

Vliv sociálních sítí na angažovanost žáků středních škol

Barbora Zapletalová

Bakalářská práce
2024



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta humanitních studií

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta humanitních studií

Ústav pedagogických věd

Akademický rok: 2023/2024

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Barbora Zapletalová**
Osobní číslo: **H21688**
Studijní program: **B0111A190011 Sociální pedagogika**
Forma studia: **Kombinovaná**
Téma práce: **Vliv sociálních sítí na angažovanost žáků středních škol**

Zásady pro vypracování

Zpracování rešerše a studium odborné literatury.

Vymezení terminologie a teoretických východisek z oblasti rizik sociálních sítí, netolismu a angažovanosti žáků středních škol.

Příprava metodiky empirické části, zpracování projektu výzkumu a stanovení výzkumného problému.

Realizace kvantitativního výzkumu formou dotazníku.

Zpracování a vyhodnocení získaných dat, včetně jejich interpretace.

Prezentace výsledků výzkumu, jejich shrnutí a doporučení pro praxi.



Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

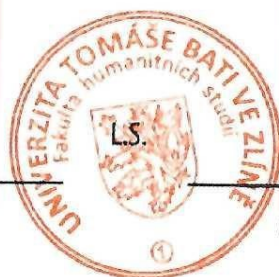
Seznam doporučené literatury:

- BOYD, Danah, 2014. *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press. ISBN 978-0-300-16631-6.
- CHRÁSKA, Miroslav, 2007. *Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-1369-4.
- LINKA, Lukáš, 2015. *Online závislosti: jednání jako droga?: online hry, sex a sociální sítě: diagnostika závislosti na internetu: prevence a léčba*. Praha: Grada. ISBN 978-80-210-7975-5.
- ŠEVČÍKOVÁ, Anna, 2014. *Děti a dospívající online: vybraná rizika používání internetu*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5010-1.
- ŠMAHEL, David, 2003. *Psychologie a internet: děti dospělými, dospělí dětmi*. Praha: Triton. ISBN 80-7254-360-1.

Vedoucí bakalářské práce: **PhDr. Iva Staňková, Ph.D.**
Ústav pedagogických věd

Datum zadání bakalářské práce: **10. ledna 2024**
Termín odevzdání bakalářské práce: **26. dubna 2024**

Mgr. Libor Marek, Ph.D.
děkan



doc. Mgr. Jakub Hladík, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že

- elektronická a tištěná verze bakalářské práce jsou totožné;
- na bakalářské práci jsem pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně 19.4.24

¹⁾ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) *Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlášení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.*

(3) *Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.*

2) *zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:*

(3) *Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).*

3) *zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:*

(1) *Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst.*

3). *Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.*

(2) *Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.*

(3) *Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.*

ABSTRAKT

Podstatou této bakalářské práce je zjištění, zda má aktivní užívání sociálních sítí negativní vliv na angažovanost žáků středních škol, jak v rámci jejich práce ve škole, tak v plnění domácích povinností, tak na vnímání sebe samého a svého okolí.

Způsob sběru dat byl on-line dotazník, který je kombinací standardizovaného dotazníku pro angažovanost studenta a vlastními otázkami týkajícími se používání sociálních sítí. Přičemž bylo zjišťováno, jestli má míra užívání sociálních sítí vliv na angažovanost žáka v učení či plnění domácích povinností. A jestli je míra angažovanosti u chlapců a dívek stejná, či se liší. Cílem je objektivní a spolehlivé poznání o užívání sociálních sítí všech ročníků vybraných středních škol, jejich motivacích, postojích, rizicích a přínosech spojených s touto aktivitou.

V rámci „Lockdownu“ kvůli nemoci Covid-19 se užívání některých momentálně populárních sociálních sítí až zdvojnásobilo a bude zajímavé znát následky tohoto aktuálního fenoménu.

Klíčová slova: Angažovanost, sociální sítě, FOMO, JOMO, závislost na sociálních sítích, rizikové chování, generace Z, žák střední školy, Facebook, YouTube, TikTok, Twitter, Instagram, SnapChat,

ABSTRACT

The main subject of this bachelor's thesis is finding out whether the active use of social networks has a negative effect on the engagement of secondary school students, in their work at school and in the fulfillment of chores, as well as on the perception of themselves and their surroundings, or not.

The method of data collection was an online questionnaire, which is a combination of a standardized questionnaire about student engagement and my custom questions about the use of social networks. It was investigated, whether the level of use of social networks has an effect on the student's engagement in learning or fulfilling household duties. And whether the level of engagement between boys and girls is the same or different. The goal is an objective and reliable knowledge about the use of social networks of all years of selected secondary schools, their motivations, attitudes, risks and benefits associated with this activity.

Because of „Lockdown“ due to the Covid-19 disease, the active use of some currently popular social networks has doubled, and it would be interesting to know the consequences of this current phenomenon.

Keywords: Engagement, social media, FOMO, JOMO, addiction on social media, risky behavior, generation Z, a high-school student, Facebook, YouTube, TikTok, Twitter, Instagram, SnapChat,

Chtěla bych tímto hluboce poděkovat paní PhDr. Staňkové, Ph.D., za poskytnutí vedení mé bakalářské práce. A především za její trpělivost, kterou v tomto procesu oplývala.

Mimo jiné bych měla také poděkovat své rodině, neb mne podporovala od samého začátku, až do konce. Byla pro mne ohromnou motivací.

Děkuji

„Sociální sítě jsou skvělá věc, pokud a dokud chcete to, co chtějí ony.“

-Petr Koubský

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD	11
I TEORETICKÁ ČÁST	14
1 ANGAŽOVANOST	15
1.1 ANGAŽOVANOST ŽÁKŮ	16
2 SOCIÁLNÍ SÍŤ A SOCIÁLNÍ MÉDIUM	19
2.1 SEZNAM NEJPOPULÁRNĚJŠÍCH SOCIÁLNÍCH SÍTÍ	20
2.2 POPISY PUBESCENTY NEJČASTĚJI POUŽÍVANÝCH SÍTÍ PRO ROK 2022	21
2.2.1 Facebook	22
2.2.2 Instagram.....	23
2.2.3 YouTube.....	24
2.2.4 TikTok.....	25
2.2.5 SnapChat	26
2.2.6 X- dříve Twitter.....	27
3 NETOLISMUS – ČILI ZÁVISLOST NA INTERNETU	28
3.1 ZÁVISLOST NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH.....	29
3.2 VLIVY NADMĚRNÉHO UŽÍVÁNÍ INTERNETU U DOSPÍVAJÍCÍCH	30
3.3 FOMO – FEAR OF MISSING OUT	34
II PRAKTICKÁ ČÁST	37
4 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ	38
4.1 VÝZKUMNÉ OTÁZKY	38
4.1.1 Výzkumné hypotézy.....	38
4.2 NÁVRH DOTAZNÍKU.....	39
4.3 VÝZKUMNÝ SOUBOR A ZPŮSOB JEHO VÝBĚRU.....	40
5 DATOVÁ ANALÝZA	41
5.1 ZPŮSOB VÝZKUMU	42
5.2 VZTAH MEZI MÍROU UŽÍVÁNÍ SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH A MÍROU ANGAŽOVANOSTI.....	43
5.2.1 Způsob práce s daty.....	44
5.3 SOUVISLOST MEZI DRUHEM SOCIÁLNÍ SÍTĚ A POHLAVÍM	50
5.4 MÍRA ANGAŽOVANOSTI V ZÁVISLOSTI NA POHLAVÍ	54
ZÁVĚR	57
DOPORUČENÍ DO PRAXE	59
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	60
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	65
SEZNAM OBRÁZKŮ	66

SEZNAM TABULEK.....	67
SEZNAM PŘÍLOH.....	68

ÚVOD

Užívání sociálních sítí (a sociálních médií) je součástí každodenního života mnoha lidí všeho věku a pohlaví, kteří si prostřednictvím nich udržují kontakty s přáteli, rodinou, kolegy, sdílejí zde informace, názory a zájmy, nebo se seznamují s novými lidmi. Rozdíl mezi sociální sítí a sociálním médiem je ve způsobu a formě komunikace v interaktivním prostředí. Zatímco sociální sítě jsou spíše zaměřeny na síť vzájemných vztahů a užší komunikaci mezi členy sítě vztahů (a vyžadují tedy aktivní oboustrannou formu komunikace), sociální média užívají široké spektrum prostředků pro zobrazení obsahu (obsahu) sdělení co největšímu publiku bez nutnosti zapojení se do komunikace (a jsou tedy pasivní jednostrannou formou komunikace). Je vhodné znát rozdíl, ale kvůli srozumitelnosti textu je užitečné používat pojem „sociální síť“ jako zastřešující pojem pro obě formy síťové komunikace, anebo případně vždy v kontextu uvést, zda se jedná o sociální síť či médium.

Sociální sítě mají své výhody a radikálně znásobily objem komunikace mezi lidmi, ovšem také přinášejí určitá rizika a nebezpečí. Dle názoru odborníků vede nadměrné užívání sociálních sítí k vážným psychickým a zdravotním problémům. Je důležité, aby si uživatelé sociálních sítí i tvůrci obsahu byli vědomi těchto dopadů a přistupovali k používání těchto platforem zodpovědně.

Společenský dopad užívání sociálních sítí je obrovský. Kromě primárně zamýšlené komunikace a socializace zahrnuje například oblast podnikání (marketing, zákaznický servis), politiky (aktivní ovlivňování politické diskuse a veřejného mínění), vzdělávání (sdílení informací a poznatků), aktivismu (organizování kampaní, svolávání demonstrací). Obrovské společenské riziko představuje šíření dezinformací a radikalizace uživatelů sociálních sítí.

Z hlediska sociální pedagogiky je téma rizikového užívání sociálních sítí nanejvýš důležité a aktuální. Zpráva o digitálních závislostech v České republice 2023 tvrdí: „*Celkem 74,2% tráví denně čas na sociálních sítích (např. Facebook, Instagram, WhatsApp, Twitter, Skype nebo Messenger), o něco častěji dívky (76,7% oproti 72,0% chlapců).*“ A dle výzkumu UPOL z roku 2021, tráví běžný všední den na sociálních sítích více než dvě hodiny denně 61,5% žáků. A více než 4 hodiny denně pak celkem 22,4% žáků. (CHOMYNOVÁ, 2023) Už více jak dvě hodiny denně na sociálních sítích se definují jako rizikové. Ačkoliv to každá studie hraničí trochu jinak. Víme, že většina dnešních dětí vlastní „smartphone“ a užívá sociální sítě už od věku 11 - 12 let. A vzhledem k tomu, že sociální sítě mají většinou

minimální věkovou hranici pro vytvoření profilu až 13 let, musí o svém věku lhát. Výzkum například ukázal, že téměř tři čtvrtiny dívek a polovina chlapců cítí nutkání sdílet takový kontent (obsah) svých uživatelských příspěvků, který je zobrazuje či vykresluje „atraktivně“, což může být nesmírně nebezpečné například v oblasti šíření dětské pornografie.

Zároveň je zřejmé, že užívání sociálních sítí pro děti a mládež představuje určitou formu osvobození a naplňuje jejich potřebu sebevyjádření.

Po dotázání nejmladších uživatelů sociálních sítí, co by si přáli, aby dospěli o sociálních sítích věděli, byla nejčastější odpověď, že sociální sítě mladým poskytují propojení a možnost vyjádření. Ovšem dále uvedli, že strach z toho, že když nebudou na sociálních sítích a „o něco tak přijdou“, je horší než občasný nenávistný komentář na jejich kontent či na jejich vzhled. (Tierney, 2022)

Tato obava (FOMO: „Fear of Missing Out“), přesněji řečeno strach z propásnutí, může mít závažné dopady na duševní zdraví uživatelů.

Sociální pedagogika si primárně klade za cíl pozitivně působit na jedince tak, aby se dobře začlenil do společnosti. Fenomén sociálních sítí přitom jakoby odvádí pozornost a soustředěnost uživatelů sítí od primárního cíle nenásilného a pokud možno co nejpřirozenějšího začleňování. Nejde pouze o angažovanost začleňovaného, jakkoli je to velice důležité, ale také o přijímání rizikového a nebezpečného obsahu.

Je zřejmé, že sociální sítě jsou a budou trvalým prostředkem komunikace. V prostředí liberální společnosti není možné nějak dramaticky kontrolovat obsah, který se na sociálních sítích šíří. Mohli bychom rovnou sociální sítě označit za nevhodný či negativní nástroj, jako prostředek odvádění uživatelů od primárního cíle jejich začlenění do společnosti, ale to by nebylo rozumné. Jakkoliv mohou působit negativně, tak to ale žádným způsobem neovlivní jejich oblíbenost a rozšířenost. Musíme se realisticky smířit s jejich existencí a hledat nástroje, které nám umožní minimalizovat škody, které mohou sociální sítě způsobovat v procesu socializace. K tomu potřebujeme dobře poznat chování uživatelů sítí včetně toho, jaké sítě používají a co očekávají od obsahu sociálních sítí.

Vystává díky tomu spousta otázek, na které se v následujících kapitolách, teoretické a praktické části, budu zaměřovat. Například, jestli existuje v chování rozdílnost v závislosti na pohlaví. Jestli chlapci i dívky používají stejné sociální sítě a obdobně často. Závažná je otázka angažovanosti žáků středních škol, protože angažovanost je v procesu socializace klíčová. Má například konkrétní sociální síť či sociální médium větší vliv na angažovanost

než jiná? Předběžně se dá očekávat, že čím více času žáci stráví užíváním sociálních sítí, tím méně budou angažovaní v ostatních oblastech. V následujících kapitolách si definujeme angažovanost žáků relevantní pro výzkum, závislost na sociálních sítích a rizika s ní spojená a přímo sociální sítě jako takové.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 ANGAŽOVANOST

Pojmem angažovanosti označujeme účast, zájem a motivaci k nějaké aktivitě. Jedná se tedy o osobní postoj k určité činnosti, práci, aktivitě, instituci, studiu atd. Angažovaný člověk je v tomto smyslu proaktivní, své povinnosti plní dobrovolně, má ze své činnosti radost a přistupuje k činnosti pozitivně. Zároveň může přicházet s novými způsoby, jak své úkoly plnit. Je schopen pracovat dlouhodobě a cítí u toho uspokojení, což se pak odráží na jeho pozitivním vztahu k vykonávané činnosti, ale i k instituci či firmě, kde svou aktivitu realizuje. Instituce či firmy musí tak angažovanost aktivně podporovat, neb vede k vyššímu pracovnímu výkonu. Nejčastěji se jedná o podporu zajištěním správných a vhodných nástrojů k výkonu dané práce, dostatečným zájmem o zaměstnance či žáka a o jeho práci, či odměnami, například peněžními nebo pochvalami.

(Inspirata, 2022)

Neangažovaný člověk se naopak vyznačuje nedostatkem zájmu a negativním postojem k vykonávané činnosti. Jedná se tedy o člověka nemotivovaného, nebo může být jeho vnitřní motivace negativní (například strach).

Úbytek na angažovanosti v pracovním prostoru dle webové stránky „*offineeds.com*“ může být zapříčiněn hned několika faktory. Nejčastěji se jedná o pocit, že je zaměstnavatelé tlačí, neustále je kontrolují a čekají na jejich neúspěch. Nicméně k tomu může vést i nedůvěra spolupracovníků. Dále také nedostatek komunikace, málo možností dalšího pracovního či osobního růstu, neuspokojivé finanční ohodnocení nebo nedostatečné verbální ohodnocení jejich práce a snahy. (Acharya, 2021)

Domnívám se, že angažovanost a její úbytek může být také úzce spjatý s tzv. „*Burn out syndrom*“, čili „*syndromem vyhoření*“ (dle knihy „*Syndrom vyhoření a jak jej zvládnout*“ se jedná o pocit psychické i fyzické únavy v důsledku velkého vytížení z dlouhodobé angažované a intenzivní práce, pocit odcizení se od náplně svého zaměstnání a celkový pokles výkonnosti (Stock, 2010)).

Tento syndrom je nejčastěji sledován v profesích pomáhajících (jako jsou dle MUDr. Zbyňka Mlčocha například: lékaři, sociální pracovníci, či učitelé (Mlčoch, 2012)). První fází syndromu vyhoření je „*idealistické nadšení*“, která se objevuje hned na začátku výkonu práce. Pojí se s ní ohromný zájem o profesi a její náplň. Zaměstnanec je plně motivován, dobrovolně si bere práci navíc, vymýšlí nové metody provedení práce a mnohdy mají idealistické představy, že svou činností změní svět. Jedná se teda o chvíli, kdy je jejich

angažovanost v pracovním prostředí na nejvyšší úrovni. Ale už ve fázi druhé, (čili „stagnace“) si uvědomuje realitu jeho zaměstnání a jeho angažovanost začíná rapidně klesat. Často se tak stává právě proto, že si po opadnutí prvotního nadšení uvědomí, kolik faktorů ho na zaměstnání frustruje. Nejvíce se jedná o špatné platové ohodnocení, pocit že jejich práci nikdo nevnímá, nebo nepříjemnou atmosféru v pracovním prostředí. Toto jsou faktory přímo spjaté s úbytkem angažovanosti. A pokud se angažovanost v profesi nebude podporovat, přijde konečná fáze syndromu vyhoření, a to „apatie“, čili stav vnitřní rezignace. Zaměstnání se pro člověka stalo zdrojem zklamání a dělá to jen, protože cítí, že musí. Nejčastěji lidé syndrom vyhoření řeší opuštěním práce. (Stock, 2010)

Lidi průměrně vymění pracovní pozici jednou za 4 roky, a za nejčastější důvody pro opuštění práce potom udávají například právě nedostatečné finanční ohodnocení, nedobré vztahy s nadřízeným, touha po zajímavější či méně stresující pracovní pozici, nebo pocit nedostatečného kariérního a osobního růstu. (Doyle, 2020) Což jsou z většiny faktory ovlivňující angažovanost a také vedoucí k syndromu vyhoření, a dá se tedy předpokládat, že díky nedostatečné angažovanosti začnou zaměstnanci dříve pociťovat vysoký stres či nezáměr, vedoucí ke změně profese.

