kč
- 20 001 – 25 000 Kč
- 25 001 – 30 000 Kč
- 30 001 a více Kč
- nechci uvést

Ve kterém kraji bydlíte? *

Prosím zvolte **pouze jednu** z následujících možností:

- Hlavní město Praha
- Středočeský
- Jihočeský
- Plzeňský
- Karlovarský
- Ústecký
- Liberecký
- Královéhradecký
- Pardubický
- Olomoucký
- Moravskoslezský
- Jihomoravský
- Zlínský
- Kraj Vysočina

Řekl/a byste, že jste ...

Prosím zvolte **pouze jednu** z následujících možností:

- flegmatik
- cholerik
- melancholik
- sangvinik

flegmatik: stabilita, introvert, pasivní, obezřetný, rozvážný, smířlivý, ovládá se, spolehlivý, vyrovnaný, klidný

cholerik: labilita, extrovert, nedůtklivý, neklidný, útočný, vznětlivý vrtkavý, impulzivní, optimistický, aktivní

melancholik: labilita, introvert, náladový, úzkostný, střizlivý, pesimista, rezervovaný, nespolečenský, tichý

sangvinik: stabilita, extrovert, společenský, přístupný, hovorný, vnímavý, lehkomyšlný, čilý, bezstarostný

Máte zájem o výsledky výzkumu? Pokud ANO, uveďte, prosím, kam Vám je mohu zaslat.

Prosím napište svou odpověď zde:

Pokud máte k dotazníku či obecně k tématu sebemonitorování nějaké poznámky/připomínky/návrhy, budu ráda, když mi je napíšete.

Prosím napište svou odpověď zde:

Děkuji za vyplnění dotazníku a přeji spoustu dalších s úsměvem a radostí odběhnutých kilometrů. 🍌