

Abstrakt

Tato práce na základě regresní analýzy a analýzy pomocí teorie gratifikace otevírá na vzorku 146 studentů otázku vztahu mezi užíváním internetových sociálních sítí a jiných médií. Analýza přichází s výsledky v rozporu s teorií tržních příležitostí. Čím širší byla gratifikace poskytovaná internetovými sociálními sítěmi a čím širší jsou jejich gratifikační příležitosti, tím méně byla užívána, případně nebyla užívána více. Dále je také ukázáno, že čím více médií průměrně soupeří s internetovými sociálními sítěmi v různých dimenzích, tím více jsou internetové sociální sítě užívány. Zásadním závěrem této práce je negativní vztah mezi užíváním internetových sociálních sítí a všech ostatních médií, včetně médií tradičních, s výjimkou počítačových her. Negativní vztah byl naměřen oproti očekávání i mezi internetovými sociálními sítěmi a internetovými zpravodajskými servery. Vedle těchto závěrů byly ukázány některé konkrétní zajímavé vztahy mezi užíváním internetových sociálních sítí a osobními charakteristikami jejich uživatelů. Vliv nehraje věk, pohlaví ani studijní průměr. Pozitivní vliv se však prokázal u doby studia a negativní u zaměstnání.