1.1 Angažovanost žáků

Budeme se zabývat angažovaností žáků středních škol, tudíž v následujících kapitolách a oddílech se angažovanost bude vždy vztahovat k žákům a školskému prostředí, resp. k plnění úkolů v rámci domácností.

Za „angažovaného žáka“ tedy budeme považovat toho, který se učí novým věcem nejen dobrovolně, ale protože je pozitivně motivován potřebou vědět více například proto, že v probíraných tématech vidí smysl a jsou pro něj něčím atraktivní a lákavé. Pokud je do procesu učení nucen vyučujícím, rodiči, či je poháněn nějakou jinou negativní motivací (strachem z trestu), nedá se považovat za „angažovaného“. Angažovanost studentů lze ovšem chápat také jako finální výstup snahy škol (či jiných výukových středisek), a jejich zaměstnanců, o kvalitní výběr a aplikaci způsobů, metod a prostředků výuky a motivace do ní. (Glossary and Great Schools Partnership, 2016)

Dobrovolnost a radost z učení pramení z pocitu uspokojení a je důležité tento pocit brát jako učitelův cíl. Při svém výkladu je potřebné neustále zjišťovat, jestli všichni ve třídě doopravdy chápou probírané učivo a jeho principy. Ujistění tohoto stavu je dobré provozovat za pomoci úkolů (jak skupinových, tak individuálních), her, možnosti zopakování látky studentem, dotazníkem atp. Angažovaný student by neměl mít problém se samostatnou prací, neb je

motivován hledat informace a chápat návaznosti. Stejně tak by ale měl být plně schopen pracovat ve skupině a komunikovat se spolužáky ve třídě. Při podpoře angažovaného učení je vhodné vyučovat ve třídě upravené tak, aby bylo komunikaci ve třídě vyřazeno co nejvíce prostoru a prostředků. Například práce u kulatých stolů, které velice podporují spolupráci formou debat přisedících. Tímto způsobem mohou žáci sdílet své znalosti se skupinou a učit se aktivnímu naslouchání druhým. (Konvaliková, 1995)

Ve školním prostoru jsou důvody ke ztrátě motivace a tudíž i angažovanosti obdobné, jako v pracovním prostředí. Mimo nedostatek ohodnocení jejich práce, špatné komunikace a špatných vztahů s učiteli, či spolužáky, nebo nezáživnou formou výuky je ale také nutno zmínit, že k úbytku angažovanosti dost pravděpodobně vede i rizikové chování (či později i závislosti). Dá se jasně vyvodit, že pokud žák tíhne k záškoláctví, nejsou pro něj jeho výsledky ve výuce prioritou a je dost možné, že kdyby cítil větší angažovanost, fungovalo by to jako prevence dalšího vývoje tohoto rizikového chování.

Mezi rizikové chování je ovšem dnes už třeba zahrnout i vyšší čas strávený na sociálních sítích. Generace Z (lidi narozeni od poloviny 90. let 20. století až do roku 2010) je první, která se už přímo narodila do doby sociálních sítí. První sociální síť pochází z roku 1997 a nese jméno SixDegrees, uživatelům poskytla možnost vytvořit si profil, sdílet informace a komunikovat s přáteli, které síť rozdělovala do tří oddílů, čili „degrees“, podle vztahové blízkosti. První oddíl byly profily, se kterými jste byli přímo propojeni. Druhý oddíl byli ti, co jste znali, ale nejste na síti propojeni a třetí oddíl byli známí těch, které jste měli ve druhém oddílu. Síť je dnes sice stále aktivní, ale takřka nepoužívaná. (Jones, 2022)

Domnívám se, že vyrůstání s přístupem k sociálním sítím výrazně ovlivnilo vývoj této generace. Je sice otevřená konverzácím na různá tabuizovaná témata, jedná se ale o generaci, která otevřeně velmi trpí na velké množství psychických poruch, úzkostí atp. Jen 15% lidí generace Z by na otázku ohledně jejich mentálního zdraví odpověděli, že je jim skvěle. (Shoichet, 2023) Na otázku ohledně mentálního zdraví minulý rok (2023) v Americe jen 20% dotazovaných z generace Z odpovědělo, že se mají skvěle, což je o 9% méně, než odpověděla generace tzv. „mileniálů“ (skupina lidí narozena v rozmezí od roku 1981 až 1996). (Vankar, 2024)

Je totiž dáno, že pokud člověk tráví na sociálních sítích více, než dvě hodiny denně, může to na ně mít negativní vliv. Obsah (jinak řečeno „content“) na sociálních sítích je dle Dr. Joe Whittingtona tvořen tak, aby byl zajímavý a vyvolával uvolňování dopaminu, což v člověku navodí pocit uspokojení. Zvyšuje se tak pravděpodobnost na vypěstování si závislosti na

internetu (jinak známo jako „*netolismus*“) či mohou začít prožívat tzv. „*FOMO*“ efekt (čili „*Fear of missing out*“, v českém překladu „*Strach, že o něco přicházím*“). (Hui, 2024)

V situaci, kdy by na sociálních sítích trávili více, než je doporučená doba, by pro ně jejich výsledky ve výuce či plnění domácích povinností mohly přestat být prioritou, neb budou veškerý svůj čas a svou snahu vkládat do trávení času na internetu a ujišťovat se, že nepřichází o žádné novinky, či konverzace. Předpokládám tedy, že čím vyšší je míra využívání sociálních sítí, tím nižší je míra angažovanosti v učení a v plnění domácích povinností.

V rámci mé bakalářské práce definujeme angažovat jako aktivní účast na povinnostech, které jsou na žáky kladeny buďto v rámci školních povinností, anebo rodiči v domácím prostředí. Budeme sledovat motivaci jejich angažovanosti v učení, ale také k plnění domácích povinností.

Primárně tedy sledujeme priority žáků. Chci zjistit, jestli jsou dostatečně motivováni do učení a jiných povinností navzdory sociálním sítím a mediím, či jestli mají tendence své povinnosti odsouvat a zvyšovat tak svou aktivitu na sociálních sítích a médiích, což jsme již dříve definovali jako rizikové chování.

2 SOCIÁLNÍ SÍŤ A SOCIÁLNÍ MÉDIUM

U obou případů se jedná o nástroje pro moderní komunikaci a interakci v online prostředí. Proto se tyto pojmy často mísí do sebe. Každopádně hlavním rozdílem je, že sociální sítě chápeme jako prostor pro propojení konkrétních osob, které mezi sebou aktivně komunikují, většinou v prostoru nějaké tzv. „chattovací“ místnosti (Od anglického slova „chat“, čili rozhovor, nebo „pokec“). Kdežto sociální média jsou nástroje pro sdílení textu, vizuálních (statických i mobilních) a audiovizuálních obsahů (Lutkevich, 2021), které nemusí klást na své uživatele nároky v oblasti aktivní komunikace. Často je možnost komunikace s druhými na sociálních médiích spíše druhotná. Obecně se sociální médium spíše snaží aktivně zahrnovat uživatele, pro něj atraktivním obsahem, aby ho na tomto médiu udržel co nejdéle. Každopádně, oba pojmy se v praxi používají jako synonyma. Z tohoto důvodu je praktické používat pojem „sociální síť“ jako zahrnující i pojem „sociální médium“.

Podíváme-li se na tyto pojmy z hlediska historie, tak z předešlé kapitoly už víme, že první sociální síť byla roku 1997 „SixDegrees“, která pak dala základ pro vznik nových, pro uživatele záživnějších. (Jones, 2022) Generace Z vyrostla s přístupem na veškerá z nich. Za zmínku stojí sociální síť s názvem „MySpace“, který byl založen roku 2003 a nejvíce populární byl mezi lety 2005 až 2008. Tato síť dala uživateli možnost založit si profil, který byl plně upravitelný tak, aby co nejvíce vystihoval osobnost a koníčky uživatele. Mohly se měnit barvy pozadí, fonty písma a mimo jiné se tam dalo například sdílet jakou hudbu posloucháte, nebo nějaký citát s kterým uživatel momentálně souzněl. Síť byla přístupná od třinácti let a uživatelé mladší šestnácti let nemohli vidět a komunikovat s profily starších osmnácti let, aby se snížila pravděpodobnost styku se sexuálními predátory. Hlavní náplní byla ovšem stále komunikace s jinými uživateli v chatovacích místnostech. (Britannica T. E., 2024)

MySpace se stal hlavně populární u mladých teenagerů, hlavně potom v komunitě zvané „EMO“ (Název této komunity vychází ze zkratky „Emotional Hardcore“, tudíž „velmi citliví“. Jedná se o lidi, kteří původně oblibovali hudbu od poloviny osmdesátých let a vyžívali se v hlubokých textech. Mají extravagantnější styl oblékání založený na ponuřejších barvách, výrazných vzorech, tričcích kapel a například žilettek nebo ostnů v rámci doplňků. Osobnostně se popisovali jako uzavření, smutní, kreativní a hloubaví. (Matthews, 2023)), pravděpodobně za to mohla právě snadná úprava profilů, která jim přišla atraktivní, neb to pro ně byl nový prostor k sebevyjádření. Říká se, že „EMO“ a s ní spjatá „Scene“ komunita

(obdoba „EMO“ stylu, jen zahrnuje více barevné oblečení) vyrostla společně s MySpace a jsou tedy úzce spjati. (Tedder, 2023)

MySpace byl tedy primárně sociální sítí, stejně jako dříve populární „ICQ“ (vycházející ze zkratky věty „I seek you“, čili „Hledám Tě“, který vznikl už roku 1996, ovšem populární se stal až po roce 1998, kdy ho původní společnost, Mirabilis, prodala, a po roce 2001 už měl zaregistrovaných přes 100 milionů uživatelů (Knight, 2022)), nebo „Skype“ který byl založen roku 2003, a tedy jen rok před tím, než se na internetu objevil „Facebook“, který měl v popisu práce nejen umožnit komunikaci mezi uživateli, ale také na hlavní zdi sdílet myšlenky, informace či fotky se všemi ostatními uživateli. Jedná se tedy v podstatě o první sociální médium a věřím, že to byl jeden z hlavních důvodů, proč si za tak krátkou dobu získal tak vysoký počet uživatelů a dlouho trvající popularitu.

2.1 Seznam nejpůvodnějších sociálních sítí

Celkový počet uživatelů sociálních sítí dosahuje nyní v dubnu 2024 počtu 4,95 mld. Řada uživatelů používá několik sociálních sítí, takže celkový počet registrovaných účtů je mnohem větší než počet uživatelů. Globálně užívá sociální sítě 62,3 % lidí. Aktuálně nejpoužívanější sociální sítě na světě s uvedením počtu uživatelů činí: (data viz <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>):

1. Facebook: 3,049 milionů aktivních uživatelů měsíčně
2. YouTube: 2,491 milionů aktivních uživatelů měsíčně
3. WhatsApp: 2,000 milionů aktivních uživatelů měsíčně
4. Instagram: 2,000 milionů aktivních uživatelů měsíčně
5. TikTok: 1,562 milionů aktivních uživatelů měsíčně
6. WeChat: 1,336 milionů aktivních uživatelů měsíčně
7. Facebook Messenger: 979 milionů aktivních uživatelů měsíčně
8. Telegram: 800 milionů aktivních uživatelů měsíčně
9. Douyin: 752 milionů aktivních uživatelů měsíčně
10. Snapchat: 750 milionů aktivních uživatelů měsíčně

Více než polovina občanů České republiky ve věku nad 16 let byla v roce 2023 zaregistrována na některé ze sociálních sítí, přičemž řada uživatelů používá několik sociálních sítí, takže počet registrovaných uživatelských účtů na sociálních sítí v Česku přesahuje 8 milionů (8,18 milionů v roce 2023). Podle údajů serveru Statista (<https://www.statista.com/topics/8905/social-media-in-czechia/#topicOverview>) strávili

Češi na sociálních sítích průměrně 2,75 hodiny denně. Což jak již víme, přesahuje bezpečnou hranici a může tedy vést k rizikovému chování. Nejpopulárnějšími sociálními sítěmi v Česku jsou aktuálně Facebook a YouTube s celkem 6 miliony aktivních účtů, Instagram používá v Česku 4 miliony uživatelů, přičemž primárně populární je mezi mladými lidmi, tedy generací Z. Celkem 78 % Čechů denně používá internet a téměř každý Čech ve věku 15 – 29 let má zřízený účet na některé sociální síti. Další populární sítě jsou dle článku, z minulého roku, „Nejpoužívanější sítě v České republice“ také TikTok, X (dříve „Twitter“) a LinkedIn (Černovský, 2023)

Pubescenti LinkedIn samozřejmě takřka nepoužívají, a tak u nich vysoké příčky zaujala sociální síť zvaná SnapChat. Facebook sice většina z nich vlastní, ale přílišně ho nepoužívají. Místo Facebooku u nich nahradil Instagram. TikTok a Youtube jsou typickými sociálními médii a je zajímavé, že je jejich používání rozděleno pohlavím. Zatím co YouTube je více preferován chlapci, TikTok je primárně využíván dívkami. Nutno ovšem také zmínit, že i když je YouTube spíše využíván chlapci, tak i dívky ho poměrně dost používají. Kdežto TikTok je chlapci spíše nepoužíván. (Tierney, 2022)

2.2 Popisy pubescenty nejčastěji používaných sítí pro rok 2022

Výběr sociálních sítí vychází z popularity sítí v rámci tzv. generace Z, čili lidí narozených od poloviny 90. let 20. století do roku 2010. Studenti 1. – 4. ročníků středních škol jsou příslušníky této generace. Konkrétně se jedná o sítě Facebook, Instagram, YouTube, TikTok a SnapChat. Těchto pět nejoblíbenějších sítí doplňuje ještě síť X, dříve Twitter. Síť X je totiž nejtypičtější zástupce sociální sítě ve smyslu aktivity uživatelů, což platí i o síti SnapChat. TikTok, YouTube je spíše sociální médium. Facebook a Instagram jsou tak trochu obojím, přičemž roli čisté sociální sítě na sebe u Facebooku převzal Messenger, který je jak integrální součástí platformy Facebook, tak samostatně fungující platforma. Síť X navíc patří mezi mediálně nejčastěji zmiňované a citované sociální sítě, takže i když je její relevance v rámci Generace Z nízká, má mít své místo v rámci popisu i následného výzkumu.

Všechny představené sociální sítě fungují globálně, tzn. že jsou přístupné a užívané na celém světě. Nicméně používání sociálních sítí v Číně podléhá státnímu doзору, na který jednotlivé sociální sítě reagují různě. Nejčastěji omezují některé svoje funkcionality. Z tohoto důvodu je čínský trh specifický tím, že na něm panuje preference čínských sítí. Facebook, Instagram, YouTube a SnapChat se opírají o uživatele v Indii a USA, kdežto TikTok (a sesterská síť Douyin) se opírá o uživatele v Číně. Za zmínku stojí ještě ruské sociální síť Telegram (a

Vkontakte), které sice nejsou tolik rozšířené jako například Facebook a TikTok, ale se stovkami milionů uživatelů po celém světě se jedná o velké sociální sítě a pro ruský mluvící uživatele, resp. pro část východní Evropy a střední Asie se jedná o hlavní sociální síť.

Z dalších sociálních sítí, které však nebudeme blíže představovat a ani nebudou předmětem výzkumu, zmiňme alespoň Pinterest (zaměřením na sdílení vizuálního obsahu), LinkedIn (profesionální síť se zaměřením na navazování obchodních a pracovních kontaktů), Reddit (diskusní platforma pro hlubší konverzaci mezi členy – obdoba starších chat roomů), Discord (má podobnou náplň jako Reddit), Twitch (platforma pro sdílení videoher). Všechny mají svoji relevanci, ale ani jejich vlastní uživatelé jim nepřikládají hlavní úlohu. Výjimku mohou tvořit Reddit a Discord, na kterých se vytváří uzavřené skupiny věnující se nějakému specifickému předmětu zájmu. Pro tyto zatím okrajové skupiny mohou být Discord či Reddit hlavní sociální sítě. Trošku specifický je Pinterest, který patří mezi nejoblíbenější sítě, ale nikdy není jedinou či hlavní sítí – tou je v tomto případě Instagram.

2.2.1 Facebook

Založen v roce 2004 Markem Zuckerbergem. Vlastní jej společnost Meta.

Je to největší sociální síť vůbec. Nejvíce uživatelů má v Indii (366 milionů) a přes 100 milionů uživatelů má i v USA, Indonésii a Brazílii. (Dixon, Leading countries based on Facebook audience size as of January 2024, 2024) Jednu pětina uživatelů sítě Facebook tvoří muži ve věku 25 – 34 let a ženy v této věkové skupině tvoří dalších 13 % uživatelů této sítě. V rámci sítě se šíří zhruba čtvrtina obsahu, který nijak nesouvisí s osobou uživatele, čili není žádným způsobem navázán ani na přátele uživatele, ani na vyžadované okruhy zájmového obsahu. Stojí za tím fenomén tzv. falešných účtů, které slouží k masovému šíření nevyžádaného obsahu. Například v roce 2023 bylo správci sítě z tohoto důvodu zrušeno 690 milionů účtů. (Dixen, Actioned fake accounts on Facebook worldwide from 4th quarter 2017 to 4th quarter 2023, 2024)

Důvod vzniku sítě byl ovšem poněkud zvláštní. Když byl Facebook poprvé spuštěn byl Zuckerberk ještě na studiích na Harvardu. Se svými spolužáky, v roce 2003 vytvořil stránku s názvem Facemash, kde měli uživatelé možnost hodnotit atraktivitu jejich spolužáků. Protože to porušovalo pravidla školy, byla stránka po pouhých dvou dnech stažena z internetu. Nicméně už jen po dvou dnech mělo 450 uživatelů, kteří stihli odhlasovat až dvacet dva tisíckrát. Po stažení této stránky se rozhodl uveřejnit na internet novou verzi pod odkazem: „<http://www.thefacebook.com>“ a později za pomoci spolužáků Saverina, Hugese a Moskovitze, vytvořil sociální síť takřka takovou, jakou jí známe dnes. (Hall, 2024)

Jedná se o sociální síť, kde si uživatel bezplatně vytvoří svůj profil a může tam online komunikovat s přáteli, rodinou, blízkými, ale i cizími lidmi. Uživatel si „přátele“ (lidé, se kterými je na platformě ve spojení) vybírá zasláním žádosti, kterou druhý uživatel může, či nemusí přijmout. Na Facebookové hlavní zdi máte možnost sdílet nejen textové příspěvky, ale také fotografie, videa a hudbu. Na příspěvky je také možné reagovat sérií ikon, jako například palec nahoru (=líbí se mi to), plačící emotikon (=to mě mrzí), mračící se emotikon (=to mě štve), atp. (Internet Safety Awareness Centre, Explained: What is Facebook?)

