UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Bakalářská práce

2021 **Anna Karasová**

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Proměny užití sociálních sítí u teenagerů

Bakalářská práce

Autor práce: Anna Karasová

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: Mgr. Jan Miessler

Rok obhajoby: 2021

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 24. 7. 2021 Anna Karasová

Bibliografický záznam

KARASOVÁ, Anna. *Proměny užití sociálních sítí u teenagerů.* Praha, 2021. 72 s. Bakalářská práce (Bc). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí bakalářské práce Mgr. Jan Miessler.

Rozsah práce: 95 355 znaků včetně mezer

Anotace

Tato bakalářská práce zjišťuje souvislost mezi preferovanou formou komunikace a psychickým vývojem adolescentů. Práce ověřuje předpoklad existence souvislosti mezi oblíbeným způsobem komunikace, se zvláštním zaměřením na sociální sítě, a vývojovým stádiem, tedy věkem, ve kterém se adolescent nachází. Pomocí dotazníku a následné kvantitativní analýzy dat práce zjišťuje důvody této preferované formy komunikace a pocity adolescentů při jejím využívání. Práce dále zjišťuje, které sociální sítě jsou mezi adolescenty oblíbené a z jakého důvodu. Výsledky tohoto výzkumu naznačují, že mezi preferencí formy komunikace a věkem adolescenta existuje souvislost. Nejistota adolescentů dle výsledků vede k vyššímu užívání sociálních sítí.

Annotation

This bachelor thesis focuses on the connection between the preferred form of communication and psychological development of adolescents. This thesis assumes that there is a connection between the most used way of communication, with a special focus on social networks, and the developmental stage in which the adolescent is. By using a questionnaire designed for this work and quantitative analysis it finds out the reasons of the preferred form of communication and feelings associated with using this specific communication channel. This thesis also finds out which social networks are the most popular among teenagers and for what reasons. The results of this research suggest that there is a link between the preferences of the form of communication and the age of adolescents. According to the results, insecurity of the adolescents leads to higher use of social media.

Klíčová slova

Sociální média, sociální sítě, komunikace, psychický vývoj, teenageři, internet, digitalizace

Keywords

Social media, social networks, communication, teenagers, internet, development psychology, digitalization

Title

Changing uses of social media among teenagers

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala zejména Mgr. Janu Miesslerovi za jeho odborné vedení, komplexní rady a vstřícný přístup při zpracovávání této bakalářské práce. Dále bych ráda poděkovala svým blízkým za podporu.

Obsah

Úvod ... 3
1. Psychologické aspekty komunikace ... 5
1.1. Komunikace face to face ... 6
1.1.1. Teorie sociální blízkosti ... 7
1.1.2. Teorie bohatosti médií ... 8
1.2. Komunikace on-line ... 8
1.2.1. Internet jako prostředí bez zábran ... 9
2. Digitální média ... 11
2.1. Sociální sítě ... 11
2.1.1. TikTok ... 12
2.1.2. Instagram ... 12
2.1.3. WhatsApp ... 13
2.1.4. Facebook ... 13
2.2. Sociální sítě a adolescenti ... 13
3. Psychický vývoj adolescentů ... 16
3.1. Identita ... 17
3.1.1. Virtuální identita ... 18
3.2. Socializace ... 18
3.3. Emocionalita ... 19
3.4. Specifika časné adolescence ... 19
3.5. Specifika střední adolescence ... 21
3.6. Specifika pozdní adolescence ... 22
4. Metodologie výzkumu ... 23
4.1. Cíl a výzkumné otázky ... 23
4.2. Výzkumný soubor ... 25
4.3. Metoda sběru dat ... 26
4.4. Metoda zpracování dat ... 29
5. Výsledky ... 30
5.1. Formy komunikace ... 30
5.1.1. Pocity teenagerů spojené s využívanou formou komunikace ... 34
5.2. Image na sociálních sítích ... 40
5.3. Nejvyužívanější sociální sítě ... 42
6. Ověření hypotéz ... 45
7. Diskuze ... 48
7.1. Časná adolescence ... 48
7.2. Střední adolescence ... 49
7.3. Pozdní adolescence ... 49
Závěr ... 51

Summary 52
Použitá literatura..... 53
Teze bakalářské práce..... 59
Seznam příloh..... 62

Úvod

Tato bakalářská práce tematicky spojuje oblast vývojové psychologie a digitálních médií. Práce se soustředí zejména na to, jakou formu komunikace teenageři[1] preferují, a jak a proč využívají sociální sítě. Specifika prostředí internetu mohou ovlivňovat pocity teenagerů při komunikaci na sociálních sítích. To, jak se teenageři při komunikaci cítí, může zároveň ovlivnit jejich výběr formy komunikace, tedy zda zvolí komunikaci face to face[2], nebo komunikaci online.

Dle mého názoru je téma využívání sociálních sítí u dnešních teenagerů a dětí důležité. Čím dál častěji se stává, že jsou teenageři raději na svých mobilních telefonech a komunikují spíše online, než aby se s přáteli viděli osobně. Propojení tohoto tématu s psychologií považuji za přínosné, jelikož díky tomu můžeme na to, jakou formu komunikace teenageři volí, nahlížet z jiné perspektivy a tím volbu teenagerů lépe pochopit.

Práce si klade za cíl zjistit, zda se s rostoucím věkem mění preference a užití sociálních sítí u teenagerů, jejich preference formy komunikace (tedy online nebo face to face), a jestli tyto preference souvisí s tím, v jakém vývojovém stádiu se teenageři nachází. Výzkum by měl také zjistit, které ze sociálních sítí teenageři využívají nejvíce a z jakého důvodu. Práce ověřuje předpoklad existence souvislosti mezi vývojovým stádiem jednotlivce a jeho preferencemi, způsobem a mírou užívání sociálních sítí.

První kapitola této bakalářské práce se věnuje psychologickým aspektům komunikace a jejím jednotlivým formám. Kapitola druhá se zaměřuje na digitální média, a to především na sociální sítě, kterými se v této práci zabývám. Pro účely této práce je důležité uvedení do vývojové psychologie, ze které jsou v kapitole třetí popsány oblasti, které by s preferencemi teenagerů a preferovaným typem komunikace mohly souviset. Po popisu nejdůležitějších aspektů vývoje lidské psychiky v období dospívání jsou uvedeny jednotlivá stádia adolescence. Tato jsou charakterizována každé zvlášť. Rozdělení na tři vývojové fáze adolescence je pro práci stěžejní, jelikož si klade za cíl popsat preference typu komunikace u teenagerů právě vzhledem k jejich vývojovému stádiu, a tedy věku.

[1] Pojem *teenageři* zahrnuje skupinu jedinců, kteří se věkově nacházejí v období adolescence neboli dospívání. Pojem *„teen"* zahrnuje jedince ve věku 13–19 let (Thorová, 2015). K pojmu teenager v této práci využívám jako synonymum také pojem adolescent nebo dospívající.

[2] Tento pojem je používán v bakalářské práci ve významu komunikace tváří v tvář.

Kromě výše zmíněného se práce zaměřuje na vybrané sociální sítě, jako je Facebook, Instagram, TikTok nebo WhatsApp a na důvody jejich využívání teenagery.

Metodologická část práce prostřednictvím dotazníku a následné kvantitativní analýzy dat zjišťuje, zda hypotézy vytvořené na základě poznatků vývojové psychologie odpovídají skutečnému využívání sociálních sítí adolescenty.

V průběhu psaní této bakalářské práce se vyskytla témata, která bylo nutné do práce zařadit. Jedná se zejména o téma psychologických aspektů komunikace, které jsou stěžejní pro uchopení následného výzkumu. Některé původně zamýšlené kapitoly již nebylo nutné uvádět samostatně, jelikož tato témata byla zahrnuta v rámci kapitol jiných. Názvy některých částí byly změněny tak, aby lépe odpovídaly obsahu dané kapitoly a uspořádání témat bylo pro lepší přehlednost a komfort čtenáře také upraveno.

1. Psychologické aspekty komunikace

V mediálních studiích se většina autorů soustředí na sociální aspekty komunikace. Psychologické aspekty komunikace jsou tak spíše na okraji pozornosti. Přesto nám v této oblasti mohou psychologické aspekty komunikace nabídnout nové poznatky, a proto se jimi zabývám. Tato kapitola představuje různé přístupy ke konceptu komunikace. Další část kapitoly se zaměřuje na komunikaci face to face a komunikaci v online prostředí. Jednotlivé podkapitoly dále popisují, jaká jsou specifika dané komunikace a jak se tyto dvě formy komunikace liší ve svém vlivu na mezilidské vztahy. Tyto informace slouží jako teoretický základ pro následné vytvoření hypotéz, které jsou ve výzkumu ověřovány.

Komunikace je procesem vysílání a přijímání sdělení, procesem produkce, výměny, konzumace a sdílení významů (Urban a kol., 2011). Tato definice je důležitá pro zdůraznění reciprocity, kterou během komunikace očekáváme.

Definic pojmu komunikace existuje obrovské množství. Například jako sociální proces a instituci popisuje komunikaci Moscovici (1984). Podle něj je komunikací celý systém vzdělávání, reklamy či církve. Toto pojetí přiblížili také Tubbs a Moss (1991), podle nichž je komunikace procesem vytváření významů mezi dvěma a více lidmi.

Díky komunikaci je možné uspokojovat některé lidské potřeby a formovat naši osobnost. K tomu může docházet díky motivacím ke komunikaci, které mohou být různého druhu. Vybíral (2009) ve své knize popisuje například motivaci sdružovací nebo sebepotvrzovací. Sdružovací motivace komunikace si klade za cíl navázat nějaký vztah a uspokojit potřebu blízkého kontaktu, která spoluvytváří základní pyramidu lidských potřeb. Motivace sebepotvrzovací se podílí na vytváření identity člověka. Díky komunikování s ostatními nalézáme, potvrzujeme či upravujeme sami sebe. Upevňujeme si tak obraz o sobě samém (Vybíral, 2009).

Komunikaci je dále možné rozlišit na několik forem podle různých kritérií. Jedním z nejčastěji využívaných kritérií je skutečnost využívání či nevyužívání mluveného slova. To představuje hledisko komunikačních prostředků, díky kterému můžeme rozlišovat komunikaci *verbální* a komunikaci *neverbální* (Urban a kol., 2011).

Komunikace verbální je „*slovní komunikace uskutečňovaná prostřednictvím jazyka, jazykovým znakem a významem na něj vázaným – prostřednictvím mluvené řeči a psané řeči*“ (Urban a kol., 2011, s. 25).

Komunikace neverbální může být označována také jako komunikace beze slov. Je využívána při rozhovorech s ostatními lidmi a může sloužit mnoha účelům. Podle Argyleho (1972) je možné rozlišit čtyři skupiny účelů neverbální komunikace, a to *napomáhající* řeči, *nahrazující* řeč, *vyjadřující postoje* a *vyjadřující emoce*. Existují také různé projevy neverbální komunikace, jako je například haptika (doteky), mimika (výrazy v obličeji), proxemika (blízkost mezi dvěma či více lidmi), gestika, posturologie (postoje a držení těla) a podobně (Urban a kol., 2011). Formou neverbální komunikace může být také metakomunikace, která nám umožňuje obohatit naši řeč o emoce. Do skupiny metakomunikace patří tón řeči nebo změny intonace (Hayes, 2011). Díky těmto složkám řeči je možné rozpoznat záměr či skutečné postoje hovořícího člověka.

Neverbální aspekty komunikace mají pro samotnou komunikaci i pro subjekty komunikace velký význam. Pokud se setkáme s neverbálním sdělením, tedy gesty, proxemikou nebo i tónem řeči, které není v souladu či odporuje verbálnímu sdělení, pravděpodobně uvěříme spíše neverbálnímu sdělení (Hayes, 2011). Podle Argyleho, Alkemy a Gilmoura (1971) je tato pravděpodobnost pětkrát větší než pravděpodobnost, že v daném případě uvěříme sdělení verbálnímu.

Watzlawick (1999) také rozlišuje komunikaci digitální a analogovou. Jako digitální komunikaci označuje především komunikaci verbální, kterou lze bez větších problémů a zásahů do obsahu sdělení zapsat – převést na znaky. Analogová komunikace je naproti tomu komunikací neverbální a nikdy není možné ji beze zbytku převést do jazykových znaků. Analogová komunikace může mít podobu zvukových, dotykových, pachových, obrazových a jiných symbolů. Proces, kterým dochází k převádění analogových sdělení na sdělení digitální se nazývá digitalizace (Vybíral, 2009).

Vysvětlení verbálních a neverbálních aspektů komunikace je důležité pro následující podkapitoly, které se zabývají komunikací face to face a komunikací online, v takzvaném kyberprostoru[3].

1.1. Komunikace face to face

Komunikací face to face je míněna komunikace za přítomnosti druhé osoby či dalších osob, se kterými komunikace probíhá. Tato komunikace má spoustu výhod. Díky stejnému

[3] Tento pojem označuje virtuální prostředí. Takové prostředí má svá specifika, která umožňují jedincům také specificky jednat. Hlavním fenoménem kyberprostoru je internet jako prostředí bez zábran (Šmahel, 2003). Tento fenomén je dále vysvětlen v jedné z následujících podkapitol.

prostředí, ve kterém se komunikující jedinci vyskytují, nemusí docházet k tak velké míře komunikačních šumů, které ztěžují příjem a zpracování informace příjemcem. To, že se komunikující jedinci vyskytují ve stejném prostředí jim poskytuje možnost využívat kromě verbální komunikace také komunikaci neverbální, které, jak bylo zmíněno výše, je mnohdy připisována větší váha v interpretaci sdělení příjemcem (Argyle a kol., 1971).

V běžných situacích podle Vybírala (2009) komunikujeme mnohem více analogově, tedy pomocí mimiky, postojů, pohybů a dalších neverbálních aspektů komunikace.

Právě tyto pohyby či výrazy obličeje do lidské komunikace vnáší hlubší významy. Díky neverbální komunikaci lépe chápeme sdělení, která přijímáme a dokážeme rozpoznat, zda se za verbálními výrazy skrývá něco dalšího. To v mnoha případech ulehčuje navazování vztahů či jejich prohlubování. Díky neverbální komunikaci jsou tak sociální interakce intimnější a intenzivnější.

Komunikací face to face jako nejlepším způsobem komunikace se zabývají dvě následující teorie.

1.1.1. Teorie sociální blízkosti

Intimita je v komunikaci velmi důležitým aspektem, zvlášť pokud jsou sdíleny důvěrné informace nebo navazovány vztahy. J. Short, E. Williams a B. Christie (1976) definovali *teorii sociální blízkosti*, která pojednává o možnostech sociálního prožívání jedinců, kteří jsou zapojení do komunikace, při používání jednotlivých médií.

Tato teorie tvrdí, že různá forma komunikace také implikuje různou sociální blízkost komunikujících. Míra sociální blízkosti je dle autorů určena prožívanou mírou sociální přítomnosti. Ta je určena počtem sociálních vodítek, která je možné konkrétním médiem přenášet. Sociální přítomnost také určuje kvalitu tohoto média. Čím více sociálních vodítek médium umožňuje přenést, tím větší máme pocit sociální přítomnosti osob, se kterými komunikujeme (Slaměník a kol., 2019).

Přenos největšího počtu sociálních vodítek umožňuje z pohledu této teorie právě komunikace face to face. Díky přenosu neverbálních projevů umožňuje tato forma komunikace dosažení nejvyššího pocitu sociální přítomnosti. Tím také dosahuje nejvyšší kvality komunikace.

Psaná forma komunikace, tedy také komunikace online ve formě chatování či psaní SMS zpráv, je ochuzena o většinu sociálních vodítek, jelikož není možné sdílet neverbální

projevy. Taková komunikace tak přináší menší míru pocitu sociální přítomnosti druhých osob a negativně ovlivňuje kvalitu komunikace (Walther, 2011).

1.1.2. Teorie bohatosti médií

O kvalitě mezilidských vztahů a formě komunikace pojednává také teorie bohatosti médií od autorů R. L. Dafta a R. H. Lengela (1986 in Slaměník a kol., 2019). Tato teorie je také známá jako *media richness theory* nebo *information richness theory* a zabývá se kvalitou a bohatostí jednotlivých médií, přičemž vymezuje dimenze určující kvalitu komunikace a možnosti navázání mezilidských vztahů (Slaměník a kol., 2019).

Mezi tyto dimenze dle autorů patří:

1. počet vodítek, která je médium schopné simultánně přenášet;
2. bezprostřednost a rychlost reakce mezi komunikujícími;
3. možnost použití přirozeného jazyka;
4. možnost personalizace sdělení (Daft & Lengel, 1986 in Slaměník a kol., 2019).

Nejbohatší formou komunikace je dle této teorie právě komunikace face to face, a to díky možnosti přenosu neverbálních prvků (Slaměník a kol., 2019).

Teorii kritizoval Joseph Walther, který uvedl, že absence neverbálních signálů nemůže zcela zamezit přenosu sociální informace, ale může tento přenos *zpomalit* (Walther, 2011).

Zmíněné teorie vyzdvihují důležitost komunikace face to face a podávají nám možné vysvětlení pro to, proč komunikace online nemůže komunikaci face to face plně nahradit a její preference je stále vysoká.

1.2. Komunikace online

Online komunikace je stále častější formou komunikace současné společnosti. Komunikace ve virtuálním světě neboli kyberprostoru, může mít různé podoby. Existence nových technologií umožňuje komunikovat s blízkými lidmi kdykoliv a kdekoliv. Využívat tak můžeme hovorů s videem nebo bez, psaní SMS zpráv nebo chatování (Subrahmanyam & Šmahel, 2011). Komunikace online ale může probíhat také skrz komentáře u příspěvků nebo pomocí obrázků či videí, která uživatelé sociálních sítí vytvářejí.