2.2.2 Instagram

Stejně jako Facebook je vlastněn společností Meta. Na rozdíl od Facebooku nebyl ovšem Instagram přímý Zuckerbergův produkt. Jen ho odkoupil od Kevina Systroma. Ten původně založil síť s názvem „Burbn“ (od slova Burbon, neb Systrom velmi rád pil Whiskey a právě Burbon), která měla lidem poskytovat možnost fotit podniky či jiná místa a umisťovat je na mapu, aby se o těchto méně známých místech rychleji dozvědělo více lidí. Uživatele nejvíce bavila právě ta možnost fotografování. Takže v roce 2010 společně s Mikem Kriegerem přepracovali tuto síť tak, aby lidem poskytla možnost fotit fotky na jejich telefon a instantně je sdílet se světem. Podle toho dostala i její název „Instagram“ (Eldridge, 2024)

Původně byl sociálním médiem, neb na hlavní stránce se pouze sdílely fotografie, na které byla možnost reagovat. Nicméně, dle webové stránky Lifewire, v roce 2013 se na Instagramu objevila možnost soukromých zpráv. (Moreau, 2021) Postupem času se z něj tak stal, nyní jednou z nejpobulárnějších, sociálních sítí. Zatímco Facebook je hojně používám staršími generacemi, od dob co Instagram nabízí možnost soukromých zpráv se Instagram stal nejpreferovanější sociální sítí generace Z. Uživatelé ve věku 18 – 24 let tvoří přes 30 % všech uživatelů Instagramu, druhou nejpočetnější skupinu pak tvoří mileniálové. Jakkoli je tato síť zatím v rámci obou nejmladších generací velice pobulární, dochází k rychlé proměně uživatelského chování a odhaduje se, že od roku 2025 budou v rámci těchto dvou generací používanější sítě TikTok a SnapChat.

Instagram je tedy spojený se sdílením obrázků a životním stylem, původně se mezi uživateli Instagramu kladl velký důraz na estetickou stránku sdíleného obsahu. Nicméně s masovým rozšířením se obsah změnil a nyní síť nabízí velice různorodý obsah. V současnosti tak už jen menší část uživatelů této sítě klade důraz na estetický či kreativní obsah, kdežto většina preferuje zábavné či vtipné příspěvky. Síť si přesto udržuje a rozvíjí nástroje, prostřednictvím kterých lze snadno vytvářet vizuálně příjemný obsah.

Nejvíce uživatelů Instagramu je v Indii (230 milionů) a dále v USA (143 milionů) a v Brazílii (113 milionů). (Dixen, Leading countries based on Instagram audience size as of January 2024, 2024)

Uživatelé ve věku 18 – 24 let tvoří přes 30 % všech uživatelů Instagramu, druhou nejpočetnější skupinu tvoří tzv. mileniálové, čili lidé narození po roce 1982. Jakkoli je tato síť zatím v rámci obou nejmladších generací velice populární, dochází k rychlé proměně uživatelského chování a odhaduje se, že od roku 2025 budou v rámci těchto dvou generací používanější sítě TikTok a SnapChat.

2.2.3 YouTube

Založen v roce 2005 a vlastněn společností Google. Než ho Google v roce 2006 koupil, patřil Chadovi Hurleymu, Steveovi Chenovi a Jawedovi Karimu. Ti sociální médium stvořili s myšlenkou, že by se lidem mohla líbit možnost sdílet se světem jejich domácí videa. Jejich nápad měl ohromný úspěch. Jen krátce od spuštění „beta verze“ YouTubeu měla stránka okolo třiceti tisíc návštěvníků týdně. Když se pak uveřejnila oficiální verze, měl YouTube i dva miliony návštěv denně. S tak rychle rostoucí popularitou však nikdo nepočítal a majitelé tak museli pravidelně řešit problémy s přehlcením serveru. Byli nuceni nakupovat stále výkonnější stroje a zajišťovat kvalitnější přístup k internetu. Mimo jiné se potýkali s tím, že nezvládají monitorovat sdílený obsah a tak často videa obsahovala „copyrightovou“ hudbu, nebo nevhodné záběry. Z tohoto důvodu se rok od spuštění rozhodli YouTube prodat společnosti Google. (Hosch, 2023)

Sociální médium YouTube je populárnější mezi muži než mezi ženami. Muži ve věku 25 – 34 let tvoří 12 % uživatelů YouTube, ženy ve stejné věkové kohortě tvoří 9 % uživatelů.

Nejvíce uživatelů má v Indii (470 milionů uživatelů) a v USA (240 milionů uživatelů). (Ceci, Countries with the most YouTube users 2024, 2024)

YouTube dnes slouží ke sledování videí, filmů či videoklipů k písňím. Na videa zaregistrovaný uživatel může reagovat pomocí ikon palců nahoru (= líbí se mi to) a dolů (=nelíbí se i to), či komentářem. Chce-li se uživatel stát oficiálním „video-tvůrcem“ (tzv. „*YouTuberem*“) na této platformě, založení profilu je nutnost. Nabízí také možnost uzpůsobení profilu pro mladé uživatele (pod třináct let), nesoucí název „*YouTube Kids*“. Pokud profil založíte s tímto štítkem, bude algoritmus YouTubeu vyhledávat pouze videa s nezávadným kontentem a vizuálem pro nejmladší publikum. (Pugatch, 2022)

Povolání YouTubera je hitem generace Z. Ačkoliv dnes už se společně s TikTokery, Instagramery, Twichery, atp. raději zastřešují pod jednotným názvem „Influencer“ (Od

anglického slova „*influence*“, čili „*ovlivňovat*“. Influencer je tedy „*Ovlivňovač*“.) Jedná se o člověka, který pravidelně tvoří obsah na YouTube a tím postupně získává fanoušky, kteří ho aktivně sledují. Za shlédnutí jeho videa pak dostává peníze. Stejně jako za reklamy před videem, během videa, nebo za zmínění služby nebo produktu ve videu.

Nejznámější Youtuberi jsou dnes dle údajů ze stránky socialblade.com ([Top 100 YouTubers sorted by Subscribers - Socialblade YouTube Stats | YouTube Statistics](#)) MrBeast, s momentálním počtem sledujících 248 milionů a PewDiePie, který se považuje za zakladatele YouTubera jakožto profese. Momentálně má 111 milionů sledujících. Největší kanál je dnes ovšem T-Series, což není YouTuber a celá skupina tvořící poutavý obsah. Jejich kanál má při dnešním datu 262 milionu sledujících.

2.2.4 TikTok

Je typickou sítí generace Z. Základním „symbolickým znakem“ této sítě byl přechod od stolních počítačů k mobilním telefonům a tvorba krátkých videopříspěvků.

Po tom, co velmi krátký, několika vteřinový obsah s rychlým sdělením a jednoduchou pointou začal být v roce 2013 velmi populární díky sociálnímu médiu Vine, se v roce 2014 objevilo obdobné sociální medium založeno v Číně, Musical.ly. Později, v roce 2017, bylo po prodání společnosti ByteDance přejmenováno na dnes už známý TikTok (Britannica, T. Editors of Encyclopaedia, 2024)

Nabízí prostor hlavní zdi, kde se uživatelům ukazují videa. Původně o maximální délce 15 vteřin (dnes je maximální délka videa 10 minut). Na tyto videa má uživatel po bezplatném založení profilu možnost reagovat ikonou ve tvaru srdce, či napsat krátký komentář o maximální délce 150 znaků. Tvorba vlastních videí je také bezplatná a veškeré videa vytvořené uživatelem (onačené jako „*veřejné*“) budou vystavena na profilu a aktivně posílána na hlavní stránku ostatním uživatelům, které algoritmus TikToku vyhodnotí jako vhodné či potencionální sledovatele. (D'Souza, 2023)

Na začátku roku 2023 dosáhl počet uživatelů TikToku 1 miliardu, přičemž současný počet uživatelů už přesahuje 1,5 miliardy. Jedná se o v absolutních číslech nejrychleji rostoucí sociální síť vůbec. (Ceci, Countries with the most TikTok users 2024, 2024) Zhruba pětinu uživatelů TikToku tvoří ženy ve věku 18 – 24 let. Druhou pětinu uživatelů TikToku tvoří muži ve věku 18 – 24 let. TikTok je typický představitel sociálního média. Některé účty mají obrovskou sledovanost. Například influencera Khabana Lameho či tanečnice Charlie D'Amelie sleduje na TikToku přes 150 milionů uživatelů.

Se sítí TikTok jsou spojeny kontroverze v oblasti bezpečnosti. Západní státy se obávají zneužitelnosti dat z TikToku čínskou vládou. V roce 2023 proto bylo zaměstnancům Evropského parlamentu doporučeno odstranění aplikace TikTok z jejich mobilních telefonů. V Británii a Austrálii mají zaměstnanci státu zakázáno na firemních mobilních telefonech tuto síť používat. Úplný zákaz se zvažuje v USA, pokud nedojde ke změně vlastníka. Síť totiž vlastní od roku 2018 čínská společnost ByteDance, která dále stojí za sociálními sítěmi Douyin, Toutiao a Lemon8. (Ceci, Countries with the most TikTok users 2024, 2024) ByteDance je formálně akciová společnost, ve které sice přes 60 % akcií drží mezinárodní vlastníci, ale rozhodující tzv. zlatou akcií ve společnosti vlastní čínská vláda prostřednictvím speciálního státního fondu. Firma ByteDance má navíc uzavřené strategické partnerství s čínským ministerstvem vnitra pro oblast vztahů s veřejností a přímo podporuje čínskou vládní cenzuru šíření čínských vládních narativů ve světě.

2.2.5 SnapChat

Vlastní jej Snap Inc. Síť byla, s prvotním názvem „Picaboo“ (který se v podstatě hned změnil na SnapChat, nicméně na památku původního jména zůstal síť maskot ducha) založena v roce 2011 na myšlence komunikace pomocí posílání fotek, videí a ručně kreslených obrázků, tzv. „snapů“, které po deseti vteřinách nenávratně zmizí z historie komunikace. Důvodem je jistá forma ochrany uživatelů a zachování anonymity jimi sdíleného obsahu. Jediné co zůstává, je samotný text, který však musíte „zamknout“ delším podržením prstu na zprávě, jinak i ten po zavření aplikace zmizí.

Fotky a videa je možné modifikovat pomoví tzv. „filtrů“, které buďto změní celkové zabarvení, nebo obličej uživatele. Lidé si tam hledají uživatele ke komunikaci pomocí přezdivek a sdílení polohy. Díky mapě, kde GPS postaví Váš profil, si jiní uživatelé v blízkosti můžou rozkliknout profil uživatele a poslat žádost. (Internet Safety Awareness Centre, Explainer: What is Snapchat?)

Nejvíce uživatelů sítě pochází z Indie (182 milionů) a USA (108 milionů), třetí nejpočetnější skupina uživatelů je z Pakistánu (26 milionů). Mezi uživateli sítě je 51 % žen. Síť je obecně pátou nejoblíbenější v rámci generace Z. (Dixon, Countries with the most Snapchat users 2024, 2024)

V roce 2013 byla sociální síť napadena skupinou neznámých „hackerů“, kteří zveřejnili osobní informace skoro pěti milionů uživatelů. Za tuto nepříjemnost se společnost omluvila, napravila nepříjemnosti a od té doby se na síťi nic podobného nestalo. (O'Connell, 2020)

2.2.6 X- dříve Twitter

X je sociální síť založená na tzv. mikrobloggingu (příspěvky nemohou obsahovat více než 280 znaků), který uživatelům umožňuje konverzovat v reálném čase a sledovat aktualizace prostřednictvím zpravodajského kanálu. X/Twitter byl založen v roce 2006 a její logo malého ptáčka se stalo synonymem pro zveřejňování příspěvků na síti, čili tzv. tweetování („pípnutí“). V roce 2022 síť koupil Elon Musk a v dubnu 2023 se Twitter změnil na X sloučením s malou Muskovou sociální sítí. (Britannica T. E., 2024)

Za nákupem sociálního média se skrývá určitá kontroverze. Musk za Twitter zaplatil 44 bilionů dolarů, což mnohým lidem u člověka vlastnického úspěšné společnosti, jako je Tesla a SpaceX, připadá jako velmi zbytečná a zvláštní investice. Musk jako důvod jeho koupě uvedl, že chce vytvořit prostor pro svobodu slova, která nebude nijak cenzurována, neb si každý zaslouží říct svůj názor. Což mnohé lidi přivádí k teorii, že Twitter ve skutečnosti odkoupil jen proto, že kvůli jeho excentrickým výrokům, co na dané platformě uveřejňoval, byly jeho příspěvky aktivně smazávány z důvodu, že algoritmus Twitteru jeho výroky vyhodnotil jako nebezpečné, či nesouznící s pravidly. Lidé tedy předpokládají, že Musk síť koupil, jen s vidinou určité pomsty. (Lerman, 2022)

Síť je populárnější mezi muži (65 %) než mezi ženami (35 %). Čtvrtina všech uživatelů je z USA (95 milionů), kde představuje čtvrtou nejrozšířenější sociální síť vůbec. Na ostatních trzích je pozice X výrazně menší. Největší popularitu zažívala síť v USA před převzetím Elonem Muskem, kdy některé profily (typicky bývalý prezident USA Barack Obama, zpěvák Justin Bieber a zpěvačky Katy Perry a Rihanna) měly přes 100 milionů sledujících. Dnes je nejpopulárnější profil majitele sítě Elona Muska (140 milionů sledujících). (Department, 2024)

3 NETOLISMUS – ČILI ZÁVISLOST NA INTERNETU

Výběrové šetření o využívání informačních a komunikačních technologií v domácnosti a mezi jednotlivci ukázalo, že v roce 2022 používalo internet 84,5% populace od 16 let v ČR, a 77,7% z nich jej využívalo každodenně. 76,7% české populace využívá internet v mobilu, přičemž 41% z nich tvoří věková kategorie 16-34 let

Oficiální, sjednocená definice digitální závislosti jako takové zatím neexistuje. Přesto se setkáváme s několika termíny, které toto téma zastřešují. Termín „internetová závislost“ byl poprvé použit americkým psychiatrem Goldbergem v roce 1995, dále jsou tu termíny jako: Patologické užívání internetu, virtuální závislosti, kyberzávislosti, nebo tzv. „závislosti na internetu“. (CHOMYNOVÁ, 2023) Zmínky o závislosti na internetu se poprvé objevily v devadesátých letech minulého století v textech od Kimberley Young, americké klinické psychologičky. Tehdy byla diagnóza snadná, dnes už tomu tak není. Primárními důvody jsou široká množství aplikací, programů, stránek a s nimi spojených činností, které lze dnes na internetu vykonávat. Závislost na internetu se větví na několik typů, které se v průběhu let pravidelně přidávají. Dnes se mezi typy závislosti na internetu dle Blinky (Blinka, 2016) vyznačují závislosti jako:

1. **Závislost na virtuální sexualitě/cyber sexu**= nadužívání pornografických webových stránek sexu (dle stránky verywellhealth (Elizabeth Boskey, 2023) se jedná o sex, přesněji řečeno masturbace s absencí osobního kontaktu- například za pomoci internetových stránek, jako živých „chatů“)
2. **Závislost na virtuálních vztazích**= vytváření virtuálních vztahů pomocí on-line seznamek, sociálních sítí, on-line her, atp.
3. **Internetové kompulze**= internetové nakupování, sázení (= „gambling“), hraní on-line her, atp.
4. **Přetížení informacemi**= nadměrné hledání v internetových databázích
5. **Závislost na počítači**= primárně nadměrné hraní her, ale jedná se o jakýkoliv typ nadužívání počítače

Dle centra prevence (Kopecký, 2019) jsou závislost na internetu a její kritéria odvozena od drogové závislosti. Proto se Netolismu také říká závislost na „virtuálních drogách“ (tzn. Sociální sítě, počítačové hry, videa, internetové služby, apod.)

Behaviorální závislosti dle Griffithse (Griffiths, 1996) dělíme na 6 základních příznaků:

1. **Význačnost**= aktivita se stává nejdůležitější, začíná ovládat myšlení, citění a chování člověka
2. **Změny nálady**
3. **Tolerance**= stále více aktivity je zapotřebí k dosažení prvotní míry uspokojení (např. rostoucí délka času strávený u sociální sítě)
4. **Odvykací symptomy**= projevují se abstinenčními symptomy při pokusu o ukončení či omezení aktivity
5. **Relaps**= Potřeba opakování dřívějších vzorců chování
6. **Konflikt**= aktivita narušuje vztahy v zaměstnání, ovlivňuje prospěch, dochází ke ztrátě kontroly, výčitkám, změnám nálad vedoucí k agresi apod.

Mimo základní příznaky závislosti jsou pak určeny i specifikované příznaky přímo pro závislost na internetu. Diagnostika Netolismu je poměrně komplikovaná, neb je třeba určit nejen závislost na internetu, ale přímo specifikovat, na jaké části a aktivitě je jedinec závislý. (Anna Ševčíková, 2015)

1. **Ztráta pojmu o čase**= např. brzké vstávání či ponocování z důvodu nutkání být on-line
2. **Psychické projevy**= při nepoužívání počítače/telefonu roste pocit prázdnoty, nervozity, strachu že mu něco uteče
3. **Psychosociální projevy**= narušení vztahů s rodinou, přáteli, známými- spolužáky, spolupracovníky
4. **Projevy spojené s prací**= menší práceschopnost, zanedbávání učení, odkládání termínů, zhoršující se prospěch

3.1 Závislost na sociálních sítích

Internet, je označován jako „prostředí bez zábran“ či „chování bez zábran“ (z anglického „*disinhibited environment*“ nebo „*disinhibited behavior*“), a jedná se o fenomén, který rozebírá skutečnost, že ve virtuálním světě lidi nemají tolik zábran, jako ve světě reálném. Lidi zde zažívají menší projevy úzkosti ale zároveň je agrese na internetu až čtyřikrát vyšší, než v reálném světě. (Šmahel, 2003)

Závislost na sociálních sítích je nový, momentálně stále ještě nedostatečně popsán fenomén internetové závislosti, která je za poslední roky na vzestupu. Momentálně takřka dominuje všem ostatním typům Netolismu. Od založení Facebooku v roce 2004 přišly na internet nové sociální sítě sestavené tak, aby uživatele za pomoci neustálého dodávání obsahu, který považují za zajímavý či zábavný, držely u obrazovek co nejdéle a poskytovaly jim tak neustálý pocit uspokojení. Na rozdíl od počítačových her, které jsou limitované prostorem, sociální sítě můžeme využívat v jakékoliv volné chvíli. Například cestou autobusem, na

toaletě, o obědové pauze. Uživatelé tak například mohou začít mít tendence sledovat sociální sítě v práci, v hodinách ve škole, nebo v noci, když mají spát. A ani je nenapadne, že je něco špatně. (Blinka, 2016)

Sociální sítě popisovala už v roce 1999 výše uvedená K. Youngová (Young, 1999). Jejich popularita byla založena na rychlé komunikaci se širším okolím, mnoha různými způsoby (psaní si s druhými, publikování článků, fotografií, videí, seznamování s potencionálními partnery, diskuzní fóra, atp). Novodobé sociálních sítě, jako Facebook, Instagram nebo TikTok se navíc pyšní skutečností, že na rozdíl od jejich předchůdců, poskytují všechny výše zmíněné aktivity v jednom a tom samém prostoru. Domnívám se, že právě díky tomu, že jsou veškeré komunikační složky na jednom místě a navíc jsou přístupné jak na smartphone nebo tablet, je úroveň závislosti na sociálních sítích na pravidelném vzestupu.

3.2 Vlivy nadměrného užívání internetu u dospívajících

Kauzalitu mezi užíváním sociálních sítí a pohodou adolescentů dokazuje studie „The Causal Effect of Social Media Use on Adolescent Well-being“ („Kauzální vliv užívání sociálních sítí na pohodu adolescentů“ autorů Ethana Krosse, Davida J. Harknesse a Andrewa Przybylskiho. Studie zkoumala kauzální vztah pomocí longitudinálního výzkumu. Bylo zjištěno, že snížení užívání sociálních sítí o týden vedlo u adolescentů ke zlepšení symptomů deprese a osamělosti a ke zvýšení spokojenosti se životem. (Kross, 2020)

Souvislostí mezi užíváním sociálních sítí a depresí u adolescentů se zabývá například studie „Association between social media use and depression in adolescents“ („Souvislost mezi užíváním sociálních sítí a depresí u adolescentů“) autorů Andrewa Przybylskiho, Marka Zeitouna a Michaela Bonda. Autoři ve své studii dokazují, že adolescenti, kteří tráví více času na sociálních sítích, vykazují vyšší symptomy deprese, i když přesně nedefinují hranici „rizikovosti“. Uvádějí však obecně, že adolescenti, kteří tráví více než 3 hodiny denně na sociálních sítích, vykazují vyšší symptomy deprese. (Przybylski, 2018)

Na druhou stranu je korektní konstatovat, že z výsledků metaanalýzy 48 studií „Social media and depression: A meta-analysis of risk factors and moderators“ („Sociální média a deprese: Metaanalýza rizikových faktorů a moderátorů“) kolektivu autorů vedeného Heather Marovou nevyplývá, že nadměrné užívání sociálních médií a sítí způsobuje nárůst symptomů deprese. Meta-analýza potvrzuje souvislost, ale může to být opačně, čili že deprese vedou k nadměrnému užívání sociálních sítí. Tak či onak jsou závěry důležité – a pro naše zásadně, protože i kdyby byla závislost opačná, tak by nadměrné užívání sociálních

sítí indikovalo rizikový stav, respektive sociálně patologický jev (ať už by byl způsobený nadměrným užíváním sociálních sítí, anebo by bylo nadměrné užívání sociálních sítí jím způsobeno). (Mar, 2018)

Neexistuje dostatek recenzovaných vědeckých studií, které by explicitně potvrdily, že hranicí pro rizikovost chování na sociálních sítí je nějaký konkrétní počet hodin strávený na sítích denně, anebo které by se shodly na konkrétním počtu hodin. Obecně pracují studie s hranicí dvou a tří hodin. Vzhledem k tomu, že Národní monitorovací středisko pro drogy a závislosti ve svých pravidelných zprávách považuje za hranici rizikovosti dvě hodiny denně, budeme se této hranice držet.

Ostatně i významné studie, například meta-analýza „The impact of social media use on adolescent mental health and well-being“ („Dopad užívání sociálních sítí na duševní zdraví a pohodu adolescentů“) kolektivu autorů kolem Candice Mandalsohnové, nebo výše zmíněná studie „Association between social media use and depression in adolescents“ považují za hranici rizikovosti dvě hodiny denně. (Mendelsohn, 2018)

Evropská studie o alkoholu a jiných drog mapuje otázku o „surfování po internetu“ (používání internetu) již v roce 2003. Kdy 60% žáků věkové kategorie 16 a více let uvedlo, pravidelné používání internetu. Už v roce 2007 toto tvrzení uvedlo 85% žáků této věkové kategorie, a nyní se nacházíme v situaci, kdy téměř 100% žáků této věkové kategorie pravidelně používá internet. Dle statistik z roku 2023 tráví volný čas na sociálních sítích 74,2% studentů od věku 16 let. Do kategorie rizika spojených s časem strávených na sociálních sítích spadlo 34,1% studentů (25,2% chlapců a 43,4% dívek). A dle výzkumu UPOL z roku 2021, tráví běžný všední den na sociálních sítích více než dvě hodiny denně (lehce za hranou nerizikového používání sociálních sítí) 61,5% žáků (53,8% chlapců a 67,4% dívek) a více než 4 hodiny denně (velmi za hranou nerizikového používání sociálních sítí) pak celkem 22,4% žáků. (CHOMYNOVÁ, 2023)

Bylo potvrzeno, že dospívající, kteří tráví nadměrný čas na internetu, neoplývají stejně silnou sociální dovedností k navázání kvalitních vztahů s vrstevníky jako ti, kteří na sociálních sítích tráví jen neškodné množství času. Cítí se tak často osamělí, nepochopení, mívají problematické vztahy s vrstevníky a dělá jim velkou obtíž navazování partnerských vztahů. Díky sociálním sítím, chatovacím místnostem a online hrám se dospívajícím otevírá nepřirozená možnost experimentovat se svou identitou. Poskytuje se jim zde bezpečné prostředí, kde se mohou vydávat za někoho jiného, s jinými zájmy nebo stylem psaní. Tvorba falešného profilu není trestná. Dle stránky *bytescare* se tvorba falešných profilů nedefinuje

jako trestný čin, může ale s trestným činem hraničit, jedná-li se o krádež něčí identity (používání cizích fotografií či jmen a vydávání se za ně- většinou se jedná o známé osobnosti), vytvoření profilu za účelem šikany, vydírání či obtěžování druhých, šíření pomluv, falešných informací nebo za účelem podvodů. (Jindal, 2023) Dospívající se tedy mohou vydávat za jinou národnost, pohlaví, cokoliv. Ačkoliv je minimální věk k vytvoření profilu 13, uživatelé s tím začínají již mnohem dříve, k čemuž je třeba lhát o svém věku. Což z jejich profilu dělá v podstatě také falešný. Na falešných profilech pak mají tak možnost skrýt nedostatky, kvůli kterým se cítí méněcenně. Schovávání se za umělé a alternativní identity úží prostor pro utvoření jejich opravdové. (Blinka, 2016)

Říká se, že na internetu je člověk zcela anonymní. Což není pravda. Naše informace se dají jednoduše dohledat a stejně tak se dá i najít, že jsou naše profily falešné. Takže ačkoliv má mladý uživatel pocit, že je sociální síť skvělým místem pro přetvářku a tvoření umělé identity, není tento pocit správný. Ačkoliv má mladý uživatel pocit fyzického bezpečí, neb naše identita je skryta, může se stát, že se na nepravost profilu přijde, a i když tvorba falešných profilů není úplně nelegální, může to mít negativní dopady na (například) sociální postavení žáka ve třídě (např.: spolužáci se mu mohou za falešný profil vysmívat). Přesně z toho důvodu může v mladých uživatelích narůstat obava z odhalení jejich falešných profilů. (Šmahel, 2003)

Lidi s nedostatkem schopností navázat sociální vztahy se často obrací na sociální sítě, kde navazují známosti a vztahy. Pro osamělé lidi je to ovšem stále jen únik a často to považují to za tu lepší možnost, neb vztahy na sociálních sítích lze navázat jednodušeji, a kdyby je člověk přestal zajímat, dá se vztah i snadno ukončit. Díky sociálním sítím mají mladí možnost seznamovat se s mnohem větším množstvím lidí, než jaké nabízí jejich lokalita, ve které se v reálném světě pohybují (škola, místo kde žák žije, kroužky které navštěvuje, atp.) Tudíž se jim otevírá možnost velkého množství potenciálních partnerů, rychlejší avšak povrchnější navazování vztahů, které se dají následně snadno ukončit. Nabízí se množství paralelních vztahů, kdy uživatelé udržují pravidelné a vřelé konverzace s větším počtem lidí. Virtuální vztahy nejsou reálné, což často tvrdí i sami dospívající, zdá se, že to berou jako jistou formu nácviku. (Šmahel, 2003) Online vztahy ale nejsou považovány za plnohodnotné, neb jsou velmi povrchné a nesnadno se přenáší do reálného života. Tudíž pravděpodobně skončí. Což jen umocňuje pocit osamělosti uživatele a dále se mu snižuje sebevědomí. Socializace na internetu se tedy sice může zdát snazší, protože je pouze povrchná (a mnohdy umělá, neb uživatelé často vystupují pod umělou identitou, kterou se rozhodli na internetu hrát), a že například introvertním jedincům dokáže poskytnout jakýsi

trénink na socializaci v reálném světě, ale ve skutečnosti získávají zkušenosti do reálného světa nepřenositelné, a proto to proces pouze tíží. (Anna Ševčíková, 2015)

Navíc, ačkoliv se to nezdá, na sociálních sítích aktivně vystupují spíše extroverti. Stejně jako v reálném životě, i v online prostoru mají přirozenou potřebu být vidět a slyšet. Sebe prezentace je pro sociální sítě klíčová a je zde možná pomocí fotek a videí, či psaním o svých názorech nebo příbězích o tom, co zažili. Je potvrzeno, že se na fotkách a videích většina uživatelů snaží vypadat co nejatraktivněji, stejně tak jako jejich příspěvky musí znít poutavě a zajímavě. Snaží se vytvořit svůj obraz tak, aby působil dokonale. Protože primárně touží po pozitivních ohlasech, pochvalách a uznání. Což vede k tvorbě narcismu. Sdílení našich informací na sociálních sítích je nedílnou součástí celého procesu. Je ale stále nutno přemýšlet nad tím, jaké informace je v pořádku sdílet, neb tzv. „Internetová stopa“ je věčná – co jednou přidáte na internet, tam i zůstane. Nehledě na to, jestli to ze své sítě smažete. Informace, které veřejně poskytneme, se zpracovávají a díky nim aplikace vyhodnocují jaký obsah, profily nebo například hudbu či zboží nám nabízet. Sdílené informace o nás sdělují mnoho a bez dostatku informací by sociální sítě nefungovaly tak efektivně, protože by pro nás nedokázaly modifikovat obsah a nás by tak sociální síť mohla začít nudit. Nutno ale počítat s tím, že spousta informací může být použito proti nám. Například jako forma výsměchu (kyberšikana) nebo dokonce vydírání. Je tedy nutno neustále přemýšlet, jestli jsou fotky, videa, příspěvky, či jakýkoliv jiný obsah, který chceme sdílet se světem, nezávadný a nezneužitelný proti nám. (Anna Ševčíková, 2015)

Dle Blinky je období dospívání obzvláště kritickým obdobím. Formuje se zde osobnost a názory. Vytváří se pevná identita, navazují se blízké vztahy s vrstevníky a první romantické vztahy s partnery, vyvíjí se sexualita (od sexuálních fantazií až po zahájení sexuálního života). V tomto období je bytost velmi citlivá a náchylná na negativní vlivy. U generací, které vyrostly na internetu (jako právě dnešní generace Z) se stává prostorem, který mohou začít brát jako prostředek ke zvládnání chvilkové lability, agrese, vybíjení zlosti vyvolané nedostatkem sebevědomí, atp.

Díky anonymitě, dostupnosti a přístupnosti, které internet nabízí, se také stává prostorem pro experimentování s jejich sexualitou, která se momentálně rozvíjí. V tomto období také objevují stránky s pornografickým obsahem, který je sice doporučován od 18 let, ale monitorování věku uživatele není nijak zvláště zabezpečeno. (Navíc, vyhledat a sledovat tento obsah není oficiálně zakázané sledovat v žádném věku. Nicméně je ale nelegální tento obsah ukázat osobě mladší 18 let. V tomto případě byste se dopustili trestného činu. Tudíž

nezletilý může legálně vyhledat a sledovat tento obsah, ale technicky se tyto stránky tímto dopouští trestného činu. (Wex Definitions, 2020)) Obsah, který zde vidí, kvůli nedostatku reálných zkušeností, považují za informační a edukační. Zkreslují tak jejich představy o sexuálních aktivitách a podporuje extremistické erotické fantazie. (Blinka, 2016)

Nadměrné užívání internetu má také negativní dopady na školní prospěch a fyzické zdraví. Začnou-li dospívající internet využívat primárně pro zábavu a přestanou věnovat pozornost povinnostem, mohou postupně zažívat neúspěchy ve škole a snížení dobrých známek. (Blinka, 2016) Nízká svědomitost vůči povinnostem a jejich ignorace a odkládání je jeden z příznaků závislosti na drogách i na sociálních sítích. Jestliže uživatel ztrácí potřebu a chuť plnit své pracovní povinnosti a raději tráví čas na sociálních sítích, ačkoliv tím riskují negativní výsledky či ztrátu místa, jedná se určitě o znak závislosti. Fyzické zdraví je pak ohroženo kombinací faktorů. Tráví-li nezdravé množství času u počítače, postrádají pohyb, a tudíž nedochází k správnému energickému výdeji. Kombinujeme-li nedostatek fyzické aktivity s nezdravým stravováním - ať už se jedná o konzumaci nezdravého jídla, nezdravého množství jídla nebo nepravidelné přijímání jídla, zvyšuje se u dospívajících pravděpodobnost například na obezitu. S nedostatkem energického výdeje se také zvedá pravděpodobnost na agresivní chování. (Anna Ševčíková, 2015)

3.3 FOMO – Fear of missing out

Fenomén „FOMO“, z anglického „*fear of missing out*“ -čili strach z toho, že o něco přicházíme, se popisuje jako pocit úzkosti či nekonečných obav z představy, že nejsme seznámeni s veškerými novinkami či drby, nebo nejsme zahrnutí ve všech aktuálních sociálních aktivitách (pozvání na párty, schůze, atp.). Vychází ze skutečnosti, že člověk je bytost společenská a zjistí-li, že je ze společnosti jakýmkoliv způsobem vyčleněna, trápí ji to a snaží se zase vrátit zpět mezi své sociální kruhy. (Marney A. White, 2022)

Ačkoliv „FOMO“ funguje v reálném světě, nejvíc se za poslední roky rozvíjí právě na sociálních sítích, kde díky možnosti sdílet informace či pozvánky okamžitě a celoplošně, má tento fenomén perfektní podmínky. Poprvé byl tento jev objevující se na sociálních sítích představen v roce 2004 a od roku 2010 se začal rapidně rozšiřovat a už v roce 2013 byl oficiálně popsán v The Oxford dictionary a je potvrzeno, že věková skupina 18-33 je postižena takovým způsobem, že dvě třetiny dotazovaných v této skupině přiznali, že příznaky „FOMO“ zažívají pravidelně.

„FOMO“ na internetu lidi nutí k neustálému kontrolování emailů, zpráv a příspěvků. Jinými slovy se jedná o nutkavou potřebu být stále ve spojení s lidmi, ale i celým světem. Poutá tedy k využívání internetu po nezdravě dlouhou dobu. Psychologové momentálně sdílejí teorii, že právě díky „FOMO“ jsou sociální sítě v dnešní době tak úspěšné.

(Gupta, 2021) Toto chování může vyústit k posouvání či rušení pracovních povinností nebo upisování se k účasti na akce, které nabourávají rutinu člověka až takovým způsobem, že nestíhá pracovat, pravidelně jíst a spát nebo docházet na veškeré akce, u kterých slíbil účast.

(Gordon, 2022) Dle Marley A. White. vede nabourání životního rytmu k psychickým a fyzickým následkům, mezi které patří například bolesti hlavy, snížení sebevědomí, ztráta motivace, postupně zhoršující se výsledky ve školním či pracovním prostředí vedoucí k syndromu vyhoření, úzkostné myšlenky a deprese či rizikové chování.