Oproti komunikaci face to face máme při komunikaci online sníženou možnost využití neverbální komunikace. Při psaní zpráv a chatování přijímáme omezené informace, jelikož nemáme možnost člověka, se kterým si píšeme, vidět nebo slyšet a vědět, jak na sdělení bezprostředně reaguje. Tím může docházet ke špatným interpretacím sdělení a prodlevám v komunikaci. Konverzace se tak může ubírat jiným směrem, než bychom chtěli.

Při chatování můžeme využívat nejrůznějších emotikonů, které jsou formou analogové komunikace v prostředí internetu (Vybíral, 2009). I přes to je ale mnohdy užití emotikonů nepřesné. Každý z aktérů komunikačního procesu si může emotikony vyložit jiným způsobem a opět může nastat problém vzájemného nedorozumění (Suler, 2011).

Problémy v komunikaci online mohou nastat také při videohovorech či obyčejných hlasových hovorech, kdy může dojít k nečekanému výpadku internetu či špatnému signálu. Pozornost komunikujících může být také soustředěna na něco jiného než komunikaci samotnou, čímž se kvalita komunikace snižuje. Komunikace online skrz sociální sítě nám tedy často neposkytuje úplné informace tak, jak je producent sdělení zamýšlel. I přes to má tato forma komunikace své výhody.

Komunikace online probíhá ve virtuálním prostředí internetu. Takové prostředí má svá specifika, která ve své knize vymezil a popsal David Šmahel (2003). Jedním z nich je fenomén *disinhibice*.

1.2.1. Internet jako prostředí bez zábran

Prostředí bez zábran, nebo obecněji fenomén disinhibice, je jedním z nejznámějších a nejčastěji popisovaných jevů v kyberprostoru. Šmahel (2003) popisuje, že ve virtuálním světě mají lidé méně zábran než ve světě reálném. Důležité je, že v kyberprostoru je možné identifikovat absenci úzkosti ze sociálních situací (Joinson, 2007). Lidé, a především skupina adolescentů, se tedy v kyberprostoru tolik nestresují z toho, co si o nich ostatní myslí (Joinson, 2007). Prostředí internetu je zbavuje studu a nejistoty, kterou mohou adolescenti v dospívání pociťovat.

Mezi příčiny toho, že se lidé cítí v kyberprostoru bez zábran, řadí někteří autoři (Joinson, 2007; Šmahel, 2003) například deindividualizaci či oslabení přijímání sociálních rolí v průběhu interakce (Keisler a kol., 1984).

Šmahel (2003) ve své knize uvádí některé fenomény, které charakterizují internet jako prostředí bez zábran. Tyto jevy jsou podloženy kvalitativním výzkumem dospívajících, na kterém své poznatky popsané v knize staví.

Jedním z jevů dokládajících disinhibici na internetu je větší otevřenost adolescentů, kteří ve výzkumu uvedli, že jsou v kyberprostoru odvážnější a výřečnější. Dále uvedli, že právě to je vede k užívání internetu a v reálném životě jim chybí (Šmahel, 2003). S tím souvisí také další jev, kterým je již zmíněná redukce úzkosti. Adolescenti ve výzkumu uváděli, že v kyberprostoru u nich mizí komplexy, strach, a že prožívají méně tenze než v reálných situacích (Šmahel, 2003).

K redukci tenzí a úzkosti může přispívat také absence sebe sama jako fyzického objektu (Šmahel, 2003). Dospívající se při komunikaci v prostředí internetu tolik neobává toho, jak vypadá, nebo že ho bude někdo za jeho zevnějšek či projev kritizovat. Šmahel (2003, s. 26) uvádí, že „*vyrovnání se se svým fyzickým vzhledem je pro spoustu dospívajících klíčovým při utváření jejich identity*“.

1.2.1.1. Teorie dvou komponent sebepojetí

O tom, jak jedinci vnímají sami sebe při elektronické komunikaci pojednává také teorie dvou komponent sebepojetí (Matheson & Zanna, 1990). Podle této teorie existují v prostředí elektronické komunikace dvě různé složky vnímání sebe a okolí. Podle autorů existuje komponenta *vnějšího vědomí sebe sama*, která představuje to, jak mě vidí ostatní, co si o mně myslí a jak mě hodnotí. Druhou komponentou je pak *vnitřní vědomí sebe sama*, což je zaměření na vlastní osobu, uvědomění si sebe sama, své motivace a svých cílů (Matheson & Zanna, 1990).

V elektronické komunikaci si dle této teorie uvědomujeme hodnocení ostatních výrazně méně než při komunikaci face to face. Naopak vnitřní vědomí sebe sama je při elektronické komunikaci vyšší (Matheson & Zanna, 1990). Znamená to tedy, že při komunikaci online nemáme strach z toho, co si o nás ostatní myslí a nezužují nás pocity studu nebo nejistoty tolik, jako při komunikaci face to face. To může být výrazným plusem pro jedince, kteří si sami sebou nejsou jistí nebo se u nich v období adolescence vyskytuje výrazné snížení vlastního sebevědomí.

2. Digitální média

Rozdíly mezi komunikací face to face a komunikací online jsou zjevné. Každá z těchto dvou forem komunikace má své výhody i nevýhody. I přes to, že při komunikaci face to face můžeme mít pocit lepšího propojení s druhým, využívání digitálních médií současnou společností stále stoupá.

Digitalizace značně urychlila přenos informací a díky ní také došlo k rozvoji komunikačních možností. Mezi nejvýznamnější patří celosvětová síť *internet*.

Internet je hlavní platformou nových médií (Pavlíček, 2010). V tomto virtuálním prostoru se odehrává spousta komunikačních aktivit, ať už se jedná o interpersonální komunikaci (chat, e-maily), skupinovou (diskuzní fóra) nebo veřejnou ve formě například příspěvků na sociálních sítích. Výhodou internetu je v současné době zejména jeho dostupnost. Připojit se můžeme téměř kdekoliv. Rychlost přenosu informací a možnost vyhledat si na internetu to, co zrovna potřebujeme, přitahuje miliony uživatelů každý den.

Hlavním atributem internetu je snadná komunikace. Ta může probíhat pomocí několika nástrojů. Například instant messaging (IM) přináší jedincům možnost komunikovat s lidmi v reálném čase, přenos zpráv trvá pouze několik sekund (Pavlíček, 2010). Podobně je tomu také u chatu.

Možnost využití internetu lidem usnadňuje život a jeho čím dál větší dostupnost smazává rozdíly v jeho využívání mezi společenskými skupinami.

Snadná komunikace online probíhá většinou prostřednictvím sociálních sítí, které budou rozebrány v následující podkapitole.

2.1. Sociální sítě

Podle sociologie jsou sociální sítě propojené struktury tvořené množinou sociálních aktérů. Tito aktéři, ať už jsou to jednotlivci nebo organizace, mezi sebou mají přímé či nepřímé vazby (Urban, 2017). Takové vysvětlení může platit i pro případ kyberprostoru. Van Dijk (2012) a Castells (2010) hovoří o síťové společnosti. Podle Castellse mají nová média decentralizovanou strukturu, která se promítá do struktury celé společnosti. Logika sítí podle něj tedy definuje současnou společnost (2010).

Internetovou sociální sítí rozumí Pavlíček systém umožňující „*vytvářet a udržovat seznam vzájemně propojených kontaktů, přátel*“ (2010, s. 125). Urban (2017) popisuje sociální síť

na internetu také jako službu, která uživatelům umožňuje vytvořit si profil, komunikovat spolu navzájem a sdílet informace, obrázky či videa.

Podle boyd a Ellison (2007) byly původní sociální sítě místem, na kterém se lidé mohli spojit se svými přáteli nebo vyhledávat další přátele. Časem byly ale sociální sítě uživateli přetvořeny na místo, kde probíhají neustálé interakce mezi lidmi. Současné sociální sítě, jako je Instagram, Facebook nebo TikTok umožňují uživatelům nejrůznější formy komunikace.

Pro účely této práce jsem vybrala čtyři sociální sítě, které jsou ve společnosti nejvíce rozšířené a svou povahou reprezentují různé typy sociálních sítí. Patří mezi ně TikTok, Instagram, Facebook a WhatsApp. Tyto sociální sítě jsou také velmi využívané adolescenty, na rozdíl například od Twitteru, který je využíván spíše starší populací (Tankovska, 2021).

2.1.1. TikTok

TikTok je relativně nová sociální síť, která vznikla v roce 2016 a od té doby získala velkou síť uživatelů. Každý měsíc má TikTok 689 milionů aktivních uživatelů (Mohsin, 2021). Řadí se tím mezi nejpoužívanější sociální sítě v současnosti. Podle statistik z roku 2021 (Tankovska) je nejpočetnější skupinou v USA využívající TikTok skupina teenagerů ve věku 10-19 let.

TikTok teenagerům umožňuje vytvářet kreativní obsah a sdílet ho na internetu. Uživatelé spolu komunikují vytvořenými videy či komentáři, kterými na obsah reagují. Videa, která se na TikToku vytvářejí trvají většinou 15–60 sekund, jsou tedy velmi krátká a nevyžadují tolik cílené pozornosti jako jiné způsoby komunikace.

2.1.2. Instagram

Obsahově podobnou sociální sítí jako je TikTok je o něco starší sociální síť Instagram. Instagram je v současnosti jednou z nejpopulárnějších sociálních sítí. Používají ji nejen adolescenti, ale také dospělí. Podle odhadů má Instagram po světě přes 1 bilion uživatelů (Mohsin, 2021). Přibližně 70 % z tohoto čísla jsou uživatelé ve věku do 35 ti let (Tankovska, 2021). Ve studii sledující užívání sociálních sítí americkými teenagery (Rideout, 2018)[4] označilo 22 % dotazovaných teenagerů Instagram jako síť, kterou používají nejvíce.

[4] Americká nezisková organizace Common Sense Media provedla v roce 2012 první vlnu své studie, která sleduje využívání sociálních sítí mezi americkými teenagery. V roce 2018 provedla další průzkum jako druhou vlnu této studie. Tato studie se zaměřuje na zjištění toho, jak často adolescenti sociální sítě používají, jaké mají k sociálním sítím postoje či jak se na sociálních sítích cítí. Součástí první vlny průzkumu v roce 2012 byly také otázky zjišťující oblíbený způsob komunikace (Rideout, 2012; Rideout, 2018).

Instagram je založen na sdílení obrázků, v současnosti také krátkých videí, tzv. reels. Obrázky jsou většinou bez textu, což umožňuje uživatelům rychlou konzumaci bez vynaložení velkého množství energie. Rychlé projíždění „feedu“ také neklade velké nároky na pozornost či paměť.

2.1.3. WhatsApp

Oproti výše zmíněným sociálním sítím je WhatsApp založen výhradně na psaní zpráv (instant messaging). Tato platforma neposkytuje možnost veřejně sdílet videa či fotky. Tuto možnost mezi sebou mají pouze uživatelé, kteří spolu v tu danou chvíli komunikují.

Tato sociální síť byla založena v roce 2009 (Lin, 2021). V současnosti patří mezi nejpopulárnější aplikace umožňující posílání zpráv v reálném čase. Každý měsíc tuto aplikaci využije přes 1 a půl bilionu uživatelů (Lin, 2021).

Podle statistiky zjišťující procento uživatelů internetu využívající WhatsApp v USA (Tankovska, 2021) vyplývá, že nejvíce WhatsApp využívají lidé ve věku 26–35 let.

2.1.4. Facebook

Nejpopulárnější světovou sociální sítí je dle statistik Facebook. Měsíčně má tato sociální síť přes 2 a půl bilionu aktivních uživatelů (Tankovska, 2021). Nejpočetnější skupinu uživatelů tvoří mladí dospělí ve věku 18–34 let. Dle výzkumu zjišťujícího využití sociálních sítí (Rideout, 2018) je Facebook až třetí nejpoužívanější sociální sítí u teenagerů. Využívalo ho 15 % z dotázaných adolescentů.

Facebook vznikl v roce 2004 (Hall, 2021). Ze zmíněných sociálních sítí je tedy nejstarší. Na Facebooku můžeme nalézt profily lidí různého věku. Pro adolescenty může být Facebook méně atraktivní z několika důvodů. Jedním z nich by mohlo být například využívání Facebooku rodiči, dále také vznik nových, zajímavějších sociálních sítí, které nevyžadují vynaložení energie ke komunikaci.

2.2. Sociální sítě a adolescenti

V souvislosti s teenagery a sociálními sítěmi bylo provedeno velké množství nejrůznějších výzkumů. V této části bych ráda uvedla některá zajímavá zjištění, která korespondují s hypotézami vytvořenými pro účely této práce.

Jedním ze zajímavých zjištění výzkumu zaměřujícího se na využívání digitálních technologií u teenagerů ve věku 13 až 17 let je fakt, že preference komunikace face to face u teenagerů v roce 2018 klesla oproti výsledkům výzkumu z roku 2012 o 17 %. Stále ale komunikaci face to face preferuje 32 % dotázaných teenagerů. Komunikaci skrz psaní (texting) preferuje 35 % teenagerů (Rideout, 2018). Důvodem může být čím dál častější využívání internetu ve společnosti i věk, ve kterém teenageři začnou sociální sítě využívat.

Od roku 2012 se dle studie Common Media Sense také dramaticky zvýšilo využívání sociálních médií u teenagerů (Rideout, 2018). Stejný výzkum zjistil, že teenageři ve věku 13–17 let uvedli, že sociální média a sociální sítě mají spíše pozitivní efekt na to, jak se cítí. Více teenagerů uvádělo, že se díky sociálním médiím cítí sebevědomější a méně úzkostliví (Rideout, 2018).

Pro teenagery, kteří dosahovali nižších hodnot v dotazníku zaměřujícím se na jejich sociálně-emoční pohodu (social-emotional well-being – SEWB), která byla založena na míře štěstí, deprese, osamělosti, sebevědomí a jistoty, byly sociální sítě také výrazně důležitější než pro teenagery, kteří v SEWB skórovali vysoko a měli tedy vyšší míru sociálně-emoční pohody (Rideout, 2018).

V jednom ze starších výzkumů autoři uvedli, že využívání digitální komunikace mezi přáteli a vrstevníky je nejvyšší ve věku 14–17 let. Od 18 ti let užívání sociálních sítí ke komunikaci klesá (Lenhart a kol., 2010).

Ve výzkumu od Subrahmanyama a kolektivu (2020) bylo prokázáno, že při zvýšených pocitech úzkosti a nejistoty lidé volí komunikaci online jako možnost raději než komunikaci face to face. Na sociálních sítích se totiž mají za co schovat. Úzkosti a stydlivost, které v časné adolescenci mohou pramenit z nízkého sebevědomí způsobeného fyzickými změnami a nejistotou, jsou často také důvodem, proč se jedinci stydí mluvit před ostatními. Sociální sítě tedy adolescentům mohou poskytovat bezpečné útočiště, ve kterém se cítí sebejistější a nemusí se vystavovat nepříjemným pocitům (Šmahel, 2003).

Co se týče sdílení fotek na sociálních sítích, výzkum z roku 2011 (Subrahmanyam & Šmahel, 2011) zjistil, že mladší adolescenti sdíleli více fotek než ti starší. *„It may be that using photos to present oneself is more important for younger adolescents because at this stage, public visual displays of the self may drive their sense of self,“* (Subrahmanyam & Šmahel, 2011, s. 66).

Závěry těchto výzkumů nás vedou k zamyšlení nad tím, zda tyto údaje o užívání sociálních sítí teenagery mohou nějakým způsobem souviset s jejich psychickým vývojem a stádiem, ve kterém se nacházejí. Pro představu fungování psychických aspektů v adolescenci uvádím následující kapitolu o psychickém vývoji v tomto období.

3. Psychický vývoj adolescentů

V této kapitole je popsáno období, které je v odborné literatuře označováno jako období *adolescence* a je specifickým obdobím psychického vývoje jedince. Termín adolescence je odvozen z latinského slova *adolescere*, což v překladu znamená dorůstat, dozrávat, dospívat (Macek, 2003). Toto období je plné psychických, ale i tělesných změn. Časově adolescence vyplňuje především druhé desetiletí života jedince. Konkrétní vymezení adolescence a její rozdělení se u jednotlivých autorů a psychologů liší. Podle Macka (2003) se adolescence dělí do tří fází.

Časnou adolescenci vymezuje zhruba jako období 10–13 let, *střední adolescenci* vymezuje intervalem přibližně 13–16 let a poslední fázi *pozdní adolescence* 17–20 let, někdy i déle. Macek ve své knize píše, že každé období takto vymezené adolescence má svébytné charakteristiky a jedinec se napříč těmito obdobími liší (Macek, 2003). Práce dále vychází právě z tohoto rozdělení.

Jako období 12–19 let popisuje adolescenci Kateřina Thorová (2015). V knize od Langmeiera a Krejčířové (2006) je jako dolní hranice adolescence uvedeno období 11–12 let a jako horní hranice přibližně 20–22 let. Víceméně se tedy autoři pohybují v podobných časových intervalech.

V tomto životním období prochází jedinec výraznými změnami v oblasti vývoje identity, emocionality a socializace. S příchodem adolescence jedinci většinou pociťují tlak okolí, který je způsoben také požadavky na jejich samostatnost. Tyto požadavky mají dítě připravit na sociálně zodpovědné chování a schopnost samostatně fungovat. Sociální tlak se u teenagerů může projevovat úzkostí (Thorová, 2015).

V průběhu adolescence se schopnosti jedinců vyvíjejí. V roce 2019 (Ross a kol., 2019) byly zveřejněny výsledky longitudinální studie zaměřující se na změny sociálních a emočních schopností (CASEL model) právě v průběhu adolescence. Tento model zahrnuje pět hlavních sociálně-emočních dovedností (SEL – social and emotional learning), jako je sebeuvědomění, sebeovládání, sociální vědomí, zodpovědné rozhodování a vztahové dovednosti (Ross a kol., 2019). Výsledky výzkumu poukázaly na fakt, že celkové sociálně-emoční dovednosti se v průběhu adolescence, tedy přibližně ve věkovém rozmezí 10–18 let, zlepšují a zároveň se vyskytují rozdíly mezi vývojem těchto dovedností u dívek a chlapců. Dívky ve studii vykazovaly vysokou míru SEL již v počátku adolescence, kdežto u chlapců

se tato míra začala zvyšovat později (Ross a kol., 2019).

Nyní bych ráda přiblížila hlavní aspekty psychického vývoje, tedy vývoj identity, sociability a emocí, jelikož tyto faktory mohou ovlivňovat to, jak jedinec do komunikace vstupuje, jak často ji vyhledává a jaké formy komunikace upřednostňuje.

3.1. Identita

Hlavním vývojovým úkolem adolescence je tvorba identity. Nově vytvořená identita by měla jedinci umožnit odpoutání se od rodičů a dosažení autonomie, která mu umožní jednat ve společnosti samostatně. Osobní identitu je možné také chápat jako pocit vlastní totožnosti, tedy, že adolescent ví, kdo je a kam směřuje (Thorová, 2015).

Téma identity rozpracoval významný vývojový psycholog Erik H. Erikson. Ve své teorii klade důraz na prostředí, ve kterém se jedinec nachází. Erikson adolescenci popisuje jako krizi mezi identitou a zmatením rolí. Toto období vymezuje mezi 12. až 20. rokem života. Dospívající poznává sám sebe, bojuje s nejistotou, začíná navazovat přátelské vztahy a musí se vypořádat s pojetím sebe samého a svého místa ve společnosti. Časté jsou v tomto období také emoční výkyvy, obavy, zmatek a depresivní stavy (Thorová, 2015). Ve své knize popisuje, že „*formování identity je nemožné bez určitého odmítání rolí*“ (Erikson, 1999, s. 72). Právě odmítání rolí dokáže pomoci ohraničit vlastní identitu jedince a probíhat může především díky nejrůznějším experimentům adolescenta.

Vývoji identity u adolescentů se věnovala také americká klinická psycholožka Ruthellen Josselson. Ve své práci nazývala proces vývoje identity *individuací* a popsala ho čtyřmi stádii. Prvním stádiem je *fáze diferenciace* (12–13 let), kdy si adolescent začíná uvědomovat rozdílnost názorů mezi sebou samým a rodiči či vrstevníky. Druhým stádiem je *fáze získávání zkušeností a experimentování* (14–15 let), kdy se dospívající snaží přijít na to, co je pro něj nejlepší. Následuje *fáze sblížení s přáteli* (16–17 let), kdy postoje adolescenta přestávají být tolik vyhraněné. A posledním stádiem je stádium *konsolidace vztahu k sobě* (18 let až konec dospívání), ve kterém přichází upevnění názorů a formování autonomie a jedinečnosti (Thorová, 2015).

K vývoji identity existuje spousta teorií, většinou se ale autoři shodují na tom, že adolescenti k tvorbě identity potřebují experimentovat, aby mohli najít svůj vlastní životní styl, zpochybňovat autority v důsledku nalezení své autonomie, nebo například utvářet vztahy s vrstevníky, se kterými mohou porovnávat své názory.

3.1.1. Virtuální identita

Tato krátká podkapitola se věnuje popisu virtuální identity, kterou je možné vytvářet a využívat v kyberprostoru. Díky virtuální identitě mají nejen dospívající, ale i ostatní jedinci, možnost prezentovat se na sociálních sítích jako někdo jiný. Ve virtuálním světě se člověk může schovat za avatary, přezdívky nebo fotky, které si vybere. Často také může zůstat anonymní, což přispívá ke snížení negativních pocitů z hodnocení a s tím souvisejícímu snížení nejistoty (Yu & Sung, 2018). Pozitivní hodnocení virtuální identity může mít zároveň pozitivní dopad na sebehodnocení adolescenta (Subrahmanyam & Šmahel, 2011).

Jak již bylo zmíněno, pro vytvoření vlastní stabilní identity v průběhu adolescence je velmi důležité experimentování, kterým si adolescenti zkoušejí, co se jim líbí, jak se cítí a jak na ně ostatní reagují. Ve virtuálním světě poskytuje prezentace sebe sama pomocí nově vytvořené identity adolescentům možnost, jak prozkoumávat a konstruovat svou identitu bez větších rizik (Subrahmanyam & Šmahel, 2011).

3.2. Socializace

S procesem tvorby identity úzce souvisí socializace jedince. Vrstevnické vztahy jsou pro dospívajícího velmi důležité. Díky tomu, že může u svých vrstevníků pozorovat, jak jej hodnotí, nebo s nimi sdílet své názory a dostávat na ně zpětnou vazbu dospívající koriguje a volí své chování. Tyto vztahy nabývají v dospívání na důležitosti a stávají se prostředím pro tvorbu identity. Dospívající jsou na hodnocení lidí v blízkém okolí velmi senzitivní (Somerville, 2013).

Vivian Center Seltzer, americká klinická psycholožka, představila koncepci *vrstevnické arény* (1989). Tato aréna je podle Seltzer (1989) jakousi sociální platformou vrstevníků, která dospívajícímu poskytuje ohraničený prostor, ve kterém se může projevovat a formovat svou identitu. Vrstevníci v této aréně jsou pro adolescenta testovacím publikem. Takové publikum mu umožňuje experimentovat s postoji, chováním nebo hodnotami. Adolescentovi dále poskytuje například emoční podporu a možnost odhadnout svůj potenciál.

Seltzer (1989) ve své práci také zohledňuje vztah dospívajícího s rodiči. Dle její koncepce vrstevnické arény se dospívající odklání od rodičů právě k vrstevníkům. Přestávají své rodiče vnímat jako vzory, protože těmi se v adolescenci stávají vrstevníci.

Obecně se adolescenti snaží o vymezení nových hranic mezi jimi samými a jejich rodiči. Tím získávají větší pocit autonomie, který je důležitý pro jejich další vývoj (Thorová, 2015).

3.3. Emocionalita

Na emocionalitu dospívajících mají kromě tlaku z okolí vliv také faktory biologické. Psychika adolescentů je zranitelnější kvůli intenzivnímu prožívání emocí a pomaleji se rozvíjející schopnosti jejich regulace. To je způsobeno odlišným tempem dozrávání mozkových struktur (Vágnerová, 2012). Dozrávající limbický systém způsobuje zvýšení intenzity emocí. Limbický systém prochází vývojovou proměnou dříve než části mozku zodpovědné za jejich regulaci. To vede k nestabilním reakcím dospívajících a změnám nálad. V průběhu adolescence se dále posilují a zefektivňují neurální spojení, což umožňuje rychlejší zpracování informací (Vágnerová, 2012).

U teenagerů se rozvíjí svědomí, zvyšuje se fyziologická reakce na stres a vyskytuje se větší míra úzkosti. V tomto období se adolescenti věnují introspekci a sebereflexi, která souvisí také se sebehodnocením (Thorová, 2015). Sebehodnocení je důležité pro správný vývoj identity a další směřování jedince. Velmi důležité je hlavně na počátku tohoto období hodnocení vzhledu (Langmeier & Krejčířová, 2006).

Začátek tohoto období je tedy možné charakterizovat určitou labilitou, co se týče emočního prožívání, jednání nebo postojů. Objevují se také potíže při koncentraci pozornosti na jednu věc a nestálost či přebíhavost od jedné věci k druhé (Langmeier & Krejčířová, 2006).

Postupně s věkem se tyto schopnosti a vlastnosti stabilizují a rozvíjí se myšlení, které z počátku tohoto období přechází ze stádia konkrétních operací do stádia operací formálních, což znamená postupnou schopnost myslet abstraktně (Thorová, 2015). Tato teorie kognitivního vývoje pochází od psychologa Jeana Piageta.

Na tomto místě bych také ráda zmínila longitudinální studii, která se zaměřila na změny stability v prožívání během adolescence. Mezi závěry lze najít zjištění, že emoční rozpoložení v časné adolescenci bylo méně pozitivní a stabilní, což se s věkem měnilo. Závěrem studie tedy je, že v pozdní adolescenci je prožívání jedinců stabilnější než v adolescenci časné (Larson a kol., 2002).

3.4. Specifika časné adolescence

Časná adolescence je podle Macka (2003) obdobím ve věku 10 až 13 let. V tomto věku začíná u většiny teenagerů *puberta* a změny, které jsou s ní spojeny. Biologické změny mají značný vliv na emocionalitu jedince. Jak bylo zmíněno v přechozí části, v tomto období teprve začínají dozrávat mozkové struktury, a proto, že stále nejsou dostatečně vyvinuté se

u adolescentů v tomto období projevuje větší *labilita* týkající se prožívání, pozornosti ale i chování. Na tyto procesy mají vliv také hormonální změny (Langmeier & Krejčířová, 2006).

Časté výkyvy a změny, které adolescent pozoruje nejen na svém těle mohou podněcovat vznik *úzkostí* a *nejistoty* (Thorová, 2015). Dalším faktorem, který může mít na vznik nejistoty a úzkostí vliv je nová role dospívajícího a jeho postavení ve společnosti (Langmeier & Krejčířová, 2006). Velké množství nových vjemů a pocitů může zapříčinit tlak, který adolescent vnímá. To pak může vést k tomu, že se dospívající raději uzavře do sebe.

S nejistotou souvisí i další bod, kterým je socializace. Dospívající jsou v tomto věku v souvislosti s výše popsanými jevy více stydliví, ale zároveň si potřebují vymezit svůj prostor ve společnosti. V tomto období bylo také zjištěno nejvíce *projevů výbušnosti* a *vzdorovitosti* (Langmeier & Krejčířová, 2006). Adolescenti se intenzivně snaží o dosažení *nezávislosti* ve vztahu k rodičům a autoritám.

Emancipací od rodiny adolescent navazuje nové vztahy zpravidla s jedinci stejného věku. V tomto období převažuje sklon vytvářet skupiny také z jedinců stejného pohlaví (Bun Lan a kol., 2014). Ve skupinách pak mají možnost sdílet stejné zájmy, ale i se vzájemně obdivovat nebo napodobovat, což přispívá k vývoji identity (Langmeier & Krejčířová, 2006).

I Ruthellen Josselson, která toto stádium nazvala *fází diferenciace*, popisuje schopnost adolescenta uvědomovat si odlišnost svých názorů od názorů rodičů či vrstevníků (Thorová, 2015).

V tomto období dochází k vývoji myšlení. Zpočátku je myšlení konkrétní, kdy jedinec dokáže věci třídit a vyvozovat z konkrétních věcí logické závěry. Ve stádiu konkrétního myšlení ale jedinec selhává, pokud má uvažovat o něčem, co je fiktivní. To dokáže až ve stádiu formálních operací, do kterého se v průběhu počátku dospívání dostává (Langmeier & Krejčířová, 2006).

Začátek tělesných změn je pro adolescenta velmi významný. Zevnějšek je důležitou částí identity a jeho změna bývá subjektivně citlivě prožívána, a to zejména u dívek (Scully a kol., 2020). V již zmíněné studii zaměřující se na sociálně-emoční dovednosti bylo zjištěno, že nejvyšší míra sebeuvědomění se objevuje právě na počátku adolescence a souvisí především s uvědoměním si hodnocení ostatních lidí a porovnáváním mezi vrstevníky (Ross a kol., 2019). Pro teenagery je tedy důležité dostávat pozitivní reakce na jejich měnící se zevnějšek.

Proto se i v tomto věku začínají více starat o to, co mají na sobě, nebo o svou image na sociálních sítích (Thorová, 2015).

3.5. Specifika střední adolescence

Období střední adolescence je vymezeno přibližně věkem 14 až 16 let (Macek, 2003). Je možné říci, že se v tomto období stupňují některé charakteristiky, které se u adolescentů začaly projevovat ve stádiu časné adolescence. Na významu nabývají přátelství a romantické vztahy. Zároveň se s rostoucím věkem stabilizuje prožívání adolescentů (Macek, 2003).

Vývoj myšlení v tomto stádiu může vést ke zvýšenému egocentrismu, adolescenti se zaměřují více na svou osobu (Inhelder & Piaget, 1958). Se zvyšujícím se věkem se také zlepšuje pozornost adolescentů. Postupně získávají schopnost uvažovat o více variantách řešení problémů nebo aktuálních možnostech (Macek, 2003; Ross a kol.,2019).

Co se týče emocionality, se zvyšujícím se věkem také přibývá vyšších citů a diferenciují se silnější prožitky. Naopak v tomto období ubývá náladovosti a vyšší lability tak, jak ji mohou pociťovat v období časné adolescence (Macek, 2003). Pro toto období je charakteristická extravertovanost, menší impulzivnost a začátek větší stálosti v prožívání i chování (Kon, 1986).

Velký význam je v tomto období připisován vznikajícím emocím v oblasti partnerských vztahů (Macek, 2003). Z přátelství pouze s jedinci stejného pohlaví a věku se přechází do období vytváření prvních romantických vztahů. „*Nahodilá setkání a různě utajované schůzky dovolují získávat první zkušenosti s důvěrným stykem s jedincem druhého pohlaví, který je zprvu modelován podle vzoru přátelství k jedincům stejného pohlaví“* (Langmeier & Krejčířová, 2006, s. 155).

Romantické vztahy mívají v tomto období spíše experimentální povahu, převažuje v nich erotická vášeň a vlastní sexualita (Thorová, 2015). Typické jsou například letmé doteky a flirtování (Langmeier & Krejčířová, 2006).

Experimentování je pro toto období typické, teenageři často začínají vytvářet party, ve kterých jsou členy dívky i chlapci. Časté je také experimentování s alkoholem na večírcích. Díky kyberprostoru mají současní adolescenti v tomto věku možnost experimentovat také na internetu nebo sociálních sítích (Šmahel, 2003).

Dle teorie Ruthellen Josselson se ve střední adolescenci objevuje *fáze získávání zkušeností a experimentování* (14–15 let) a *fáze sblížení s přáteli* (16–17 let), ve které například přestávají být kritické postoje adolescentů tak vyhraněné a jejich prožívání a vztahy s rodiči a blízkými se stabilizují (Thorová, 2015).

3.6. Specifika pozdní adolescence

Jako pozdní adolescence je označováno období, kdy se jedinci nacházejí ve věku přibližně 17 až 20 let. Toto období je přelomem mezi dospíváním a dospělostí, ve které už se od jedinců očekává samostatnost a stabilita (Erikson, 1999). Ruthellen Josselson toto období označila jako *fázi konsolidace vztahu k sobě*, kdy dochází k ustálení a upevnění názorů nejen k sobě, ale i k okolnímu světu a své budoucnosti. Jedinci přijímají nové role v dospělém životě. Jako začátek této fáze určila 18 let (Thorová, 2015).

Jedinci v tomto věku nejčastěji rozhodují o své budoucnosti, ukončují své vzdělání nebo naopak začínají vzdělání nové, což může vyústit v nedostatek času. Toto období je charakteristické dokončením vývoje, který byl započat v předešlých fázích. Prožívání by mělo být stabilnější než v období střední adolescence, díky ustálení názorů by pak jedinci v pozdní adolescenci neměli pociťovat tak velkou míru úzkostí či nejistoty, jako na počátku adolescence (Macek, 2003).

S postupujícím věkem se také mění povaha vztahů, které jsou čím dál důvěrnější a intimnější (Somerville, 2013). Na intimitě a důvěře se velkou mírou podílí neverbální aspekty komunikace. Ve výzkumu z roku 2018 (Vermeulen a kol., 2018) bylo zjištěno, že adolescenti raději sdílejí emoce při face to face interakcích než online.

Kognitivní vývoj a myšlení se postupně dostává na úroveň dospělého člověka. Jedinci jsou schopni přemýšlet abstraktně. Jejich pozornost je selektivní a zaměřená (Macek, 2003).

Tyto poznatky z vývojové psychologie slouží k podložení vytvořených hypotéz, které představím v následující části této bakalářské práce.

4. Metodologie výzkumu

Tato část bakalářské práce se věnuje metodologii výzkumu. Vzhledem ke snaze nahlédnout na danou problematiku v širší perspektivě a možnosti oslovení většího počtu respondentů byl pro účely práce použit kvantitativní typ výzkumu. V této kapitole jsou podrobněji popsány výzkumné cíle, hypotézy a metody, které byly ve výzkumu použity.

4.1. Cíl a výzkumné otázky

Cílem této práce je zjistit, zda se s rostoucím věkem mění preference a užití sociálních sítí u teenagerů, a jak tyto preference souvisí s tím, v jakém vývojovém stádiu se teenageři nachází. Výzkum by měl také zjistit, které ze sociálních sítí teenageři využívají nejvíce a z jakého důvodu.

Zde bych ráda vymezila výzkumné otázky, které znějí takto:

- *Snižuje se s věkem teenagerů jejich využívání komunikace na sociálních sítích?*
- *Souvisí potřeba dobré image s věkem teenagera?*
- *Zvyšuje se s věkem potřeba teenagerů komunikovat osobně?*
- *Existuje souvislost mezi preferencí formy komunikace a věkem teenagera?*
- *Které sociální sítě využívají dnešní teenageři nejvíce a proč?*

Díky těmto výzkumným otázkám a informacím obsaženým v teoretické části práce je možné přejít k vytvoření konkrétních hypotéz, které jsou ve výzkumu ověřovány.