Přímým opakem jevu „FOMO“ je „JOMO“ („*Joy of missing out*“, čili radost, že o něco přicházím). Jedná se o proces, kdy se uživatelé internetu znovu naučí si nastavit hranice a pochopení, že není možné být stále plně informován, být ve středu komunikace nebo dění. Že není v lidských silách přečíst každý email a dostavit se na každou schůzku, party nebo akci na kterou nás někdo pozval, a že je to tak v pořádku. Jedná se tedy o stav myslí, kdy se odpoutáme od nutkání být stále online a dělá nám to radost. (Wheeler, 2019)

Pravidelně se setkáváme s příspěvky mladých na jejich oblíbených sociálních sítích s tím, že si buďto dávají pauzu od dané sociální sítě či veškerého internetu, nebo že dokonce svůj profil na jedné či více sociálních sítích mažou. Dokážou racionálně zhodnotit, že jim sociální sítě kradou drahocenný čas, který by měli využívat k produktivitě, nebo trávení času venku a navazovat opravdové vztahy. Vnímají, že jejich momentální stav není ideální a vědí, že jediný způsob jak to zastavit je zmizet ze sítě, na které tráví většinu svého času. Říká se tomu „internetový detox“, nebo „online sebevražda“. Ačkoliv to zní snadno a koncept působí jako osvobozující, není tomu většinou tak. Tento počín má za následek umocnění pocitu, že o něco přicházejí-což se jim následně i potvrdí, neb sociální sítě jsou nastaveny tak, aby se stále něco dělo - a většina mladých se na sociální sítě stejně brzy vrátí. Dokonce pravděpodobně ještě s větší a častější potřebou sociální sítě kontrolovat. Aby měli jistotu, že už jim určitě nic neuteče a že snad brzy doženou to, co jim během „detoxu“ nebo „sebevraždy“ uteklo. (Boyd, 2014)

Obzvláště rizikovou skupinou jsou dospívající. Generace Z vyrůstá v prostředí, kde se internet běžně využívá, a přes 24% dospívajících dětí jsou on-line takřka neustále, což podporuje úzkostné myšlenky o tom, že v jejich životě přichází o spoustu zábavných zážitků,

kteřé propagují například celebrity. (Gordon, 2022) Na sociálních sítích vystupuje velké množství osob, které hlásají o životním stylu, adrenalinových sportech, festivalech, kráse a jiných tématech. Mnohdy sdílí nebezpečné, citlivé a nepravdivé informace, či upravují svoje fotky, aby vyhlíželi atraktivněji a jejich radikální diety vypadaly funkčnější. (Anna Ševčíková, 2015) Nejvíce ovlivňují právě to mladé publikum, které díky pubertě přichází o sebejistotu a ještě nejsou schopni zdravě určit nebo vyhledat, co je pravdivé a co ne. Je tudíž pochopitelné, že pocit toho, že o něco přicházejí, bývá o to umocněnější a jsou schopni pro zajištění jistoty toho, že jsou stále v obraze a jdou s dobou, podstoupit riskantní až nebezpečné kroky, které by bez přístupu k sociálním sítím, kde jim tuto proceduru někdo ukázal (radikální diety, požívání návykových látek, atp.), pravděpodobně z vlastního popudu nepodstoupily. (Boyd, 2014)

Pubescenti se také velmi děsí toho, že se jejich přátelé někde baví bez nich (Což potvrdil dotazník z The National and Stress Wellbeing v Austrálii, kde 60% respondentů potvrdila strach, že se přátelé někde baví bez nich, a 51% také tvrdí že zažívají pocit úzkosti z toho, že neví, co jejich přátelé zrovna dělají. Což u nich vede k zvýšené aktivitě na sociálních sítích, kde kontrují profily jejich přátel.). (Gordon, 2022) Dle Poject Know se dospívající často cítí nuceni do užívání drog nebo alkoholu právě proto, že to dělají buďto celebrity, které si jejich věková skupina idealizuje, nebo právě jejich přátelé, a oni nechtějí být vyřazeni z kolektivu. Což vede ke ztrátě identity a výraznému snížení sebevědomí (Gordon, 2022)

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

Jako způsob výzkumu byl zvolen kvantitativní. Dle Chrásky se dá kvantitativní výzkum definovat jako záměrnou, systematickou činnost, empiricky zkoumající hypotézy o vztazích mezi pedagogickými jevy. Vytvořené hypotézy se následně ověřují, verifikují a testují. (Chráska, 2007)

Cílem tohoto sociálně pedagogického, kvantitativního výzkumu je poznat míru užívání sociálních sítí žáky vybraných středních škol a vlivu užívání sociálních sítí na angažovanost žáků- primárně ve škole, resp. při studiu, ale také v rámci plnění jejich domácích povinností (ať už se jedná o domácí úkoly, přípravu na testy, nebo případnou pomoc v domácnosti). Zajímá nás tedy zejména čas strávený při užívání sociálních sítí. Dále nás také zajímá, které sociální sítě žáci používají, zda existuje vztah mezi typem sítě a časem na ní stráveným, zda existuje vztah mezi pohlavím a typem sítě, zda existuje vztah mezi angažovaností a typem sítě, zda existuje vztah mezi angažovaností a pohlavím.

4.1 Výzkumné otázky

Hlavní výzkumná otázka:

Jaký je vztah mezi mírou užívání sociálních sítí a mírou angažovanosti u žáků středních škol?

Další výzkumné otázky:

1. *Jaká je míra užívání sociálních sítí žáků středních škol?*
2. *Jaká je míra angažovanosti žáků středních škol?*
3. *Existují rozdíly v míře angažovanosti mezi chlapci a dívkami na střední škole?*

4.1.1 Výzkumné hypotézy

- **H1: Existuje statisticky významný vztah mezi mírou užívání sociálních sítí a mírou angažovanosti u žáků středních škol.** (To znamená, že čím více času žáci tráví na sociálních sítích, tím méně se angažují v akademických aktivitách, mimoškolních aktivitách a jiných smysluplných činnostech.)
 - Nulová hypotéza (H0): Míra angažovanosti žáků nesouvisí s časem stráveným využíváním sociálních sítí.
 - Alternativní hypotéza (HA): S narůstajícím časem stráveným využíváním sociálních sítí klesá míra angažovanosti žáků.

- **H2: Mezi pohlavím a druhem preferované sociální sítě existuje určitý vztah.**
(To znamená, že typ užívané sociální sítě se liší v závislosti na pohlaví. Například chlapci mohou preferovat platformy zaměřené historicky na hry, sport, automobilismus atd. (YouTube), zatímco dívky mohou preferovat platformy zaměřené na komunikaci a sdílení fotografií a jednoduchých videí (TikTok).)
 - H0: Mezi pohlavím a druhem preferované sociální sítě neexistuje prokazatelný vztah
 - HA: Chlapci preferují jiný druh sociální sítě nežli dívky

- **H3: Míra angažovanosti se liší v závislosti na pohlaví.**
(Například chlapci se mohou více angažovat v aktivitách, které jsou stereotypně vnímány jako mužské (hraní počítačových her), zatímco dívky se mohou více angažovat v aktivitách, které jsou stereotypně vnímány jako ženské (učení, domácí práce).)
 - H0: Míra angažovanosti žáků nesouvisí s pohlavím.
 - HA: Dívky vykazují vyšší míru angažovanosti než chlapci.

4.2 Návrh dotazníku

Výzkumnou metodou je dotazníkové šetření a výzkumným nástrojem je dotazník vytvořený kombinací standardizovaného dotazníku SEQ (Student Engagement Questionare, Kember a Leung) z roku 2009. Který jsem sama přeložila a následně z něj vybrala 10 pro můj výzkum relevantních otázek. Jedná se o otázky 3-12. Těmto otázkám předchází pouze údaje o pohlaví a škole, kterou studují. Otázky 13 a 14 jsou již vymyšlené přímo mnou se vstahují na to, jestli respondenti pocítují, že sociální sítě ovlivňují jejich angažovanost. Jedná se tedy o otázky propojující angažovanost a míru užívání sociálních sítí. Zbylých 10 otázek jsou také mnou vymyšlené a zaměřují se přímo na užívání sociálních sítí (druhy, frekvence, dopady). Otázky obsahující uzavřené, polo-uzavřené, i otevřené otázky týkající se demografických údajů (věk, pohlaví, typ školy) a užívání sociálních sítí (druhy, frekvence, dopady). Následně jsou zpracována data formou deskriptivní statistiky a inferenční statistiky (procenta, průměry, testy rozdílů mezi skupinami podle pohlaví a typu školy, testy souvislosti mezi proměnnými, regresní analýza). Na závěr jsou data interpretována v rámci porovnání výsledků s hypotézami, s existující literaturou a je provedena diskuse o možných důvodech shod a rozporů v rámci závěrečného shrnutí výsledků výzkumu.

Dotazníkové šetření bylo provedeno formou on-line dotazníku, kteří studenti vyplňovali buďto v rámci hodiny ve škole, nebo doma. Vše záleželo na domluvě s ředitelem příslušné školy. Dotazník jsem tvořila pomocí webové stránky *Survivo.com*. On-line prostředí jsem vybrala z důvodu rychlého sdílení a následného zpracování dat. Stránka po vytvoření dotazníku následně vyprodukovala odkaz, na který mohl žák kliknout a byl přesměrován přímo na daný test. Po jeho vyplnění se jeho záznam na tuto stránku uložil a stránka automaticky generovala základní grafy, statistiky a Excel tabulky, se kterými se mohlo dále manipulovat. (dotazník viz Příloha 1)

4.3 Výzkumný soubor a způsob jeho výběru

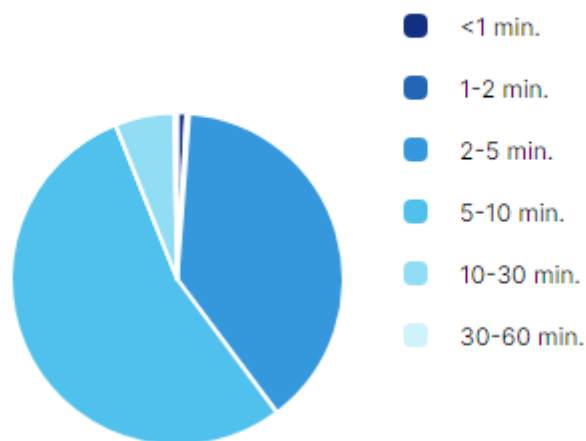
Zvolený výzkumný vzorek se skládá z přibližně 350 žáků všech ročníků ze středních škol zakončených maturitní zkouškou, ze Zlínského kraje. Způsob výběru vzorku byl dostupný. Záměrně vybrané školy ze Zlínského kraje jsem hledala tak, aby každá z nich měla trochu jiné zaměření a docílila jsem tak barvitosti vzorku. Primárně proto, aby například obor školy a jeho komplikovanost výrazně neovlivnila průměrnou angažovanost žáků. Následně jsem kontaktovala čtyři školy, které mi do výběru seděly, a všichni ředitelé souhlasili se spoluprací a můj dotazník žákům předali.

5 DATOVÁ ANALÝZA

Osloveni byli studenti všech ročníků daných škol a oborů. Poněkud méně odpovídali žáci třetích a čtvrtých ročníků. Celkově do data uzavírky korektně odpovědělo 101 studentů 1. ročníků, 100 studentů 2. ročníků, 61 studentů 3. ročníků a 81 studentů 4. ročníků, přičemž 228 respondentů uvedlo na dotaz ohledně pohlaví mužské, 103 uvedlo ženské pohlaví a 12 uvedlo „jiné“ nebo „nechci uvádět“. Celkově bylo odevzdáno 346 dotazníků. K dnešnímu datu, čili po datu uzavírky, to dělá 347 dotazníků. Dotazník zaslán po datu uzavírky byl samozřejmě ze zpracování vyloučen. Vyplněním dotazníku strávili respondenti průměrně 5:56 minut. 3 respondenti strávili vyplněním dotazníku méně než 1:00 minutu, což není čas adekvátní počtu a obsahu otázek, takže tito respondenti byli ze zpracování vyloučeni. Korektně vyplněných dotazníků tak bylo odevzdáno 343. Mimo jiné někteří studenti neuvedli pohlaví, či zvolili možnost „jiné“ či „nechci uvádět“. Tyto odpovědi byly také vyloučeny, neb budou sledovány rozdíly mezi odpověďmi chlapců a dívek. Pracovat budeme tedy s celkovým počtem 331 dotazníků.

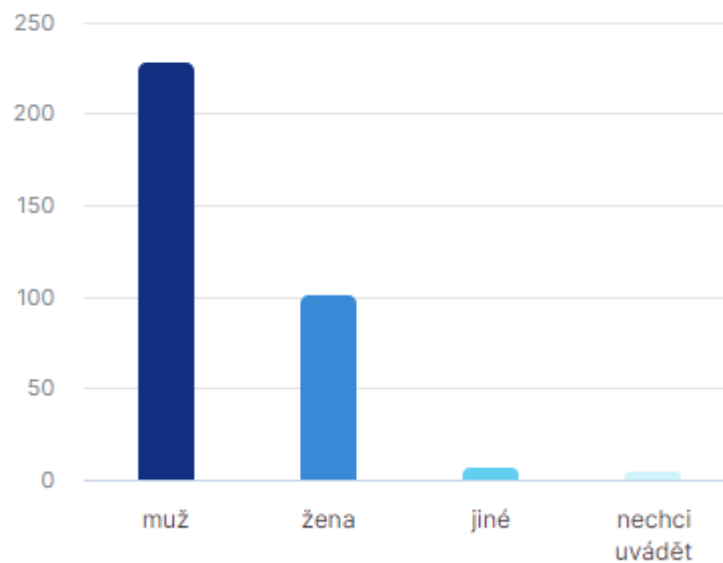
Následující obrázky ukazují grafy času odevzdání a uvedeného pohlaví. Jedná se o grafy pouze s těmi respondenty, kteří vyplnili dotazník do data uzavírky.

Délka vyplňování dotazníku



Délka vyplňování dotazníku: Obrázek 1

1. Jaké je Tvé pohlaví?



Pohlaví respondentů: Obrázek 2

51 žáků dotazník otevřelo, ale nevyplnilo (přesněji řečeno jej neodeslali na zpracování), tudíž mělo dotazníkové šetření úspěšnost vyplnění 87,2%.

5.1 Způsob výzkumu

Vzhledem k tomu, že náš soubor obsahuje odpovědi od 228 chlapců a 103 dívek (celkem 331 odpovědí s uvedením pohlaví), musíme provést váhování dat, aby soubor odpovídal normálnímu rozdělení.

Podle dat Českého statistického úřadu z roku 2022 ve Zlínském kraji žilo v roce 2022 přibližně 35 000 mladých lidí ve věku 15-19 let. Z nich 51,4 % tvořili chlapci a 48,6 % dívky. (Českého statistického úřadu: Demografické ročenky (pramenná díla) 2022 - 2010 | ČSÚ (czso.cz) (Český statistický úřad, 2024))

Z poměru 51,4 % chlapců a 48,6 % dívek a souboru 331 odpovědí plyne ideální počet respondentů pro chlapce $0,514 * 331 = 170,374$ a pro dívky $0,486 * 331 = 160,626$. Váha je tedy pro chlapce $170,374 / 228 = 0,747$ a pro dívky $160,626 / 103 = 1,56$. Respondenty v souboru vynásobíme vahou vypočítanou pro jejich pohlaví. To zajistí, že odpovědi chlapců budou mít v analýze stejnou váhu jako odpovědi dívek, i když je v souboru více chlapců.

Výpočty dat budou prováděny hlavně za pomoci tzv. „chí-kvadrátu“. Dle Chrásky je test dobré shody chí-kvadrát statistickou metodou pro analýzu nominálních dat, kdy tvrdí že: „*U této kategorie významnosti se ověřuje, zda četnosti, které byly získány měřením v pedagogické realitě, se odlišují od teoretických četností, které odpovídají dané nulové hypotéze*“ (Chráska, 2007)

Vzorec pro výpočet je: $X^2 = \sum [(O - E)^2 / E] = (14 - 10,3)^2 / 10,3 + (6 - 9,7)^2 / 9,7 + (157 - 160,7)^2 / 160,7 + (154 - 150,3)^2 / 150,3 = 2,867$ (X^2 je chí-kvadrát statistika, O je pozorovaná frekvence, E je očekávaná frekvence, Σ je součet)

Kritická hranice pro hladinu významnosti byla určena = 0,05 a stupeň volnosti pak = 1 je 3,841, pro hladinu významnosti = 0,01 je 6,635 a pro hladinu významnosti = 0,001 je 10,828.

5.2 Vztah mezi mírou užívání sociálních sítí a mírou angažovanosti

Hlavní výzkumná otázka zní, zda existuje vztah mezi mírou užívání sociálních sítí a mírou angažovanosti u žáků středních škol, respektive jaký ten vztah je. Hypotéza předpokládá, že existuje statisticky významný vztah mezi mírou užívání sociálních sítí a mírou angažovanosti u žáků středních škol. Já dále očekávám, že je tento vztah negativní. To znamená, že čím více času žáci tráví na sociálních sítích, tím méně se angažují v akademických aktivitách, mimoškolních aktivitách a jiných smysluplných činnostech.

Sledujeme angažovanost ve vztahu k výuce, respektive k plnění školních povinností a angažovat ve vztahu k domácnosti. Jedná se o sadu dotazníkových otázek: „Jak probíhá Tvůj den, když se vrátíš ze školy?“ (otázka č. 24 v dotazníku). Respondenti měli na výběr z devíti různých činností, přičemž je měli seřadit tak, že nejvýše měli dát tu nejvíce preferovanou (hodnocení 1 – nejméně pravděpodobné, že se budu věnovat této aktivitě až 9 – nejvíce pravděpodobné, že se budu věnovat této aktivitě, tzn., že je označena za nejvýše hodnotou). Pro výpočet nejdůležitějších sítí jsou zařazeny ty, které označili čísly 7 - 9, čili tři nejvíce pravděpodobné aktivity. Data byla vážena koeficienty 0,747 pro chlapce a 1,56 pro dívky. Angažovanost se v tomto šetření nutně nevztahuje pouze ve vztahu ke škole a k plnění školních povinností, protože sledujeme angažovanost žáků obecně, nikoli výhradně ve vztahu ke škole a plnění školních povinností. To znamená, že budeme pracovat se sadou odpovědí: 1. jdu se učit, resp. udělat domácí koly (tzn. angažovanost ve vztahu ke škole), 2. plním své domácí povinnosti (tzn. angažovanost ve vztahu k domácnosti, či k plnění školních povinností doma, např. tvořit školní projekty) a 3. jdu na sociální sítě (tzn. neangažovanost ve vztahu ke škole a domácnosti).