Hypotéza 1: S rostoucím věkem teenagerů klesá jejich lpění na komunikaci na sociálních sítích.

S emočním zráním a stabilizujícím se prožívám během adolescence (Larson a kol., 2002) také klesá míra úzkostlivosti těchto jedinců. Společně s tvrzením výzkumů, které poukazují na fakt, že úzkostliví jedinci využívají sociální sítě spíše než ti, kteří s úzkostmi a stydlivostí nemají problém (Subrahmanyam a kol., 2020), je možné usoudit, že starší adolescenti nebudou na sociálních sítích lpět tolik, jako adolescenti mladší. Způsobené to může být nejen větší mírou stability ale také větší jistotou ve své identitě, což může vést k redukci nepříjemných pocitů studu, které doprovázejí nejistotu adolescentů mladších (Larson a kol., 2002).

Hypotéza 2: S rostoucím věkem teenagerů klesá jejich potřeba mít na sociálních sítích dobrou „image“.

Tato hypotéza do jisté míry souvisí s již výše zmíněnou stabilitou týkající se identity starších adolescentů. Čím vyšší je věk teenagerů, tím jistější by si adolescenti měli být (Larson a kol., 2002). Jejich identita již ve vyšším věku prošla několika krizemi a jedinec pravděpodobně našel více odpovědí na otázky týkající se toho, kdo je. Takový jedinec již nepotřebuje v tak velké míře ujišťování okolí, které udává jeho hodnotu. Proto byla tato hypotéza formulována.

Hypotéza 3: S rostoucím věkem teenagerů roste jejich potřeba komunikace face to face.

Toto tvrzení má společný základ s hypotézou číslo 1. Také je možné říci, že starší adolescenti dávají přednost komunikaci face to face i proto, že začínají navazovat intimnější vztahy, ke kterým je potřeba osobní interakce mezi dvěma jedinci. Podle jednoho z výzkumů (Vermeulen a kol., 2017) umožňuje komunikace face to face vyjádřit emoce lépe s více detaily, což vyplývá také z popsané teorie sociální blízkosti (Short a kol., 1976) a teorie bohatosti médií (Daft & Lengel, 1986 in Slaměník a kol., 2019).

Jak je popsáno v podkapitole *Specifika starší adolescence* adolescenti jsou si v tomto období více jisti tím, kdo jsou, a díky tomu v nich sociální interakce nevytvářejí tak velký stres a úzkost. O postupném ujištění se o své identitě v tomto věku hovoří také Vivian C. Seltzer (1989) ve své teorii.

Hypotéza 4: Preference způsobu komunikace (tedy buď face to face nebo na sociálních sítích) souvisí s věkem teenagera.

Vysvětlení této hypotézy je možné nalézt již u hypotéz předešlých. Předpokladem této hypotézy je úzkostnost mladších adolescentů a větší stabilita adolescentů starších. Zároveň víme, že úzkostnost byla ve výzkumu Subrahmanyama a kolektivu (2020) spojena s větším využíváním komunikace online. Také experimentování, které je v adolescenci obvyklé, může být u dnešních teenagerů spojené s komunikací na sociálních sítích, kde si mohou vytvářet profily dle svého uvážení.

Hypotéza 5: Typ nejpoužívanější sociální sítě souvisí s věkem teenagera.

Každá sociální síť má své charakteristiky. Stejně tak mají své charakteristiky i jednotlivá období dospívání. V každém období má také člověk jiné preference, jiné zájmy. Podle nich si pak vybírá to, čemu bude věnovat svůj čas a pozornost.

V časné adolescenci se ještě vyvíjejí některé mozkové struktury a pozornost adolescentů je nestálá. Také se v první fázi adolescence vytváří sebehodnocení jedinců, které může vycházet i ze sebeprezentace na internetu. Z těchto důvodů předpokládám, že mladší adolescenti budou využívat nejraději sociální sítě jako je TikTok nebo Instagram, které jsou založené na obrazové formě komunikace. Také jsou tyto sítě v současnosti nejpopulárnější, a tedy nejpřitažlivější pro adolescenty.

Předpokládám také, že Instagram budou využívat i starší adolescenti. Více než k TikToku se ale budou přiklánět k Facebooku a WhatsAppu, kde mohou lépe komunikovat. Tyto aplikace umožňují sdílet obrázky a videa, ale zároveň uživatelům umožňují slovní komunikaci bez přerušování.

4.2. Výzkumný soubor

Výzkumný soubor v tomto výzkumu tvoří 39 respondentů, z toho 21 žen a 18 mužů cílové skupiny. Cílovou skupinou jsou teenageři ve věku 13, 15 a 18 let. Respondenti byli rozděleni do těchto tří skupin dle věku, který odpovídá vývojovým stádiím adolescence. Toto zúžení bylo provedeno pro lepší přehlednost níže prezentovaných výsledků.

Pro časnou adolescenci byl vybrán reprezentující věk 13 let, který představuje počátek adolescence u obou pohlaví.

Pro střední adolescenci byl vybrán věk 15 let, který představuje jeden z tranzitních bodů adolescence. V tomto věku jedinci ukončují povinnou školní docházku a přecházejí na střední školy. Také získávají občanský průkaz, což bývá pro jedince v tomto věku jedním ze znaků dospívání a postupné cesty do dospělosti.

Pro pozdní adolescenci byl vybrán věk 18 let. Tento věk představuje další tranzitní bod, nejen z důvodu ukončení střední školy, případného přechodu na vysokou školu nebo do práce, ale také z toho důvodu, že v tomto období jsou již jedinci považováni za dospělé osoby.

Vzhledem k omezené možnosti rozšířit dotazníky mezi respondenty z důvodů celospolečenské epidemiologické situace bylo získáno pouze 39 respondentů. Uvědomujeme si tedy, že tento vzorek je malý, avšak i tak může indikovat určité tendence v dané populaci. Výsledky tohoto výzkumu mohou sloužit jako podklad pro další šetření v této problematice.

4.3. Metoda sběru dat

Vzhledem k cílům práce a potřebě srovnání byla zvolena metoda dotazníkového šetření. Metoda dotazníku se zdála být nejlepším řešením, jelikož umožňuje pokrytí většího vzorku populace. Výhodou online dotazníku bylo v této práci také to, že ho jedinci vyplňovali anonymně a mohli tak sdílet své pocity bez ostychu, který by mohl být omezením při osobním rozhovoru. Dotazník byl vytvořen pomocí formuláře Google Forms a prostřednictvím sociálních sítí rozšířen mezi cílovou skupinu. Dotazník sbíral odpovědi v rozmezí od 1. února do 31. března 2021.

Dotazník je možné najít v příloze této bakalářské práce (Příloha č. 1). Položky dotazníku přikládám také níže, kde vysvětluji jejich volbu a účel. Při tvorbě některých položek dotazníku jsem se inspirovala dotazníkem využitým pro studii Common Sense Media (Rideout, 2012), který zjišťoval užití sociálních sítí a oblíbenou formu komunikace teenagerů.

První dvě položky dotazníku zjišťovaly pohlaví a věk respondentů, položka číslo 2 zjišťující věk sloužila k rozdělení respondentů do tří věkových skupin. Položky číslo 3, 4 a 5 sloužily k vyřazení respondentů, kteří by v případě negativních odpovědí nebyli vhodní k zodpovídání následujících položek.

1. *Pohlaví*
2. *Věk*
3. *Má někdo ve vaší rodině počítač, tablet nebo chytrý telefon (smartphone)?*
4. *Máte vy svůj vlastní počítač, tablet nebo chytrý telefon (smartphone)?*
5. *Využíváte sociální sítě?*

Následující položka číslo 6 byla vytvořena proto, aby nám poskytla informaci o tom, kolik času na sociálních sítích teenageři tráví obecně, a která skupina adolescentů nejvíce.

6. *Kolik času denně trávíte na sociálních sítích?*

Následující položky číslo 7, 8 a 9 nám podávají informace o důležitosti komunikace online u respondentů.

7. *Kolik času denně trávíte na sociálních sítích tím, že komunikujete s přáteli?*

Adolescenti komunikací s přáteli na internetu vytvářejí takzvanou vrstevnickou arénu popsanou v teoretické části (Seltzer, 1989) v online prostředí.

8. *Je pro vás důležité mít možnost komunikovat se svými přáteli na sociálních?*

Přátelské vztahy jsou pro adolescenci klíčové. Proto tato položka, stejně jako položky zaměřující se na komunikaci face to face, míří na komunikaci s přáteli.

9. *Je pro vás důležité mít možnost komunikovat se svými příbuznými na sociálních sítích?*

Důležitost komunikace s příbuznými může být rozdílná na sociálních sítích či face to face, a to také vzhledem k vývojovému stadiu a procesu dospívání a osamostatňování se (Erikson, 1999).

Položky 10, 11 a 12 slouží k identifikaci důležitosti komunikace face to face a jsou obdobou položek identifikujících důležitost komunikace online. Zjišťují tak stejné informace, ale v rozdílném prostředí, což nám umožňuje porovnat rozdíly v preferencích.

10. *Je pro vás důležité mít možnost komunikovat s přáteli osobně?*

11. *Je pro vás důležité mít možnost komunikovat se svými příbuznými osobně?*

12. *Jak často se s přáteli osobně setkáváte (mimo školu)?*

Položky 13–16 zjišťují důležitost image online a vycházejí z teoretické části a tvrzení týkajících se sebehodnocení.

13. *Sdílíte na sociální sítě fotky sami sebe?*

14. *Je pro vás důležité získat u svých příspěvků hodně lajků?*

15. *Záleží vám na tom, jak vás ostatní na sociálních sítích vnímají?*

16. *Snažíte se aktivně budovat a vylepšovat svou image na internetu?*

17. *Jak nejraději komunikujete se svými přáteli?*

Položka číslo 17 vychází z výzkumu Common Sense Media (Rideout, 2012). Nabízené odpovědi se snažily pokrýt možné formy komunikace, respondentům byla nabídnuta možnost *e) Jiné*, ve které mohli doplnit svou oblíbenou formu komunikace, pokud se v nabízených odpovědích nevyskytovala.

18. *Co z uvedených možností je hlavním důvodem, proč je (DOPLŇTE ODPOVĚĎ Z OTÁZKY 17) vaším nejoblíbenějším způsobem komunikace s přáteli?*

Tato položka i možné odpovědi vychází z výzkumu Common Sense Media (Rideout, 2012) a zjišťují důvod preferované formy komunikace.

19. *Je pro vás komunikace face to face způsobem, díky kterému mezi vámi a ostatními lidmi vznikají silnější a hlubší vztahy?*

Tato položka spoluvytváří proměnnou face to face. Preference komunikace může souviset i s intimitou a pocitem blízkosti dle teorie sociální blízkosti (Short a kol., 1976).

20. *Je pro vás komunikace online způsobem, díky kterému mezi vámi a ostatními lidmi vznikají silnější a hlubší vztahy?*

Tato položka je obdobou položky číslo 19 a spoluvytváří proměnnou komunikace online.

U následujících položek respondenti zaznamenávali míru souhlasu s daným tvrzením. Položky 21–26 vychází z výzkumu Common Sense Media (Rideout, 2012). Účelem položek bylo zjistit, jak se teenageři při užívání dané formy komunikace cítí, a zda výsledky odpovídají tvrzení dříve provedených výzkumů (např. Subrahmanyam a kol., 2020; Rideout, 2012).

Nyní prosím u položek 21–26 vyberte odpověď, která nejvíce odpovídá vaší zkušenosti:

21. *Při užívání sociálních sítí se cítím sebevědomější.*

22. *Při užívání sociálních sítí se cítím méně trapně než při komunikaci face to face.*

23. *Při užívání sociálních sítí jsem společenštější, více komunikativní.*

24. *Při komunikaci na sociálních sítích se cítím více propojena se svými přáteli.*

25. *Na sociálních sítích jsem stydlivější.*

26. *Při komunikaci face to face jsem stydlivější.*

Následující položka 27 vychází z výzkumné otázky a zjišťuje nejvyužívanější sociální síť, nabízené odpovědi vychází z výkladu v teoretické části a reprezentují odlišné typy sociálních sítí (Příloha č. 1).

27. *Kterou z uvedených sociálních sítí používáte nejčastěji?*

28. *Co z uvedeného je důvodem, že používáte (DOPLŇTE ODPOVĚĎ Z OTÁZKY 27) nejvíce?*

Položka 28 vychází z výzkumné otázky a zjišťuje důvod nejvyužívanější sociální sítě. Nabízené odpovědi vychází z teoretické části, například možnost sdílení fotek a videí koresponduje s důležitostí image online (Subrahmanyam & Šmahel, 2011). Stejně jako v otázce číslo 17 byla respondentům nabídnuta možnost *e) Jiné*, ve které mohli doplnit vlastní důvod, pokud se nevyskytoval v nabízených odpovědích.

29. *Jakou aktivitu na sociálních sítích vyvíjíte nejčastěji?*

Tato položka zjišťovala odpověď na jednu z výzkumných otázek. Respondentům byly nabídnuty odpovědi, ale také měli možnost přidat odpověď vlastní.

4.4. Metoda zpracování dat

Získaná data z vyplněných dotazníků byla převedena nejdříve do programu Microsoft Excel, ve kterém byl vyčištěn data set. Slovní odpovědi u otázek, které to vyžadovaly, byly převedeny na odpovědi ve formě hodnot tak, aby je bylo možné zanést do grafu. Například u položek zjišťujících dobu trávenou na sociálních sítích takto:

Méně než 1 hodinu -> 1

2-3 hodiny ->2

4-5 hodin ->3

6 a více hodin ->4

U dalších odpovědí byla data hodnocena dle míry souhlasu, například takto:

Ne -> 1

Spíše ne ->2

Spíše ano -> 3

Ano -> 4

Některé z odpovědí zůstaly slovní, jelikož zobrazovaly důvod, a ne míru užití či preference. Po převedení potřebných odpovědí na hodnoty byly vytvořeny proměnné *komunikace online*, *komunikace face to face* a *image online* zprůměrováním položek, které se k dané proměnné vztahovaly. Proměnné tedy představují průměr výsledných hodnot daných položek.

U proměnné *komunikace online* byl u každého respondenta vytvořen průměr z položek číslo 7, 8, 9 a 20. Tyto položky zjišťovaly míru využití a důležitosti komunikace na sociálních sítí pro teenagery. U proměnné *komunikace face to face* byl vytvořen průměr z položek číslo 10, 11, 12 a 19, které zjišťovaly důležitost a využívání osobní komunikace. U proměnné *image online* byl vytvořen průměr z položek číslo 13, 14, 15 a 16 zjišťujících důležitost image na sociálních sítích a její aktivní budování.

Takto vytvořený dataset byl převeden do programu Jamovi[5], ve kterém byly dále pomocí deskriptivní analýzy vytvořeny grafy příslušné hypotézám vytvořeným v kapitole **4.1 Cíl a výzkumné otázky**.

[5] Jamovi je program určený ke statistickému zpracování dat, podobně jako například program Statistica.

5. Výsledky

V rámci této kapitoly zhodnotím výsledky dotazníkového šetření. Výsledky jsou uvedeny v grafech vytvořených v programu Jamovi pro účely této bakalářské práce či v Google Forms při sběru dat.

Jako první uvádím tabulku, která zobrazuje čas strávený na sociálních sítích denně. V tabulce jsou uvedeny údaje dle věku respondentů.

Tabulka 1: Čas, který teenageři tráví na sociálních sítích

	Věk		
Kolik času denně trávíte na sociálních sítích?	**13**	**15**	**18**
Méně než 1 hodinu	0	2	1
2-3 hodiny	5	2	4
4-5 hodin	5	4	8
6 a více hodin	2	5	1

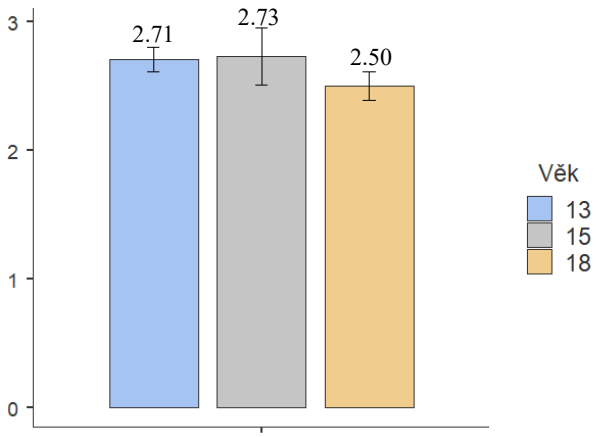
Z Tabulky 1 vyplývá, že nejvíce času, tedy 6 a více hodin, na sociálních sítích tráví skupina patnáctiletých.

Následující grafy a tabulky jsou rozděleny do podkapitol pro lepší přehlednost. Každá podkapitola předkládá výsledky určitého okruhu otázek.

5.1. Formy komunikace

V této podkapitole jsou uvedeny grafy a tabulky, které souvisí s hypotézami číslo 1, 3 a 4. Tyto výsledky zobrazují preference a využívání dané formy komunikace

Graf číslo 1 zobrazuje proměnnou *komunikace online*, která byla vytvořena z výsledků položek dotazníku číslo 7, 8, 9 a 20 (viz příloha).

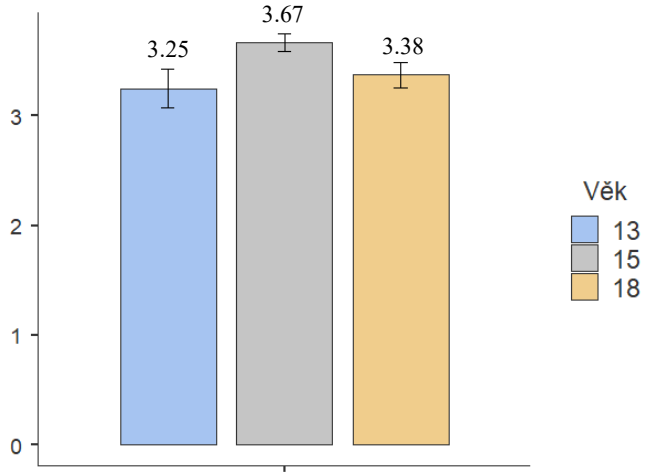


Hodnoty proměnné komunikace online

Graf 1: Preference komunikace online u třech věkových skupin.

Hodnoty uvedené nad sloupečky představující věk respondentů jsou střední hodnoty (mean) proměnné *komunikace online*. Dle této tabulky je zjevné, že důležitost a využívání komunikace online lehce klesla s 18. rokem věku. Pokles však není kontinuální. Nejraději komunikují online respondenti ve věku 15 let a těsně po nich s rozdílem 0,02 teenageři ve věku 13 let.

Graf 2 prezentuje výsledky proměnné *komunikace face to face (F2F)*, která zjišťovala důležitost a využívání osobní komunikace. Tato proměnná představuje průměr výsledků položek dotazníku číslo 10, 11, 12 a 19 (viz příloha č. 1).



Graf 2: Preference komunikace face to face u třech věkových skupin.

U tohoto grafu bych ráda zmínila lehce vyšší hodnotu proměnné u skupiny respondentů ve věku 15 let. Komunikace F2F je dle této proměnné důležitá nejvíce pro respondenty spadající do skupiny střední adolescence, poté pro pozdní adolescenci a na posledním místě pro adolescenci časnou.

K ověření toho, zda preference formy komunikace souvisí s věkem teenagera, slouží kromě grafů č. 1 a 2 také tabulka č. 2 představující výsledky otázky týkající se oblíbeného způsobu komunikace. Výsledky jsou v tabulce rozděleny dle věku.

Tabulka 2: Nejoblíbenější způsob komunikace s přáteli

	Věk		
Jak nejraději komunikujete se svými přáteli?	**13**	**15**	**18**
Osobně	7	7	9
Psaním si SMS zpráv	0	0	1
Přes sociální sítě	5	4	4
Voláním si na telefonu	0	2	0

Nejoblíbenějším způsobem komunikace je osobní komunikace, kterou zvolilo dohromady 23 respondentů. Nejpočetnější skupinou, která tuto variantu zvolila, jsou adolescenti ve věku 18 let. Jak lze ale z tabulky vyčíst, osobní komunikaci volila také většina respondentů časné a střední adolescence.

Jako nejčastější důvod preference osobní komunikace zvolili respondenti možnost odpovědi, že taková komunikace je nejkomfortnější. Jako další nejčastější volili respondenti možnost, která poukazuje na zábavnost takové formy komunikace.

Komunikace na sociálních sítích představuje druhou nejpočetnější skupinu preferované komunikace. Nejčastěji tuto možnost volili respondenti ve věku 13 let. Důvodem k jejich volbě byl fakt, že je pro ně taková komunikace méně stresující či méně trapná. Také to, že mají více času si rozmyslet odpověď nebo naopak to, že taková konverzace netrvá dlouho (Tabulka 3).

Tabulka 3: Důvody preferované formy komunikace

Důvod preferované komunikace	Preferovaná forma komunikace			
	Osobně	**Psaním si SMS zpráv**	**Přes sociální sítě**	**Voláním si na telefonu**
Je to komfortnější	12	1	1	0
Je to méně trapné	0	0	2	0
Je to nejjednodušší	3	0	0	2
Je to nejrychlejší	1	0	3	0
Je zábavnější	7	0	1	0
Méně stresující	0	0	3	0
Více času na rozmyšlenou	0	0	3	0

Tabulka 4: Důvody preferované formy komunikace dle věku

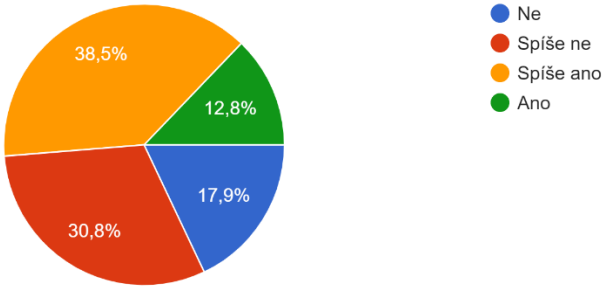
Věk	Důvod preferované komunikace	Jak nejraději komunikujete se svými přáteli?			
		Osobně	Psaním si SMS zpráv	Přes sociální sítě	Voláním si na telefonu
13	Je to komfortnější	1	0	0	0
	Je to méně trapné	0	0	2	0
	Je to nejjednodušší	1	0	0	0
	Je to nejrychlejší	0	0	0	0
	Je zábavnější	5	0	1	0
	Méně stresující	0	0	2	0
	Více času na rozmyšlenou	0	0	0	0
15	Je to komfortnější	6	0	1	0
	Je to méně trapné	0	0	0	0
	Je to nejjednodušší	1	0	0	2
	Je to nejrychlejší	0	0	2	0
	Je zábavnější	0	0	0	0
	Méně stresující	0	0	0	0
	Více času na rozmyšlenou	0	0	1	0
18	Je to komfortnější	5	1	0	0
	Je to méně trapné	0	0	0	0
	Je to nejjednodušší	1	0	0	0
	Je to nejrychlejší	1	0	1	0
	Je zábavnější	2	0	0	0
	Méně stresující	0	0	1	0
	Více času na rozmyšlenou	0	0	2	0

Podle rozdělení v tabulce 4 je viditelné, že adolescenti ve věku 13 let preferují komunikaci osobně zejména proto, že je to větší zábava. Komunikaci přes sociální sítě pak volí z důvodu, že se cítí méně trapně. U starších skupin adolescentů je však volba komunikace přes sociální sítě odůvodněna zejména rychlostí či naopak možností si odpověď lépe promyslet. Osobní komunikaci tito jedinci volí hlavně z důvodu, že je taková komunikace komfortnější.

5.1.1. Pocity teenagerů spojené s využívanou formou komunikace

Následující tabulky (5-10) a grafy (3–8) zobrazují výsledky položek, které byly zaměřené na pocity dospívajících týkající se daných forem komunikace. Rozdělení výsledků těchto položek následuje v tabulce uvedené pod příslušným grafem.

Při užívání sociálních sítí se cítím sebevědomější.

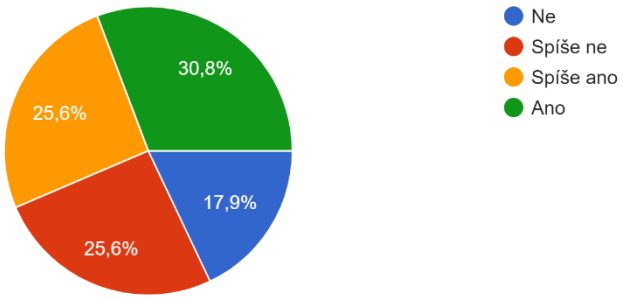


Graf 3: Vyšší míra sebevědomí při užívání sociálních sítí

Tabulka 5: Vyšší míra sebevědomí při užívání sociálních sítí dle věku	**Věk**		
Při užívání sociálních sítí se cítím sebevědomější.	**13**	**15**	**18**
Ne	1	5	1
Spíše ne	4	5	3
Spíše ano	4	2	9
Ano	3	1	1

Vyšší míru sebevědomí při užívání sociálních sítí uváděli spíše adolescenti nejmladší. Také adolescenti ze skupiny pozdní adolescence uvedli, že se na sociálních sítích spíše sebevědoměji cítí. Střední adolescence je obdobím extraverze, což může být důvodem, že adolescenti z této skupiny rozdíl v jejich sebevědomí při využití komunikace online a face to face nezaznamenávali.

Při užívání sociálních sítí se cítím méně trapně než při komunikaci face to face.



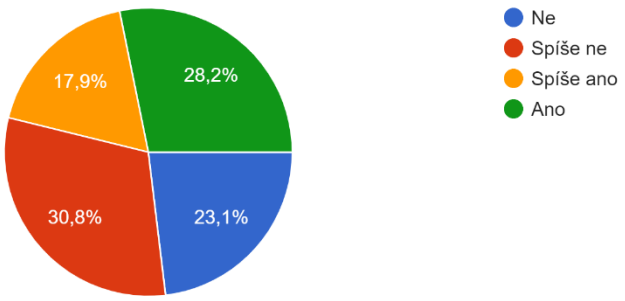
Graf 4: Pocity trapnosti při užívání sociálních sítí oproti komunikaci F2F

Tabulka 6: Pocity trapnosti při užívání sociálních sítí oproti komunikaci F2F dle věku

Při užívání sociálních sítí se cítím méně trapně než při komunikaci face to face.	Věk		
	13	15	18
Ne	3	2	2
Spíše ne	1	6	3
Spíše ano	3	3	4
Ano	5	2	5

Méně trapně se při komunikaci na sociálních sítích cítí většina respondentů, zejména adolescenti nejmladší a nejstarší. Adolescenti ve věku 15 let rozdíl spíše nepociťují.

Při užívání sociálních sítí jsem společenštější, více komunikativní.



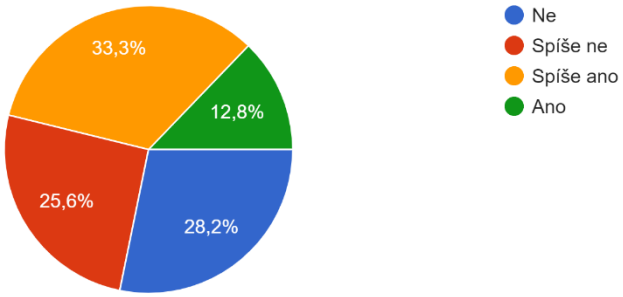
Graf č. 5: Komunikativnost, společenskost při užívání sociálních sítí

Tabulka 7: Komunikativnost, společenskost při užívání sociálních sítí dle věku

Při užívání sociálních sítí jsem společenštější, více komunikativní.	Věk		
	13	15	18
Ne	3	4	2
Spíše ne	2	5	5
Spíše ano	4	2	1
Ano	3	2	6

Rozdíl v komunikativnosti u sebe pozorují zejména adolescenti ve věku 18 let. Následující skupinou jsou adolescenti třináctiletí a poslední jsou adolescenti ve věku 15 let.

Při komunikaci na sociálních sítích se cítím více propojen/a se svými přáteli.



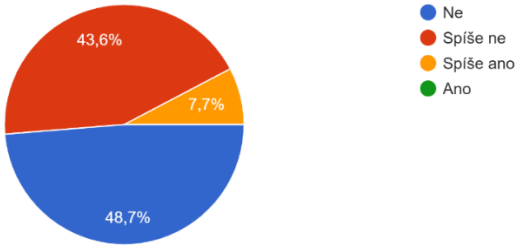
Graf č. 6: Vyšší míra propojenosti s přáteli při komunikaci na sociálních sítích

Tabulka 8: Vyšší míra propojenosti s přáteli při komunikaci na sociálních sítích dle věku

Při komunikaci na sociálních sítích se cítím více propojen/a se svými přáteli.	Věk		
	13	15	18
Ne	3	6	2
Spíše ne	2	5	3
Spíše ano	5	1	6
Ano	2	1	3

Dotázaní teenageři ve věku 13 a 18 let se na sociálních sítích spíše cítí více propojeni se svými přáteli. Podle adolescentů ve věku 15 let tomu tak ale není. Oproti časné a pozdní adolescenci tato skupina uváděla, že se více propojení s přáteli na sociálních sítích necítí.

Na sociálních sítích jsem stydlivější.

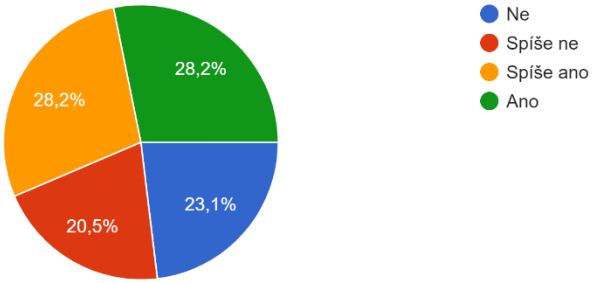


Graf č. 7: Vyšší míra stydlivosti na sociálních sítích

Tabulka 9: Vyšší míra stydlivosti na sociálních sítích dle věku

	Věk		
Na sociálních sítích jsem stydlivější.	**13**	**15**	**18**
Ne	8	6	5
Spíše ne	4	6	7
Spíše ano	0	1	2

Při komunikaci face to face jsem stydlivější.



Graf č. 8: Vyšší míra stydlivosti při komunikaci face to face

Tabulka 10: Vyšší míra stydlivosti při komunikaci face to face dle věku

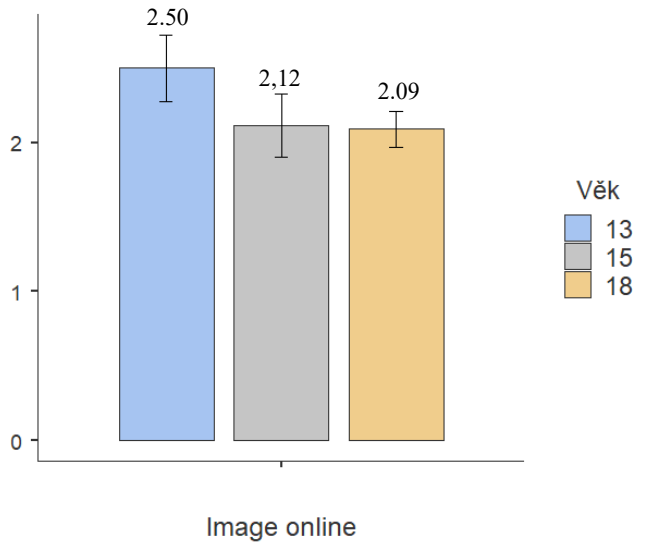
	Věk		
Při komunikaci face to face jsem stydlivější.	**13**	**15**	**18**
Ne	4	3	2
Spíše ne	1	4	3
Spíše ano	2	3	6
Ano	5	3	3

Mezi grafy 7 a 8 je znatelný rozdíl. U grafu číslo 7 je možné vidět, že ani jeden z respondentů nezvolil při zodpovídání otázky *Na sociálních sítích jsem stydlivější* možnost *Ano*. 92,3 % respondentů odpovědělo, že na sociálních sítí spíše nejsou, nebo nejsou stydliví. Při komunikaci face to face však procento respondentů, kteří odpověděli záporně kleslo. 56,4 % respondentů odpovědělo, že při komunikaci face to face jsou stydliví. Dle těchto grafů je tedy možné tvrdit, že při komunikaci face to face je větší počet adolescentů stydlivějších než při komunikaci online.

5.2. Image na sociálních sítích

V této podkapitole hodnotím výsledky týkající se image teenagerů na sociálních sítích. V první řadě uvádím výsledky rozdělené dle věku. Jelikož bylo v některých výzkumech zjištěno, že image na internetu řeší především dívky (Scully a kol., 2020), uvádím v této podkapitole také výsledky rozdělené dle pohlaví (graf č. 10).

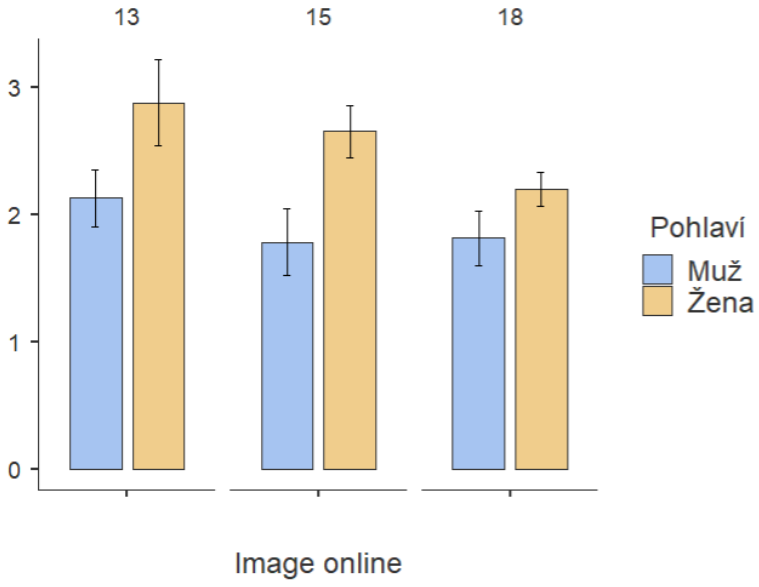
Graf číslo 9 zobrazuje výsledky proměnné *image online*. Tato proměnná byla vytvořena stejným způsobem jako proměnné *komunikace online* a *komunikace face to face* a byla sestavena z položek dotazníku 13, 14, 15 a 16.



Graf 9: Míra důležitosti image na internetu dle tří věkových kategorií.

Tato tabulka nám říká, že nejvíce svou image na internetu řeší respondenti ve věku 13 let. Méně pak svou image na internetu řeší jedinci spadající do skupiny střední a pozdní adolescence.