Dále měli respondenti určit, kolik času tráví denně na sociálních sítích (otázka č. 17 dotazníku). Měli na výběr, že na sociálních sítích: 1. stráví méně než 1 hodinu denní, 2. stráví 1 – 2 hodiny denně, 3. stráví 2 – 4 hodiny denně, 4. stráví nad 4 hodiny denně. Za rizikové lze označit takové užívání sociálních sítí, kdy uživatel stráví na sítích více než 2 hodiny, takže skupina odpovědí 1. + 2. je chování „nerizikové“ a skupina odpovědí 3. + 4. je „rizikové chování“. Rozdělení na „nerizikové“ a „rizikové“ chování je klíčové pro analýzu, protože rizikové chování (čas strávený denně při užívání sociálních sítí větší než 2 hodiny) dle dat vede prokazatelně k nižší angažovanosti.

5.2.1 Způsob práce s daty

Tab. č. 1: této aktivitě se věnuji po návratu ze školy nejčastěji (vážené odpovědi)

aktivity	chlapci	dívky	celkem
sociální sítě	72	80	152
koníčky	80	62	142
domácí práce	67	78	145
nicnedělání	73	66	139
filmy, hudba	58	47	105
hraní her	55	28	83
kamarádi	39	48	87
učení se	40	44	84
něco venku	28	30	58

Aktivity po návratu ze školy: Tabulka 1

Pracujeme tedy s tezí, že s narůstajícím časem stráveným užíváním sociálních sítí klesá angažovanost (ve vztahu ke škole a k domácnosti). Respondenti proto byli dotázáni, kolik hodin denně stráví užíváním sociálních sítí. Na výběr měli: méně než 1 hodinu, 1 – 2 hodiny, 3 – 4 hodiny a nad 4 hodiny. Data byla vážena koeficienty 0,747 pro chlapce a 1,56 pro dívky.

Tab. č. 2: kolik hodin denně strávím na sociálních sítích (vážené odpovědi)

Počet hodin	chlapci	dívky	celkem
do 1 hodiny	14	6	20
1 - 2 hodiny	61	37	98
2 - 4 hodiny	67	69	136
nad 4 hodiny	29	48	77

Hodiny denně na sociálních sítích: Tabulka 2

Hranice rizikovosti jsou přitom 2 hodiny, takže pro další zpracování byla data sloučena na nerizikové užívání sociální sítí (do 2 hodin denně) a na rizikové užívání sociální sítí (nad 2 hodiny denně).

Tab. č. 3: rizikové chování na sociálních sítích (vážené odpovědi)

rizikovost	chlapci	dívky	celkem
do 2 hodin	75	43	118
nad 2 hodiny	96	117	213

Očekávaná frekvence (rizikovosti):

rizikovost	chlapci	děvčata	celkem
ano	110,0	103,0	113
ne	61,0	57,0	118

rizikové chování na sociálních sítích: Tabulka 3

X^2 pro závislosti mezi pohlavím a rizikovostí chování na sítích je 10,394

Což indikuje, že **existuje silná závislost mezi pohlavím a rizikovým chováním na sociálních sítích, tedy míra angažovanosti souvisí s pohlavím.** Což více rozvedeme později

Tab. č. 4: této aktivitě se věnuji nejčastěji a na sítích se chovám rizikově (vážené odpovědi)

aktivity	chlapci	dívky	celkem
sociální síť	52	61	113
koníčky	43	39	82
domácí práce	33	50	83
nicnedělání	46	55	101
filmy, hudba	34	36	70
hraní her	30	22	52
kamarádi	16	37	53
učení se	22	27	49
něco venku	12	25	37

Aktivity ve volném čase v rámci rizikového chování: Tabulka 4

V relativním vyjádření je podíl těch, kteří se nejčastěji věnují nějaké aktivitě a zároveň se chovají rizikově na sociálních sítích (tedy stráví na sociálních sítích denně více než 2 hodiny) srozumitelnější.

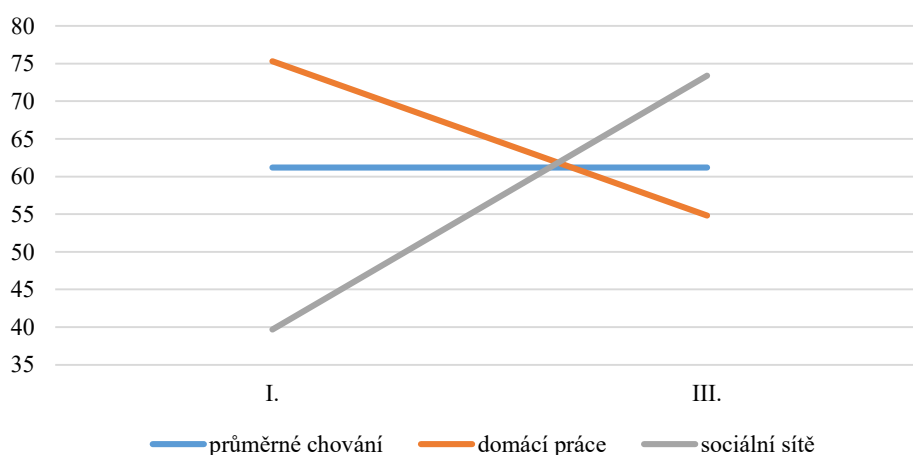
Tab. č. 5: podíl rizikového chování na sítích (vážené odpovědi)

aktivity	chlapci	dívky	celkem
sociální síť	72,2	76,3	74,3
koníčky	53,8	62,9	57,7
domácí práce	49,3	64,1	57,2
nicnedělání	63,0	83,3	72,7
filmy, hudba	58,6	76,6	66,7
hraní her	54,5	78,6	62,7
kamarádi	41,0	77,1	60,9
učení se	55,0	61,4	58,3
něco venku	42,9	83,3	63,8

podíl rizikového chování na sítích: Tabulka 5

Pokud se respondenti věnují domácím pracím, učení a koníčkům (čili nějaké aktivní tvůrčí práci), což jsou aktivity podporující angažovanost, vykazují mnohem menší rizikovitost chování na sociálních sítích. Naopak pokud se věnují sociálním sítím, nicnedělání, hraní her, sledování filmu (což jsou aktivity snižující angažovanost), vykazují mnohem větší rizikovitost chování na sociálních sítích. V rámci základního souboru 331 respondentů se 64,4 % chová na sociálních sítích rizikově, tedy tráví na nich více než 2 hodiny denně. Analýza dokazuje, že čas strávený na sociálních sítích závisí na preferovaných aktivitách. Vyšší angažovanost, čili kratší strávený čas na sociálních sítích, jsou spojeny s aktivitami *jdu se učit*, resp. *plním své domácí úkoly*. Naopak aktivita *jdu na sociální sítě* vede k delšímu času strávenému denně na sociálních sítích a tudíž k nižší angažovanosti.

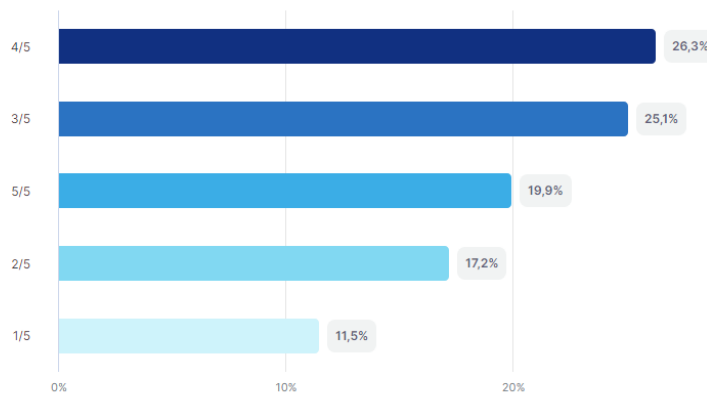
Graf č. 1: Rizikovitost chování na sítích v závislosti na preferované aktivitě a míře preference



Rizikovitost chování na sociálních sítích v závislosti na preferované aktivitě: Graf 1

Znamená to, že můžeme přijmout alternativní hypotézu u hypotézy 1 (Existuje statisticky významný vztah mezi mírou užívání sociálních sítí a mírou angažovanosti u žáků středních škol), která zní, že: **s narůstajícím časem stráveným využíváním sociálních sítí klesá míra angažovanosti žáků.** Dle výsledků UPOL (z roku 2021) tráví 61,5% žáků na sociálních sítích přes dvě hodiny denně (CHOMYNOVÁ, 2023). Výsledky dotazníků toto potvrzují s tím, že pro rok 2024 došlo k zvýšení o 3%, může se tedy jednat o narůstající trend.

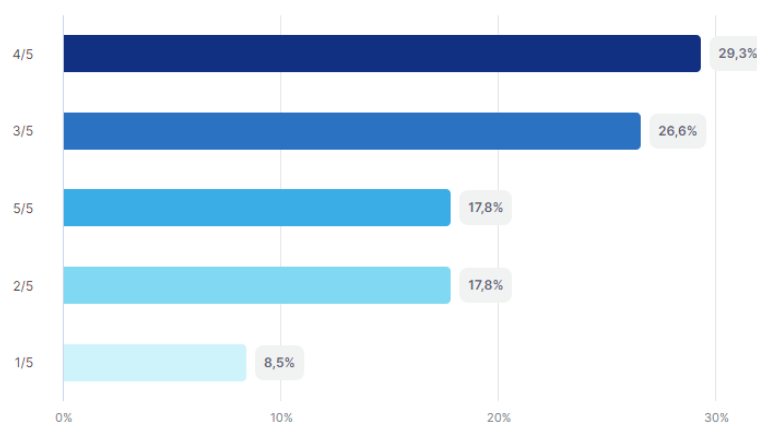
13. Myslím, že používání sociálních sítí mě odvádí od povinností ve škole.



**Názor žáků, zda sociální sítě odvádějí jejich pozornost od povinností ve škole:
Obrázek 3**

Na otázku v dotazníku č.13 („sociální sítě odvádí mou pozornost od školních povinností“) 26,3% žáků dopovědělo, že skoro souhlasí a 19,9% žáků že dokonce souhlasí plně. Dá se tedy předpokládat, že žáci do jisté míry vědí (nebo spíše cítí), že sociální sítě ovlivňují jejich angažovanost.

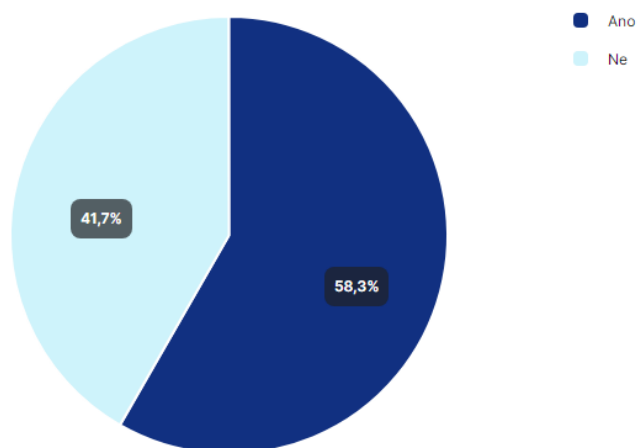
14. Někdy záměrně odsouvám své povinnosti, protože chci trávit čas na sociálních sítích.



**Žáci záměrně odsouvají své povinnosti, aby mohli trávit čas na sociálních sítích:
Obrázek 4**

Tvrzení, že s mírou používání sociálních sítí klesá míra angažovanosti žáku podporuje i graf z otázky č.14 („někdy odsouvám své povinnosti abych trávil čas na sociálních sítích“), kde 29,3% žáků skoro souhlasí s tímto výrokem, a 17,8% plně souhlasí s daným výrokem.

21. Používáš sociální sítě i během hodiny (bez vědomí učitele)?



Žáci používají sociální sítě během hodiny, bez vědomí učitele: Obrázek 5

Na otázku č.20 v dotazníku („používáš sociální sítě ve škole?“) odpovědělo 92,7% respondentů, že i ve škole tráví čas na sociálních sítích, a 58,3% respondentů v následující otázce potvrdilo, že sociální sítě používají i během hodin- bez vědomí učitele. Což opět jen potvrzuje, že sociální sítě negativně ovlivňují angažovanost v učení žáků.

Za zmínku také stojí, že na otázku č.23 v dotazníku (jak se cítíš bez delšího (více než den) přístupu na sociální sítě?) přes 24% respondentů uvedlo pocit nepohodlí, neinformovanosti, odcizení se od známých, osamělosti, úzkosti nebo strachu. Někteří uvedli krátký popis abstinčních příznaků či příznaků FOMO, nebo přímo uvedli, že cítí FOMO (tudíž je generace Z s tímto fenoménem obeznámena), jedna respondentka uvedla, že by se bez sociálních sítí „asi chtěla zabít“. Dá se tedy předpokládat, že přes 24% respondentů se potýká se závislostí na sociálních sítích a závislost samozřejmě radikálně ovlivňuje angažovanost, což jen podporuje naše výsledky.

5.3 Souvislost mezi druhem sociální sítě a pohlavím

Jak už bylo zmíněno, 12 respondentů nevedlo pohlaví, (respektive se vyjádřilo tak, že je jejich pohlaví jiné, nebo jej nechtějí uvádět) a byli proto z celkového souboru vyčleněni. Z 331 respondentů, kteří pohlaví uvedli, bylo 228 chlapců a 103 dívek. Tito Respondenti seřadili sociální sítě podle pořadí důležitosti (hodnocení 1 – nejméně důležitá až 6 – nejvíce důležitá). Pro výpočet nejdůležitějších sítí jsou zařazeny ty, které označili čísly 5 a 6, čili dvě nejvíce důležité. Data bylo následně nutno vážit koeficienty 0,747 pro chlapce a 1,56 pro dívky, aby výsledky měly stejnou hodnotu, i když bylo dívek výrazně méně. Výsledky zpracování dat a z toho odvozená procenta budou v textu uvedena již po vyvážení.

Tab. č. 6: tuto síť považuji za jednu ze dvou pro mě nejdůležitějších (vážené odpovědi)

	chlapci		dívky		celkem	
	ano	ne	ano	ne	ano	ne
Facebook	14	157	6	154	20	311
Instagram	135	35	136	25	271	60
SnapChat	39	131	28	133	67	264
Twitter	6	164	8	153	14	317
TikTok	44	127	87	73	131	200
YouTube	104	66	56	105	160	171

Nedůležitější sociální sítě: Tabulka 6

U každé sociální sítě je u pohlaví a celkového součtu zaznamenáno „ano“ (tzn. tato síť je pro mne důležitá) a „ne“ (tzn., tato síť pro mne není důležitá). Z výsledků uvedených v tabulce je na první pohled zřejmé, že sítě jako Instagram, SnapChat, Facebook a X (dříve Twitter) užívají uživatelé relativně stejně často, bez ohledu na pohlaví. Naopak užívání sítí YouTube a TikTok je výrazně závislé na pohlaví uživatele. Řádek Instagram byl vybrán jako důležitá nejvyšším počtem jak dívek i chlapců, jedná se tedy o všeobecně nejoblíbenější síť. Následovat budou analýzy všech sociálních sítí zvlášť, aby se zjistilo, zda existuje statisticky významná souvislost mezi pohlavím a důležitostí dané sociální sítě.

Tab. č. 7: souvislost mezi pohlavím a důležitostí Facebooku

Pozorovaná frekvence (Facebook)

Facebook	chlapci	děvčata	celkem
ano	14	6	20
ne	157	154	311
celkem	171	160	331

Očekávaná frekvence (Facebook):

Facebook	chlapci	děvčata	celkem
ano	10,3	9,7	20
ne	160,7	150,3	311
celkem	171	160	331

souvislost mezi pohlavím a důležitostí Facebooku: Tabulka 7

$X^2 = 2,867$, tudíž neexistuje statisticky významná souvislost mezi pohlavím a důležitostí sociální sítě Facebook

Tab. č. 8: souvislost mezi pohlavím a důležitostí Instagramu

Instagram	chlapci	děvčata	celkem
ano	135	136	271
ne	35	25	60
celkem	170	161	331

Instagram	chlapci	děvčata	celkem
ano	139,2	131,8	271
ne	30,8	29,2	60
celkem	170	161	331

Souvislost mezi pohlavím a důležitostí Instagramu: Tabulka 8

$X^2 = 1,427$, tudíž neexistuje statisticky významná souvislost mezi pohlavím a důležitostí sociální sítě Instagram

Tab. č. 9: souvislost mezi pohlavím a důležitostí SnapChatu

snapchat	chlapani	děvčata	celkem
ano	39	28	67
ne	131	133	264
celkem	170	161	331

snapchat	chlapani	děvčata	celkem
ano	34,4	32,6	67
ne	135,6	128,4	264
celkem	170	161	331

Souvislost mezi pohlavím a důležitostí SnapChatu: Tabulka 9

$X^2 = 1,578$, tudíž neexistuje statisticky významná souvislost mezi pohlavím a důležitostí sociální sítě SnapChat

Tab. č. 10: souvislost mezi pohlavím a důležitostí X (dříve Twitteru)

Twitter	chlapani	děvčata	celkem
ano	6	8	14
ne	164	153	317
celkem	170	161	331

Twitter	chlapani	děvčata	celkem
ano	7,2	6,8	14
ne	162,8	154,2	317
celkem	170	161	331

Souvislost mezi pohlavím a důležitostí X: Tabulka 10

$X^2 = 0,423$, tudíž neexistuje statisticky významná souvislost mezi pohlavím a důležitostí sociální sítě X

Tab. č. 11: souvislost mezi pohlavím a důležitostí TikToku

TikTok	chlapci	děvčata	celkem
ano	44	87	131
ne	127	73	200
celkem	171	160	331

TikTok	chlapci	děvčata	celkem
ano	67,7	63,3	131
ne	103,3	96,7	200
celkem	171	160	331

Souvislost mezi pohlavím a důležitostí TikToku: Tabulka 11

$X^2 = 28,36$, tudíž existuje statisticky významná souvislost mezi pohlavím a důležitostí sociální sítě TikTok

Tab. č. 12: souvislost mezi pohlavím a důležitostí YouTube

YouTube	chlapci	děvčata	celkem
ano	104	56	160
ne	66	105	171
celkem	170	161	331

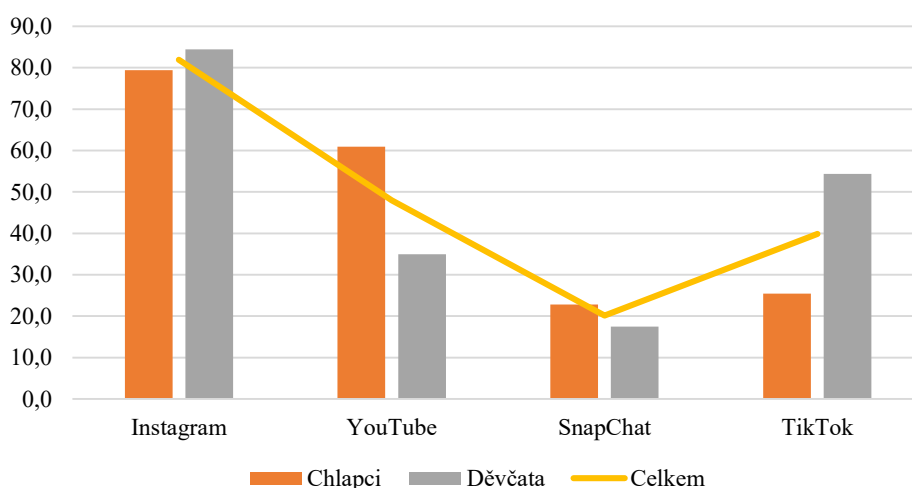
YouTube	chlapci	děvčata	celkem
ano	82,2	77,8	160,0
ne	87,8	83,2	171,0
celkem	170,0	161,0	331

Souvislost mezi pohlavím a důležitostí YouTube: Tabulka 12

$X^2 = 23,067$, tudíž existuje statisticky významná souvislost mezi pohlavím a důležitostí sociální sítě YouTube

Dle výsledků zaznamenaných v tabulkách je tedy zřejmé, že jako vysoce důležitou síť je možné označit Instagram, a to tedy bez ohledu na pohlaví respondentů, neb v tabulce č. 6 získala celkem 271 kladných odpovědí, což znamená, že ji oblibuje takřka 82% respondentů. Síť YouTube je dále vysoce oblíbená u chlapců (61,1%) a síť TikTok je vysoce oblíbená u dívek (54,1%). Síť, která je pro chlapce i dívky stejně, a zároveň průměrně oblíbená, je SnapChat (necelých 19% si tuto síť, bez ohledu na pohlaví, vybralo jako oblíbenou). V neposlední řadě, síť Facebook (6% si tuto síť, bez ohledu na pohlaví, vybralo jako oblíbenou), a X (lehce přes 4% si tuto síť, bez ohledu na pohlaví, vybralo jako oblíbenou) se z celkového součtu odpovědí dají vyvodit jako nejméně oblíbené. V grafu je možnost vidět postavení sociálních sítí, které žáci označili jako oblíbené (čili Facebook a X byl z tabulky vyřazen)

Graf č. 2: relevance sociálních sítí podle pohlaví



Relevance (pro žáky důležitých) sociálních sítí podle pohlaví: Graf 2

Vzhledem k zmíněným informacím tedy konstatujeme, že **mezi pohlavím a druhem preferované sociální sítě existuje souvislost**, tudíž potvrzujeme alternativní hypotézu číslo 2.

5.4 Míra angažovanosti v závislosti na pohlaví

Respondenti uváděli subjektivní oblíbenost jednotlivých sítí a počet hodin, které denně na sítích stráví. Jakkoli přitom neuváděli, kolik hodin stráví na každé síti, lze předpokládat, že sítě, které považují za oblíbené, používají častěji, než ty, které za oblíbené neuvedli. Angažovanost klesá s počtem hodin strávených na sítích (viz hlavní výzkumná otázka). V rámci bezpečného chování na sítích (do 2 hodin denně) lze říct, že 118 respondentů

(35,6%), na sociálních sítích stráví denně nerizikové množství času, a 213 respondentů (64,4%) už se pohybují za hranicí rizikového množství času na sociálních sítích. 77 (to dělá 23,3%) respondentů dokonce uvedlo, že na sociálních sítích tráví více, než 4 hodiny denně. UPOL (2021), tvrdí, že 22,4% žáků tráví na sociálních sítích více než 4 hodiny denně (CHOMYNOVÁ, 2023). Což opět potvrzuje možný vzrůstající trend. Rozdělíme-li si to na pohlaví tak 96 (z toho 29 z nich tráví na sociálních sítích více než 4 hodiny) chlapců (což činí 56,4%) tráví na sociálních sítích rizikové množství času, a dokonce 117 dívek (což činí 72,8%) tráví na sociálních sítích rizikové množství času (z toho 48 z nich tráví na sociálních sítích více než 4 hodiny). UPOL pro rok 2021 tvrdí, že se jedná o 53,8% chlapců a 67,4% dívek. (CHOMYNOVÁ, 2023). Takže i zde naše výsledky sedí a potvrzují možnost vzrůstajícího trendu.

Dle tabulky č. 3, kterou už jsme jednou viděli více, lze tedy konstatovat, že **Existuje silná závislost mezi pohlavím a rizikovým chováním na sociálních sítích, tedy míra angažovanosti souvisí s pohlavím.**

Tab. č. 3(opět): rizikové chování na sociálních sítích (vážené odpovědi)

rizikovost	chlapci	dívky	celkem
do 2 hodin	75	43	118
nad 2 hodiny	96	117	213

Očekávaná frekvence (rizikovosti):

rizikovost	chlapci	děvčata	celkem
ano	110,0	103,0	113
ne	61,0	57,0	118

Rizikové chování na sociálních sítích (opět): Tabulka 13

χ^2 pro závislosti mezi pohlavím a rizikovostí chování na sítích je 10,394

Přesněji řečeno se tedy dle tabulek se dá konstatovat, že dívky tráví na sociálních sítích větší rizikové množství času, a neb se nám potvrdila hypotéza, že čas na sociálních sítích negativně ovlivňuje míru angažovanosti, dá se snadno předpokládat, že jsou dívky i méně angažované. Tudíž potvrzujeme alternativní hypotézu č.3.

Dále je možnost se zamyslet nad tím, jaká sociální síť nejvíce ovlivňuje angažovanost. Předcházející výzkumná otázka svým výsledkem potvrdila, že existuje závislost mezi preferovanou sociální sítí a pohlavím. Jako rizikovou skupinu v rámci pohlaví jsou definovány dívky. Vzhledem k tomu, že 117 dívek se na sítích chová rizikově, a síť, která je v této skupině označena za oblíbenou a má s tímto pohlaví tedy vztah je TikTok (87 výběrů, to činí 84,5%), je zde možnost že právě TikTok ovlivňuje angažovanost uživatelů. Toto je téma, které by bylo vhodné na další, hlubší zkoumání.

ZÁVĚR

Hlavním přínosem mé seminární práce budou nasbíraná statistická data ohledně stoupajícího počtu žáků středních škol závislých na virtuálních drogách, které negativně ovlivňují jejich angažovanost. Díky výsledkům je nyní možné blíže určit, zda je jedno pohlaví angažovanější, nežli druhé, a zároveň jestli existuje vztah mezi určitou sociální sítí a pohlavím. Věřím, že tyto informace zvýší celkové povědomí o tomto sociálně patologickém jevu a napomůže to k obnovení, či doplnění informací, například v preventivních programech s touto tematikou.

Sociální sítě zpřístupnily jednoduchou komunikaci a daly tak množnost propojení se světem. Z hlediska globalizace se to zdá jako skvělý přínos. Bleskovou rychlostí se dozvídáme nejnovější informace ze světa, dostává se nám snadné možnosti seznamování s druhými a máme jistotu, že někde je komunita, do které zapadneme- a není tolik těžké ji najít. Ale každá mince má dvě strany. Jednoduchost vede k závislosti, a jak se z mé práce prokázalo, trpí jí velké procento společnosti, a to i pubescentů. Jev „FOMO“ je mladým uživatelům nejen známý, ale jsou s ním smíření a otevřeně přiznávají, že jím trpí. Jsou jim však sociální sítě přednější než školní povinnosti nebo domácí práce? Výsledky mého dotazníkového šetření potvrzují, že ano.

Jak již bylo řečeno, dle výzkumu UPOL (z roku 2021), tráví běžný všední den na sociálních sítích více než dvě hodiny denně 61,5% žáků. Přesněji pak 53,8% chlapců a 67,4% dívek. A více než 4 hodiny denně pak celkem 22,4% studentů. (CHOMYNOVÁ, 2023) Výsledky mého dotazníkového šetření přinesly potvrzení, kdy 56,4% chlapců a 72,8% tráví přes dvě hodiny svého volného času na sociálních sítích. Mé výsledky z roku 2024 jsou dokonce vyšší, což dává možnost k zamyšlení, že se pravděpodobně jedná o trend vzrůstajícího času stráveného na sociálních sítích.

Dle výsledků mého dotazníkové šetření, se 64,4% žáků chová na sociálních sítích rizikově (tráví na nich více než 2 hodiny denně) a 23,3% z nich tráví na sociálních sítích přes 4 hodiny denně. Což je téměř stejný výsledek, který v roce 2021 uvedl UPOL. Analýza vyšší angažovanost jasně prokazuje u žáků s kratším stráveným časem na sociálních sítích. Tudíž je potvrditelné, že čas na sociálních sítích má vliv na angažovanost žáků středních škol, a čím je čas trávený na sociálních sítích vyšší, tím nižší je jejich angažovanost. Tudíž je vliv času na angažovanost negativní.

Výsledky dotazníkového šetření ukázaly, že všeobecně nejužívanější sociální sítí pro generaci Z je Instagram, kdy jej 81,9% dotazovaných zvolilo jakožto pro ně nejoblíbenější. Mimo jiné se ale zjistilo, že existuje vztah mezi pohlavím a preferovanými sociálními sítěmi. Neb kromě Instagramu (a SnapChatu) jsou další dvě hojně preferované sítě rozděleny pohlavím, kdy 61,1% Chlapců považují YouTube jako relevantní, přičemž u dívek je to pouze 35%. 54,1% dívek na druhou stranu jako relevantní sociální sít' vybralo TikTok, přičemž u chlapců získal jen 25,8%.

Za rizikovou skupinu se definovaly dívky, neb jejich rizikově strávený čas na sociálních sítích je vyšší a angažovanost zase nižší, než u chlapců. TikTok se s největší pravděpodobností ukázal jako nejrizikovější sociální sít', což odvozujeme od myšlenky, že respondenti, kteří jako nejpreferovanější sociální sít' označili právě TikTok, mají zároveň nejvyšší čas strávený na sociálních sítích (dvě až čtyři, a čtyři a více hodin). A vzhledem k tomu, že je tato sít' primárně vybírána dívkami jako oblíbená, dá se odvodit, že dívky mají větší tendence k rizikovému chování, primárně díky této síti. Je to ovšem jen domněnka a věřím, že by si zasloužila do budoucna další, hlubší přezkoumání.

Je také možné, že angažovanost a rizikové chování je ovlivňováno nejen jednou sociální sítí, ale množstvím, nebo dokonce kombinací sociálních sítí, které žák používá. Je zde určitá pravděpodobnost, že se nejedná jen o jednu sít' (konkrétně tedy, dle mé domněnky, TikTok), která zvyšuje rizikové chování, ale že jde primárně o kombinace sociálních sítí, které, například svým obsahem nebo funkcemi, zaměstnávají žáky natolik, že na nich mají tendence trávit rizikové množství času a tím se rapidně snižuje úroveň jejich angažovanosti v učení a domácích povinnostech. Jsem přesvědčena, že i tento jev by bylo velmi zajímavé prozkoumat v dalších výzkumech a zjistit, jestli je má domněnka pravdivá.

DOPORUČENÍ DO PRAXE

Dle výsledků výzkumu se prokázalo, že angažovanost žáků je ovlivňována časem stráveným na sociálních sítích. Je tedy nutno podniknout kroky, které by zamezily nebo omezily další prohlubování tohoto vzrůstajícího trendu.

Nejvhodnějším způsobem, jak opět zvýšit angažovanost je snížit čas strávených na sociálních sítích tak, aby se pohyboval v nerizikové míře (tudíž dvě hodiny denně, maximálně). Nabízí se zde možnost již zmíněného „internetového detoxu“, který ale vyžaduje žákovo autonomní chování, tudíž se on sám musí rozhodnout a dodržovat omezení času na sociálních sítích, přičemž toto rozhodnutí žádná druhá strana neovlivní. Budeme se tedy zaměřovat jen na zvýšení angažovanosti ve školním prostředí, přesněji výuce.

Ve školním prostředí by bylo vhodné omezovat celkový přístup na internet (čímž zamezíme trávení času na sociálních sítích), aby se začala více podporovat angažovanost v učení, přímo v hodinách. Je zde možnost omezení přístupu k internetu úplně, což ale omezuje možnost vyhledávání informací na internetu, nebo například hrát naučné hry v rámci některé z hodin. Nepřijde mi vhodné omezovat možnost využívání internetového prostředí k vyhledávání informací, naopak si myslím, že by to mohlo mít za výsledek ještě větší úpadek angažovanosti. Co by se ovšem mohlo vyplatit, je zpřístupnění internetu pouze v době, kdy mají žáci výuku (tzn. o přestávkách se na internet, tudíž na sociální sítě, nedostanou). A aby se zamezilo používání sociálních sítí v průběhu výuky, mohly by být telefony žáků umístěné někde, kde na ně má vyučující dohled a rozdat je vždy, když budou pro výuku potřeba, nebo pak až na konci hodiny. Například v Americe se tento postup na některých školách již uplatňuje, pojmenovali to „Phone jail“ (= „Vězení pro telefony“). Samozřejmě je ale nutno počítat s tím, že k odevzdání jejich majetku bude potřeba souhlas zákonného zástupce žáka.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

1. Acharya, S. (2021, October 8). 10 Factors That Affect Employee Engagement. OffiNeeds. <https://www.offineeds.com/employee-engagement-factors/>
2. Anna, Š., & a kolektiv. (2015). Děti a dospívající online. Grada Publishing, a.s.
3. Lukas, B., & a kolektiv. (2016). Online závislosti. Grada Publishing a.s.
4. Boyd, D. (2014). It's complicated : the social lives of networked teens. Yale University Press, Cop.
5. Ray, M. (2017). Social network | computing. In Encyclopædia Britannica. <https://www.britannica.com/technology/social-network>
6. Britannica Money. (2024, February 9). Www.britannica.com. <https://www.britannica.com/money/Twitter>
7. Statista. (2024, February 1). TikTok users by country 2022. Statista. <https://www.statista.com/statistics/1299807/number-of-monthly-unique-tiktok-users/>
8. Ceci, L. (2024). Leading countries based on YouTube audience size as of January 2024| Statistic. Statista; Statista. <https://www.statista.com/statistics/280685/number-of-monthly-unique-youtube-users/>
9. Kopecký, K. (2019, January 14). Co je netolismus. Www.e-Bezpeci.cz. <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/71-trivium/1432-co-je-netolismus>
10. Gregersen, E. (2019). Social Media. In Encyclopædia Britannica. <https://www.britannica.com/topic/social-media>
11. Švůgerová, A. : H. (n.d.). Netolismus aneb „Už to vypni!“ – Prev-Centrum. Retrieved April 19, 2024, from <https://www.prevcentrum.cz/netolismus-aneb-uz-to-vypni/>
12. Krytoland.cz. (2023). Článek: Nejpoužívanější sociální sítě v České republice | Blog | O nás - Krytoland.cz | Krytoland pouzdra a kryty na mobil. Krytoland.cz. <https://www.krytoland.cz/clanek-nejpouzivanejsi-socialni-site-v-ceske-republice>
13. D'souza, D. (2024, February 15). TikTok: What It Is, How It Works, and Why It's Popular. Investopedia. <https://www.investopedia.com/what-is-tiktok-4588933>
14. Statista. (2024). | Leading countries based on number of X (formerly Twitter) users as of January 2024 Statistic. Statista; Statista.

- <https://www.statista.com/statistics/242606/number-of-active-twitter-users-in-selected-countries/>
15. Statista. (2024). | Actioned fake accounts on Facebook worldwide from 4th quarter 2017 to 4th quarter 2023 Statista. Statista; Statista. <https://www.statista.com/statistics/1013474/facebook-fake-account-removal-quarter/>
 16. Statista. (2024). Countries with most Instagram users 2024 | Statistic. Statista; Statista. <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>
 17. Countries with most Snapchat users 2024 | Statista. (2024). Statista; Statista. <https://www.statista.com/statistics/315405/snapchat-user-region-distribution/>
 18. Dixon, S. (2024, March 20). | Countries with the most Facebook users 2024 Statistic. Statista; Statista. <https://www.statista.com/statistics/268136/top-15-countries-based-on-number-of-facebook-users/>
 19. How Often Do People Change Jobs? (n.d.). The Balance. <https://www.thebalancemoney.com/how-often-do-people-change-jobs-2060467>
 20. Eldridge, A. (2024, March 30). Britannica Money. www.britannica.com. <https://www.britannica.com/money/Instagram>
 21. Boskey, E. (2023, January 12). Having Safe Sex During COVID-19 Doesn't Have to Be an In-Person Thing. Verywell Health. <https://www.verywellhealth.com/cybersex-pros-cons-4800752>
 22. Great Schools Partnership. (2016). Student engagement. The Glossary of Education Reform. <https://www.edglossary.org/student-engagement/>
 23. Sherri Gordon. (2019). Do You Suffer From FOMO? Find Out How to Cope. Verywell Family. <https://www.verywellfamily.com/how-fomo-impacts-teens-and-young-adults-4174625>
 24. Griffiths, M. (1996). Behavioural addiction: an issue for everybody? *Employee Counselling Today*, 8(3), 19–25. <https://doi.org/10.1108/13665629610116872>
 25. Gupta, M., & Sharma, A. (2021). Fear of missing out: A brief overview of origin, theoretical underpinnings and relationship with mental health. *World Journal of Clinical Cases*, 9(19), 4881–4889. <https://doi.org/10.12998/wjcc.v9.i19.4881>

26. Hall, M. (2024, March 30). Britannica Money. [Www.britannica.com.
https://www.britannica.com/money/Facebook](https://www.britannica.com/money/Facebook)
27. Hosch, W. L. (2023). YouTube. In Encyclopædia Britannica. <https://www.britannica.com/topic/YouTube>
28. Addicted to Social Media? There's a Healthier Way to Scroll. (n.d.). Verywell Health. <https://www.verywellhealth.com/social-media-timing-8573175>
29. CHOMYNOVÁ, P., DVOŘÁKOVÁ, Z., ČERNÍKOVÁ, T., ORLÍKOVÁ, B., GROHMANNOVÁ, K., FRANKOVÁ, E. 2023. Zpráva o digitálních závislostech v České republice 2023 [Report on Digital Addictions in the Czech Republic 2023] CHOMYNOVÁ, P. (Ed.). Praha: Úřad vlády České republiky. ISBN 978-80-7440-321-7 (online, PDF)
30. Chráska Miroslav. (2016). Metody pedagogického výzkumu. Grada Publishing a.s.
31. Inspirata. (2022, June 7). Co je angažovanost a proč ji podporovat? Inspirata. <https://inspirata.cz/2022/06/07/co-je-to-angazovanost-a-proc-ji-podporovat/>
32. Webwise. (2018, August 9). Explained: What is Facebook? -. Webwise.ie. <https://www.webwise.ie/parents/explained-what-is-facebook-2/>
33. Webwise. (2018, August 8). Explainer: What is Snapchat? -. Webwise.ie. <https://www.webwise.ie/parents/explainer-what-is-snapchat-2/>
34. Jindal, M. (29. listopad 2023). Are Fake Profiles Illegal? Načteno z bytescare.com: <https://bytescare.com/blog/are-fake-profiles-illegal>
35. Jones, E. (2022, August 28). SixDegrees.com — The Start of Social Media. Medium. <https://medium.com/@emijones/sixdegrees-com-the-start-of-social-media-86e287d46e9e>
36. What Ever Happened to ICQ? (n.d.). TechSpot. <https://www.techspot.com/article/1771-icq/>
37. Kovalik, S., & Olsen, K. (1995). Integrovaná tematická výuka.
38. Kross, E., Verduyn, P., Sheppes, G., Costello, C. K., Jonides, J., & Ybarra, O. (2020). Social Media and Well-Being: Pitfalls, Progress, and Next Steps. Trends in Cognitive Sciences, 25(1), 55–66. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2020.10.005>

39. Lerman, R. (2022, April 25). Why did Elon Musk buy Twitter? Washington Post. <https://www.washingtonpost.com/technology/2022/04/25/why-elon-musk-wants-twitter/>
40. Lutkevich, B. (2021, September). What Is Social Media? Techtargt. <https://www.techtargt.com/whatis/definition/social-media>
41. Cunningham, S., Hudson, C. C., & Harkness, K. (2021). Social Media and Depression Symptoms: a Meta-Analysis. *Research on child and adolescent psychopathology*, 49(2), 241–253. <https://doi.org/10.1007/s10802-020-00715-7>
42. Grohol, J. (2022, March 31). FOMO: Causes and Solutions. Psych Central. <https://psychcentral.com/health/what-is-fomo-the-fear-of-missing-out>
43. (2022). Study.com. <https://study.com/learn/lesson/emo-subculture-traits.html>
44. Khalaf, A. M., Alubied, A. A., Khalaf, A. M., & Rifaey, A. A. (2023). The Impact of Social Media on the Mental Health of Adolescents and Young Adults: A Systematic Review. *Cureus*, 15(8), e42990. <https://doi.org/10.7759/cureus.42990>
45. Syndrom vyhoření, burnout syndrom - příznaky, prevence, léčba - MUDr. Zbyněk Mlčoch. (n.d.). www.zbynekmlcoch.cz. Retrieved April 19, 2024, from <https://www.zbynekmlcoch.cz/texty/zdravi/syndrom-vyhoreni-burnout-syndrom-priznaky-prevence-lecba>
46. Facebook, & Twitter. (n.d.). Here's How to Privately Message Other Instagram Users. Lifewire. <https://www.lifewire.com/what-is-instagram-direct-3485857>
47. O'Connell, B. (2020, February 28). History of Snapchat: Timeline and Facts. TheStreet. <https://www.thestreet.com/technology/history-of-snapchat>
48. Lin, L. Y., Sidani, J. E., Shensa, A., Radovic, A., Miller, E., Colditz, J. B., Hoffman, B. L., Giles, L. M., & Primack, B. A. (2016). ASSOCIATION BETWEEN SOCIAL MEDIA USE AND DEPRESSION AMONG U.S. YOUNG ADULTS. *Depression and anxiety*, 33(4), 323–331. <https://doi.org/10.1002/da.22466>
49. GCF Global. (2024). YouTube: What is youtube? GCFGlobal.org. <https://edu.gcfglobal.org/en/youtube/what-is-youtube/1/>
50. Shoichet, C. E. (2023, September 14). Is Gen Z thriving? Not so much, according to a new study. CNN. <https://edition.cnn.com/2023/09/14/health/gen-z-mental-health->

[gallup-wellness-
cec/index.html#:~:text=Compared%20with%20older%20generations%20today%2C%20the%20Gallup-WFF%20study](#)

51. Stock, C. (2010). Syndrom vyhoření a jak jej zvládnout. Grada Publishing a.s.
52. Tedder, M. (2023, August 15). “The emo scene and MySpace formed a connected loop. As one grew, so did the other.” BrooklynVegan. <https://www.brooklynvegan.com/the-emo-scene-and-myspace-formed-a-connected-loop-as-one-grew-so-did-the-other/>
53. FOSI | New Survey Reveals Student Social Media Use and Tech Trends for 2022. (n.d.). Wwww.fosi.org. Retrieved April 19, 2024, from https://www.fosi.org/good-digital-parenting/new-survey-reveals-student-social-media-use-and-tech-trends-for-2022?fbclid=IwAR0TPc3iqV0bPuUcxwPMraZbL23ifOTqBqi3Z1iiyQqfd8_wve8NgFDr2R8
54. Mental health status of Americans by generation. (n.d.). Statista. Retrieved April 19, 2024, from <https://www.statista.com/statistics/1452714/self-reported-mental-health-status-by-generation-in-the-us/>
55. Happiful Magazine. (n.d.-b). What is JOMO? Retrieved from <https://happiful.com/what-is-jomo>
56. Young, K.S. (1999). Internet addiction: evaluation and treatment. *BMJ*, 319.
57. Demografické ročenky (pramenná díla) 2022 - 2010. (n.d.). Demografické Ročenky (Pramenná Díla) 2022 - 2010. Retrieved April 23, 2024, from https://www.czso.cz/csu/czso/casova_rada_demografie
58. David Šmahel (2003) Psychologie a internet: děti dospělými, dospělí dětmi, Triton

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

SEZNAM OBRÁZKŮ

Délka vyplňování dotazníku: Obrázek 1	41
Pohlaví respondentů: Obrázek 2	42
Názor žáků, zda sociální sítě odvádějí jejich pozornost od povinností ve škole: Obrázek 3	48
Žáci záměrně odsouvají své povinnosti, aby mohli trávit čas na sociálních sítích: Obrázek 4.....	48
Žáci používají sociální sítě během hodiny, bez vědomí učitele: Obrázek 5.....	49

SEZNAM TABULEK

Aktivity po návratu ze školy: Tabulka 1	44
Hodiny denně na sociálních sítích: Tabulka 2.....	45
rizikové chování na sociálních sítích: Tabulka 3	45
Aktivity ve volném čase v rámci rizikového chování: Tabulka 4.....	46
podíl rizikového chování na sítích: Tabulka 5	46
Nedůležitější sociální sítě: Tabulka 6	50
souvislost mezi pohlavím a důležitostí Facebooku: Tabulka 7.....	51
Souvislost mezi pohlavím a důležitostí Instagramu: Tabulka 8.....	51
Souvislost mezi pohlavím a důležitostí SnapChatu: Tabulka 9.....	52
Souvislost mezi pohlavím a důležitostí X: Tabulka 10	52
Souvislost mezi pohlavím a důležitostí TikToku: Tabulka 11	53
Souvislost mezi pohlavím a důležitostí YouTube: Tabulka 12.....	53
Rizikové chování na sociálních sítích (opět): Tabulka 13	55

SEZNAM PŘÍLOH

Rizikovost chování na sociálních sítích v závislosti na preferované aktivitě: Graf 1 ..47	
Relevance (pro žáky důležitých) sociálních sítí podle pohlaví: Graf 2	54
Příloha P 1: Dotazník	69
Příloha P 2: Rizikové chování v závislosti na určité sociální síti	72

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK

Příloha P 1: Dotazník

„Jmenuji se Barbora Zapletalová a moc děkuji za Tvůj čas!

Můj výzkum se zabývá užíváním sociálních sítí.

Cílem dotazníku je zhodnotit četnost a strukturu sociálních sítí, které užívají letošní maturanti.

Dotazník je anonymní a zjišťovaná data poslouží pouze ke statickým účelům pro moji bakalářskou práci na téma „*Vliv sociálních sítí na angažovanost žáků středních škol*“.

V žádném případě nebude možné spojit výsledky s konkrétní osobou.

Vyplnění dotazníku bude trvat asi 7 minut.“

1. Jaké je tvé pohlaví?

(uzavřená- polytomická: muž/žena/nechci uvádět/jiné)

2. Na jaké škole studuješ?

(uzavřená otázka z předem definovaného seznamu škola + obor)

3. Cítím zodpovědnost za výsledky svého studia a za plnění ostatních úkolů. Používal/a jsi sociální sítě v prvním ročníku?

(Likertovo škálování: 1-vůbec, 2-trochu/málo, 3-průměrně, 4-hodně/dostatečně, 5-zcela)

4. Své znalosti umím dobře aplikovat při řešení problémů. Seřaď tyto sociální sítě podle oblíbenosti:

(Likertovo škálování: 1-vůbec, 2-trochu/málo, 3-průměrně, 4-hodně/dostatečně, 5-zcela)

5. Cítím se jako týmový hráč.

(Likertovo škálování: 1-vůbec, 2-trochu/málo, 3-průměrně, 4-hodně/dostatečně, 5-zcela)

6. V komunikaci se spolužáky se cítím sebejistě.

(Likertovo škálování: 1-vůbec, 2-trochu/málo, 3-průměrně, 4-hodně/dostatečně, 5-zcela)

7. Snadno používám aplikace a počítačové programy.

(Likertovo škálování: 1-vůbec, 2-trochu/málo, 3-průměrně, 4-hodně/dostatečně, 5-zcela)

8. Ve škole mám dostatek prostoru k zapojení se do výuky.

(Likertovo škálování: 1-vůbec, 2-trochu/málo, 3-průměrně, 4-hodně/dostatečně, 5-zcela)

9. Učitelé vysvětlují probíranou látku srozumitelně.

(Likertovo škálování: 1-vůbec, 2-trochu/málo, 3-průměrně, 4-hodně/dostatečně, 5-zcela)

10. Komunikace mezi učiteli a studenty je dobrá.

(Likertovo škálování: 1-vůbec, 2-trochu/málo, 3-průměrně, 4-hodně/dostatečně, 5-zcela)

11. Domácí přípravu do školy zvládám v pohodě a bez stresu.

(Likertovo škálování: 1-vůbec, 2-trochu/málo, 3-průměrně, 4-hodně/dostatečně, 5-zcela)

12. Nároky na domácí přípravu (množství a úroveň úkolů/testů) do školy jsou přiměřené a nezatěžující.

(Likertovo škálování: 1-vůbec, 2-trochu/málo, 3-průměrně, 4-hodně/dostatečně, 5-zcela)

13. Myslím, že používání sociálních sítí mě odvádí od povinností ve škole.

(Likertovo škálování: 1-vůbec, 2-trochu/málo, 3-průměrně, 4-hodně/dostatečně, 5-zcela)

14. Někdy záměrně odsouvám své povinnosti, protože chci trávit čas na sociálních sítích.

(Likertovo škálování: 1-vůbec, 2-trochu/málo, 3-průměrně, 4-hodně/dostatečně, 5-zcela)

15. Jaké sociální sítě používáš?

(výčtová: výběr ze seznamu všech běžně používaných sociálních sítí a médií, kdy lze vybrat více odpovědí, společně s odpovědí „jiná“, kde mohou sít' dopsat)

16. Seřaď tyto sociální sítě podle oblíbenosti

(stupnicová: seřaď položky dle oblíbenosti- od nejoblíbenějších, po nejméně oblíbené. Sítě co nepoužíváš zařaď na poslední příčky)

17. Kolik hodin denně trávíš na sociálních sítích?

18. (uzavřená-polytomická: méně než hodinu, 1-2 hodiny, 2-3 hodiny, 4 a více hodin)

19. Máš dojem, že na sociálních sítích trávíš víc času než před rokem?

(uzavřená: A/N)

20. Jak dlouho vydržíš bez přístupu k sociálním sítím aniž bys zažíval/a nepříjemné pocity, stres nebo nervozitu?

21. (uzavřená- polytomická: méně než den, jeden až 3 dny, týden, více než týden)

22. Používáš sociální sítě i ve škole?

(uzavřená: A/N)

23. Používáš sociální sítě i během hodiny (bez vědomí učitele)?

(uzavřená: A/N)

24. Jak probíhá Tvůj den, když se vrátíš ze školy?

(stupnicová: seřaď položky dle pořadí-co děláš první a co dále, případně napiš aktivitu kterou děláš a není v seznamu a přeskoč ty, které neděláš)

25. Jak se cítíš, když nemáš delší dobu přístup k sociálním sítím?

(otevřená: popiš své pocity)

„Ještě jednou Ti děkuji za čas, moc mi to pomohlo!,,

PŘÍLOHA P2: RIZIKOVÉ CHOVÁNÍ V ZÁVISLOSTI NA URČITÉ SOCIÁLNÍ SÍTI

Příloha P 2: Rizikové chování v závislosti na určité sociální síti

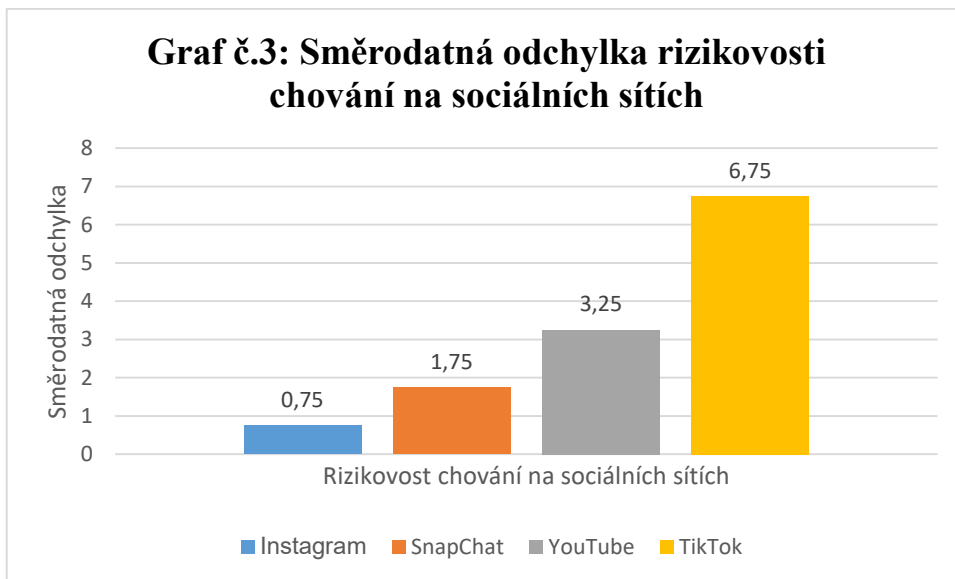
K předběžnému vyhodnocení dat je užito primárně metod frekvenční analýzy, čili rozdělení četnosti odpovědí a vytvoření tabulky hodnot seskupených v intervalech. Tyto matriály mohou být později využity jako základ pro hlubší výzkum toho, zdali existuje vztah mezi klesající angažovaností a specifickou sociální sítí.

Rizikovost chování na síti podle typu sítě

			Instagram	YouTube	SnapChat	TikTok
bezpečné chování	do 1 hodiny	I.	2	0	10	13
		II.	3	6	9	7
		III.	18 6,6	17 9,3	4 5,7	3 2,5
	1 - 2 hodiny	I.	3	8	41	51
		II.	18	36	48	33
		III.	89 32,5	66 36,3	21 30,0	26 21,8
rizikové chování	2 - 4 hodiny	I.	1	15	47	38
		II.	23	51	65	49
		III.	114 41,6	72 39,6	26 37,1	51 42,9
	nad 4 hodiny	I.	1	12	22	14
		II.	18	33	31	19
		III.	53 19,3	27 14,8	19 27,1	39 32,8

Rizikovost chování vztažená k užívané síti, čili čas strávený na sociálních sítích nad 2 hodiny denně, se v rámci jednotlivých sociálních sítích liší. Lze konstatovat, že 60 % uživatelů Instagramu, 55 % uživatelů YouTube, 65 % uživatelů SnapChatu a 75 % uživatelů TikToku se chová rizikově. Rizikové chování na sítích přitom vykazuje 61,5 % respondentů (viz Tab. č. 5), čili rizikovost chování uživatelů Instagramu je prakticky shodné s rizikovostí chování všech respondentů (což odpovídá faktu, že Instagram používá 92 % uživatelů a že Instagram považuje za vysoce relevantní sociální síť 81 % uživatelů).

Směrodatná odchylka rizikivosti chování na sociálních sítích Graf 3



Po výpočtu směrodatné odchylky se prokázalo, že průměrné rizikové chování žáků je také totožné s rizikovým chováním těch, kteří primárně používají Instagram. Rozdíl je pouze 0,75. Uživatelé SnapChatu a YouTube mají vyšší tendence k rizikovému chování, ale tyto tendence nejsou příliš významné. Vzhledem k výsledkům je však zřejmé, že uživatelé sítě TikTok, kteří tuto síť považují za subjektivně vysoce relevantní, se na sítích chovají rizikově častěji než ostatní uživatelé. Směrodatná odchylka odhalila významný rozdíl, a to 6,75. Rizikové chování na sítích snižuje angažovanost, tudíž se dle výsledku dá předpokládat, že **angažovanost žáků klesá s používáním některých sociálních sítí, konkrétně sítě TikTok.**