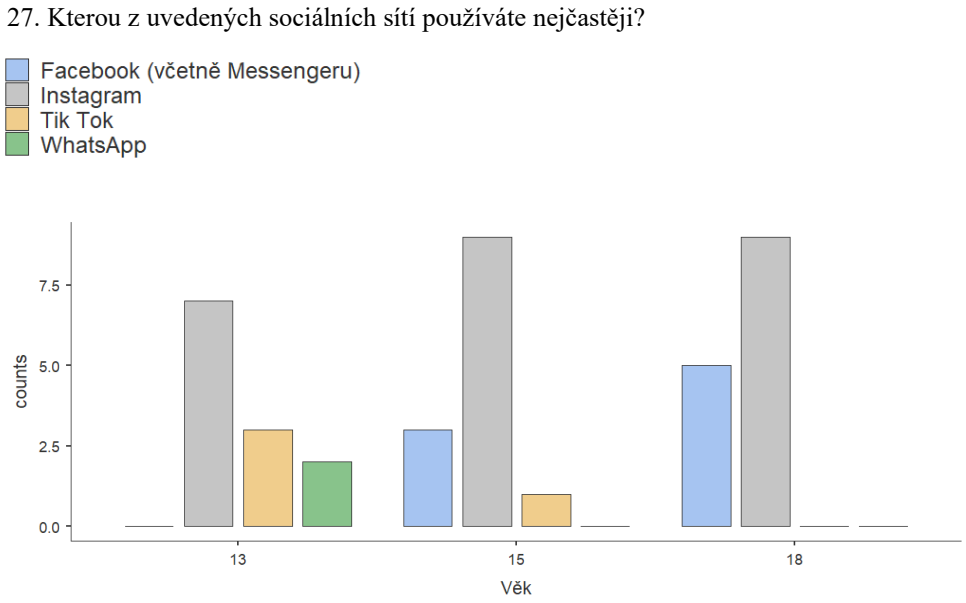
V grafu 10 jsou uvedeny výsledky dle pohlaví respondentů poukazující na fakt, že pro dívky je image na internetu důležitější než pro chlapce. Zároveň v grafu vidíme, že to, jak důležitá je image na internetu s věkem dívek klesá. U chlapců je image na internetu nejdůležitější ve 13 letech, následující pokles mezi střední a pozdní adolescencí není znatelný.



Graf 10: Rozdělení důležitosti image online dle věku a pohlaví.

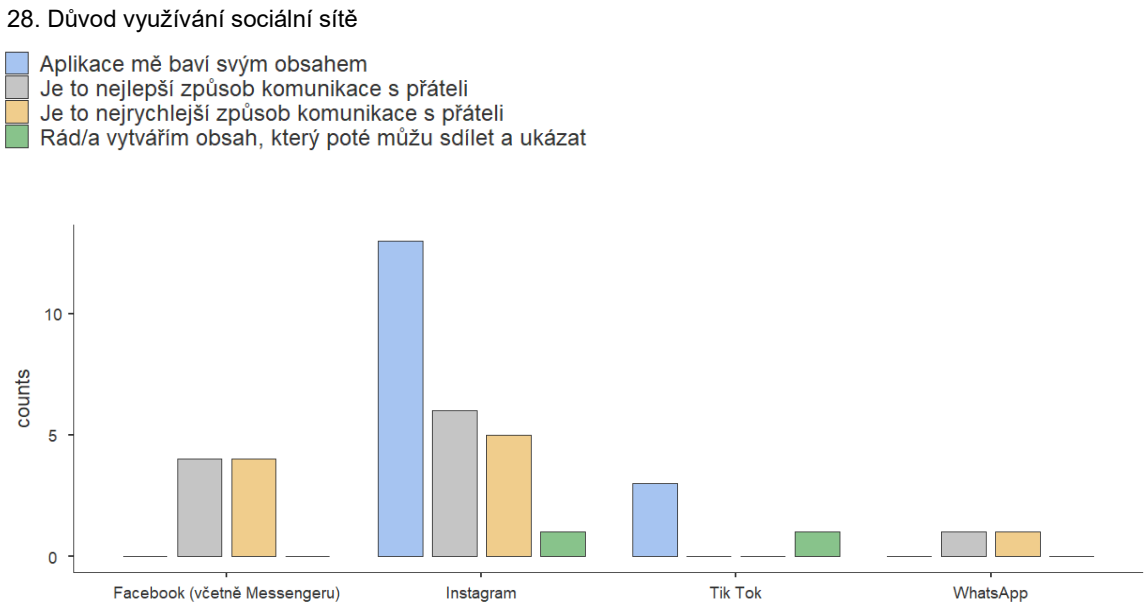
5.3. Nejvyužívanější sociální sítě

V této podkapitole přikládám grafy zobrazující odpovědi na otázky týkající se nejvíce využívané sociální sítě dle věku. Již z prvního grafu je znatelné, že WhatsApp využívají adolescenti nejvíce ve věku 13 let, stejně jako TikTok. Nejvíce využívanou sociální sítí je Instagram, který využívají adolescenti ve všech věkových kategoriích. Facebook pak používají spíše adolescenti starší.



Graf 11: Nejčastěji využívaná sociální síť dle věku.

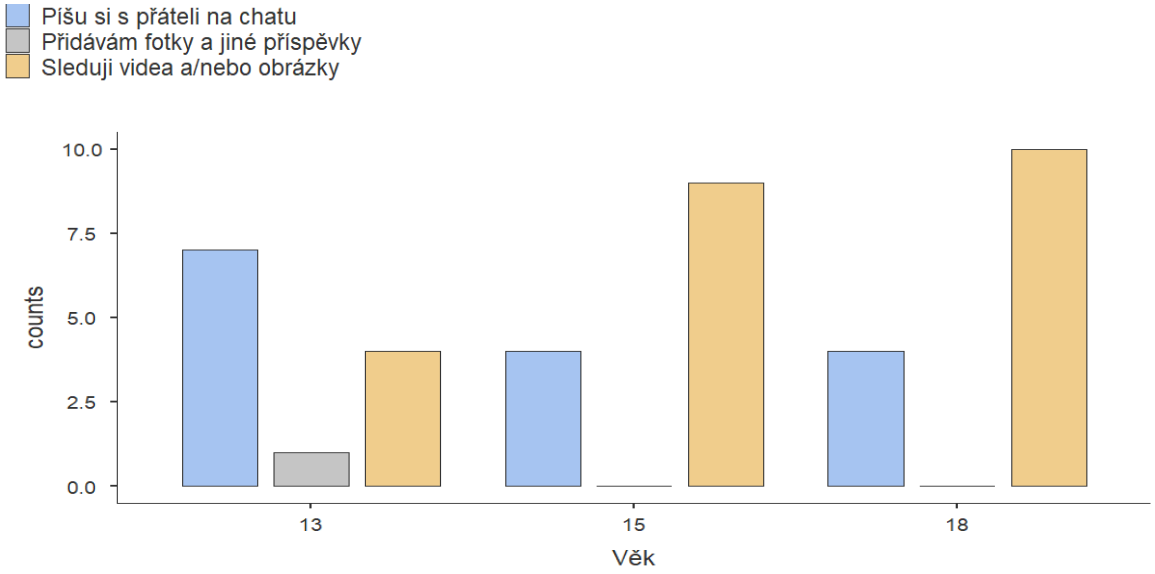
Nejvíce využívanou sociální sítí mezi teenagery je Instagram. Všechny věkové skupiny tuto sociální síť využívají nejčastěji. U třináctiletých následuje TikTok a WhatsApp. Patnáctiletí preferují spíše Facebook a následně TikTok. Nejstarší adolescenti využívají kromě Instagramu už jen Facebook.



Graf 12: Důvody preference dané sociální sítě.

Facebook je využívaný zejména díky tomu, že umožňuje rychlou komunikaci. Dle části respondentů je to také nejlepší způsob komunikace s přáteli. Hlavním důvodem, proč respondenti využívají Instagram je obsah, který na této síti mohou sledovat či vytvářet. To samé platí u TikToku. WhatsApp stejně jako Facebook umožňuje rychlou komunikaci. Pro některé respondenty ve věku 13 let je WhatsApp také nejlepším způsobem komunikace s přáteli.

29. Jakou aktivitu na sociálních sítích vyvíjíte nejčastěji?



Graf 13: Nejvíce vyvíjená aktivita na sociálních sítích dle věku.

Nejčastější aktivitou na sociálních sítích je sledování videí či obrázků. Tento výsledek souvisí s tím, že většina respondentů zvolila jako nejoblíbenější sociální síť Instagram. Přidávání fotek a jiných příspěvků je nejčastější aktivitou pouze u některých adolescentů ve věku 13 let. Nejčastější aktivitou, kterou časní adolescenti vytvářejí je psaní si se svými přáteli.

6. Ověření hypotéz

U všech vývojových období a věkových kategorií převažuje preference komunikace face to face. Tato forma komunikace zajišťuje rychlejší a přesnější přenos. Jak jsem již zmínila v teoretické části, komunikace face to face umožňuje intimnější a intenzivnější komunikaci než sociální sítě (Short, Williams, Christie, 1976). Toto zjištění koresponduje s teorií bohatosti médií a teorií sociální blízkosti.

Rozdíl mezi mírou preference face to face komunikace mezi věkovými kategoriemi ale existuje. Nejvíce preferují komunikaci face to face adolescenti ve věku 15 let, hned za nimi osmnáctiletí a jako poslední třináctiletí. Tento výsledek není v souladu s předpokladem kontinuálního růstu či poklesu preference, avšak je možné jej interpretovat dle psychologických poznatků. Zvýšená preference komunikace face to face u patnáctiletých může být způsobena, jak bylo popsáno výše, zvýšenou potřebou experimentovat a potřebou fyzického kontaktu. V tomto období adolescenti často vytvářejí party a skupinky, kde na základě zpětné vazby druhých objevují sami sebe (Seltzer, 1989). Nižší preference komunikace face to face ze strany třináctiletých může být způsobena vyšší nejistotou. To souvisí také s preferencí sociálních sítí. I přes to, že je obecná míra preference sociálních sítí nižší, věkové kategorie 13 a 15 let vykazovaly velice podobný výsledek. Sociální sítě jsou pro ně dle výsledků výzkumu místem, kde se mohou za něco schovat a nemusejí se stydět. U poslední kategorie pozdní adolescence byla míra preference komunikace online nejnižší tak, jak se předpokládalo.

Díky těmto poznatkům můžeme zhodnotit vytvořené hypotézy.

H1: S rostoucím věkem teenagerů klesá jejich lpění na komunikaci na sociálních sítích.

Tuto hypotézu není možné jednoznačně potvrdit, jelikož pokles preference, a tedy lpění, na komunikaci na sociálních sítích s rostoucím věkem teenagerů není kontinuální. Skupina střední adolescence vykazuje vyšší míru preference této formy komunikace než skupina časných adolescentů, byť velmi mírně. V časné adolescenci mohou mít jedinci omezenější přístup k sociálním sítím, například kvůli snaze rodičů v tomto období omezovat čas jejich dětí strávený online.

Hypotézu číslo 2 ***„S rostoucím věkem teenagerů klesá jejich potřeba mít na sociálních sítích dobrou „image“.“*** je možné potvrdit. Dle grafů číslo 9 a 10 je možné říci, že potřeba dobré image na internetu je nejvyšší právě v období časné adolescence, kdy si jedinci začínají vytvářet svou identitu a jsou citliví na hodnocení druhých, a nejnižší v období pozdní adolescence, kdy by identita a sebevědomí jedinců mělo být stabilnější (Larson a kol., 2002).

H3: S rostoucím věkem teenagerů roste jejich potřeba komunikace face to face.

Stejně jako u hypotézy číslo 1 není možné ani tuto hypotézu jednoznačně potvrdit, jelikož růst není kontinuální. Nejvyšší míru potřeby komunikace face to face dle výsledků vykazovala skupina střední adolescence, nikoliv adolescence pozdní. Tento výsledek může naznačovat zvýšenou potřebu fyzického kontaktu ve střední adolescenci, jak popisují někteří autoři (Thorová, 2015; Langmeier & Krejčířová, 2006).

H4: Preference způsobu komunikace (tedy buď face to face nebo na sociálních sítích) souvisí s věkem teenagera.

I přes to, že pokles či růst preference daného typu komunikace není dle výsledků kontinuální, je možné říci, že preference komunikace určitým způsobem s věkem teenagera souvisí. Tuto hypotézu je tedy možné potvrdit.

Nejvyužívanější sociální sítí mezi respondenty je Instagram, který využívají všechny věkové kategorie. Nejvíce využívaný je Instagram mezi staršími adolescenty. Ti také používají Facebook. Jako důvod uváděli výhodu v komunikaci s přáteli nebo zajímavý obsah, který daná sociální síť poskytuje. Patnáctiletí využívají také TikTok, avšak v menší míře než respondenti ve věku 13 let.

Nejmladší adolescenti tedy nejvíce využívají Instagram, TikTok a jako jediní WhatsApp. Předpoklad, že WhatsApp budou využívat spíše starší adolescenti, a to zejména díky možnosti komunikace, se nepotvrdil. Důvodem může být to, že ostatní aplikace jsou populárnější, nebo fakt, že starší adolescenti na sociálních sítích ve větší míře sledují fotky či videa, což na WhatsAppu není tak obvyklé. Využívání TikToku mladšími adolescenty bylo jako předpoklad potvrzeno. Tato aplikace není náročná na používání a obsahuje krátká videa, která nejsou nijak náročná na zpracování a nevyžadují dlouhodobé udržení pozornosti. To je pro mladší adolescenty výhodou, neboť pozornost není v tomto období tak silná (Langmeier, Krejčířová, 2006). Další výhodou, kterou TikTok třináctiletým poskytuje je možnost prezentovat sám sebe a vytvářet si pozitivní image v prostředí internetu. Z toho důvodu může být u mladších a středních adolescentů populární také Instagram, založený na obrázkové formě komunikace.

Hypotézu 5: Typ nejpoužívanější sociální sítě souvisí s věkem teenagera, je tedy možné potvrdit. Facebook využívají starší adolescenti zejména ke komunikaci s přáteli.

I přes to, že se předpoklad kontinuálního růstu či poklesu preference komunikace online či face to face nepotvrdil, jsou výsledky stále v souladu s možnou interpretací daného vývojového stádia. Psychický vývoj člověka může vykazovat odchylky od teoretických poznatků, proto nemusí být růst či pokles preference dané komunikace kontinuální. V určitých znacích se však výsledky výzkumu s teoretickými poznatky a předpoklady shodují.

7. Diskuze

V této poslední kapitole rozdělím výše zobrazené výsledky podle daného stádia adolescence. Tyto výsledky v rámci podkapitol propojím s teoretickými poznatky vývojové psychologie tak, jak byly zmíněny v teoretické části.

7.1. Časná adolescence

Ve všech stádiích adolescence byly hodnoty preference komunikace face to face vyšší než komunikace online. Takové výsledky jsou v souladu s teorií bohatosti médií a teorií sociální blízkosti popsané v teoretické části. Co se týče časné adolescence, tedy adolescentů ve věku 13 let, v preferenci komunikace face to face se umístili na posledním místě. V preferenci komunikace online na místě druhém, avšak rozdíl mezi respondenty spadajícími do časné adolescence a respondenty z kategorie střední adolescence byl nepatrný. Mezi důvody, proč preferují komunikaci z očí do očí třináctiletí uváděli, že je to větší zábava, a že taková komunikace je rychlejší.

I přes to, že komunikaci face to face preferují spíše, v otázkách týkajících se pocitů při takové komunikaci spíše uváděli, že jsou stydlivější. Naopak při komunikaci na sociálních sítích žádný respondent neuvedl, že by byl stydlivější, spíše uváděli, že stydliví nejsou, a že se při užívání sociálních sítí cítí sebevědomější a méně netrapně než při komunikaci face to face. Nejvíce vyvíjenou aktivitou na sociálních sítích je u těchto teenagerů psaní si se svými přáteli. Tyto výsledky korespondují s výroky obsaženými v teoretické části věnující se výkladu vývojové psychologie.

Zajímavé jsou také výsledky z oblasti image na internetu, kde se třináctiletí umístili jako první. Tedy z tří věkových kategorií jim na image online záleží nejvíce. Zřetelná potřeba vypadat na internetu dobře se projevila zejména u třináctiletých dívek, tak, jak naznačoval výzkum (Scully a kol., 2020) zmíněný v kapitole o psychickém vývoji adolescentů. Tato potřeba může souviset právě s formováním své identity a hodnoty, kterou si vytváříme na základě hodnocení ostatních (Thorová, 2015).

V souvislosti s těmito výsledky je také možné říci, že sociální sítě teenagerům v časném období adolescence opravdu poskytují pro ně bezpečné prostředí, ve kterém se cítí při komunikaci s vrstevníky pohodlněji a následně slouží jako platforma pro vytváření sebehodnoty (Šmahel, 2003).

7.2. Střední adolescence

Respondenti ve věku 15 let mezi ostatními kategoriemi nejvíce preferují komunikaci online. Jak bylo zmíněno výše, rozdíl mezi patnáctiletými a třináctiletými v preferenci komunikace online byl nepatrný. Co se týče komunikace face to face, teenageři v období střední adolescence preferují komunikaci online nejvíce z uvedených věkových kategorií.

Takový výsledek je možné interpretovat také v souladu s výkladem v teoretické části této práce. Potřeba komunikace face to face v období střední adolescence může stoupnout kvůli zvyšující se potřebě fyzického kontaktu, tvorbě vztahů a potřebě experimentovat (Thorová, 2015). Potřeba experimentovat se zde také může projevovat ve využívání komunikace online (Šmahel, 2003).

Zajímavým poznatkem je, že pocity patnáctiletých dle výsledků nebyly při používání sociálních sítí nějak výrazně ovlivněny a rozdíl v trapnosti či sebevědomí v souvislosti se způsobem komunikace většinou spíše nepociťovali.

Co se týče image na sociálních sítích, adolescenti ve věku 15 let se umístili jako druzí v důležitosti toho vypadat a prezentovat se na sociálních sítích dobře. Stejně jako u předchozí skupiny i zde skórovaly výše dívky.

7.3. Pozdní adolescence

V pozdní adolescenci se často přechází z dospívání do dospělého života. Toto období může přinášet změny, které mohou být matoucí a zvyšovat v některých případech nejistotu. Přes to by prožívání starších adolescentů mělo být stabilnější (Larson a kol., 2002). V preferenci komunikace online se tato skupina adolescentů umístila na posledním místě tak, jak se předpokládalo. Komunikaci face to face preferují raději než adolescenti nejmladší a méně než respondenti ze střední adolescence.

Zajímavé zjištění vyplývá z výsledků týkajících se pocitů adolescentů při využívání těchto dvou forem komunikace. Z výsledků je možné usoudit, že nejen respondentům z časné adolescence, ale i osmnáctiletým poskytuje komunikace online výhody. Většina osmnáctiletých uvedla, že se při komunikaci online cítí sebevědomější, cítí se méně trapně než při komunikaci face to face, a právě při komunikaci face to face jsou stydlivější. Image online je ale pro respondenty z této kategorie důležitá nejméně.

Tyto výsledky by bylo možné interpretovat tak, že image na internetu pro osmnáctileté není rozhodující, jelikož již mají vytvořenou svou hodnotu a nepotřebují názory druhých tolik, jako adolescenti mladší. Zároveň pro ně však může být přechod do dospělého života náročný a fyzické interakce s dospělými v nich mohou vzbuzovat nejistotu, jelikož musejí přijímat nové role a učit se v novém prostředí fungovat (Thorová, 2015). Proto pro ně může být komunikace online často odlehčením od přechodu do dospělosti.

Výsledky výzkumu mohly být ovlivněny aktuálním rozpoložením adolescentů, kteří se výzkumu zúčastnili. Během tohoto roku byla vzhledem k epidemiologické situaci možnost osobně se setkávat omezená a komunikace online byla ve většině případů jedinou možnou komunikací s přáteli či dalšími členy rodiny. Po delší době bez možnosti vídat se s kamarády mohli adolescenti ve svých odpovědích upřednostňovat komunikaci face to face, i když by za normálních okolností hodnotili svou preferenci jinak.

Závěr

Tato bakalářská práce se zabývala preferencí komunikace online, komunikace face to face a sociálních sítí napříč vývojovým obdobím adolescentů. Hlavním cílem práce bylo zjistit, zda a jak preference formy komunikace souvisí s tím, v jakém vývojovém stádiu se daný jedinec nachází. K tomuto cíli jsme se v průběhu práce dopracovali a dle zmíněných důvodů je možné říci, že souvislost mezi těmito dvěma faktory existuje. V práci byl potvrzen předpoklad o tom, že mladší adolescenti opravdu kladou větší důraz na svou image online než adolescenti starší. V námi zkoumaném vzorku větší hodnotu přisuzovaly image online dívky. To, jak na sociálních sítích vypadají je dle výsledků výzkumu nejdůležitější pro dívky ve věku 13 let, které dosahovaly v proměnné image online nejvýše. Dalším zjištěním výzkumu je, že teenageři v námi pozorovaném vzorku byli na sociálních sítích méně stydliví než při komunikaci face to face. I přes to je však komunikace face to face stále preferovanějším způsobem komunikace s blízkými či kamarády. Tímto výsledkem výzkum ověřil platnost teorie bohatosti médií a teorie sociální blízkosti.

Zajímavé zjištění plyne také z výsledů týkajících se pocitů adolescentů při používání sociálních sítí. Změny v prožívání při komunikaci online zaznamenávají zejména adolescenti ze skupin časné a pozdní adolescence.

Mezi nejvyužívanější sociální sítě patří mezi sledovanými adolescenty Instagram a hned po něm následuje Facebook. Instagram zajímá své uživatele zejména kvůli obsahu, který mohou sdílet a sledovat. Facebook je zajímavý zejména z hlediska snadnější a rychlejší komunikace s přáteli. TikTok a WhatsApp je populární zejména mezi třináctiletými.

Je možné konstatovat, že výsledky výzkumu korespondují s teoretickými poznatky zmíněnými v teoretické části této práce. Je však užitečné zmínit, že nižší počet respondentů nás limituje v aplikování výsledků tohoto výzkumu na širší populaci.

Summary

This bachelor's thesis focused on the preferences of online or face to face communication and social networks during the developmental period of adolescence. The main goal of this thesis was to find out whether and how the preferences of the form of communication is related to the developmental stage of the individual. We have reached this goal and according to the mentioned reasons we are able to say that there is a connection between these two factors. The assumption that younger adolescents place more emphasis on their online image than older adolescents was confirmed by the results. In the sample we examined, more value to online image was given by girls. According to the results of the research, what they look like on social media is the most important for 13 years old girls, who have achieved the highest score in the online image variable. Another finding of the research is that the teenagers in the sample we observed were less shy on social media than in face to face communication. Despite this, face to face communication is still more preferred way of communicating with friends or family. With these results, the research verified the validity of the media richness theory and theory of social closeness.

An interesting finding of the research is also about the feelings of adolescents when they are using social networks. Changes of feelings when communicating online are recorded mainly from the groups of early and late adolescence.

The most used social network among monitored adolescents is Instagram followed by Facebook. Instagram interests its users mainly because of the content they can share and watch. Facebook is interesting mainly because it offers easy and fast communication with friends. TikTok and WhatsApp are especially popular among early adolescents.

Because of the findings of the research, we are able to state that the results correspond with the theoretical knowledge mentioned in the theoretical part of this thesis. However, we would like to mention that the lower number of respondents limits us in applying the results of this research to a wider population.

Použitá literatura

ARGYLE, Michael, Florisse ALKEMA a Robin GILMOUR. The communication of friendly and hostile attitudes by verbal and non-verbal signals. *European Journal of Social Psychology* [online]. 1971, 1(3), 385-402 [cit. 2021-4-27]. ISSN 00462772. Dostupné z: doi:10.1002/ejsp.2420010307

ARGYLE, Michael. Non-verbal communication in human social interaction. In: HINDE, Robert A. *Non-verbal communication*. Cambridge University Press, 1972, s. 243-269. ISBN 0521083702. Dostupné z: https://books.google.cz/books?hl=cs&lr=&id=-9B0mQ7WQ3gC&oi=fnd&pg=PA243&dq=Non-verbal+communication+in+human+social+interaction.&ots=CF17D1XbvT&sig=TxEAKebKm0iguJwouVVUd21hjjw&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

BOYD, danah a Nicole B. ELLISON. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* [online]. 2007, **13**(1), 210-230 [cit. 2021-6-29]. ISSN 10836101. Dostupné z: doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x

BOYD, danah. Je to složitější: sociální život teenagerů na sociálních sítích. Přeložil Lukáš NOVÁK. Praha: Akropolis, 2017. ISBN 978-80-7470-165-8.

CASTELLS, Manuel. The rise of the network society. Second edition, with a new preface. Chichester: Wiley-Blackwell, 2010. Information age. ISBN 978-1-4051-9686-4. Dostupné také z: http://sfx.is.cuni.cz/sfxlcl3?sid=shorturl&isbn=9781444310146

Communication and Society. FUCHS, Christian. *Communication and Capitalism* [online]. University of Westminister Press, 2020, 69-108 [cit. 2021-7-14]. ISBN 9781912656738. Dostupné z: doi:10.2307/j.ctv12fw7t5.8

DIJK, Jan van. *The network society.* 3rd edition. Thousand Oaks: Sage Publications, 2012. ISBN 978-1-4462-4895-9.

ERIKSON, Erik H. a Joan M. ERIKSON. *Životní cyklus rozšířený a dokončený: doplněné vydání o devátém stupni vývoje od Joan M. Eriksonové*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 1999. Psychologie P. ISBN 80-7106-291-X.

HALL, Mark. Facebook: American company. *Encyclopedia Britannica* [online]. 2021 [cit. 2021-4-13]. Dostupné z: https://www.britannica.com/topic/Facebook

HAYES, Nicky. *Základy sociální psychologie.* Praha: Portál, 2011. ISBN 978-80-7367-

909-5.

INHELDER, Barbel a PIAGET Jean. *The Growth of Logical Thinking from Childhood to Adolescence: An Essay on the Construction of Formal Operational Structures.* London: Routledge, 1958. ISBN 9780415210027. Dostupné z: https://books.google.cz/books?hl=cs&lr=&id=39cdDv2-PZkC&oi=fnd&pg=PR5&dq=inhelder,+piaget+1958&ots=Hil3AqgFKX&sig=G1OT4p9XoaB48zI2T7b_897mrpU&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false.

JOINSON, Adam N. Disinhibition and the Internet. *Psychology and the Internet* [online]. Elsevier, 2007, s. 75-92 [cit. 2021-3-06]. ISBN 9780123694256. Dostupné z: doi:10.1016/B978-012369425-6/50023-0

KIESLER, Sara, Jane SIEGEL a Timothy W. MCGUIRE. Social psychological aspects of computer-mediated communication. *American Psychologist* [online]. 1984, 39(10), 1123-1134 [cit. 2021-6-29]. ISSN 0003-066X. Dostupné z: doi:10.1037/0003-066X.39.10.1123

KON, Igor' Semenovič. *Kapitoly z psychologie dospívání*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1986. Dostupné z: https://dnnt.mzk.cz/view/uuid:8d1c3a90-da81-11e2-9923-005056827e52?page=uuid:a926c6a0-2d93-11e3-b62e-005056825209.

LANGMEIER, Josef a Dana KREJČÍŘOVÁ. *Vývojová psychologie*. 2. vyd. Praha: Grada, 2006. ISBN 80-247-1284-9.

LARSON, Reed W., Giovanni MONETA, Maryse H. RICHARDS a Suzanne WILSON. Continuity, Stability, and Change in Daily Emotional Experience across Adolescence. *Child Development* [online]. 2002, 73(4), 1151-1165 [cit. 2021-4-14]. ISSN 0009-3920. Dostupné z: doi:10.1111/1467-8624.00464

LENHART, Amanda, Rich LING, Scott CAMPBELL a Kristen PURCELL. Teens and Mobile Phones: Text messaging explodes as teens embrace it as the centerpiece of their communication strategies with friends. *Pew Internet & American Life Project* [online]. 2010 [cit. 2021-6-29]. Dostupné z: https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED525059.pdf

LIN, Ying. 10 WhatsApp Statistics Every Marketer Should Know In 2021 [Infographic]. *Oberlo* [online]. 2021 [cit. 2021-4-13]. Dostupné z: https://www.oberlo.com/blog/whatsapp-statistics

MACEK, Petr. *Adolescence*. Vyd. 2., upr. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-747-7.

MATHESON, Kimberly a Mark P. ZANNA. Computer-Mediated Communications: The Focus Is on Me. *Social Science Computer Review* [online]. 1990, 8(1), 1-12 [cit. 2021-5-14]. ISSN 0894-4393. Dostupné z: doi:10.1177/089443939000800102

MOHSIN, Maryam. 10 Instagram Stats Every Marketer Should Know in 2021 [Infographic]. *Oberlo* [online]. 2021 [cit. 2021-4-13]. Dostupné z: https://www.oberlo.com/blog/instagram-stats-every-marketer-should-know

MOHSIN, Maryam. 10 TikTok Statistics That You Need To Know In 2021 [Infographic]. *Oberlo* [online]. 2021 [cit. 2021-4-13]. Dostupné z: https://www.oberlo.com/blog/tiktok-statistics

MOSCOVICI, Serge, DUVEEN, Gerard, ed. *Social Representations: Explorations in Social Psychology*. Cambridge: Polity Press, 2000. ISBN 0-7456-2225-9. Dostupné z: https://is.muni.cz/el/1423/podzim2013/SOC571E/um/S.Moscovici-SocialRepresentations.pdf

PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální sítě*. Praha: Oeconomica, 2010. ISBN 978-80-245-1742-1. Dostupné z: https://ndk.cz/view/uuid:9ba3f490-971d-11e9-8fdf-005056827e52?page=uuid:5d7ca4d7-fc24-4bb4-958b-4f94e2519ad8.

RIDEOUT, Victoria a M.B. ROBB. *Social media, social life: Teens reveal their experiences.* [online]. A Common Sense Research Study. San Francisco, CA: Common Sense Media, 2018 [cit. 2021-12-15]. Dostupné z: https://www.commonsensemedia.org/sites/default/files/uploads/research/2018_cs_socialmediasociallife_fullreport-final-release_2_lowres.pdf

RIDEOUT, Victoria. *Social Media, Social Life: How Teens View Their Digital Lives* [online]. A Common Sense Research Study. San Francisco, CA: Common Sense Media, 2012. [cit. 2020-12-20]. Dostupné z: https://www.commonsensemedia.org/research/social-media-social-life-how-teens-view-their-digital-lives-2012.

ROSS, Katherine M., Helyn KIM, Patrick H. TOLAN a Patricia A. JENNINGS. An exploration of normative social and emotional skill growth trajectories during adolescence. *Journal of Applied Developmental Psychology* [online]. 2019, 62, 102-115 [cit. 2021-3-22]. ISSN 01933973. Dostupné z: doi:10.1016/j.appdev.2019.02.006

SCULLY, M., L. SWORDS a E. NIXON. Social comparisons on social media: online appearance-related activity and body dissatisfaction in adolescent girls. *Irish Journal of*

Psychological Medicine [online]. 2020, 1-12 [cit. 2021-3-6]. ISSN 0790-9667. Dostupné z: doi:10.1017/ipm.2020.93

SELTZER, Vivian Center. *Psychological worlds of the adolescent: public and private.* New York, N.Y.: Wiley, 1989. ISBN 978-0471632580. Dostupné z: https://books.google.cz/books?id=3KOaVM1twfcC&pg=PA207&lpg=PA207&dq=peer+arena&source=bl&ots=mwt_VCNQU1&sig=ACfU3U3znBbNXozQaMvnh7Tphn6EM3BrGg&hl=cs&sa=X&ved=2ahUKEwj84PvzooftAhUQrRQKHcU2DzgQ6AEwB3oECAgQAg#v=onepage&q&f=false.

SHORT, John, Ederyn WILLIAMS a Bruce CHRISTIE. The social psychology of telecommunications. New York: Wiley, 1976. ISBN 0471015814.

SOMERVILLE, Leah H. The Teenage Brain. *Current Directions in Psychological Science* [online]. 2013, 22(2), 121-127 [cit. 2021-3-14]. ISSN 0963-7214. Dostupné z: doi:10.1177/0963721413476512

SUBRAHMANYAM Kaveri a ŠMAHEL David. Constructing Identity Online: Identity Exploration and Self-Presentation. *Digital Youth. Advancing Responsible Adolescent Development*. New York, NY: Springer, 2011, 59-80. ISBN: 978-1-4419-6278-2. [cit. 2021-3-22]. Dostupné z: https://doi.org/10.1007/978-1-4419-6278-2_4.

SUBRAHMANYAM, Kaveri a GREEFIELD, Patricia. Online communication and Adolescent Relationships. *The Future of Children* [online]. 2008, 18(1), 119-146. [cit. 2021-03-15]. ISSN 1550-1558. Dostupné z: doi:10.1353/foc.0.0006

SUBRAHMANYAM, Kaveri, Eline FRISON a Minas MICHIKYAN. The relation between face-to-face and digital interactions and self-esteem: A daily diary study. *Human Behavior and Emerging Technologies* [online]. 2020, 2(2), 116-127 [cit. 2021-7-14]. ISSN 2578-1863. Dostupné z: doi:10.1002/hbe2.187

SULER, John. (2011). The Psychology of Text Relationships. Online Counseling. In *Online Counseling: A Handbook for Mental Health Professionals*, s. 21–53. Academic Press. doi:10.1016/b978-0-12-378596-1.00002-2. Dostupné z: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780123785961000022

ŠMAHEL, David. *Psychologie a internet: děti dospělými, dospělí dětmi*. Praha: Triton, 2003. ISBN 80-7254-360-1.

TANKOVSKA, H. Facebook: number of daily active users worldwide 2011-2021. *Statista* [online]. 2021 [cit. 2021-4-13]. Dostupné z: https://www.statista.com/statistics/346167/facebook-global-dau/

TANKOVSKA, H. Instagram: distribution of global audiences 2021, by age group. *Statista* [online]. 2021 [cit. 2021-4-13]. Dostupné z: https://www.statista.com/statistics/325587/instagram-global-age-group/

TANKOVSKA, H. Percentage of U.S. internet users who use WhatsApp as of 3rd quarter 2020, by age group. *Statista* [online]. 2021 [cit. 2021-4-13]. Dostupné z: https://www.statista.com/statistics/814649/whatsapp-users-in-the-united-states-by-age/

TANKOVSKA, H. TikTok user ratio in the U.S. 2021, by age group. *Statista* [online]. 2021 [cit. 2021-4-13]. Dostupné z: https://www.statista.com/statistics/1095186/tiktok-us-users-age/

TANKOVSKA, H. Twitter: distribution of global audiences 2021, by age group. *Statista* [online]. 2021 [cit. 2021-3-12]. Dostupné z: https://www.statista.com/statistics/283119/age-distribution-of-global-twitter-users/

THOROVÁ, Kateřina. *Vývojová psychologie: proměny lidské psychiky od početí po smrt.* Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0714-6.

TUBBS, Stewart L. a Sylvia MOSS. *Human communication*. 6. vydání. New York: McGraw-Hill, 1991. ISBN 0-07-065404-2.

URBAN, Lukáš, Josef DUBSKÝ a Karol MURDZA. *Masová komunikace a veřejné mínění*. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3563-4. Dostupné z: https://www.bookport.cz/e-kniha/masova-komunikace-a-verejne-mineni-428926/#.

URBAN, Lukáš. *Sociologie: klíčová témata a pojmy*. Praha: Grada, 2017. ISBN 978-80-247-5774-2. Dostupné z: https://www.bookport.cz/kniha/sociologie-2982/.

VÁGNEROVÁ, Marie. *Vývojová psychologie: dětství a dospívání*. Vydání druhé, doplněné a přepracované. Praha: Karolinum, 2012. ISBN 978-80-246-2153-1. Dostupné z: https://dnnt.mzk.cz/view/uuid:63a108b0-4f2d-11e7-b03f-005056827e52?page=uuid:09873320-7941-11e7-89ee-5ef3fc9ae867.

VERMEULEN, Anne, Heidi VANDEBOSCH a Wannes HEIRMAN. Shall I call, text, post it online or just tell it face-to-face? How and why Flemish adolescents choose to share their

emotions on- or offline. *Journal of Children and Media* [online]. 2017, 12(1), 81-97 [cit. 2021-3-21]. ISSN 1748-2798. Dostupné z: doi:10.1080/17482798.2017.1386580

VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-387-1. Dostupné z: https://www.bookport.cz/e-kniha/psychologie-komunikace-421257/#.

VÝROST, Jozef, Ivan SLAMĚNÍK a Eva SOLLÁROVÁ, ed. *Sociální psychologie: teorie, metody, aplikace*. Praha: Grada, 2019. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-5775-9.

WALTHER, Joseph, B. Theories of Computer-Mediated Communication and Interpersonal Relations. In: KNAPP, Mark L. a DALY, John A. *The Handbook of Interpersonal Communication* [online]. 4.vyd. California: SAGE Publications, 2011, 443-479. [cit. 2021-02-26]. ISBN 1412974747. Dostupné z: http://my.spc.edu.ph:70/e_books/Arts%20and%20Sciences/AB%20English/Computer%20Mediated%20Communications.pdf.

WATZLAWICK, Paul, Janet Beavin BAVELAS a Don D. JACKSON. *Pragmatika lidské komunikace: interakční vzorce, patologie a paradoxy*. Hradec Králové: Konfrontace, 1999. ISBN 80-86088-04-9. Dostupné z: https://ndk.cz/view/uuid:497c7280-0778-11e4-b1a4-005056827e52?page=uuid:29bdd570-3747-11e4-8e0d-005056827e51

YU, Fu Yun a SUNG, Shannon. Online Targeting Behavior of Peer-Assessors under Identity-Revealed, Nicknamed, and Concealed Modes. In: *Journal of Educational Technology & Society* [online]. 2019, 22 (1), 15-27. [cit. 2021-3-22]. ISSN 1436-4522. Dostupné z: https://www.jstor.org/stable/10.2307/26558825

Teze bakalářské práce

SCHVÁLENO

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK
Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Anna Karasová	**Razítko podatelny:** Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Došlo dne: -7 -09- 2020 -1-, Čj: 93, Přílohy:, Přiděleno:
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2018	
E-mail diplomantky/diplomanta:	
Studijní obor/forma studia: Mediální studia, kombinovaná forma	

Název práce v češtině:
Proměny užití sociálních sítí u teenagerů

Název práce v angličtině:
Changing uses of social media among teenagers

Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: *ZS 2012/2013*):
(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí)
LS 2020/2021

Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků):
Práce zjišťuje, zda a jakým způsobem se proměňuje vnímání a používání sociálních sítí v kontextu mezilidských vztahů dnešních teenagerů. Práce ověřuje hypotézu, podle které s rostoucím věkem teenagera klesá jeho lpění na komunikaci a dobré „image" na sociálních sítích a roste důraz i vědomí důležitosti komunikace face to face oproti komunikaci online. Výzkum kombinuje oblasti mediálních studií a vývojové psychologie. Pomocí dotazníku bude zjišťovat, která online média (Facebook, Instragram, TikTok, Whatsapp) dnešní respondenti tří věkových kategorií (13, 15 a 18 let) využívají nejvíce a co jim v komunikaci online přinášejí, a následně tyto preference různých typů komunikace uvede do souvislosti s tím, jak by měly odpovídat danému vývojovému období teenagera podle teorií vývojové psychologie.

Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):
1) Úvod – seznámení s tématem práce a její strukturou
2) Vymezení pojmů – vysvětlení pojmů, které se v práci budou vyskytovat, například digital natives, digitální propast a tak dále
3) Nová digitální média a společnost, jejich vymezení – popis současné digitální společnosti a jejího využívání médií a sociálních sítí, následné vymezení konkrétních sociálních sítí a jejich funkcí rozdělené do podkapitol:
- **A) Tik Tok** – popis základního účelu aplikace, jejího využívání v současné společnosti a případného vlivu na psychickou stránku člověka
- **B) Instagram**
- **C) WhatsApp**
- **D) Facebook**

4) Proces psychického vývoje adolescentů – přiblížení vývojové psychologie, dále vývojových úkolů v adolescentním věku a prožívání s nimi spojené, rozdělení do podkapitol podle věku, tedy:
- **A) 13 let –** popis psychického vývoje a prožívání třináctiletých
- **B) 15 let –** popis psychického vývoje a prožívání patnáctiletých
- **C) 18 let –** popis psychického vývoje a prožívání osmnáctiletých

5) Vymezení problému – zamyšlení se nad tématem a vysvětlení tvrzení, že s rostoucím věkem adolescenta klesá jeho lpění na komunikaci prostřednictvím sociálních sítí a zvyšuje se potřeba komunikace face to face
6) Metoda zkoumání – tato kapitola se bude zabývat způsobem sběru informací a bude obsahovat znění dotazníku

A) Způsob sběru informací – popis toho, jak se postupovalo při sběru informací, tedy na co se dotazník zaměřoval, komu byl poskytnut a za jakých podmínek, případně kde

B) Dotazník – v této části bude popsán postup, kterým byly vytvořeny dotazníkové položky

7) Vyhodnocení získaných informací – zde bude popsáno, jakým způsobem se postupovalo při vyhodnocování informací získaných z dotazníků

A) Postup vyhodnocení dotazníků

B) Výsledky dotazníků – zde budou rozděleny výsledky dotazníků podle věku

8) Porovnání – porovnání výsledků dotazníku z jednotlivých kategorií rozdělených podle věku, v této části se budou porovnávat výsledky skupin 13 – ti letých, 15 – ti letých a 18 – ti letých adolescentů

9) Závěr – v závěru práce bude zhodnoceno porovnání a potvrzeno či vyvráceno tvrzení o poklesu potřeby komunikace skrz sociální sítě, v závěru bude také zrekapitulován průběh práce a vyzdvihnuty její výsledky

Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období jeho analýzy):
Dotazníky vyplňované teenagery ve věku 13, 15 a 18 let. Dotazníky se budou zaměřovat na množství času, který teenageři tráví online, což bude sloužit k porovnání rozdílu mezi různými věkovými kategoriemi. Dále se budou zaměřovat na jejich preference online sítí či osobního kontaktu a co k takovým preferencím adolescenty vede (tedy zda se například cítí méně nervózní při komunikaci online nebo takovou komunikaci využívají pouze v určitých situacích).
Dotazník bude obsahovat otázky na konkrétní online aplikace/sociální sítě zjišťující jejich využití v každodenní komunikaci a důvod takového využití – Instagram, TikTok, Facebook, Whatsapp.

Postup (technika) při zpracování materiálu:
Zadání dotazníků teenagerům různých věkových kategorií, jejich vyhodnocení podle věku a porovnání těchto výsledků, tedy výsledků ve 3 kategoriích (13, 15 a 18 let).

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a způsobu jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

boydová, d. (2017) ***Je to složitější. Sociální život teenagerů na sociálních sítích.*** **Akropolis.**
- V této knize se autorka zabývá životem teenagerů a jejich aktivitami na sociálních sítích. Kromě toho také popisuje, jaký vliv sociální sítě a média mají na reálný život teenagerů a jejich sociální interakce.

Thorová, K. (2015) ***Vývojová psychologie: proměny lidské psychiky od početí po smrt.*** **Portál.**
- Kniha Vývojová psychologie podává čtenářům přehled nejdůležitějších životních milníků od početí až po smrt z psychologického hlediska. Vysvětluje průběh prožívání člověka v různých vývojových fázích a změny, které v těchto fázích nastávají.

Spitzer, M. (2014) ***Digitální demence: Jak připravujeme sami sebe a naše děti o rozum.*** **Host.**
- Manfred Spitzer je německým psychiatrem, který se zabývá tématem médií a mozku. V jeho knize Digitální demence věnuje pozornost tomu, jak nová média působí na rozvoj dětí, jejich učení a socializaci. Součástí knihy jsou i odkazy na relevantní výzkumy o adolescentech a médiích.

Šmahel, D. (2010) ***Digital Youth: The Role of Media in Development.*** **New York: Springer.**
- David Šmahel se v knize Digital Youth zabývá psychologickými aspekty dnešního využívání médií u dětské populace. Kniha se zaměřuje na digital natives, na tvorbu jejich identity v digitálním světě nebo propojení intimity a internetu v adolescentním věku.

Lupač, P. (2015) ***Za hranice digitální propasti: nerovnost v informační společnosti.*** **Slon.**
- Kniha se zabývá problematikou znevýhodnění těch, co nevyužívají internet, v současné společnosti. Na základě výzkumů podává přehled využití internetu a polemizuje nad takovým využitím a souvislostmi v informační společnosti.

Diplomové práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

- **Drápalová, L.** ***Žití a bytí na sociálních sítích očima dnešních teenagerů.*** **Brno, 2020. Diplomová práce. Masarykova univerzita. Pedagogická fakulta.**
- **Rigó, J.** ***Identita, komunikace a sociální sítě.*** **Brno, 2020. Bakalářská práce. Masarykova**

univerzita. Filozofická fakulta.
- Škrobáková, M. *Adolescent jako uživatel sociálních sítí.* Brno, 2020. Diplomová práce. Masarykova univerzita. Pedagogická fakulta.
- Zavřelová, K. *Netomanie? Adolescenti a internet.* Brno, 2017. Bakalářská práce. Masarykova univerzita. Filozofická fakulta.
- Chejnovská, M. *Pohled žáků staršího školního věku a adolescentů na problematiku sociálních sítí.* Brno, 2020. Diplomová práce. Masarykova univerzita. Pedagogická fakulta.
- Komersová, K. *Život adolescentů na Instagramu a jeho vliv na psychiku a reálný život.* Olomouc, 2020. Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci. Filozofická fakulta.
- Oktábcová, D. *Navazování sociálních vztahů prostřednictvím sociálních sítí.* České Budějovice, 2020. Diplomová práce. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. Zdravotně sociální fakulta.
- Medzihorská L. *Vliv sociálních sítí na rizikové chování adolescentů.* Praha, 2017. Diplomová práce. Univerzita Jana Amose Komenského. Mediální a komunikační studia.
- Novák, J. *Sociální sítě jako součást života mladé generace.* Praha, 2016. Bakalářská práce. Univerzita Karlova. Pedagogická fakulta.
- Kořánková, O. *Život bez Facebooku: Experimentální studie neužívání sociální sítě Facebook.* Praha, 2017. Diplomová práce. Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd.
- Renčová, M. *Sociální sítě pohledem vybraných generací.* Praha, 2018. Diplomová práce. Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd.

Datum / Podpis studenta/ky

.....

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

.....

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga **Datum / Podpis pedagožky/pedagoga**

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT **VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ** A VE **DVOU** VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI **VYZVEDNOUT** V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A **NECHAT VEVÁZAT** DO OBOU VÝTISKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO OBORU.

Seznam příloh

Příloha č. 1: Dotazník – znění položek a odpovědí

Příloha č. 1:

Dotazník – znění položek a odpovědí

1. Pohlaví
   a) Žena
   b) Muž
2. Kolik je vám let?

   ---

3. Má někdo ve vaší rodině počítač, tablet nebo chytrý telefon (smartphone)?

   a) Ano
   b) Ne
4. Máte vy svůj vlastní počítač, tablet nebo chytrý telefon (smartphone)?
   a) Ano
   b) Ne
5. Využíváte sociální sítě?
   a) Ano
   b) Ne
6. Kolik času denně trávíte na sociálních sítích?
   a) Méně než 1 hodinu
   b) 2-3 hodiny
   c) 4-5 hodin
   d) 6 a více hodin
7. Kolik času denně trávíte na sociálních sítích tím, že komunikujete s přáteli?
   a) Méně než 1 hodinu
   b) 2-3 hodiny
   c) 4-5 hodin
   d) 6 a více hodin
8. Je pro vás důležité mít možnost komunikovat se svými přáteli na sociálních sítích?
   a) Ne
   b) Spíše ne
   c) Spíše ano
   d) Ano
9. Je pro vás důležité mít možnost komunikovat se svými příbuznými na sociálních sítích?
   a) Ne
   c) Spíše ne
   d) Spíše ano
   e) Ano
10. Je pro vás důležité mít možnost komunikovat s přáteli osobně?
    a) Určitě ano
    b) Spíše ano
    c) Spíše ne
    d) Určitě ne

11. Je pro vás důležité mít možnost komunikovat se svými příbuznými osobně?
    a) Určitě ano
    b) Spíše ano
    c) Spíše ne
    d) Určitě ne
12. Jak často se s přáteli osobně setkáváte (mimo školu)?
    a) Nikdy
    b) Jednou za měsíc
    c) Jednou za týden
    d) Víckrát za týden
13. Sdílíte na sociální sítě fotky sami sebe?
    a) Vůbec ne
    b) Málokdy
    c) Často
    d) Téměř každý den
14. Je pro vás důležité získat u svých příspěvků hodně lajků?
    a) Je mi to jedno
    b) Spíše to pro mě není důležité
    c) Ano, zajímá mě to
    d) Je to pro mě velmi důležité
15. Záleží vám na tom, jak vás ostatní na sociálních sítích vnímají?
    a) Ne
    b) Spíše ne
    c) Spíše ano
    d) Ano
16. Snažíte se aktivně budovat a vylepšovat svou image na internetu?
    a) Ne
    b) Spíše ne
    c) Spíše ano
    d) Ano
17. Jak nejraději komunikujete se svými přáteli?
    a) Osobně
    b) Voláním si na telefonu
    c) Psaním si SMS zpráv
    d) Přes sociální sítě – chat, komentáře
    e) Jiné:
18. Co z uvedených možností je hlavním důvodem, proč je (DOPLŇTE ODPOVĚĎ Z OTÁZKY 17) vaším nejoblíbenějším způsobem komunikace s přáteli?
    a) Je to nejrychlejší
    b) Je to nejjednodušší
    c) Cítím se komfortněji, když mluvím o osobních věcech touto cestou
    d) Je to méně trapné
    e) Nemusím se tolik stresovat tím, co si o mně někdo pomyslí
    f) Mám více času rozmyslet si odpověď
    g) Je to intimnější
    h) Je to větší zábava

i) Jiné:

19. Je pro vás komunikace face to face způsobem, díky kterému mezi vámi a ostatními lidmi vznikají silnější a hlubší vztahy?
    a) Určitě ne
    b) Spíše ne
    c) Spíše ano
    d) Určitě ano
20. Je pro vás komunikace online způsobem, díky kterému mezi vámi a ostatními lidmi vznikají silnější a hlubší vztahy?
    a) Určitě ne
    b) Spíše ne
    c) Spíše ano
    d) Určitě ano

Nyní prosím u položek 21–26 vyberte odpověď, která nejvíce odpovídá vaší zkušenosti:

21. Při užívání sociálních sítí se cítím sebevědomější.
    a) Ne
    b) Spíše ne
    c) Spíše ano
    d) Ano
22. Při užívání sociálních sítí se cítím méně trapně než při komunikaci face to face.
    a) Ne
    b) Spíše ne
    c) Spíše ano
    d) Ano
23. Při užívání sociálních sítí jsem společenštější, více komunikativní.
    a) Ne
    b) Spíše ne
    c) Spíše ano
    d) Ano
24. Při komunikaci na sociálních sítích se cítím více propojena se svými přáteli.
    a) Ne
    b) Spíše ne
    c) Spíše ano
    d) Ano
25. Na sociálních sítích jsem stydlivější.
    a) Ne
    b) Spíše ne
    c) Spíše ano
    d) Ano
26. Při komunikaci face to face jsem stydlivější.
    a) Ne
    b) Spíše ne
    c) Spíše ano
    d) Ano

27. Kterou z uvedených sociálních sítí používáte nejčastěji?
    a) Facebook (včetně Messengeru)
    b) Instagram
    c) TikTok
    d) WhatsApp
28. Co z uvedeného je důvodem, že používáte (DOPLŇTE ODPOVĚĎ Z OTÁZKY 27) nejvíce?
    a) Je to nejlepší způsob komunikace s přáteli
    b) Je to nejrychlejší způsob komunikace s přáteli
    c) Aplikace mě baví svým obsahem
    d) Rád/a vytvářím obsah, který poté můžu sdílet a ukázat
    e) Jiné:
29. Jakou aktivitu na sociálních sítích vyvíjíte nejčastěji?
    a) Sleduji videa a/nebo obrázky
    b) Přidávám fotky a jiné příspěvky
    c) Píšu si s přáteli na chatu
    d) Volám si s přáteli přes Messenger, WhatsApp a jiné aplikace
    e) Jiné: