Masarykova univerzita

Filozofická fakulta

Psychologický ústav

MAGISTERSKÁ DIPLOMOVÁ PRÁCE

Praha 2017

Michal Šmilauer

Masarykova univerzita
Filozofická fakulta
Psychologický ústav

Psychologie

Michal Šmilauer

Vliv struktury a intenzity aktivity na sociální síti Facebook na sociální vztahy mladých dospělých

Magisterská diplomová práce

Vedoucí diplomové práce: PhDr. Martin Jelínek, Ph.D.

Praha 2017

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracoval samostatně s využitím uvedených pramenů a literatury.

V Praze, 26. 4. 2017 .....

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval vedoucímu práce PhDr. Martinu Jelínkovi, Ph.D. za cenné rady a pomoc. Dále bych chtěl poděkovat své rodině a přátelům za podporu a trpělivost nejen při psaní této práce, ale i v průběhu celého studia.

Obsah

I. Teoretická část ... 7
1. Sociální sítě a Facebook ... 10
1.1 Sociální sítě ... 10
1.2 Facebook ... 10
1.3 Funkce Facebooku ... 11
1.4 Soukromé konverzace ... 12
1.5 Motivace k používání Facebooku ... 13
2. Sociální potřeby ... 14
2.1 Potřeba náležet (need to belong) a potřeba afiliace ... 14
3. Sociální opora ... 15
4. Pětifaktorový model osobnosti ... 16
5. Mladá dospělost ... 20
6. Online komunikace a čas strávený offline setkáními ... 21
7. Přátelství ... 23
7.1 Kvalita přátelství ... 24
7.1.1 Vzájemná podobnost ... 25
7.1.2 Blízkost ... 25
7.1.3 Vzájemná náklonnost ... 25
7.2 Facebook a interpersonální vztahy ... 25
7.2.1 Vliv na kvalitu přátelských vztahů ... 27
8. Osamělost ... 28
8.1 Facebook a osamělost ... 29
9. Nesmělost ... 31
9.1 Nesmělost a online komunikace ... 32
10. Sebeodhalení ... 33
10.1 Sebeodhalení na online sociálních sítích ... 34
II. Empirická část ... 36
1. Výzkumný problém a stanovení výzkumných otázek a hypotéz ... 37
2. Metoda ... 39
2.1 Charakteristiky výzkumného souboru ... 39
2.2 Instrumenty ... 39
2.3 Procedura ... 41
2.4 Zpracování dat ... 42

2.5 Proměnná čas strávený aktivním používáním Facebooku 44
3. Výsledky 46
3.1 Deskriptivní statistiky 46
3.2 Výzkumná otázka č. 1: souvislost času stráveného na Facebooku a času stráveného offline setkáními 51
3.3 Výzkumná otázka č. 2: Vliv používání Facebooku na kvalitu přátelství 52
3.4 Výzkumná otázka č. 3: čas strávený na Facebooku a osamělost respondentů 53
3.5 Výzkumná otázka č. 4: moderační vliv nesmělosti 54
3.6 Výzkumné otázky č. 5 – 7: koreláty proměnných indikujících intenzitu aktivity na Facebooku 56
3.7 Shrnutí 61
4. Diskuze 62
III. Závěr 66
Seznam použitých zdrojů 69
Přílohy 79

I. Teoretická část

V této diplomové práci se budu zabývat vlivem používání sociální sítě Facebook na její uživatele. Bude se jednat o projekt s kvantitativní výzkumnou metodologií, konkrétně půjde o korelační studii. Cílem je zjistit, zda používání sociální sítě Facebook souvisí s kvalitou přátelských vztahů zúčastněných osob, frekvencí jejich „reálných setkání“ (fyzická setkání s přáteli mimo pracovní/školní prostředí) nebo jejich subjektivními pocity osamělosti. Podobně bych rád zjistil, jak s těmito proměnnými souvisí používání jednotlivých funkcí této sociální sítě. Dalším cílem je zjistit, jakým způsobem tyto vztahy ovlivňuje nesmělost respondentů a míra jejich sebeodhalení na Facebooku.

Sociální sítě rychle získaly velkou popularitu a jsou dnes velmi významnou součástí života nejen mladých lidí, ale osob všech věkových skupin. Zejména dospívající a mladí dospělí mohou trávit aktivitou na sociálních sítích několik hodin denně, a to buď na počítači nebo také se vzrůstající intenzitou na mobilních zařízeních. Sledování novinek na sociálních sítích a výměna zpráv se svými přáteli bývá velmi frekventovanou aktivitou nejen doma, ale také velmi častým způsobem využití času, kdy osoba na něco čeká, nebo např. cestuje dopravním prostředkem a stále častěji i během setkání s přáteli.

Sociální síť Facebook nabízí široké možnosti. V České republice je na síti možné např. psát „statusy“ – krátké zprávy dostupné uživatelům sítě, které je možné komentovat nebo označit tlačítkem „Like“. Mnoho uživatelů tyto „statusy“ nepíše a namísto toho jen výše zmíněnými možnostmi reaguje na „statusy“ ostatních nebo jen pasivně přijímá informace. Dále je možné sdílet fotografie a samozřejmě také prohlížet fotografie nahrané svými přáteli – tato oboustrannost je možná na Facebooku prakticky u každé aktivity. Sociální síť je také často využívána pro organizaci sociálních událostí (v „reálném“ světě) a zjišťování zájmu o tyto události. Uživatelé se mohou sdružovat do vzájemně se překrývajících skupin, kde mohou sdílet a konzumovat obsah relevantní k určitému tématu. Velmi frekventovanou aktivitou je výměna zpráv, tzv. chatování. U řady populací, zejména dospívajících a mladých dospělých, tento způsob komunikace vytlačil na okraj jiné formy textové komunikace (textové zprávy SMS, e-maily pro neformální komunikaci) a pravděpodobně snížil frekvenci telefonování (pro komunikaci se známými a přáteli).

Z výše uvedeného je zřejmé, že jestliže osoby využívají tyto široké možnosti Facebooku a činí tak často, je třeba se zabývat otázkou, zda tyto aktivity – a nahrazování aktivit jiných – nemá

na sociální život a psychických vývoj jedinců vliv. Některé výzkumné studie naznačují možný negativní vliv, jak uvádí níže. Další prozkoumání této otázky je hlavním účelem této studie.

1. Sociální sítě a Facebook

1.1 Sociální sítě

Sociální sítě je možné definovat jako internetovou službu, která uživatelům umožňuje vytvořit veřejný (popř. částečně veřejný) profil a vytváření vazby s dalšími uživateli této služby (Boyd & Ellison, 2010). Sociální sítě nejsou jen komunikační nástroj, slouží také jako zdroj informací, zábavy a umožňují svým uživatelům informace vytvářet a dále šířit (Howard et al., 2011).

Každá sociální síť nabízí specifické funkce, principy sdílení informací a pravidla vytváření vazeb mezi uživateli a přitahuje tedy jiné skupiny uživatelů, lišící se osobností, věkem i cílem, se kterým sociální síť využívají. Z důvodu heterogenity sociálních sítí je vhodné orientovat dílčí výzkumy na konkrétní sociální síť; já jsem si z důvodu vysoké penetrace populace vybral sociální síť Facebook.

1.2 Facebook

Facebook je fenoménem současné doby. Drtivá většina mladých lidí používá Facebook a penetrace starších věkových skupin je již také značná a stále se zvyšuje (Český statistický úřad, 2016). Většina dospívajících a mladých lidí má také internet v mobilu; podle Českého statistického úřadu používá sociální sítě téměř 90 % Čechů ve věku 16-24 let (2016). Facebook byl založen Markem Zuckerbergem v roce 2004, který tehdy studoval na Harvardské univerzitě informační technologie a psychologii. Sociální síť rychle získávala na popularitě a v r. 2006 byla zpřístupněna široké veřejnosti. Od té doby počet uživatelů Facebooku stále stoupá. V r. 2016 bylo každodenně na této sociální síti aktivních 1,23 miliardy uživatelů, 1,15 miliardy lidí používalo Facebook přes mobilní aplikaci a 1,86 miliardy uživatelů je aktivních na Facebooku alespoň jednou za měsíc (Facebook, 2017).

Facebook nabízí mnoho možností, jak spolu uživatelé mohou komunikovat. Komunikace může být poloveřejná, dostupná mnoha uživatelům, nebo soukromá v rámci privátního chatu (nejčastěji mezi dvěma uživateli, občas jsou však používané soukromé konverzace s mnoha pozvanými uživateli).

1.3 Funkce Facebooku

Většina funkcí Facebooku se vztahuje k poloveřejnému prostoru. Hlavní součástí profilu uživatele je jeho timeline (nahradila původní zeď). Zde uživatel publikuje svůj obsah – píše textové statusy, sdílí fotografie nebo odkazy nebo sdílí obsah, který publikoval některý z jeho přátel. Tyto příspěvky se poté zobrazují přátelům uživatele. Protože je obsahu na Facebooku publikováno mnoho, nezobrazí se obsah skutečně všem přátelům, ale jen těm, kteří jej podle algoritmických odhadů Facebooku nejvíce ocení. Sdílené příspěvky mohou poté přátelé komentovat, nebo reagovat pouhým klikem vyjadřujícím jejich emoce („To se mi líbí“, „To mě štve“). Někteří uživatelé tyto funkce aktivní využívají, jiné jsou aktivní pouze v zasílání soukromých zpráv.

Dále se uživatelé prostřednictvím Facebooku organizují a přihlašují se na pořádané události (eventy). Tento způsob organizace událostí, zejména mezi osobami v období vynořující se dospělosti, převládá. Často se implicitně předpokládá, že všichni na Facebooku jsou a událost zaregistrují. Tato sociální síť také umožňuje připojit se k tzv. facebookovým stránkám. Na této stránce může společnost (firma) nebo skupina jednotlivců sdílet obsah podobně jako jednotlivý uživatel na své timeline. Některé firmy již své stránce na Facebooku věnují větší pozornost než aktualizaci firemního webu nebo blogu společnosti. Uživatelé se také sdružují do skupin. Sdružování může probíhat podle libovolného klíče, záleží pouze na jejích členech. Existují tak skupiny lidí se stejnými zájmy nebo např. studující stejný obor na vysoké škole. Skupiny se mohou navzájem překrývat, uživatel může být členem kolika skupin chce. Členství je vždy dobrovolné. Skupiny mohou být veřejné – obsah je dostupný všem uživatelům Facebooku –, soukromé – obsah je dostupný jen členům skupiny nebo tajné – obsah je také dostupný jen členům a skupina navíc ve vyhledávači této sociální sítě není dohledatelná. Z dalších funkcionalit uživatelé mohou na Facebooku hrát různé hry nebo vysílat živé video nebo audio přenosy.

Facebook patří mezi každodenní aktivity mnoha mladých dospělých, čas zde strávený je však obvykle fragmentovaný, uživatelé se obvykle připojují několikrát za den, aby mohli průběžně reagovat na příspěvky a komentáře ostatních. K přístupu na sociální síť jsou často využívány mobilní aplikace. Ve studii Michikyana, Dennisové, Subrahamanyamové (2015) se většina respondentů přihlašovala do Facebooku alespoň 6krát denně a trávili na Facebooku v průměru

2h:40min denně, starší studie obvykle uvádějí podstatně kratší strávený čas (Manago, Taylor, & Greenfield, 2012), což je pravděpodobně způsobeno vzrůstem aktivity na sociální síti, která uživatele motivuje k častějším návštěvám.

Základní jednotkou Facebooku je přátelství dvou uživatelů. Uživatelé vidí obsah publikovaný svými přáteli ve svých „vybraných příspěvcích“ („news feed“, příspěvky jsou vybrané podle odhadované relevance, viz výše), mohou si zobrazit profil svých přátel (osobní informace, publikované fotografie i jeho timeline, tedy historii jeho příspěvků a aktivit na Facebooku), zvát ho k účasti na různých událostech, hrách, skupinách nebo stránkách. Přestože jde o online přátelství, které může být nezávislé na reálném přátelství, obvykle se u mladých lidí jedná o lidi, které nejdříve potkali offline (Pempek, Yermolayeva, & Calvert, 2009).

Počet přátel není omezený a souvisí jak s počtem reálných přátel jedince, tak s jeho osobní preferencí, jak moc potřebuje daného člověka znát, aby si jej přidal do svých přátel na Facebooku. Počet přátel statisticky významně souvisí s well-beingem a extraverzí (Kim a Lee (2011); Nabi, Prestin, a So (2013)). Protože facebooková přátelství obvykle reflektují reálný sociální okruh jedince, je tato souvislost poměrně logická.

Populární osobnosti mají tisíce až desetitisíce přátel, někteří uživatelé preferují spíše užší okruh přátel a mají facebookových přátel jen desítky. Nejčastěji se počet přátel pohybuje v řádu stovek, např. ve studii Managa, Taylora a Greenfielda (2012) byl průměrný počet přátel 440.

Propojení uživatelů probíhá tak, že jeden uživatel odešle druhému žádost o přátelství a ten jeho žádost přijme a stanou se přáteli, nebo ji odmítne. Rozhodnutí je konsekventní, protože potvrzený přítel může interagovat s uživatelem všemi výše uvedenými způsoby a má přístup k obsahu, který publikoval. Rozhodnutí je nicméně reverzibilní, přátelství lze kdykoliv jednostranně ukončit.

1.4 Soukromé konverzace

Někteří uživatelé jsou aktivní v polo-veřejné sféře a sdílejí obsah na svém profilu nebo ve skupině, které jsou členy, jiné polo-veřejné informace spíše jen pasivně sledují. Drtivá většina mladých lidí však aktivně využívá možnost soukromé textové konverzace. Do té je možné

zahrnout více uživatelů, nejčastěji však probíhá dyadicky. Konverzace probíhá v reálném čase (instant-messaging), její obsah se však trvale ukládá. V konverzaci je možné plynule pokračovat skrze webový prohlížeč i mobilní aplikace.

Díky rozšíření mobilního internetu se v posledních letech soukromé konverzace na Facebooku staly velmi intenzivními a nahrazují, zejm. mezi mladými lidmi, komunikaci pomocí textových zpráv (SMS) a částečně i soukromé e-maily. Na chytrých telefonech bývá k přijímání a zasílání soukromých zpráv přes Facebook často využívána aplikace Messenger. Podle literatury tyto konverzace mohou být prospěšné poskytnutím informací během rozhovoru, mohou přinášet pozitivní emoce během výměny zábavných historek a mohou přispívat k vytváření bližších vztahů se známými nebo upevnit identitu uživatele (Ha, Kim, Libaque-Saenz, Chang, & Park, 2015).

1.5 Motivace k používání Facebooku

Jak bylo zmíněno výše, funkce Facebooku zahrnují širokou škálu forem komunikace. Tyto se liší mírou veřejnosti, mírou aktivity, různým stupněm sebeodhalení a dalšími faktory. Motivy pro různé formy komunikace se tedy mohou výrazně lišit (Smock, Ellison, Lampe, & Wohn, 2011). Motivací pro aktualizaci stavu může být sdílení informací, komentování příspěvků je spojeno spíše s relaxační konverzací, sociálními interakcemi a vyhledáváním společnosti, chatování je spojeno opět se sociální interakcí i potřebou sdílet osobnější informace (Smock et al., 2011). Nejčastějším obecným motivem pro aktivitu na Facebooku je udržování kontaktu s přáteli z offline světa (Subrahmanyam, Reich, Waechter, & Espinoza, 2008; Pempek et al., 2009). Motivy pro expresi emocí jedním klikem (tlačítka „To se mi líbí“, „To mě štve“) byla potřeba se vyjádřit, socializovat a bavit. Se sdílením osobních informací prostřednictvím statusů souvisí také potřeba vyjádřit svou identitu (Pempek et al., 2009).

Nejvýrazněji se uživatelé prezentují právě publikací statusů a dalšího obsahu na svém profilu. Vysoce se sebemonitorující jedinci (high self-monitors) tuto prezentaci často modulují pro posílení svého sociálního statusu a oblíbenosti. Pro optimalizaci této činnosti mohou využít zpětnou vazbu od ostatních uživatelů (komentáře pod příspěvky, emoční reakce jedním kliknutím). Z výzkumu vyplývá, že tato strategická sebeprezentace vede u dospívajících k lepšímu sebehodnocení (Valkenburg, Peter, & Walther, 2016).

Poměrně časté je publikování obsahu ze svých sociálních aktivit, např. ze svého cestování do zahraničí. Nejčastěji se jedná o fotografie doplněné krátkým komentářem. Někteří uživatelé toto dělají prakticky vždy při cestování do exkluzivní lokality nebo provozování dobře sociálně hodnocené aktivity – nechtějí přijít o příležitost k získání pozitivní zpětné vazby a posílení náklonnosti svých přátel (Malik, Dhir, & Nieminen, 2016).

2. Sociální potřeby

2.1 Potřeba náležet (need to belong) a potřeba afiliace

Facebook svou širokou paletou možností interakce facilituje velké množství interpersonální komunikace různého druhu. Může tak částečně naplňovat sociální potřeby svých uživatelů. Jednou ze základních sociálních potřeb je potřeba náležet, někam patřit (need to belong).

Podle Baumeistera a Learyho (1995) je potřeba náležet jedním za základních kamenů lidské motivace. Autoři ji definují jako „silnou tendenci k vytváření a udržování alespoň minimálního množství trvalých, pozitivních a významných interpersonálních vztahů“ (Baumeister & Leary, 1995, s. 497). Aby své sociální vztahy vnímal jedinec jako uspokojivé, musejí splňovat dvě základní kritéria. Vztahy by měly spočívat ve frekventovaných, příjemných interakcích s několika dalšími osobami. V případě, že se lidé v rámci vztahu mění nebo se interakce odehrávají jen zřídka, nebude vztah vnímaný jako uspokojivý. Druhou podmínkou je afektivní složka vztahu, která spočívá v pozitivním zájmu o druhého a o jeho prospěch a blahobyt (Baumeister & Leary, 1995).

V případě, že jsou tato kritéria naplněna, může se podařit vytvořit kvalitní interpersonální vztahy. Uspokojení potřeby náležet je velmi důležité. Maslow ji umisťuje doprostřed své pyramidy potřeb (1943). Nedostatečné naplnění této potřeby vede tedy k značné deprivaci jedince a výrazně snižuje jeho životní spokojenost (Keyes, 1998). Mnoho aspektů chování a prožívání jedince je ovlivněno touto základní sociální potřebou (Baumeister & Leary, 1995).

S potřebou náležet souvisí potřeba afiliace. Ta je definována jako potřeba přátelství a sociálního přijetí (Carrera, 1964). Carrera ji rozděluje na dva aspekty – aspekt přiblížení (pozitivní) a

aspekt vyhýbání (negativní). Člověk s vysokou pozitivní tendencí k afiliaci je přátelský a zajímá se o společenské dění, ze své zkušenosti považuje druhé lidi za zdroj potěšení a ocenění. Jedinec s negativní tendencí k afiliaci je sociálně aktivní, protože se snaží zabránit opakování negativních zkušeností s nepřijetím a sociální izolací vedoucí k osamělosti (Carrera, 1964).

3. Sociální opora

Pokud se jedinec úspěšně afiliuje, může ze svých vztahů získávat sociální oporu, která je důležitá zejména v náročných obdobích. Cassel (1976) upozornil na tzv. nárazníkový vliv sociální opory. Přítomnost dalších osob podle něj tlumí dopad zátěže. Podpora ze strany přátel je podle Cobba (1976, cit. podle Bambina, 2007) významnou funkcí přátelství a dalších interpersonálních vztahů. Stresové situace zvyšují zátěž, ale míra tohoto zvýšení je výrazně ovlivněna kvalitou a kvantitou podporujících interpersonálních vztahů jedince. Sociální opora má následně pozitivní vliv na zdraví osoby, protože omezí stresující vliv negativních životních událostí (Gore, 1978). Facebook, zejména při aktivní publikaci vlastního obsahu, může být významným zdrojem sociální opory.

Cohen a Wills (1985) uvádějí dva základní modely působení sociální opory. Za prvé ochranný model, podle kterého je sociální opora pro jedince aktuální zejména v obdobích, kdy na člověka působí zvýšená zátěž a sociální opora vycházející z interpersonálních vztahů jedince ho částečně před touto zátěží chrání (podobné modelu Cassela, viz výše). Za druhé uvádějí tzv. hlavní model, podle kterého je sociální opora důležitá stále, protože vytváří stabilitu a činí životní situace pochopitelnější a předvídatelnější. Dostupnost sociální opory pro různé osoby je samozřejmě značně diferencovaná a vychází z kvantity a kvality jeho interpersonálních vztahů (Cohen & Wills, 1985).

4. Pětifaktorový model osobnosti

Pro rozšíření přínosu svého výzkumu jsem do dotazníku zařadil také zkrácenou verzi dotazníku Big Five pro zjištění osobnostních rysů respondentů. Při sofistikovanějších analýzách budu kontrolovat vliv osobnostních charakteristik, abych získal přesnější odpovědi na své výzkumné otázky. Důležité je také měření extroverze, protože ta může mít výrazný moderační vliv na souvislosti mezi používáním Facebooku a „offline“ sociálním životem zúčastněných osob.

Pětifaktorový model osobnosti vychází z předpokladu existence relativně trvalých osobnostních dimenzí. Jedná se o hypotetické konstrukty, které dotazník Big Five neměří přímo, ale prostřednictvím postojů, schopností a jednání respondenta. Autoři pětifaktorového modelu považují tyto charakteristiky za biologicky dané tendence, které lze pojímat jako charakteristiky temperamentu a nejsou příliš závislé na vlivech prostředí a kultury (McCrae & Costa, 2003). Validita Big Five byla ověřena v různých světových kulturách (Hřebíčková, 2011). Pětifaktorový model je často používán v psychologickém výzkumu. Pro jeho účely je obvykle používána zkrácená varianta NEO-FFI, případně kratší verze BFI-44 a BFI-10, jejichž psychometrické charakteristiky jsou stále velmi dobré (Hřebíčková et al., 2016).

Extroverze

Extroverze se týká rozdílů v sociabilitě a sociální aktivitě lidí (Wilt & Revelle, 2009). Extrovertovaní jedinci často vyhledávají společnost, chtějí být součástí skupin a účastnit se společenských událostí. Preferují vzrušení, dynamické prostředí a bývají optimisticky naladění. Lidé vysoce skórující v této dimenzi bývají společenští, aktivní, povídaví, družní, průbojní a smělí. Naopak jedinci nízko skórující bývají charakterizováni jako uzavření, málomluvní, plaší, nesmělí, samotářští a tiší (Hřebíčková, 2011). Extrovertovanější osoby lépe zvládají stres a skórují výše v subjektivní pohodě (well-being). Extroverze dále pozitivně koreluje s dobrým sebehodnocením, životní spokojeností a emoční stabilitou (Wilt & Revelle, 2009).

Extroverti používají Facebook, aby posílili své vztahy, případně svoji sociální síť rozšířili (Amichai-Hamburger, Wainapel, & Fox, 2002). Není tedy překvapením, že vyšší skór v extroverzi souvisí s členstvím ve více facebookových skupinách (Ross et al., 2009) a více přáteli na Facebooku (Amichai-Hamburger, Kingsbury, & Schneider, 2013). V mladé dospělosti extroverze souvisí s celkově větší aktivitou na Facebooku (Michikyan, Subrahmanyam, & Dennis, 2014). Extrovertovné osoby obvykle své profily příliš nepřibarvují,

obvykle prezentují své reálné já (Amichai-Hamburger et al., 2002). Jejich facebookovou činnost lze tedy považovat za rozšíření „offline“ části jejich sociálního života (Mitja D Back et al., 2010). V souvislostí s tím také extroverti častěji publikují na Facebooku vlastní obsah a sdílejí více osobních informací (Ong et al., 2011).

Přívětivost

Další osobnostní dimenzí v modelu Big Five je přívětivost. Ta se týká rozdílů v orientaci lidí v jejich interpersonálních vztazích. Pro přívětivost je typické laskavé a vlídné chování vůči druhým. Přívětivost je také charakteristická altruismem, tedy ochotou pomáhat druhým bez očekávání okamžité protihodnoty, vyhledáváním spolupráce a tendencí důvěřovat druhým. Přívětiví lidé mají větší tendenci ke kooperativnímu než soutěživému chování. Jedinec vysoce skórující v přívětivosti bývá dobrosrdečný, laskavý, snášenlivý, srdečný, skromný a smířlivý. Naopak osoby nízko skórující bývají charakterizované jako panovačné, útočné, pomstychtivé, bezcitné, despotické nebo konfliktní (Hřebíčková, 2011). Přívětiví lidé vyhledávají a aktivně vytvářejí podporující a akceptující prostředí a bývají oblíbení. Přívětivost pozitivně koreluje s adaptivním sociálním chováním a lepší schopností empatie. Jsou motivovaní udržovat dobré vztahy, a tak lépe regulují svoji reakci na frustraci v interpersonálních vztazích. Tito lidé efektivně řeší konflikty, přiměřeně emočně reagují a častěji se chovají prosociálně. Naopak negativně přívětivost souvisí s tendencí k předsudkům (Graziano & Tobin, 2009).

Svědomitost

Svědomitost podle Vágnerové (2010) vyjadřuje pozitivní vztah k práci a povinnostem. Podle DeYounga et al. (2008, cit. podle Vágnerová, 2010) je svědomitost definována dobrou seberegulací a pílí (aktivita směřovaná ke splnění úkolu). Projevuje se aktivním plánováním a organizováním a vytrvalostí při sledování stanoveného cíle. Lidé skórující vysoko ve svědomitosti bývají charakterizováni jako spolehliví, pracovití, přesní, pořádkumilovní, zodpovědní a pečliví. Naopak osoby, které příliš svědomité nejsou, bývají bezcílné, nedbalé, líné, nesvědomité, chaotické a nevytrvalé. Svědomití lidé na sebe bývají nároční a jsou spolehliví. Obvykle respektují pravidla a uznávají obecně platné požadavky a hodnoty. Tyto charakteristiky vedou k lepším studijním i pracovním výkonům. Svědomitost vede k větší pravděpodobností získání pracovních odměn, tedy zvýšení mzdy, povýšení, ale také neformálního uznání. Ve zvýšené míře ale tato charakteristika může vést k přehnané pořádkumilovnosti a perfekcionismu, někdy až k workoholickému chování. Co se týká

souvislostí s používáním Facebooku, studie Rosse et al. (2009) ani Amichai-Hamburgera (2013) nepotvrdila hypotézy, že svědomití lidé budou používat Facebook méně intenzivně.

Neuroticismus

Dimenze neuroticismu se týká rozdílů v emocionální stabilitě a prožívání negativních emocí. Jádrovými znaky neuroticismu jsou podle McCrae a Costy (Widiger, 2009) častější prožívání negativních emocí strachu, smutku, trapnosti, hněvu a viny. Tito lidé se hůře zvládají stresové situace a hůře kontrolují své impulzy. Lidé skórující vysoko v neuroticismu bývají napjatí, neklidní, labilní, nejistí, vznětliví a popudliví. Naopak málo neurotické osoby bývají klidné, uvolněné, vyrovnané a stabilní, sebejisté a nezdolné (Hřebíčková, 2011).

Neuroticismus negativně koreluje se self-efficacy (sebeúčinnost), výkonovou motivací, dosahováním cílů a sebehodnocením. Neuroticismus vede také k nižší akademické a pracovní spokojenosti (Widiger, 2009). Co se týká souvislostí s Facebookem, tato charakteristika nesouvisí s množstvím osobních informací uvedených v profilu uživatele ani s frekvencí využívání komunikačních funkcí Facebooku. Neuroticismus nesouvisí s mírou aktivity ani časem stráveným na Facebooku. Výjimkou je souvislost s častějším publikováním statusů (Wang, Jackson, Zhang, & Su, 2012). Neurotické osoby nicméně méně často na svém profilu publikují fotografie. Lidé skórující vysoko v neuroticismu mají také větší tendence ke strategické sebeprezentaci (M. D. Back et al., 2010).

.

Otevřenost

Otevřenost je charakterizována aktivním zájmem o nové zkušenosti, prožitky a dojmy. Podle McCrae a Sutina (2009) je pro ni typická citlivost na estetické podněty, zvýšená vnímavost ke svým vnitřním pocitům, představivost a preference rozmanitosti. Vysoce skórující jedinci bývají zvídaví, originální, tvořiví, obrazotvorní, inteligentní a kultivovaní. Naopak méně otevřené osoby bývají konvenční, pragmatické, realistické a nepřizpůsobivé (Hřebíčková, 2011).

Otevření lidé mohou mít bohatou fantazii nebo být schopni uvažovat o nekonvenčních myšlenkách a přijímat je. Jejich chování také může být nekonvenční, změnu vnímají pozitivně, také se mohou zajímat o umění. Otevřenost pozitivně koreluje s dosaženým vzděláním a

inteligencí (Hřebíčková, 2004), souvisí tedy také s akademickou a pracovní spokojeností. Charakteristika naopak nesouvisí s afektivními stavy.

Naopak lidé málo otevření novým zkušenostem bývají rigidní, konzervativní a spíše ulpívají na dříve získaných poznatcích. Mívají úzké zájmy a nové nekonvenční myšlenky odmítají. Vyhovuje jim zaběhnutá rutina, která pro ně představuje jistotu. Narušení této jistoty může vést k úzkosti. Tito lidé také bývají opatrní, na druhou stranu praktičtí.

Přehled přídavných jmen reprezentujících pětifaktorovou strukturu popisu osobnosti je uveden v Tabulce 1.

Tabulka 1
Seznam přídavných jmen reprezentujících pětifaktorovou strukturu popisu osobnosti (Bartulcová, J., 2011)

Klidný, vyrovnaný, odvážný, odolný, duchapřítomný, sebejistý, sebevědomý, bezstarostný, harmonický, dobrodružný	Neuroticismus	Rozrušitelný, nervní, vznětlivý, popudlivý, labilní, vztahovačný, neklidný, úzkostlivý, náladový, nejistý, sentimentální, bojácný
Hovorný, společenský, energický, sdílný, průbojný, smělý, spontánní, aktivní, rozhodný, impulzivní, rychlý, dominantní, optimistický	Extraverze	Uzavřený, tichý, málomluvný, samotářský, nesmělý, plachý, pasivní, vážný, neprůbojný, rezervovaný, pesimistický
Chytrý, inteligentní, bystrý, vzdělaný, znalý, duchaplný, zvídavý, vnímavý, vynalézavý, tvořivý, učenlivý, talentovaný	Otevřenost	Prostoduchý, neinteligentní, hloupý, nevzdělaný, omezený, konvenční, nedůvtipný, nešikovný, nenápaditý
Dobrosrdečný, přívětivý, poctivý, smířlivý, zdvořilý, skromný, nesobecký, vstřícný, tolerantní, důvěřivý, taktní, čestný, věrný	Přívětivost	Panovačný, útočný, pomstychtivý, despotický, agresivní, drsný, nesnášenlivý, neústupný, sobecký, domýšlivý
Důkladný, důsledný, pečlivý, zásadový, svědomitý, spolehlivý precizní, vytrvalý, cílevědomý, pracovitý, pilný, systematický	Svědomitost	Lenivý, nesvědomitý, laxní, nevytrvalý, chaotický, nestabilní, marnivý, nepozorný, unáhlený, zapomnětlivý, neproduktivní

5. Mladá dospělost

Pro větší přínos výzkumu jsem se rozhodl zaměřit výzkum na jedince v období mladé dospělosti. Do tohoto období obvykle řadíme jedince mezi 20. a 40. rokem jejich života. V období mladé dospělosti většina lidí dosahuje vrcholu svých fyzických sil. Tělesné změny již v tomto období nemají tak velký vliv jako v dospívání, důležitější jsou sociokulturní faktory. Dochází ke stabilizaci sebepojetí, emocí, přijetí nových sociálních rolí, ujasnění morálních hodnot a krystalizaci morálního úsudku (Vágnerová, 2007).

Dochází také k dalšímu rozvoji myšlení. Mladí lidé přehodnocují význam situací a způsobů řešení problémů, jsou schopni zvažovat různé pohledy na problém. Nastává fáze postformálního myšlení. Jde o myšlení zralé, které již není černobílé, naopak je jedinec schopný chápat mnohoznačnost různých situací, nelpí na jednom řešení jako jediném správném, ale zvažuje více variant; je schopný sebekritického zhodnocení sebe a přijímání kompromisů. Osoby v období mladé dospělosti jsou obvykle otevřenější vůči novým názorům a netradičním postojům než starší věkové skupiny (Špatenková & Petřková, 2013).

Mladí lidé v tomto období získávají důležité zkušenosti. Vyrovnávají se s novými rolemi, které dospělý život přináší. Přestože jsou schopni kritického myšlení, ovlivňují je také zkušenosti s chováním blízkých dospělých osob z dětství a dospívání, vzory, které pro ně byly důležité. Mladá dospělost je obdobím nových zážitků, zkušeností a nových možností. S nově nabytou zodpovědností není vždy jednoduché naložit a mladí lidé často nedostatečně přemýšlí nad důsledky svých rozhodnutí, která jim tak mohou výrazně zkomplikovat jejich pozdější život (předčasné těhotenství, nedokončení intelektu odpovídajícímu vzdělání; Vágnerová, 2007).

Jedním z vývojových úkolů mladé dospělosti je dosažení zralosti. Zralý člověk je podle Langmeiera a Krejčířové (2006) ekonomicky nezávislý a přijal osobní i občanskou odpovědnost. Navázal vztah s dlouhodobým partnerem, plní své výchovné úkoly vůči potomkům a zároveň se přizpůsobuje stárnoucím rodičům. Zralá osoba by měla být nezávislá na rodičích, ale zároveň s nimi udržovat pozitivní vztah.

Mladá dospělost je období intimity. Dalším úkolem této fáze je vytvoření pevného, stabilního a důvěrného partnerského vztahu, který bude sloužit jako zdroj jistoty a bezpečí a bude dobrým základem pro budoucí manželství a založení rodiny. V období mladé dospělosti se objevuje

potřeba generativity, tedy potřeby po sobě něco zanechat, předávat zkušenosti. Mladý člověk může tuto potřebu naplnit například při výchově dětí nebo seberealizací v pracovním uplatnění. Mladá dospělost klade vysoké nároky, je třeba přijmout profesní roli a začít budovat kariéru a zároveň vytvořit partnerský vztah vedoucí k rodičovství (Špatenková & Petřková, 2013). Podle Vágnerové můžeme do tohoto období zařadit tři důležité mezníky – získání profesního postavení, vybudování dlouhodobého partnerského vztahu a příprava na rodičovství. K dosažení těchto rolí obvykle dochází mezi 30. a 35. rokem života. Nyní když jsem krátce popsal vývojové období, na které je výzkum zaměřen, postoupím k prezentaci poznatků o jednotlivých proměnných, jejichž souvislosti budu hledat v empirické části práce.

6. Online komunikace a čas strávený offline setkáními

Jaký má používání Facebooku vliv na intenzitu offline setkávání? Do úvahy připadá jak varianta, že Facebook podporuje offline setkávání (organizování událostí, udržování, prohlubování vztahů), tak, že Facebook snižuje čas strávený fyzicky s přáteli – místo aby se se svými přáteli sešel, zůstane raději jedinec doma a bude komunikovat s kamarády přes Facebook.

Valkenburgová a Peter (2011) ve svém článku uvádějí dvě hypotézy vlivu online aktivity jedince na jeho sociální život offline. První z nich je *vytěsňovací hypotéza*. Podle této hypotézy komunikace přes sociální sítě nahrazuje část komunikace, která by jinak probíhala tváří v tvář. Vychází z předpokladu, že lidé mají určitý čas, který mohou a chtějí věnovat komunikaci a jestli ho stráví na sociální síti, nestráví ho na offline setkání. Toto nahrazení nebude nikdy naprosté, ani nebude přímo v poměru 1:1 (nahrazený čas bude o něco kratší než čas strávený online), ale některé studie (nutno podotknout, že zejména ty starší) tento vztah naznačují (Kraut et al., 1998). Nie, Hillygus a Erbring (2002) kritizoval využití self-report metod a v jeho studii si participanti zapisovali v průběhu dne časový snímek, aby bylo zřejmé, kterou činností strávili jaké množství času. Zjistil, že větší množství času strávené na internetu souviselo s menším časem stráveným s rodinou i menším časem stráveným s přáteli. Přestože některé studie naznačují určitou podporu pro *vytěsňovací hypotéza*, jedná se většinou o studie z počátku století, kdy ještě sociální sítě nebyly tolik rozvinuté. Výzkumem je lépe podpořena, zejména tím recentním, *stimulační hypotéza*.

Podle *hypotézy zintenzivnění* (increase hypothesis) používání internetu a sociálních sítí zvyšuje sociální interakci, zvětšuje sociální okruh osob i blízkost ke svým přátelům a rodině – díky tomu, že tyto nástroje umožňují udržovat sociální vztahy a vytvářet nové. Hypotéza se zakládá na tom, že díky internetu není komunikace omezena časovými a prostorovými bariérami – může probíhat prakticky kdykoliv a odkudkoliv, což rozšiřuje možnosti komunikace. Podle této hypotézy offline zahájení vztahu a komunikace častěji zvyšuje množství online komunikace než naopak. Lidé se seznámí offline a poté vztah udržují a podporují nejen offline, ale také přes internet a sociální sítě. Ve studii Shklovskiho, Krauta, and Rainieho (2004) offline setkání zvýšila intenzitu online komunikace a tato komunikace poté zpětně počet setkání tváří v tvář nesnižovala. Ve studiích Valkenburgové a Petera (2005, 2007) internetová komunikace zvyšovala čas strávený offline interakcí s přáteli.

Valkenburgová a Peter (2007) srovnali důkazy pro *stimulační hypotézu* a *vytěsňovací hypotézu* a nalezli větší podporu pro prvně jmenovanou. Podmínkou ale bylo, aby osoby komunikovaly přes internet zejména se svými přáteli z offline prostředí. V prostředí Facebooku to tak dnes obvykle je – s lidmi z offline světa se propojíme na Facebooku, abychom mohli komunikovat také přes něj (Reich, Subrahmanyam, & Espinoza, 2012).

Další hypotézy předpokládají, že vztah mezi časem stráveným na sociálních sítích a časem stráveným offline setkáními je moderován osobnostními charakteristikami. Tyto hypotézy byly popsány Krautem et al. (2002). Podle hypotézy *bohatší bohatnou* (rich-get-richer) je u sociálně zdatnějších a extrovertovanějších osob pozitivní efekt internetové komunikace silnější. Podle Grossové et al. (2002) zase široký sociální okruh jedince způsobuje častější komunikaci (více přátel – více interakcí). K podobným závěrům dospěli Bryant, Sanders-Jackson, Smallwood (2006). S touto hypotézou nicméně soupeří jiná hypotéza, podle které naopak z online komunikace více těží nesmělí jedinci. Ta bude popsána v kapitole týkající se nesmělosti. *Hypotéza stimulace* i *hypotéza vytěsnění* se používají i v kontextu vlivu Facebooku na kvalitu přátelských vztahů. Nejdříve však uvedu poznatky týkající se samotného přátelství.

7. Přátelství

Vágnerová definuje přátelství jako hlubší reciproční vztah, který je charakteristický vzájemností a intimitou, pozitivním hodnocením a bezpodmínečným přijetím. Jde tedy o blízký sociální vztah, který je založený obvykle na sdílení názorů a aktivit a jeho navázání a udržování je osobní volbou osoby (Vágnerová, 2007). Přátelství umožňuje potvrdit realistické složky sebepojetí, podpořit pozitivní sebehodnocení, sdílet dobré i špatné životní zážitky. Přátelské vztahy jsou důležité pro životní spokojenost v dětství i dospělosti (Demir & Özdemir, 2010).

Přátelství naplňuje potřebu náležet a potřebu afiliace, které jsou uvedeny výše. Je obvykle zdrojem pozitivních emocí a sociální opory v těžkých obdobích. Umožňuje se setkávat a konverzovat o společných zájmech, diskutovat o společných oblíbených tématech. Je informačním zdrojem, když osoba potřebuje učinit důležité rozhodnutí. Přátelské vztahy mohou podpořit sebepoznání a být zdrojem zpětné vazby v případě nepřiměřeného jednání (Vágnerová, 2007). Podle Soudkové (2006) přátelství slouží k naplnění potřeb ve třech základních oblastech: konverzace, poskytnutí pomoci a společné trávení času při povinnostech i zájmových aktivitách.

To, co očekáváme od přátelství, podle Fehra (1995) závisí na našich zkušenostech z předchozích blízkých vztahů. V mladé dospělosti tedy stále ještě mohou naše očekávání významně ovlivňovat zkušenosti ze vztahů rodinných. Obvykle není jednoduché definovat, co konkrétně v přátelství očekáváme, ale většinou máme určité představy, jaké chování od kamaráda očekáváme a jaké ne. Očekávání se mohou týkat oblastí jako jsou poskytnutí pomoci, sdílení osobních postojů a zážitků, atmosféra důvěry, vzájemný respekt, emociální podpora, trpělivost, pozorné naslouchání druhému a zájem o jeho těžkosti a potíže.

V mladé dospělosti podle Vágnerové (2007) většina lidé udržuje více přátelských vztahů s rozdílnou mírou kvality a intimity, síť přátelských vztahů bývá v tomto období široká a různorodá. Přátelství v tomto období podle ní slouží k získání zkušeností s pozitivními aspekty vztahů, za které považuje zejména vzájemnou podporu a poskytnuté rady. Současně jedinec samozřejmě získává zkušenosti i s negativními aspekty blízkých vztahů, například se zklamáním, vzájemným nepochopením nebo nenaplněním jiných očekávání.

Potřeba intimity je v období mladé dospělosti u většiny lidí vyšší než v období adolescence. Tedy zejména do doby, než jedinec získá tuto intimitu ve vážném partnerském vztahu, jsou přátelské vztahy velmi důležité (Vágnerová, 2007). Také se v tomto období začínají častěji objevovat hlubší přátelství s osobami opačného pohlaví. Přátelství v tomto období podle Barryho a Madsena (2010) plní funkci informační, instrumentální, společenské podpory a podpory sebejistoty.

7.1 Kvalita přátelství

V souladu s teoriemi osobní atraktivity výzkum naznačuje, že nejčastěji jsou přátelství založená na podobnosti. Podobnost může spočívat ve studované škole, stejné firmě, ve které osoby pracují, sdílených zájmech nebo sportovních aktivitách, společných psychických nebo fyzických rysech nebo třeba příslušností ke stejné menšině nebo národnosti (Brehm, Kassin, Fein, 2005).

Initimita a blízkost jsou hlavními charakteristikami přátelství, které je odlišují od ostatních interpersonálních vztahů (Schneider, 2000). Jak bylo zmíněno výše, jestliže osoba nezažívá intimitu v partnerském vztahu (v současnosti v dostatečně blízkém romantickém vztahu není), naplňuje si obvykle tuto potřebu ve svých přátelských vztazích. Intimita v přátelství je oproti partnerské intimitě obvykle o něco užší, protože v ní chybí prvky erotické a některé emoční prožitky, které jsou obvykle typické pouze pro vztah partnerský. Na druhou stranu může být intimita v přátelství delšího trvání, protože na tyto vztah nejsou kladeny požadavky exkluzivity, která je obvykle vyžadována ve vztazích partnerských. Základními znaky intimity v přátelství jsou podle Vágnerové (2007) vzájemná důvěra, respekt k druhému, poskytování sociální opory (viz výše), trávení většího množství času společně, potřeba pravidelného setkávání a udržování kontaktu, otevřenost, sdílení důvěrných informací i otevřené sdílení emočních prožitků.

Lze tedy shrnout, že mezi základní charakteristiky přátelství patří vzájemná podobnost, blízkost (intimita) a samozřejmě vzájemná náklonnost. Právě tyto charakteristiky byly měřeny ve studii Antheunise, Valkenburgové a Petera (2012), která se zabývala kvalitou online/offline přátelství a dohromady tvoří škálu, kterou v této práci zjišťuji kvalitu přátelského vztahu.

7.1.1 Vzájemná podobnost

Vzájemná podobnost obvykle vede k větším sympatiím (Berscheid & Reis, 1998). Některé studie dokonce naznačují, že čím jsou si lidé podobnější, tím silnější je jejich vzájemný vztah (Mesch & Talmud, 2007). Kromě praktického aspektu, že mají společná témata ke konverzaci nebo činnosti, které mohou spolu provádět, je také příjemné získávání potvrzení svých postojů a přesvědčení (Aboud & Mendelson, 1996). Mesch a Talmud také uvádějí, že vzájemná podobnost vede k vyšší kvalitě přátelství.

7.1.2 Blízkost

Dalším velmi důležitým aspektem přátelství je míra vzájemné blízkosti, intimity (Johnson, Wittenberg, Villagran, Mazur, & Villagran, 2003), která je rovněž významným indikátorem kvality přátelství (Ledbetter, Griffin, & Sparks, 2007). Blízké přátelství může být definováno jako silná a často aktualizovaná vzájemná provázanost (interdependency) trvající relativně dlouhou dobu (Kelly et al., 1983, cit. podle Ledbetter et al., 2007). Přiměřená online komunikace může pomáhat zvyšovat blízkost v přátelství (Yair Amichai-Hamburger, Kingsbury, & Schneider, 2013). Je totiž možné spolu komunikovat velmi často a snadno sdílet multimediální obsah, například fotografie ze svých aktivit.

7.1.3 Vzájemná náklonnost

Dalším stavebním kamenem přátelského vztahu je, že přátelé spolu chtějí trávit čas a vyhledávají vzájemnou společnost bez jakéhokoliv vnějšího tlaku (Fehr, 1995). Náklonnost je vzájemný pozitivní afekt, který se může dále projevovat vzájemnou vstřícností, vzájemnou pomocí nebo třeba radostí z úspěchů druhého.

7.2 Facebook a interpersonální vztahy

Podle Moormana a Bowkera (2011) si dnešní době postupně zvykáme na nový způsob interpersonální komunikace. V západní společnosti je zejm. u mladých lidí, ale postupně také u starších, komunikace na sociální síti velmi důležitý prvek komunikace s přáteli a udržování vztahů Livingstone (2008). Je zřejmé, že internet významně ovlivňuje sociální život lidí a podílí se na úspěšnosti sociální adaptace jedince. Nicméně vliv sociálních sítí na interpersonální vztahy ještě není podrobně prozkoumán (Moorman & Bowker, 2011).

V současné době je Facebook používán zejména pro udržování vztahů se stávajícími přáteli. Tato sociální síť je dnes ve většině případů určitou reflexí offline sociálního života uživatele (Boyd & Ellison, 2010). V některých případech může být směr i opačný – nejdříve nastane kontakt na Facebooku a poté se rozvine vztah i offline. Latentní vztahy (vazby teoreticky možné, ale ještě sociálně nerealizované) mohou být navázáním kontaktu proměněny ve „slabé vazby“, které mohou být později rozvinuty pokračováním v komunikaci offline (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007). Často se tak stane u lidí, kteří sdílejí nějaký sociální kontext, např. stejnou školu nebo pracoviště.

Bylo zjištěno, že používání Facebooku má pozitivní vliv na rozvoj sociálního kapitálu jedince (Ellison et al., 2007). Tato sociální síť podporuje všechny tři druhy sociálního kapitálu – přemosťovací sociální kapitál (setkávání lidí z různých prostředí, navazované vztahy jsou povrchnější, ale je jich více), svazující sociální kapitál (kvalitní a blízké vztahy s rodinou a přáteli…) a udržovaný sociální kapitál – udržování vztahů s přáteli z minulosti. Svazující sociální kapitál je statisticky významně predikovaný intenzitou používání Facebooku, a to zejména, pokud uživatel používá sociální síť mj. k zjišťování informací o svých přátelích.

Výzkumníci dále rozlišují dva druhy sociálního vyhledávání na Facebooku – *social searching* a *social browsing*. Oba slouží k sledování lidí ze svého offline sociálního okruhu (Lampe, Ellison, & Steinfield, 2006). *Social searching* slouží ke zjišťování informací a posledních událostí týkajících se svých známých. Toto nebývá považováno za negativní jev, naopak bylo zjištěno, že takové chování na sociální síti posiluje interpersonální vztahy. *Social browsing* slouží k vyhledávání členů ze své offline komunity, se kterými by bylo možné navázat vztah. Podle studie Joinsona (2008) je častější *social searching*.

Oproti jiným formám komunikace přes internet je Facebook specifický tím, že komunikace není anonymní, naopak uživatelé vystupují pod svým pravým jménem, příp. jen mírně pozměněným, aby stále bylo poznat, o koho se jedná. Je to i jedna z podmínek používání této sociální sítě a falešný profil může být oznámen a smazán. Není tedy překvapením, že obvykle se okruh přátel na Facebooku a přátel, se kterými se skutečně občas potkáváme, výrazně překrývá (Reich et al., 2012). V této studii však bylo zjištěno, že když měli respondenti uvést 8 nejlepších přátel ze sociální sítě a 8 nejlepších přátel, se kterými se vídají tváří v tvář, průměrný překryv byl jen přes 50 %. Nicméně je možné, že s větším prosazením Facebooku na úkor jiných sociálních sítí (MySpace) lidé ještě častěji komunikují zejména se skutečnými přáteli a

pokud by byl podobný výzkum proveden dnes, bylo by procento významně vyšší. Dalším ze závěrů studie bylo, že komunikací online strávili více času osoby, pro které je výše zmíněný překryv nižší. Je to poměrně logické – jestliže jsou pro mě na sociální síti nejdůležitější přátelé, se kterými je náročnější se setkat offline, budou na sociální síti trávit více času.

Ve studii se Reich et al. (2012) také respondentů dotazovali, jaké má používání sociálních sítí vliv na jejich přátelské vztahy. 73% uživatelů uvedlo, že žádný významný vliv nevnímají, 20% se domnívalo, že díky sociální síti mají své vztahy bližší a jen 2,5% respondentů se domnívalo, že jejich vztahy ovlivňují sociální sítě negativně.

7.2.1 Vliv na kvalitu přátelských vztahů

Jak bylo zmíněno výše, v oblasti vlivu online komunikace na kvalitu přátelských vztahů se také používají *stimulační hypotéza* a *vytěsňovací hypotéza*. Podle *vytěsňovací hypotézy* komunikace přes internet částečně nahrazuje komunikaci tváří v tváří, což následně vede ke snížení kvality přátelských vztahů. *Stimulační hypotéza* aplikovaná na kvalitu přátelských vztahů zdůrazňuje, že internetové technologie poslední doby je zaměřená spíše na podporu komunikace s přáteli z offline světa. Díky tomu online komunikace udržuje a prohlubuje stávající vztahy, což zvyšuje blízkost v přátelství (Blais, Craig, Pepler, & Connolly, 2008). I v kontextu kvality přátelských vztahů je *stimulační hypotéza* lépe výzkumně podložená. Nicméně aby tato souvislost skutečně existovala, musejí osoby komunikovat skutečně se svými přáteli z offline prostředí – v intenzitě přibližně proporční blízkosti přátelství v offline světě. Jak bylo zmíněno výše, Facebook je zaměřený právě na vztahy s lidmi z offline prostředí a obvykle je překryv mezi offline a online sociálním okruhem jedince poměrně značný.

Online komunikace je odlišná od komunikace tváří v tvář; mnoho, zejména neverbálních, složek komunikace chybí. Přesto je však komunikace dostatečně podobná a kvalitní, aby dále prohlubovala blízké vztahy a celkovou sociální propojenost jedince a jeho well-being (Bargh, McKenna, & Fitzsimons, 2002). V offline prostředí je již delší dobu jednoznačně prokázané, že offline sebeodhalení pomáhá posilovat přátelské vztahy, zvyšovat kvalitu těchto vztahů a posiluje vzájemnou blízkost přátel (Berndt, 2002). Intimní sebeodhalení je také důležitým prediktorem vzájemných sympatií, starostlivosti o druhého a vzájemné důvěry (Collins & Miller, 1994).

Podle longitudinální studie Valkenburgové a Petera (2009) také online sebeodhalení posiluje existující přátelské vztahy. Lidé, které sdíleli více osobních/intimních informací uváděli větší blízkost ke svým přátelům, se kterými komunikovali online (Bargh et al., 2002). Podle jiných studií je míra sebeodhalení na internetu naopak moderátorem vztahu mezi online komunikací a kvalitou přátelských vztahů (Wang, Jackson, & Zhang, 2011).

8. Osamělost

Pokud nemá jedinec dostatek blízkých interpersonálních vztahů, může trpět nejen nedostatkem sociální opory, ale také osamělostí. Osamělost může být definována jako negativní subjektivní zážitek z diskrepance mezi kvalitou a kvantitou vztahů jedince a jeho očekávání a standardů ohledně nich (Fokkema, De Jong Gierveld, & Dykstra, 2012). Gilovich a Keltner (2006) osamělost definují jako subjektivní negativní zážitek způsobený percipovanou nedostatečností v sociálních vztazích.

Osamělost není synonymem slova samota. Tu lze objektivně pozorovat a často je výsledkem volby jedince, osamělost je však vnitřní vnímání nedostatku sociálních interakcí. Posuzování osamělosti je tedy subjektivní a někteří lidé se i přes objektivně velké množství kontaktů cítí osaměle. Je to způsobeno tím, že spíše než kvantita hraje významnější roli pro uspokojení ze sociálních vztahů jejich kvalita (Müller, 2011).

Osamělost můžeme dělit na více druhů. Weiss (1987, cit. dle de Jong-Gierveld, van Tilburg, & Dykstra, 2006) rozlišuje dva typy osamělosti. Hovoří o (a) emocionální osamělosti, která je charakteristická absencí důvěrného, blízkého vztahu s osobou, která by poskytovala jedinci oporu a porozumění, a b) sociální osamělostí, která je způsobena nedostatečně rozvinutou sociální sítí. Sociální osamělost v populaci vysokoškolských studentů souvisí s úzkostí a depresivitou více než emoční osamělost (Russell, Cutrona, Rose, & Yurko, 1984).

Kdo nejčastěji trpí osamělostí? Z pohledu teorie citové vazby lze konstatovat, že častěji osamělost zažívají lidé s nejistou citovou vazbou (de Jong-Gierveld et al., 2006; Larose, Guay, Boivin, 2002). Osamělost se častěji vyskytuje u osob úzkostných než u lidí zvýšeně vyhýbavých (Larose & Bernier, 2001; Wei, Shaffer, Young, & Zakalik, 2005). Co se týká důsledků osamělosti, pocity osamění bývají spojovány s horším mentálním zdravím, nedostatečnými

sociálními dovednostmi, nižším sebehodnocením, nižší interpersonální důvěrou, nižší intimitou a nižší spokojeností se životem (DiTommaso, Brannen, & Best, 2004).

8.1 Facebook a osamělost

Současný výzkum týkající se souvislosti používání Facebooku a osamělosti člověka není jednoznačný. Studie Krauta et al. (1998) z období začátku internetu naznačila, že časté používání internetu může zvyšovat osamělost lidí. To označil za paradox, protože uživatelé přes internet hodně komunikovali, ale přesto byli osamělejší. O čtyři roky později (Kraut et al., 2002) v navazujícím odborném článku původní závěry mírnil a uvedl, že původní respondenti v té době již zvýšenou osamělost nevykazovali. Přesto je původní studie stále poměrně často citována.

Pozdější studie docházely k závěrům, že sociální sítě často používají sociálně úzkostní jedinci, protože se v online prostředí cítí bezpečněji a komfortněji než při setkáváních face-to-face (Sheldon, 2008). Přestože mohou mít potíže navazovat a udržovat vztahy offline, v online prostředí komunikují s výrazně menšími potížemi (Raacke & Bonds-Raacke, 2008).

Co se týče současnosti, bývají citovány studie, podle kterých je asociace negativní (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007; Burke, Marlow, & Lento, 2010; Shaw & Gant, 2002); podle jiné odborné literatury je vztah naopak pozitivní (Kalpidou, Costin, & Morris, 2011; Bonetti, Campbell, & Gilmore, 2010; Steafnone, Huang, & Lackaff, 2011).

Někteří autoři vysvětlují negativní vztah tím, že díky aktivitě na sociální síti spolu uživatelé častěji komunikují, čímž snižují pocity osamělosti (Burke, Marlow, & Lento, 2010). Další výzkumníci se domnívají, že je osamělost snižována vzájemným poskytováním emoční podpory (Morahan-Martin & Schumacher, 2003). Jiní autoři negativní vztah vysvětlují tím, že introvertovaní uživatelé sociálních sítí mohou komunikovat bez potíží a diskomfortu, který by zažívali v offline konverzacích, pro úzkostné osoby zase může být Facebook bezpečnějším prostředím. Např. ve studii Bakera a Oswalda (2010) uživatelé, kteří cítili v běžné offline komunikaci obavy, snadno interagovali s ostatními přes internet. Všichni uživatelé sociálních sítí však nějakým způsobem přispívají k udržování nebo rozvíjení svých vztahů – minimálně komunikací se svými stávajícími offline přáteli (Ellison et al., 2007). Nicméně jako u většiny prospěšných činností platí, že pokud je překročena rozumná míra, pozitivní efekt se vytrácí a

aktivita je naopak škodlivá (Elphinston & Noller, 2011; Ryan, Chester, Reece, & Xenos, 2014, cit. podle Blachnio, Przepiorka, Boruch, & Balakier, 2016).

Při vysvětlování závěrů o pozitivním vztahu osamělosti a intenzity používání sociálních sítí naopak bývá poukazováno na to, že tyto portály sice umožňují širokou paletou způsobů komunikace online, tato komunikace však často může částečně nahradit fyzické offline setkávání a také výzkumníci upozorňují, že kvalita a intenzita online komunikace je těžko srovnatelná s komunikací tváří v tvář (např. Pena & Sandlin, 2010)

Kraut et al. (2002) došel k závěru, že u introvertovaných jedinců používání internetu snižuje pocity osamělosti, zatímco u extrovertovaných je naopak zvyšuje. Podobně Amichai-Hamburger a Ben-Artzi (2003) upozorňoval na to, že je potřeba vzít v úvahu další faktory, např. osobnostní charakteristiky uživatelů. Introverzi jsem tedy zařadil do svého výzkumu jako potenciální moderující proměnnou.

Přestože osobnostní charakteristiky mohou být moderátory vztahů mezi používáním Facebooku a pocity osamělosti, mnozí výzkumníci v posledních letech upozorňují, že je třeba věnovat pozornost zejména tomu, do jaké míry jsou uživatelé na Facebooku aktivní a jakým způsobem ho používají (Pittman, 2015).

V recentních studiích se výzkumníci snaží rozlišovat různé způsoby používání Facebooku a zkoumat, zda tyto způsoby moderují vztah intenzity používání této sociální sítě a osamělosti (Burke, Marlow, & Lento, 2010; Deters & Mehl, 2013; Krasnova, Wenninger, Widjaja, & Buxmann, 2013). Verduyn (2015) za *aktivní používání* označuje publikování příspěvků a komentování příspěvků ostatních uživatelů, *pasivní používání* definuje jako konzumaci obsahu publikovaného ostatními bez vlastní participace. Preliminární výsledky naznačují, že pasivní používání Facebooku má méně pozitivních efektů než používání aktivní. Míru sebeodhalení na Facebooku jsem tedy zařadil do své studie jako potenciální moderátor. Rozlišování těchto způsobů používání je velmi důležité, protože pasivní používání může snižovat subjektivní well-being (Krasnova et al., 2013) a zvyšovat pocity osamělosti (Burke et al., 2010), zatímco aktivní používání je spíše snižuje. Dále bylo zjištěno, že osamělí uživatelé častěji sdílejí emočně zabarvený obsah (Lee, Noh, & Koo, 2013) a publikují více osobních informací.

Předmětem výzkumných studií bývá také otázka, co je zde příčina a co následek. Kross et al. (2013, cit. podle Knowles, Haycock, & Shaikh, 2015) provedl longitudinální výzkum, ve kterém probandi, kteří v určitém časovém okamžiku zažívali osamělost, později častěji používali Facebook. Deters a Mehl (2013) provedli experiment, ve kterém participanti experimentálně publikovali příspěvky na Facebooku častěji, než byli zvyklí, což vedlo ke snížení pocitů osamělosti.

Ve spojitosti s výše uvedeným se tedy nabízí hypotéza, že osamělí uživatelé častěji používají Facebook a používání Facebooku poté vede ke snížení osamělosti. Výzkum Sheldona, Abada a Hinsche (2011, cit. podle Knowles et al., 2015) toto skutečně potvrdil – lidé, kteří se cítili nedostatečně zapojeni ve svém sociálním okruhu (feelings of disconnection), častěji používali Facebook a následně uváděli, že jsou jejich vztahy s ostatními silnější. Tato studie se nicméně nezabývala tím, které aktivity konkrétně snižují osamělost, já se tedy svých respondentů mj. dotazuji, v kterých aktivitách na této sociální síti participují, abych mohl potenciálně identifikovat, které aktivity přispívají ke snižování osamělosti více než ostatní.

9. Nesmělost

Často bývají osmělí nesmělí jedinci. Nesmělost (také plachost, shyness) je forma sociální úzkostnosti, která narušuje schopnost jedince integrovat se do sociálních situací (Scealy, Phillips, & Stevenson, 2002). Pro nesmělé lidi je obtížné mluvit s cizími lidmi a plně se účastnit dění ve skupině přátel. Nesmělé osoby často ostatní lidi odmítají, aby sami nebyli odmítnuti. Strach z odmítnutí je obvykle značný, a tak nesmělí lidé méně navazují přátelské a partnerské vztahy (Brehm, Kassin, & Fein, 2005). Sebehodnocení je obvykle negativní, nesmělí očekávají, že v sociálních situacích selžou, a v důsledku toho se často stahují do izolace a častěji prožívají osamělost (Cheek a Melchior, 1990, cit. dle Brehm et al., 2005).

Internet poskytuje nesmělým lidem relativně bezpečnější prostor pro komunikaci než reálné „offline“ sociální situace. Není nutné reagovat okamžitě (pro nesmělé osoby to může být výhodné, protože mají obvykle méně rozvinuté sociální dovednosti), mohou si tedy svoji odpověď v klidu promyslet a bez tlaku zformulovat, co chtějí sdělit, a celkově mají nad interakcí větší kontrolu (Scealy et al., 2002). Výhodou také může být, že konverzační partner

na nesmělém jedinci nevidí známky nejistoty, komunikace je tak méně nepříjemná a méně se jí bude vyhýbat. Sociální potřeby, které mají nesmělí jedinci problém si uspokojit v reálném světě, si tak mohou naplnit v prostoru virtuálním (Young, Griffin-Shelley, Cooper, O'mara, & Buchanan, 2000; Chak & Leung, 2004). Scealy et al. (2002) ale ve svém výzkumu neidentifikovali nesmělost a úzkost jako prediktory komunikativního využití internetu – nesmělí uživatelé i ostatní využívali komunikační nástroje internetu stejně. Podle Scealy et al. (2002) jsou nesmělé osoby na internetu více disinhibované a dokonce se tento autor domnívá, že internetová komunikace může vést ke zlepšení komunikace nesmělých lidí i v reálných situacích. Jednoznačné to však nebude, neboť zřejmě je třeba v „offline“ situacích ovládat i další sociální dovednosti, například přiměřenou neverbální komunikaci.

9.1 Nesmělost a online komunikace

Internetová komunikace se od rozhovoru tváří v tváří samozřejmě podstatně liší. Zcela chybí neverbální aspekt komunikace. Pokud nám přijde přes internet zpráva, vidíme skutečně jen obsah této zprávy, případně náznak souvisejících emocí zprostředkovaný emotikony. Nabízí se tedy otázka, zda není souvislost času stráveného na Facebooku a času stráveného offline setkání moderován nějakou proměnnou, která by tyto rozdíly vzala do úvahy. Skutečně existuje hypotéza, podle které je tento vztah moderován nesmělostí osoby.

Již výzkum Papacharissi & Rubina (2000) ze začátku století ukázal, že lidé, kteří mají potíže s komunikací face-to-face, necítí se při ní obvykle příliš dobře nebo je z jiného důvodu neuspokojí, mají tendenci používat internet jako alternativní kanál pro komunikaci a naplnění svých sociálních potřeb.

Social compensation hypothesis poprvé zformuloval Kraut et al. (2002). Hypotéza vychází z předpokladu, že pro nesmělé je jednodušší komunikovat přes internet než tváří v tvář. Podle této hypotézy z komunikace přes internet nejvíce těží sociálně úzkostní, špatně sociálně integrovaní jedinci. Také McKenna a Bargh (1999) popsali, jak online komunikace může vykompenzovat nedostatek sociálních dovednosti jedince a nedostatečný sociální okruh v „reálném“ životě. Podle něho lidé s nedostatečným sebevědomím, sociálně úzkostní a osamělí jsou více motivovaní používat internet než jiní. Podle nich si také osoby neúspěšné ve svém přirozeném sociálním okruhu mohou na internetu vytvářet alternativní identitu, která

bude snad vnímána pozitivněji a komunikace v online světě bude uspokojovat jejich základní sociální potřeby náležení a pochopení ostatními.

Od té doby se způsob komunikace přes internet do určité míry změnil a lidé častěji vystupují pod svým jménem než anonymně. Nicméně i sociální sítě vč. Facebooku poskytují možnosti pro strategickou sebeprezentaci – publikování pozitivních informací o sobě a sociálně oceňovaného obsahu, který nemusí být vyváženou reflexí jejich skutečného života.

Také další výzkum podporuje sociálně kompenzační hypotézu – Goby (2006) zjistil, že introverti častěji souhlasili s tvrzením, že sdělovat osobní informace je snazší online a také, že introvertovaní jedinci častěji zvolí komunikaci přes internet (oproti offline komunikaci) než extroverti. Podle další studie jsou nesmělé osoby v online prostředí méně nesmělé, lépe zvládají odmítnutí a jsou více sociálně obratné než při komunikaci tváří v tvář (Stritzke, Nguyen, & Durkin, 2004).

Podle studie Schoutena, Valkenburga a Petera (2007) u sociálně úzkostných jedinců dochází v online prostředí k disinhibici jejich sociální komunikace a díky tomu zde mohou snadněji uspokojit svoje sociální potřeby. Dalším závěrem tohoto výzkumu bylo, že sociálně úzkostní oceňují asynchronicitu této komunikace, díky které si mohou více rozmyslet svoji reakci na sdělení druhého. Ross et al. (2009) skutečně potvrdil, že nesmělé osoby stráví na Facebooku výrazně více času než osoby, které nesmělostí netrpí. Podobně Sheldon (2008) zjistil, že sociálně úzkostní jedince častěji využívají tuto sociální síť, aby snižovaly své pocity osamělosti.

10. Sebeodhalení

Již v předchozím odstavci bylo naznačeno, že osoby, kterým tolik nevyhovuje tradiční komunikace tváří v tvář mohou na internetu komunikovat nejen s větší intenzitou, ale také častěji sdělovat osobní informace. Sebeodhalení[1] je typ komunikace, při kterém o sobě osoba sděluje informace, které jsou pro jejich příjemce nové a které se tak přesouvají z oblasti skryté do oblasti otevřené. Předmětem sebeodhalení mohou být myšlenky, pocity nebo zkušenosti

[1] Ve smyslu sebeotevírání, sdílení osobních informací. Dále v práci budu používat termín „sebeodhalení“

(Derelga, Metts, Petronio, Margulis, 1993, cit. podle Dindia, 2000). Jedná se o osobní informace, za sebeodhalování neoznačujeme obecné, neintimní informace.

Laurenceau, Barrett, a Pietromonaco (1998) rozlišují dva typy sebeodhalení. Na jedné straně věcné, faktické, na straně druhé odhalení emoční, hodnotící. Věcné sebeodhalení zahrnuje fakta, informace, zatímco předmětem emočního odhalování jsou pocity a názory jedince. Z výzkumu vyplývá, že emoční sebeodhalení vytváří větší intimitu mezi komunikujícími partnery (Reis & Shaver, 1988).

10.1 Sebeodhalení na online sociálních sítích

V zahraničních i českých pracích se často používá termín CMC (computer-mediated communication), tedy komunikace zprostředkovaná počítačem. Do té spadá i komunikace na Facebooku. CMC redukuje potenciální obavy z interakce. Jak bylo uvedeno výše, při komunikaci přes internet mají lidé nad sociální interakcí větší kontrolu. Tato zvýšená kontrola se týká jednak možnosti pečlivého rozmyšlení obsahu a formy sdělení, tak podstatně širších možností kontroly nad zpětnou vazbou od ostatních. Poté, co uživatel na Facebooku publikuje nějaký obsah, ostatní mohou jeho příspěvek komentovat nebo vyjádřit svoji emoční reakci kliknutím[2]. Komentáře ke svému příspěvku může pisatel obvykle smazat, případně může smazat celý příspěvek, čímž dojde ke smazání i všech komentářů a emočních vyjádření, která se k němu vztahují. Tímto autor příspěvku brání dalším negativním reakcím a zároveň z historie svého profilu smaže ty dosavadní. Ve fyzické komunikaci toto samozřejmě není možné. Je tedy nasnadě, že v tomto bezpečnějším prostředí budou mít lidé větší tendenci k sebeodhalení. Podle Valkenburgové a Petera (2007) a Joinsona (2001) je tento rozdíl oproti offline komunikaci jednoznačně výzkumně podpořen. V prostředí CMC se tedy projevuje tzv. online disinhibiční efekt, tedy efekt snížení zábran a větší otevřenosti v podmínkách online komunikace (Suler, 2004).

Walther (1996) zahrnuje disinhibiční efekt do své teorie hyperpersonální komunikace. Podle této teorie redukovaná neverbální komunikace (vodítka vizuální, auditivní, osobnostní a kontextová) a asynchronní povaha CMC umožňuje strategickou selektivní sebeprezentaci a tedy snížení obav z negativní zpětné vazby. Výsledkem je ztráta zábran (disinhibice) a zvýšené sebeodhalení. Podle Valkenburgové a Petera (2007) však tato teorie nedostatečně zohledňuje

[2] Mám na mysli tlačítka „To se mi líbí“, „To mě štve“ atd.

vliv osobnostních charakteristik, které do těchto vztahů mohou vstupovat. Právě moderační efekt nesmělosti a dalších osobnostních rysů a charakteristik je jednou z výzkumných oblastí této diplomové práce.

Výzkum týkající se vlivu Facebooku na interpersonální vztahy sice existuje, studií zaměřených přímo na tuto sociální síť však stále ještě není dostatek. V řadě věkových skupin je komunikace přes Facebook již téměř nedílnou součástí sociálního života a navíc se stále zintenzivňuje. Je tedy třeba provádět další studie zaměřené přímo na vliv Facebooku na naše chování v interpersonálních vztazích a na náš způsob jejich prožívání.

II. Empirická část

1. Výzkumný problém a stanovení výzkumných otázek a hypotéz

Sociální síť Facebook v posledních 10 letech získala obrovskou popularitu i v České republice. Mnoho uživatelů se přihlašuje na Facebook každý den a nezřídka tam tráví i několik hodin. Jestliže je tedy Facebook takto často používán a některé jeho funkce mohou částečně nahrazovat tradiční komunikaci tváří v tvář, považuji za důležité prozkoumat souvislosti aktivity na Facebooku s jednotlivými aspekty sociálních vztahů jeho uživatelů (podrobněji jsem o účelu výzkumu pojednal v úvodu teoretické části práce).

Výzkum se konkrétně zabývá souvislostmi mezi způsobem a intenzitou používání Facebooku a osamělostí jedince, kvalitou vztahu k nejbližšímu kamarádovi a intenzitou offline setkávání s přáteli. Některé zahraniční studie ukázaly souvislosti mezi těmito proměnnými, výsledky však obvykle nejsou jednoznačné. Mým cílem je tedy zjistit, zda existují vztahy mezi těmito proměnnými a odhalit i případné moderační vlivy. Vzhledem k charakteru výzkumných otázek a hypotéz jsem zvolil kvantitativní výzkumný design ve formě korelační studie. Volba tohoto výzkumného designu samozřejmě způsobuje, že nebude možné odhalit směr kauzality. Přestože je tedy v názvu práce uveden *vliv* Facebooku, studie bude zaměřená spíše na odhalení souvislostí mezi jednotlivými proměnnými[3]. Na základě přehledu výzkumů v teoretické části stanovuji tyto výzkumné otázky a hypotézy:

Výzkumné otázky

1. Souvisí množství času strávené na sociální sítí Facebook s množstvím času stráveným s přáteli formou offline (reálných, fyzických) setkání?
2. Souvisí množství času strávené na sociální síti Facebook s blízkostí vztahů s nejbližšími přáteli?
3. Souvisí větší množství času strávené na sociální síti Facebook s nižší osamělostí jedinců?
4. Jsou tyto vztahy moderovány nesmělostí?
5. Souvisí intenzita používání Facebooku s množstvím času stráveného offline setkáními?
6. Souvisí intenzita používání Facebooku s kvalitou přátelského vztahu s nejbližším přítelem?
7. Souvisí intenzita používání Facebooku s osamělostí?

[3] Opačný směr kauzality je nejenom teoreticky možný, ale v řadě případů také poměrně pravděpodobný (viz *Diskuze*).

Výzkumné hypotézy

1.1 Množství času strávené na sociální síti Facebook souvisí s množstvím času stráveným offline setkáními.

1.2. Introverze respondentů bude moderátorem vztahu 1.1. a bude tento vztah oslabovat.

2.1 Množství času strávené na sociální síti Facebook bude pozitivně korelovat s blízkostí k nejbližšímu příteli[4].

2.2 Míra sebeodhalení (disclosure)[5] respondentů na sociálních sítích bude moderátorem vztahu 2.1. Bude tento vztah posilovat.

3.1 Množství času strávené na sociální síti Facebook bude negativně korelovat se subjektivním pocitem osamělosti (loneliness) jedince.

3.2 Míra sebeodhalení respondentů na sociálních sítích bude moderátorem vztahu 3.1. a bude tento vztah posilovat.

[4] Mn. číslo přátelé, tedy přítel ve smyslu kamarád, ne životní partner

[5] Sdílnost, sebeodhalení. Dále bude používán termín „míra sebeodhalení“ pro míru sebeodhalení na sociální síti Facebook.

2. Metoda

2.1 Charakteristiky výzkumného souboru

Většina respondentů věkově spadala do období mladé dospělosti. Pro větší přínos výzkumu jsem tedy věkové rozpětí omezil na 20-35 let. Výzkumný vzorek zahrnuje 1007 osob, z toho 793 žen (79 %) a 214 mužů (21 %). Průměrný věk je 23,9 let se směrodatnou odchylkou 3,234, medián je 23. Nejvíce respondentů mělo v době výzkumu ukončené středoškolské vzdělání s maturitou (53,9 %). Dále byli výrazně zastoupeni absolventi vysokoškolského nebo postgraduálního studia (44,8 %). Nejmenší část výzkumného souboru získala jen střední vzdělání bez maturity (1,3 %). Co se týká aktuálního studijního/pracovního statusu, nejvíce respondentů v době výzkumu studovalo vysokou školu (68,7 %). Pracující byli zastoupeni 28,1 %, nejméně pak bylo ve výzkumném vzorku nezaměstnaných, a to 3,2 %.

2.2 Instrumenty

Škála sebeodhalení

Pro měření míry sebeodhalení (sdílení) na Facebooku jsem využil dotazník Parkse a Floyda (1996), který se zaměřuje na intimitu a hloubku sebeodhalení v online prostředí. Škála se skládá z 8 položek, Cronbachova alfa = 0,88. Škála byla vytvořena speciálně pro zachycení sebeodhalení na internetu. Očadlíková (2012) dotazník přeložila a modifikovala pro potřeby výzkumu používání Facebooku (např. kvůli obvyklé vícečetnosti příjemců). Položky byly respondenty hodnoceny na pětibodové stupnici (1 = určitě nesouhlasím; 2 = spíše nesouhlasím; 3 = ani souhlasím ani nesouhlasím; 4 = spíše souhlasím; 5 = určitě souhlasím).

Kvalita přátelského vztahu

Cílem využití škály kvality přátelského vztahu je změřit blízkost k nejbližšímu kamarádovi/příteli. Jako měřící nástroje jednotlivých oblastí přátelství (podobnost, vzájemná náklonost, důvěrnost/intimita) byly zvoleny stejné škály, které využila i studie Antheunise, Valkenburgové a Petera (2012). Ti pro vytvoření škály využili pro měření podobnosti položky ze škály *Perceived Homophily Measure* (McCroskey, Richmond, & Daly, 1975). Pro měření vzájemné náklonnost použili položky ze škály *Measurement of Interpersonal Attraction* (McCroskey & McCain, 1974), pro měření těsnosti intimity byla použita škála Marsdena a Campbella (1984), zaměřená na měření síly vztahové vazby. Ve své práci jsem využil české

překlady Kratochvilové () a spojil tyto škály do jedné stupnice kvality přátelství. Cronbachova alfa této škály je 0,90.

Nesmělost

Pro měření nesmělosti jsem využil populární, revidovanou verzi dotazníku *Cheek & Buss Shyness Scale* (Hopko, Stowell, Jones, Armento, & Cheek, 2005). Oproti 9 položkám v první verzi (Cheek & Buss, 1981) obsahuje revidovaná škála položek 13. Navzdory existenci dalších nástrojů na měření nesmělosti, např. Škála sociální zdrženlivosti (Jones & Carpenter, 1986) nebo Škály interakční anxiety (Leary, 1983), je nejvíce používaná právě revidovaná škála nesmělosti Cheeka a Busse. Škálu jsem přeložil do češtiny.

Položky byly hodnoceny na 5-stupňové stupnici od 1 („určitě nesouhlasím“) do 5 („určitě souhlasím“). Hrubý skór je daný součtem odpovědí (po převrácení některých položek) a pohybuje se od 13 (nejnižší míra nesmělosti) po 65 (nejvyšší míra). Dotazník se skládá z 13 položek, které sestávají z otázek zaměřených na sebehodnocení respondenta, jeho sociálních dovedností i na konkrétní chování v sociálních situacích. Podle Croziera (2005) je tato škála prokazatelně validní ve smyslu predikce sebehodnocení i hodnocení ze strany druhých ohledně nesmělosti, úzkosti prožívané v sociálních interakcích, negativního sebehodnocení, atribucí výsledků sociální interakce a pozorovatelné míry úzkostného verbálního a neverbálního chování. Vnitřní konzistence přeložené verze škály je α=0,90.

Osamělost

Pro měření osamělosti jsem využil zkrácený dotazník *UCLA loneliness scale* (Russell, Peplau, & Cutrona, 1980), který obsahuje 4 položky vybrané z původní 20 položkové verze. Škála obsahuje položky týkající se porozumění s ostatními, komfortu v sociálních situacích, sdílnosti, schopnosti se socializovat a subjektivních pocitů osamělosti. Cronbachova alfa této škály je 0,75.

Osobnostní charakteristiky

Pro měření osobnostních charakteristik jsem použil českou verzi dotazníku BFI-10 (Hřebíčková et al., 2016). Jedná se o zkrácenou verzi osobnostního dotazníku BFI-44, která má i při zkrácení na 11 položek adekvátní reliabilitu a další psychometrické charakteristiky. Podobně jako jeho dlouhá verze tento dotazník měří následující charakteristiky: extroverze, přívětivost,

svědomitost, neuroticismus a otevřenost. Dotazník obsahuje dvě položky pro každou dimenzi Big Five a ještě třetí položku pro měření přívětivosti. Respondenti hodnotí jednotlivé výroky na standardní Likertově škále. Položky začínají vždy slovy „Považuji se za někoho kdo…“, obsahem dotazníku jsou např. tyto výroky: „… je zdrženlivý“, „je uvolněný, dobře zvládá stres“, „snadno znervózní“, „je společenský, družný“…. Cronbachova alfa jednotlivých škál je: extroverze 0,66, přívětivost 0,41, svědomitost, 0,24 a otevřenost 0,44. Podle autorů by ale měl dotazník v porovnání s BFI-44 zachytit 70% rozptylu a zachovat si 85% jeho reliability (Hřebíčková et al., 2016).

Samostatné otázky

V první části dotazníku jsem se dotazoval na způsob a intenzitu používání Facebooku. První část otázek byla zaměřena na důležitost Facebooku v životě respondenta, např. „Facebook je součást mých každodenních aktivit.“. Dále byly zařazeny otázky na frekvenci využívání konkrétních funkcí této sociální sítě, např. jak často respondent komentuje fotografie nebo statusy svých přátel. Otázky byly vybrány a přeloženy ze studie Rosse et al. (2009).

V dalších částech dotazníku jsem se dotazoval, kolik času respondenti průměrně denně stráví na Facebooku, kolik mají na této sociální síti virtuálních přátel, kolik ze svých přátel na Facebooku považují za své skutečné přátele/kamarády, do kolika Facebookových skupin patří, jak často respondenti odpovídají na zprávy zaslané přes Facebook Messenger a jak často na Facebooku publikují status nebo příspěvek ve skupině. Součástí dotazníku byla také otázka zjišťující kolik času zúčastněné osoby stráví se svými přáteli offline setkáními (mimo školní/pracovní prostředí). Na samotný závěr dotazníku byly zařazeny standardní demografické otázky. Přesné znění samostatných otázek je uvedeno v Příloze č. 1.

2.3 Procedura

Pro potvrzení existence vztahů popsaných v hypotézách a výzkumných otázkách byl sestaven elektronický dotazník, který měřil jednotlivé proměnné nástroji uvedenými v sekci *Instrumenty*. Výběr vzorku byl příležitostný. Respondenty jsem získával jak osobně, oslovením přátel, známých a spolužáků, tak prostřednictvím internetu, včetně využití sociálních sítí a internetových fór. Sběr dat probíhal formou internetového dotazníku na portálu VyplňTo.cz.

Respondenti byli informováni o účelu studie a garanci zachování anonymity. Do databáze byly uloženy jen ty zúčastněné osoby, které zodpověděly všechny otázky v dotazníku a vyplňovaly dotazník poprvé.

Sběr dat proběhl od 15. února do 11. dubna 2017. Respondenti byli získáváni i osobním oslovením, ale všechna data byla shromažďována elektronickým dotazníkem. Propagace probíhala zejména v odpoledních hodinách o víkendech, aby měli respondenti dostatek času a klidu dotazník vyplnit.

Dotazník na začátku obsahoval informace o účelu studie, na konec jsem naopak zařadil krátkou část pro zjištění základních demografických údajů. Výzkumu se zúčastnili osoby různých věkových skupin. Nejčastějšími respondenti však byli studenti ekonomických, filozofických a sociálně-vědních fakult. Průměrná doba vyplňování byla cca 11 minut.

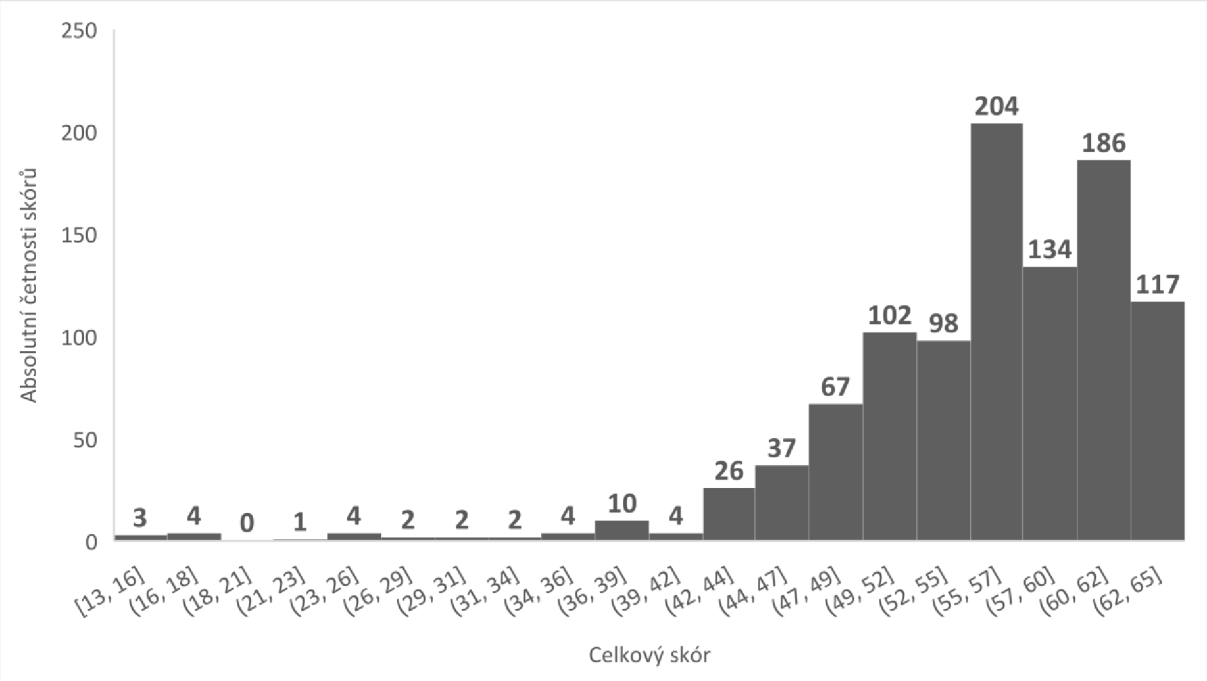
2.4 Zpracování dat

Pro statistické zpracování dat byl využit program IBM SPSS Statistics ve verzi 24. Pro zjištění existence základních vztahů byla provedena korelační analýza a byly získány korelační koeficienty jak pro korelaci prostou, tak pro korelaci parciální, kdy byl kontrolován vliv pohlaví, věku a osobnostních charakteristik. Základní software SPSS neumožňuje jednoduchým způsobem provést analýzu moderace nebo mediace. Využil jsem tedy volně dostupný modul PROCESS od profesora A. F. Hayese (2013). Tento modul umožňuje provést lineární regresní analýzu s využitím mediačních a moderační modelů. Pro svoje analýzy jsem využil základní model č. 1, který je určen pro analýzu vztahu nezávislé proměnné, závislé proměnné a moderátoru, který vztah potenciálně ovlivňuje (současně byl opět kontrolován vliv pohlaví, věku a osobnostních charakteristik). Jelikož byla do výzkumu zahrnuta řada proměnných, které nebyly využity v hypotézách, byla následně provedena explorační analýza dalších potenciálních korelačních vztahů, které jsou popsány ve výzkumných otázkách č. 5 – 7.

Transformace dat

Korektní provedení jednoduché regresní analýzy vyžaduje přibližně normální rozložení zkoumaných proměnných. Některé proměnné ale byly silně zešikmené zleva či zprava. Bylo je tedy třeba transformovat, aby se míra jejich zešikmení snížila.

Příkladem je proměnná kvalita přátelského vztahu. Tato proměnná byla zešikmená zleva. Při sestavování dotazníku bylo třeba postupovat úsporně, a tak jsem se respondentů dotazoval jen na kvalitu přátelského vztahu k jejich nejbližšímu kamarádovi/příteli. Není tolik překvapivé, že u nejbližšího přítele/kamaráda budou skóry jednotlivých položek poměrně vysoké. Na Obrázku 1 uvádím histogram hrubých hodnot před transformací.



Obrázek 1

Histogram zobrazující absolutní četnosti skórů v jednotlivých intervalech škály kvality přátelství

Již z vizuálního zobrazení je zřejmé, že je škála zešikmená zleva, přesná hodnota zešikmení činila -1,96. Provedl jsem tedy transformaci doporučovanou pro takto zešikmené proměnné. Převrátil jsem hodnoty a poté transformoval dekadickým logaritmem. Výsledkem bylo rozložení hodnot blížící se normálnímu rozdělení, s mnohem nižším zešikmením (-0,4). Škála byla v průběhu transformace převrácena, v posledním kroku tedy bylo potřeba hodnoty škály vynásobit hodnotou -1.

Proměnné *čas strávený aktivním používáním Facebooku* a *čas strávený offline setkáními* byly naopak zešikmené zprava. Provedl jsem transformaci přirozeným logaritmem, čímž se opět výrazně snížilo zešikmení proměnné a její rozdělení se mnohem více blížilo normálnímu rozdělení.

2.5 Proměnná *čas strávený aktivním používáním Facebooku*

Proměnná *čas strávený aktivním používáním Facebooku* se ukázala jako nespolehlivá a náchylná k rozdílné interpretaci. Mnoho uživatelů uvedlo hodnoty, které naznačují, že otázku špatně pochopili a zahrnuli i čas, kdy tuto sociální síť nepoužívali aktivně[6] nebo jen zasílali zprávy přes mobilní aplikaci Messenger. Tento problém je ilustrován v Tabulce 2, která zobrazuje četnosti pro hodnoty mezi 5-10 hodinami údajně strávenými na Facebooku v průměru každý den. Hodnoty v tomto rozmezí jsem v datovém souboru ponechal, protože nelze vyloučit, že u některých respondentů jde o skutečný čas strávený aktivním používáním. Dalším zdrojem zkreslení je self-report hodnocení, které je náchylné na zkreslení, jak naznačili již dřívější studie (Nie et al., 2002). Určitá nepřesnost v udávaných hodnotách tedy byla anticipována a do dotazníku byla zařazena řada proměnných, které také naznačují míru intenzity používání této sociální sítě.

Tabulka 2

Počet respondentů, kteří uvedli, že na Facebooku v průměru denně stráví 300-600 minut

Počet minut	Četnost	%
300	24	2,4
313	1	0,1
350	2	0,2
360	16	1,6
378	1	0,1
400	5	0,5
420	8	0,8
450	1	0,1
500	10	1,0
540	3	0,3
600	7	0,7

[6] Přestože aktivní používání bylo uvedeno v otázce:
„Kolik minut denně jste průměrně v minulém týdnu strávili aktivním používáním Facebooku (mimo pracovní záležitosti)?“

Celkem	78	7,7

3. Výsledky

3.1 Deskriptivní statistiky

Na začátku výsledkové části nejprve popíšu deskriptivní statistiky škál využitých v hypotézách projektu – škály kvality přátelství, osamělosti, nesmělosti a sebeodhalení na Facebooku.

Tabulka 3
Deskriptivní statistiky sebehodnotících škál využitých v hypotézách výzkumného projektu

	Průměr	Medián	Směrodatná odchylka	Rozsah	Minimum	Maximum	Šikmost
Kvalita přátelství	55,30	57	7,39	52	13	65	-1,96
Osamělost	8,03	8	2,38	12	4	16	0,44
Nesmělost	36,69	36	10,13	52	13	65	0,12
Sebeodhalení na FB	21,46	21	4,52	29	9	38	0,08

Hodnoty škály přátelství se teoreticky mohly pohybovat od 13 do 65. Ve výzkumném vzorku bylo dosaženo obou těchto krajních hodnot, minimum tedy bylo 13, maximum 65. Průměrná hodnota činila 55,30, medián byl 57, směrodatná odchylka činila 7,39. Škála byla před transformací zešikmena zleva, viz výše. Hodnoty přibližně odpovídají očekávání, vzhledem k tomu, že na škále měli respondenti hodnotit svůj vztah k nejbližšímu kamarádovi/příteli.

Hodnoty škály osamělosti se teoreticky mohly pohybovat od 4 do 16. Ve výzkumném vzorku bylo dosaženo obou těchto extrémů. Průměrný skór byl 8,03, medián byl 8, směrodatná odchylka 2,38. Škála byla zešikmená zprava jen velmi mírně.

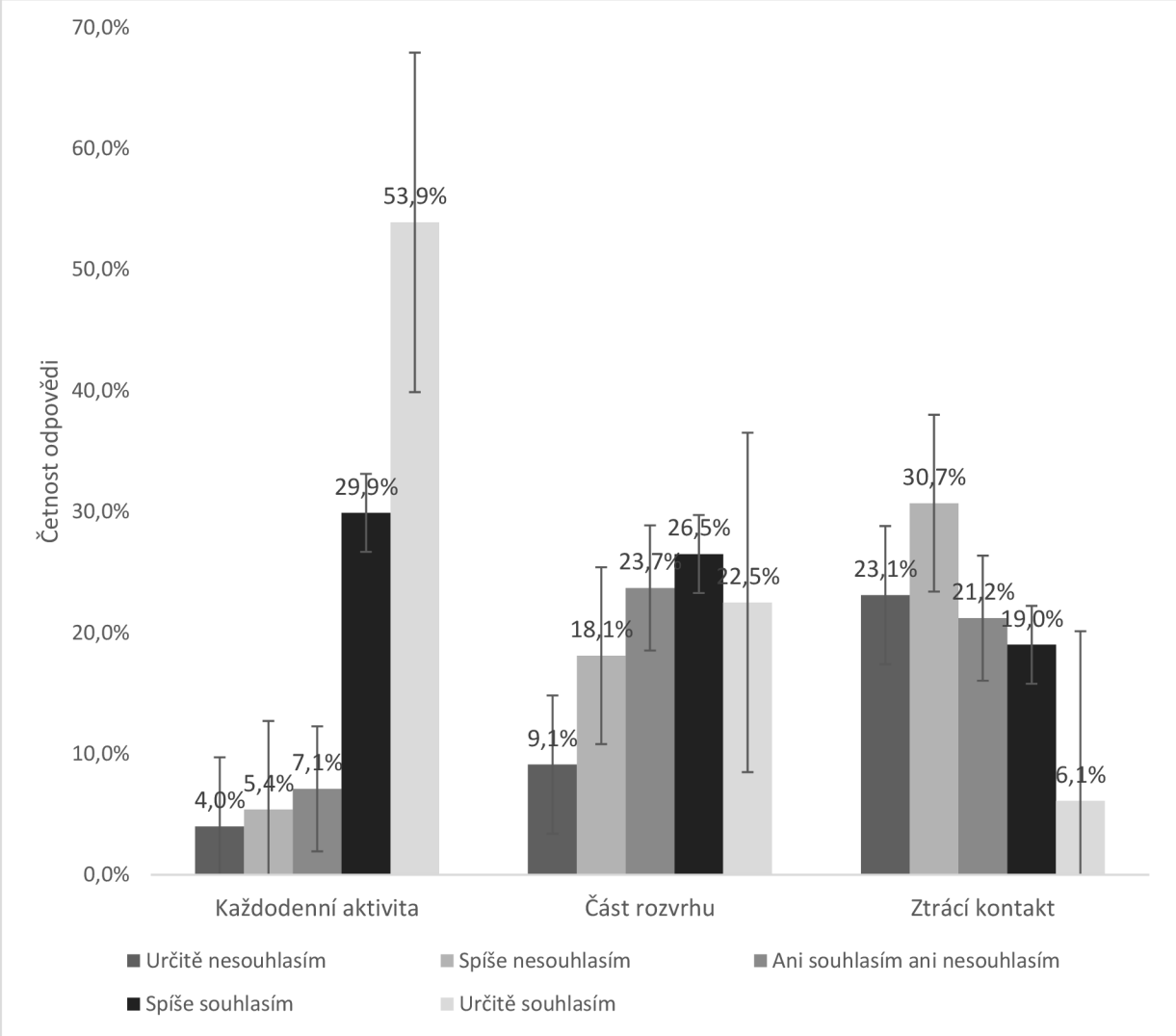
Škála nesmělosti také dosáhla obou svých extrémů – hodnoty se pohybovaly v rozpětí 13 až 65. Průměrná hodnota činila 36,69, medián byl velmi podobný – 36, směrodatná odchylka byla 10,13. Distribuce hodnot se velmi blížila normálními rozložení, hodnota šikmosti činila pouze 0,12.

Škála sebeodhalení na Facebooku měla teoretické minimum 9 a maximum 45. Minima ve zkoumaném vzorku bylo dosaženo, maximální skór respondenta však činil jen 38. Průměrný skór škály byl 21,46, medián 21, směrodatná odchylka 4,52. Škála měla přibližně normální rozložení (šikmost – 0,31).

Deskriptivní statistiky proměnných indikujících intenzitu aktivity na Facebooku

Do dotazníku byla zařazena řada proměnných, které měřily způsob a intenzitu používaní FB daným respondentem. Většina jich byla měřena na ordinální škále. V grafu na Obrázku 1 jsou uvedeny četnosti jednotlivých odpovědí u následujících proměnných.

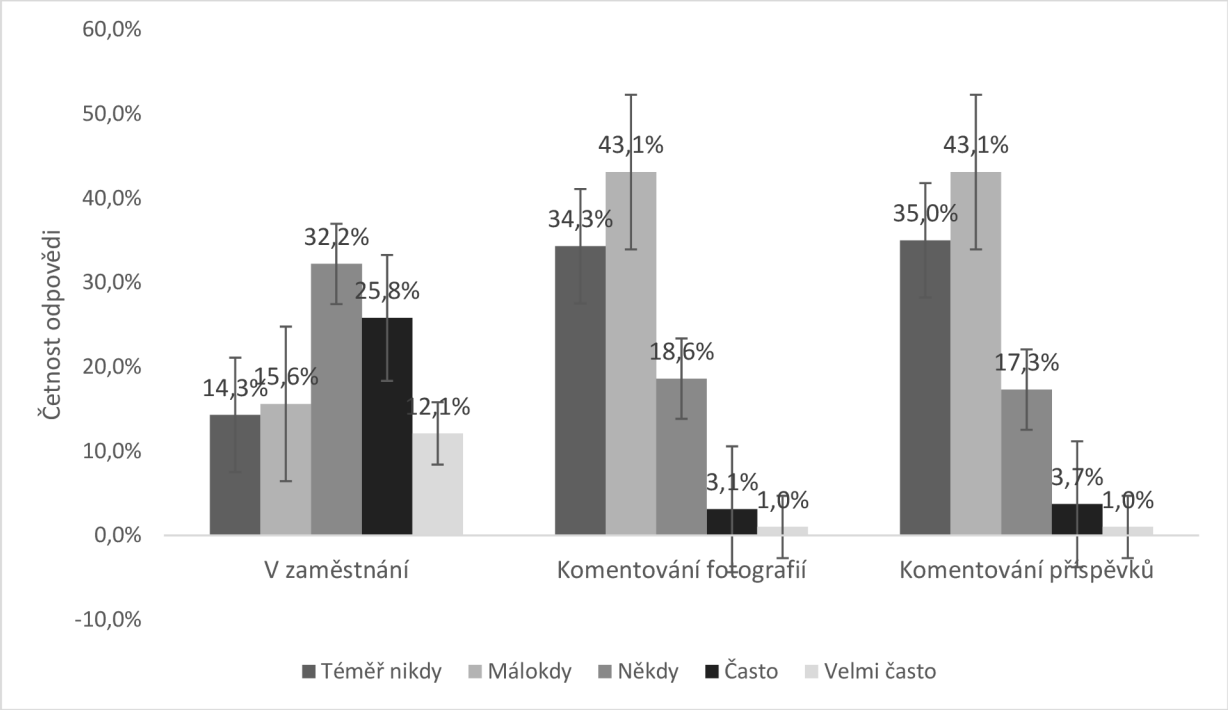
–



Obrázek 1. Relativní četnosti jednotlivých odpovědí na otázky týkajících se vnímání Facebooku jako součásti své pravidelné denní náplně. *Každodenní aktivita* – zda respondent považuje Facebook za svou každodenní aktivitu. *Část rozvrhu* – zda respondent považuje Facebook za část svého denního rozvrhu. *Ztrácí kontakt* – zda má respondent pocit, že ztrácí kontakt s ostatními, pokud dlouho nebyl na Facebooku.

S tvrzením „Pokud jsem dlouho nebyl na Facebooku, mám pocit, že ztrácím kontakt“ respondenti spíše nesouhlasili, přesto polovina z nich považuje tuto sociální síť za část svého denního rozvrhu. Za každodenní aktivitu označilo Facebook téměř 84 % respondentů.

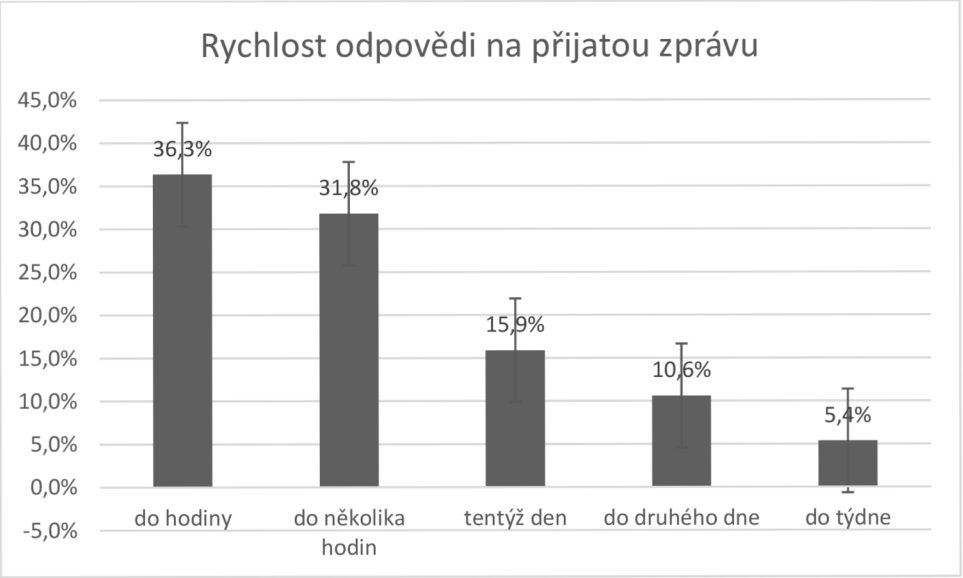
Další proměnné byly zaměřeny na frekvenci komentování příspěvků nebo fotografií publikovaných ostatními uživateli a na frekvenci používání Facebooku v zaměstnání nebo ve škole. Proměnné byly měřeny na pětibodové Likertově škále od „téměř nikdy“ po „velmi často“. Četnosti jsou uvedeny v Obrázku 2.



Obrázek 2. Relativní četnosti jednotlivých odpovědí na otázky týkajících se frekvence používání Facebooku. *V zaměstnání* – jak často respondent používání Facebook ve škole nebo zaměstnání. *Komentování fotografií* – jak často respondent na Facebooku připojuje komentáře k fotografiím jiných uživatelů. *Komentování příspěvků* – jak často respondent reaguje na statusy a jiné příspěvky ostatních uživatelů.

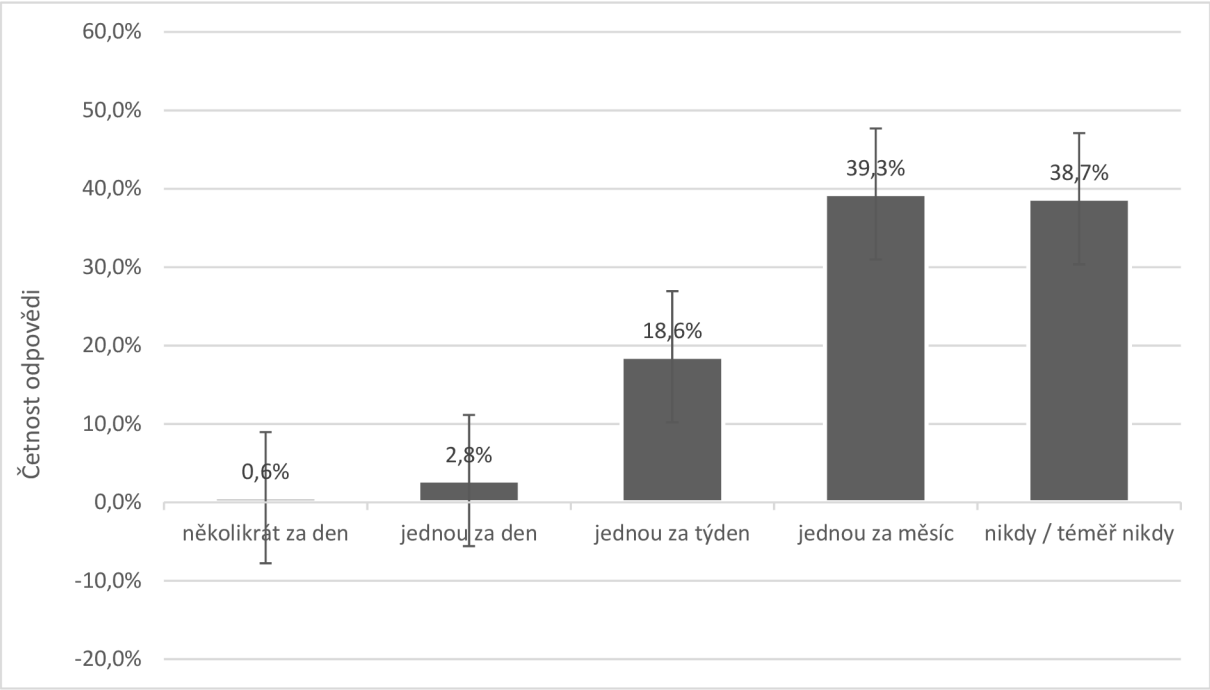
Respondenti při komentování obsahu publikovaného ostatními uživateli zřejmě do značné míry nerozlišovali textové příspěvky a fotografie. Ukázalo se, že většina respondentů příliš často nekomentuje. „Velmi často“ nebo „často“ odpovědělo jen kolem 5 % uživatelů. Frekvence používání Facebooku v zaměstnání se mezi uživateli velmi liší, frekvence jednotlivých odpovědí byly poměrně vyrovnané. Nejčastější odpovědí bylo „někdy“ - uvedlo ji 32,2 % uživatelů.

Dalšími měřenými proměnnými byly rychlost odpovědi na zprávu zaslanou přes Facebook a frekvence publikování statusů nebo jiných vlastních příspěvků. Četnosti jednotlivých hodnot škál jsou uvedeny v grafech na Obrázcích 3 a 4.



Obrázek 3. Průměrná rychlost odpovědi na zprávu přijatou přes Facebook.

Na zprávy zaslané přes Facebook nebo aplikací Messenger uživatelé nejčastěji odpovídají do hodiny nebo do několika hodin (68,1 %). Tentýž den nebo do druhého dne na zprávu v průměru odpoví 26,5% z nich. Příspěvky většina uživatelů příliš často nepublikuje. Alespoň jednou za týden příspěvek publikuje jen cca 22 % uživatelů. Plných 38,7 % respondentů uvedlo, že příspěvky nepublikuje nikdy nebo téměř nikdy.

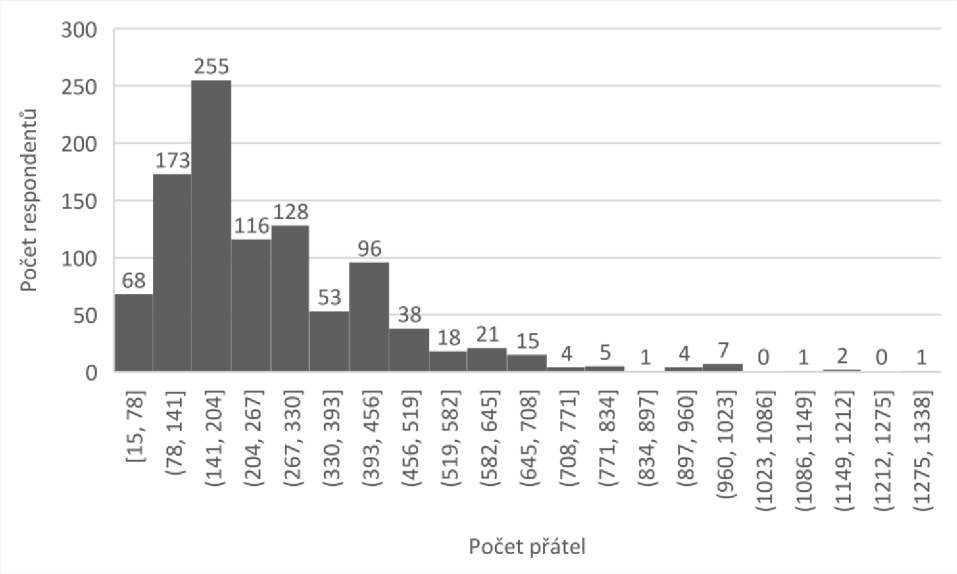


Obrázek 4. Jak často uživatel publikuje na Facebooku příspěvky.

Dalšími sledovanými proměnnými byly počet přátel na Facebooku a počet skupin, jichž je uživatel členem. Průměrný počet přátel byl 265,18, se směrodatnou odchylkou 179,37. Minimální uvedená hodnota byla 15 přátel. Většina respondentů měla do 500 přátel (92,1 %). Další deskriptivní statistiky jsou uvedeny v Tabulce 4. Ilustrační histogram počtu přátel respondenta je uveden v grafu na Obrázku 5.

Tabulka 4
Deskriptivní statistiky proměnných počet přátel na Facebooku a počet facebookových skupin, do kterých uživatel patří

	Průměr	Medián	Směrodatná odchylka	Rozsah	Minimum	Maximum	Šikmost
Počet přátel na Facebooku	265,18	217	179,37	1285	15	1300	1,74
Počet členských skupin	16,96	10	16,90	150	0	150	3,00



Obrázek 5. Počet přátel na Facebooku

Co se týká počtu skupin, kterých je uživatel členem, průměrná hodnota činí 16,96 skupin, medián byl 10, směrodatná odchylka byla 16,90. Někteří uživatelé dokonce uvedli, že nejsou členy žádné skupiny. Většina uživatelů byla členem maximálně 20 skupin (79,5 %), v rozsahu 0-30 skupin se pohybovalo 90,2 % respondentů.

3.2 Výzkumná otázka č. 1: souvislost času stráveného na Facebooku a času stráveného offline setkáními

V hypotéze 1.1 bylo předpokládáno, že bude čas strávenými aktivním používáním Facebooku pozitivně korelovat s časem stráveným offline setkáními. Podle prosté korelační analýzy tyto dvě proměnné slabě pozitivně korelují na 1% hladině významnosti (r = 0,101). Pokud kontrolujeme vliv pohlaví, věku a osobnostních charakteristik, vztah je stále významný na 1% hladině významnosti, ale korelace je již velmi slabá (r = 0,083).

Analýza moderace

V hypotéze 1.2 jsem předpokládal, že vztah mezi těmito dvěma proměnnými bude moderován introverzí respondentů. Abych tento předpoklad ověřil, provedl jsem analýzu pomocí modulu PROCESS, ve kterém jsem zvolil model č. 1, který se používá pro analýzu moderace.

V regresní analýze byl kontrolován vliv pohlaví a věku a osobnostních charakteristik (kromě introverze). Výsledky jsou uvedeny v Tabulce 5.

Tabulka 5
Analýza moderačního vlivu introverze na vztah mezi časem stráveným na Facebooku a časem stráveným offline setkáními

	b	SE b	t	p
Konstanta	0,673 [0,216; 1,123]	0,232	2,909	0,004
Introverze	-0,163 [-0,234; -0,093]	0,036	-4,530	0,000
Čas na Facebooku	0,083 [0,019; 0,147]	0,033	2,553	0,011
Čas na Facebooku X Introverze	-0,044 [-0,105; 0,018]	0,032	-1,397	0,212

Moderační vliv introverze nebyl statisticky významný (p = 0,212). Při průměrné úrovni času stráveného na Facebooku má introverze slabý, ale statisticky v
ýznamný vliv na množství času stráveného offline setkáními (b = -0,163; p = 0,000). Při průměrné úrovni introverze, má čas strávený používáním Facebooku také slabý, ale statisticky průkazný vliv na množství času věnovaného offline setkáním (b = 0,083; p = 0,011).

3.3 Výzkumná otázka č. 2: Vliv používání Facebooku na kvalitu přátelství

Pro zjištění míry asociace mezi časem stráveným aktivním používáním Facebooku a kvalitou přátelského vztahu s nejbližším kamarádem/přítelem byly vypočteny koeficienty prosté a parciální korelace. Vztah mezi časem stráveným používáním Facebooku a kvalitou přátelského vztahu k nejbližšímu kamarádovi/příteli je statisticky významný (p = 0,030). Tyto dvě proměnné spolu ale korelují velmi slabě (r = 0,069). Pokud kontrolujeme vliv pohlaví, věku a osobnostních charakteristik, korelace již statisticky významná není (p = 0,082).

Moderační vliv míry sebeodhalení na vztah mezi časem stráveným na Facebooku a kvalitou přátelského vztahu není statisticky významný (p = 0,163). Statisticky signifikantní vliv na kvalitu přátelství nemá ani míra sebeodhalení při průměrné úrovni času stráveného na Facebooku (p = 0,850) ani toto množství času při průměrné úrovni míry sebeodhalení (p = 0,087). Podrobnější údaje jsou uvedeny v Tabulce 6.

Tabulka 6
Analýza moderačního vlivu míry sebeodhalení na vztah mezi časem stráveným na Facebooku a kvalitou přátelského vztahu s nejbližším kamarádem

	b	SE b	t	p
Konstanta	0,772 [0,313; 1,231]	0,234	3,299	0,001
Míra sebeodhalení	-0,007 [-0,075; 0,062]	0,035	-0,190	0,850
Čas na Facebooku	0,053 [-0,008; 0,114]	0,031	1,714	0,087
Čas na Facebooku X Míra sebeodhalení	-0,047 [-0,114; 0,019]	0,034	-1,397	0,163

3.4 Výzkumná otázka č. 3: čas strávený na Facebooku a osamělost respondentů

Podle hypotézy 3.1 měl čas strávený na Facebooku negativně korelovat s osamělostí respondentů. Výzkum v této oblasti není jednoznačný, ale předpokládal jsem, že používání Facebooku bude osamělost zúčastněných osob redukovat. Prostá korelační analýza neodhalila statisticky významný vztah (p = 0,799). Při kontrolování vlivu pohlaví, věku a osobnostních charakteristik korelace stále není statisticky významná (p = 0,896).

Podobně jako u výzkumné otázky č. 2 jsem i zde provedl analýzu moderačního vlivu sebeodhalení na Facebooku (Tabulka 7). Ani zde však moderační vliv míry sebeodhalení na vztah mezi časem stráveným na Facebooku a subjektivní osamělostí není statistický významný (p = 0,604). Podobně čas věnovaný Facebooku při průměrné úrovni míry sebeodhalení nemá na osamělost statisticky signifikantní vliv (p = 0,952). Naopak míra sebeodhalení při průměrné úrovni času stráveného na Facebooku statisticky významný vliv na subjektivní osamělost má (b = 0,064; p = 0,021).

Tabulka 7
Analýza moderačního vlivu míry sebeodhalení na vztah mezi časem stráveným na Facebooku a osamělostí

	b	SE b	t	p
Konstanta	0,390 [-0,001; 0,780]	0,199	1,957	0,051

Míra sebeodhalení	0,064 [0,010; 0,118]	0,028	2,320	0,021
Čas na Facebooku	-0,002 [-0,057; 0,054]	0,028	-0,061	0,952
Čas na Facebooku X Míra sebeodhalení	0,013 [-0,037; 0,063]	0,026	0,519	0,604

3.5 Výzkumná otázka č. 4: moderační vliv nesmělosti

Předmětem výzkumné otázky č. 4 bylo, zda jsou vztahy uvedené v hypotézách 1.1, 2.1 nebo 3.1. moderovány také nesmělostí respondentů. Pro přehlednost jsou výsledky těchto moderačních analýz uvedené podle vztahů navržených v jednotlivých hypotézách.

Moderace vztahu času na Facebooku s offline setkáními

Provedl jsem opět jednoduchou regresní analýzu s kontrolou vlivu pohlaví, věku, osobnostních charakteristik a analýzou potenciálních moderačních vlivů. Výsledky analýzy vlivu nesmělosti jsou uvedené v Tabulce 8.

Tabulka 8
Analýza moderačního vlivu nesmělosti na vztah mezi časem stráveným na Facebooku a časem stráveným offline setkáními

	b	SE b	t	p
Konstanta	0,732 [0,280; 1,184]	0,230	3,176	0,002
Nesmělost	-0,184 [-0,290; -0,079]	0,054	-3,429	0,001
Čas na Facebooku	0,078 [0,014; 0,142]	0,033	2,385	0,017
Čas na Facebooku X Nesmělost	-0,060 [-0,128; 0,009]	0,035	-1,714	0,087

Moderační vliv nesmělosti na vztah mezi časem stráveným na Facebooku a časem stráveným offline setkáními není statisticky významný (p = 0,087). Při průměrné úrovni množství času stráveného na Facebooku má nesmělost slabý, přesto však statisticky významný vliv na čas strávenými offline setkáními (b = -0,184; p = 0,001). Při průměrné úrovni nesmělosti má čas na Facebooku velmi slabý, ale opět statisticky významný vliv na čas strávený offline setkáními (b = 0,078; p = 0,017).

Moderace vztahu času na Facebooku a kvality přátelství

Dále jsem provedl analýzu moderačního vlivu nesmělosti na vztah mezi časem stráveným na této sociální síti a kvalitou přátelského vztahu k nejbližšímu kamarádovi. Výsledky této analýzy jsou uvedené v Tabulce 9.

Tabulka 9
Analýza moderačního vlivu nesmělosti na vztah mezi časem stráveným na Facebooku a kvalitou přátelského vztahu s nejbližším kamarádem

	b	SE b	t	p
Konstanta	0,811 [0,350; 1,273]	0,235	3,451	0,001
Nesmělost	-0,104 [-0,203; -0,005]	0,051	-2,051	0,041
Čas na Facebooku	0,051 [-0,009; 0,111]	0,031	1,685	0,092
Čas na Facebooku X Nesmělost	-0,024 [-0,085; 0,036]	0,031	-0,792	0,428

Moderační vliv nesmělosti na vztah mezi časem stráveným na Facebooku a kvalitou přátelského vztahu s nejbližším kamarádem není statisticky významný (p = 0,428). Při průměrné úrovni času stráveného na Facebooku má nesmělost statisticky významný vliv na kvalitu přátelského vztahu, který je ale poměrně slabý (b = -0,104; p = 0,041). Naopak při průměrné úrovni nesmělosti čas strávený na Facebooku statistický významný vliv na kvalitu přátelského vztahu nemá (p = 0,092).

Moderace vztahu času na Facebooku a subjektivní osamělosti

Podle hypotézy 3.1 měl čas strávený na Facebooku negativně korelovat s osamělostí respondentů. Tento vztah se prostou ani parciální korelační analýzou nepodařilo prokázat, ale přesto nemůžeme vyloučit existenci statisticky významného vztahu při zahrnutí vlivu moderátoru. Proto jsem i zde provedl analýzu moderačního vlivu nesmělosti (Tabulka 10).

Tabulka 10
Analýza moderačního vlivu nesmělosti na vztah mezi časem stráveným na Facebooku a osamělostí

	b	SE b	t	p
Konstanta	0,229 [-0,147; 0,605]	0,192	1,195	0,232
Nesmělost	0,355 [0,268; 0,442]	0,044	7,987	0,000
Čas na Facebooku	0,013 [-0,040; 0,065]	0,027	0,465	0,642
Čas na Facebooku X Nesmělost	-0,026 [-0,075; 0,024]	0,025	-1,022	0,307

Moderační vliv nesmělosti na vztah mezi časem stráveným na Facebooku a osamělostí nebyl prokázán (p = 0,307). Při průměrné úrovni času stráveného na Facebooku ale nesmělost statisticky významný vliv na úroveň osamělosti má (b = 0,355; p = 0,000). Naopak čas strávený na Facebooku při průměrné úrovni nesmělosti na subjektivní osamělost statisticky signifikantní vliv nemá (p = 0,642).

3.6 Výzkumné otázky č. 5 – 7: koreláty proměnných indikujících intenzitu aktivity na Facebooku

Jak bylo uvedeno výše, proměnná týkající se času stráveného používáním Facebooku je problematická z důvodu rozdílných interpretací a nepřesnosti odhadu, kolik respondent skutečně stráví na této sociální síti času. Proto byly do studie zařazeny další proměnné, které měří jednotlivé aspekty intenzity a způsobu používání Facebooku. Tyto budou v nyní zanalyzovány pro potenciální korelace s časem stráveným offline setkáními, kvalitou přátelství s nejbližším kamarádem a pocity osamělosti.

Korelace mezi proměnnými indikujícími intenzitu používání Facebooku

Nejdříve uvedu vzájemné korelace mezi proměnnými indikujícími intenzitu používání FB (Tabulka 11). Některé jsou si poměrně podobné, jak je vidět ze středně silných pozitivních korelací. V zásadě všechny proměnné indikují, jak moc je Facebook důležitý v sociálním životě respondenta. Všechny proměnné spolu statisticky významně pozitivně korelují. Většina je měřena na ordinálních škálách, pro výpočet korelací jsem tedy použil Spearmanův korelační koeficient.

Tabulka 11
Korelační síť mezi jednotlivými proměnnými měřícími intenzitu používání Facebooku

	Míra sebeodhalení	FB Přátel	FB Skupin	Část denního rozvrhu	Jak často zaměstnání / škola	Frekv. status	Frekv. koment.
Míra sebeodhalení							
FB Přátel	0,178**						
FB Skupin	0,120**	0,324**					
Část denního rozvrhu	0,160**	0,088**	0,123**				
Jak často zaměstnání / škola	0,119**	0,196**	0,167**	0,274**			
Frekv. status	0,464**	0,197**	0,142**	0,176**	0,079*		
Frekv. koment.	0,485**	0,213**	0,101**	0,166**	0,126**	0,546**	
Rychlost odpovědi	0,127**	0,094**	0,065*	0,185**	0,370**	0,065*	0,082**

**. korelace je signifikantní na 1% hladině významnosti
*. korelace je signifikantní na 5% hladině významnosti

Poznámka.

Míra sebeodhalení – míra sebeodhalení/sdílnosti na Facebooku

FB Přátel – počet přátel na Facebooku

FB Skupin – počet skupin, jichž je uživatel členem

Část denního rozvrhu – nakolik respondent považuje Facebook za část svého denního rozvrhu

Jak často zaměstnání / škola – jak často respondent používání Facebook v zaměstnání nebo ve škole

Frekv. status – jak často respondent publikuje vlastní status nebo jiný příspěvek

Frekv. koment. – jak často respondent komentuje příspěvky ostatních

Rychlost odpovědi – jak rychle respondent odpovídá na zprávy zaslané přes Facebook

Všechny proměnné ve výše uvedené tabulce indikují míru intenzity používání Facebooku a jsou seřazeny vždy vzestupně od nejnižší hodnoty k nejvyšší (u ordinálních škál od nejnižší frekvence k nejvyšší frekvenci). Všechny proměnné spolu pozitivně korelují. Nelze tedy např. vyvodit závěr, že pokud uživatel často používá jednu funkci (např. komentování příspěvků ostatních), čas strávený touto aktivitou vytlačuje čas dostupný pro jinou aktivitu (publikování vlastních příspěvků). Středně silně koreluje míra sebeodhalení na Facebooku s frekvencí publikace statusu a frekvencí komentování příspěvků ostatních uživatelů (r = 0,464, resp. r =

0,485) a počet virtuálních přátel s počtem facebookových skupin, do kterých respondent patří (r = 0,324).

Počet přátel a počet skupin

Charakteristiky, které mohou být uvedeny potenciálně velmi přesně, jsou počet přátel, se kterými je respondent na Facebooku propojen, a počet facebookových skupin, kterých je členem. Tyto hodnoty totiž Facebook přímo zobrazuje uživateli v jeho profilu. Opět jsem provedl výpočet prostých a parciálních korelačních koeficientů (Tabulky 12 a 13).

Tabulka 12
Vybrané koreláty počtu přátel uživatele a počtu skupin, do kterých patří – prosté korelace

	ČasOffline	Kvalita přátelství	Osamělost
FB Přátel	0,175**	0,053	-0,142**
FB Skupin	0,069*	0,022	0,051

**. korelace je signifikantní na 1% hladině významnosti
*. korelace je signifikantní na 5% hladině významnosti

Tabulka 13
Vybrané koreláty počtu přátel uživatele a počtu skupin, do kterých patří – kontrolováno pro vliv pohlaví, věku a osobnostních charakteristik

	ČasOffline	Kvalita přátelství	Osamělost
FB Přátel	0,125**	0,014	0,011
FB Skupin	0,053	0,024	0,055

**. korelace je signifikantní na 1% hladině významnosti

Při prosté korelaci s časem stráveným offline setkáními pozitivně koreluje počet přátel, které má respondent na Facebooku (r = 0,175; p = 0,000) a velmi slabě také počet facebookových skupin, do kterých vstoupil (r = 0,069; p < 0,030). Pokud kontrolujeme vliv pohlaví, věku a osobnostních charakteristik, tak je vztah slabší – korelační koeficient počtu přátel na Facebooku a času stráveného offline setkáními je již jen 0,125 (p = 0,000) a počet skupin, do kterých uživatel patří, s časem stráveným offline setkáními již statisticky významně nekoreluje (p = 0,099). Podle prosté korelace osamělost slabě negativně koreluje s počtem přátel na Facebooku

(r = -0,142; p = 0,000), pokud však opět kontrolujeme vliv pohlaví, věku a osobnostních charakteristik, vztah již statisticky významný není (p = 0,736). Kvalita přátelství s počtem virtuálních přátel ani počtem členských skupin statisticky signifikantně nesouvisí.

Frekvence používání funkcí Facebooku

Další aspekty používání Facebooku, na které jsem se dotazoval, byla frekvence využívání jednotlivých funkcí Facebooku. Ptal jsem se, jak často respondenti publikují status nebo komentují příspěvky nebo fotografie některého ze svých přátel. Protože byly odpovědi zaznamenávány na ordinální škále, v Tabulce 14 jsou uvedené hodnoty Spearmanova korelačního koeficientu.

Tabulka 14
Korelace frekvence činností na Facebooku a času stráveného offline setkáními, kvalitou přátelství a osamělostí (Spearmanův korelační koeficient)

	Čas Offline	Kvalita přátelství	Osamělost
Frekvence komentář	0,086**	-0,026	-0,035
Frekvence komentování fotografií	0,094**	0,019	-0,068*
Frekvence status	0,031	-0,025	-0,036

**. korelace je signifikantní na 1% hladině významnosti
*. korelace je signifikantní na 5% hladině významnosti

Poznámka.

Frekvence komentář – jak často respondent na Facebooku komentuje statusy nebo jiné příspěvky ostatních uživatelů

Frekvence komentování fotografií – frekvence, se kterou zúčastněná osoba komentuje fotografie publikované jejími přáteli

Frekvence status – jak často respondent publikuje vlastní status nebo napíše příspěvek do některé ze skupin

Frekvence komentování statusů a jiných příspěvků ostatních velmi slabě pozitivně koreluje s časem stráveným offline setkáními (r = 0,086; p = 0,006). S kvalitou přátelství ani osamělostí frekvence komentování statisticky významně nesouvisí (p = 0,413, resp. p = 0,260). Frekvence komentování fotografií, které publikovali přátelé respondenta, velmi slabě pozitivně souvisí s časem stráveným offline setkáními (r = 0,094; p < 0.01) a negativně koreluje s prožívaným pocitem osamělosti, vztah je ale také velmi slabý (r = -0,068; p = 0,031). Frekvence publikování

statusu nebo jiného příspěvku na Facebooku nesouvisí statisticky významně ani s jednou ze tří „offline“ proměnných.

Rychlost odpovědí na zprávy

Další zjišťovanou proměnnou byla průměrná rychlost odpovědi na zprávu zaslanou přes Facebook nebo mobilní aplikaci Messenger. Tato proměnná silnou prediktivní hodnotu neměla, statisticky významná je jen velmi slabá pozitivní korelace s kvalitou přátelského vztahu k nejbližšímu kamarádovi ($r = 0{,}099$; $p < 0{,}002$). S časem stráveným offline setkáními ani osamělostí respondentů tato proměnná nesouvisí ($p = 0{,}140$; resp. $p = 0{,}868$).

Další proměnné zjišťující intenzitu používání Facebooku

Dále jsem provedl analýzu dalších proměnných, které nepřímo zjišťují intenzitu používání Facebooku – bez ohledu na využívané funkce. Výsledné Spearmanovy korelační koeficienty jsou uvedeny v Tabulce 15.

Tabulka 15
Korelace nespecifických indikátorů intenzity používání Facebooku s časem stráveným offline setkáními, kvalitou přátelství a osamělostí

	Čas Offline	Kvalita přátelství	Osamělost
Každodenní aktivita	0,034	0,096**	0,016
Část rozvrhu	-0,001	0,085**	0,080*
Ztrácí kontakt	-0,029	-0,012	0,117**
V zaměstnání	0,171**	0,037	0,012

**. korelace je signifikantní na 1% hladině významnosti
*. korelace je signifikantní na 5% hladině významnosti

Poznámka.

Každodenní aktivita – nakolik považuje používání Facebooku za svou každodenní aktivitu

Část rozvrhu – nakolik považuje respondent Facebook za součást svého denního rozvrhu

Ztrácí kontakt – nakolik má zúčastněná osoba pocit, že ztrácí kontakt, když nebyla delší dobu na Facebooku

V zaměstnání – jak často používá respondent Facebook v zaměstnání nebo ve škole

Míra souhlasu s tvrzením, že Facebook je každodenní aktivita respondenta, pozitivně korelovala s kvalitou jejich přátelství (r = 0,096; p = 0,002); s časem stráveným offline setkáními ani se subjektivní osamělostí však ne. Respondenti, kteří více považovali tuto sociální síť za část svého denního rozvrhu výše skórovali ve škále měřící kvalitu přátelství, korelace je však jen velmi slabá (r = 0,085; p = 0,007). Podobně míra souhlasu s tvrzením, že Facebook je součástí jejich každodenní rutiny velmi slabě pozitivně korelovala s osamělostí (r = 0,080; p = 0,011). S časem stráveným offline setkáními tato proměnná nesouvisela (p = 0,963).

Míra souhlasu s tvrzením, že respondent ztrácí kontakt s ostatními, pokud dlouho nebyl na Facebooku, slabě pozitivně korelovala s pocity osamělosti (r = 0,117; p = 0,000), nicméně s kvalitou přátelství ani časem stráveným offline setkáními tato proměnná nesouvisela (p = 0,704, resp. p = 0,359). Respondenti, kteří častěji používali Facebook v zaměstnání nebo ve škole, strávili více času offline setkáními (r = 0,171; p = 0,000), s kvalitou přátelství s nejbližším kamarádem a pocity osamělosti tato proměnná statisticky významně nesouvisela (p = 0,241, resp. p = 0,713).

3.7 Shrnutí

Souvisí používání Facebooku s časem stráveným s přáteli formou setkání tváří v tvář? Množství tohoto času slabě pozitivně koreluje s počtem přátel na Facebooku, frekvencí používání této sociální sítě v zaměstnání nebo ve škole a časem stráveným aktivním používáním Facebooku. S frekvencí komentování příspěvků ostatních uživatelů a počtem členských skupin na této sociální síti množství času stráveného offline setkáními koreluje jen velmi slabě.

Souvisí používání Facebooku s kvalitou přátelství s nejbližším kamarádem/přítelem? Podle výsledků korelačních analýz s kvalitou přátelství pozitivně, ale velmi slabě koreluje celkový čas strávený na Facebooku (nikoliv nad rámec vlivu pohlaví, věku a osobnostních charakteristik) a rychlost odpovídání na zprávy přijaté přes Facebook. Kvalita přátelství s nejbližším kamarádem je také vyšší, pokud respondent považuje tuto sociální síť za součást svého denního rozvrhu nebo za svoji každodenní aktivitu (také velmi slabá pozitivní korelace).

Souvisí používání Facebooku s osamělostí? Osamělost respondentů velmi slabě negativně souvisí komentováním fotografií ostatních uživatelů. Pocity osamělosti osoba zažívá naopak vyšší, pokud považuje Facebook za část svého denního rozvrhu (slabý pozitivně korelační vztah) nebo pokud má pocit, že ztrácí kontakt s ostatními, když dlouho nebyla na Facebooku (velmi slabá pozitivní korelace).

4. Diskuze

Účelem práce bylo prozkoumat souvislosti mezi aktivitou na sociální sítí Facebook a „offline" sociálním životem mladých dospělých – konkrétně vztah s časem stráveným offline setkáními, kvalitou přátelství a pocity osamělosti. Za tímto účelem jsem stanovil několik výzkumných otázek a pracovních hypotéz týkajících se těchto vztahů. Větší část hypotéz se nepotvrdila, nicméně explorační analýza (výzkumné otázky č. 5 – 7) objevila některé slabé, ale statisticky významné pozitivní vztahy.

První výzkumná otázka se týkala souvislosti času stráveného na sociální síti a celkového času stráveného setkáními s přáteli formou tváří v tvář. Výsledkem korelační analýzy bylo, že i při kontrole vlivu pohlaví, věku a osobnostních charakteristik byla nalezena velmi slabá pozitivní korelace. Podobně Valkenburgová a Peter (2007) pomocí online průzkumu dotazovali na frekvenci online komunikace a čas strávený s přáteli a nalezli velmi slabou, ale statisticky významnou pozitivní korelaci ($r = 0{,}16$). Také Shklovski, Kraut a Rainie (2004) zjistili, že přátelé, kteří spolu stráví větší množství času offline, spolu také častěji komunikují přes internet. Tato frekventovanější online komunikace již počet setkání tváří v tvář nesnižovala. Čas strávený offline i online setkáními ovlivňuje celá řada faktorů. Proto tyto korelace, byť významné, nejsou příliš silné. Jedním z nich jsou například osobnostní charakteristiky. To je dokladováno i v mé studii – z moderační analýzy vyplynulo, že introverze má statisticky významný vliv na čas strávený offline setkáními. Dalším závěrem analýzy moderace nicméně bylo, že introverze není moderátorem vztahu mezi časem stráveným na Facebooku a časem stráveným offline setkáními. To je v určitém rozporu s některými zahraničními studiemi, podle kterých z online komunikace nejvíce těží právě introvertovaní jedinci (Papacharissi & Rubin, 2000; Kraut et al., 2002). Rozdíl může být způsoben například tím, že tyto studie nezkoumaly přímo komunikaci přes sociální sítě, které nabízejí podstatně sofistikovanější způsoby komunikace s přáteli (publikování statusů, fotografií) – oproti jednoduchému zasílání zpráv

mezi dvěma přáteli. Množství času stráveného s přáteli offline souvisí také s kvalitou přátelských vztahů, kterými jsem se zabýval ve druhé výzkumné otázce.

Předmětem této otázky byla konkrétně souvislost mezi časem stráveným na Facebooku a kvalitou přátelského vztahu k nejbližšímu kamarádovi/příteli. Ideální by bylo změřit kvalitu přátelských vztahů se všemi přáteli respondenta. Takové množství dat ale samozřejmě není možné v kvantitativní studii od zúčastněných osob získat. Otázky v dotazníku tedy směřovaly jen na jednoho kamaráda – toho nejbližšího. Také zde jsem nalezl statisticky významný vztah, který však byl opět velmi slabý, téměř neexistující (r = 0,069). Podobně Blais et al. (2008) zjistili, že internetová komunikace souvisí se závazkem, důvěrou a intimitou a kvalitou komunikace v přátelství, ale ne příliš silně (r = 0,16, resp. r = 0,21, resp. r = 0,17). Výsledná síla vztahu v mé studii je však ještě o něco nižší. Může to být způsobeno efektem stropu (většina skórů se před transformací dat pohybovala v první třetině nejvyšších skórů škály) nebo tím, že na Facebooku respondent komunikuje s velkým množstvím přátel (obvykle desítky až stovky), zatímco škála měřila přátelství jen s jedním z nich.

Další hypotézou bylo, že tuto pozitivní korelaci bude posilovat větší míra sebeodhalení respondenta (na Facebooku). Valkenburgová a Peter (2009) zjistili, že online sebeodhalení pozitivně souvisí právě s kvalitou přátelského vztahu (r = 0,19). Tento moderační vliv se ale v mém výzkumu nepotvrdil. Ledbetter, Griffin a Sparks (2007) dokonce naopak nalezli velmi slabý negativní vztah (r = -0,12). Podle jiných výzkumných studií online sebeodhalení statisticky významný vliv má, ale jako mediátor (mezi internetovou komunikací a kvalitou přátelství; Wang et al. (2011)).

Jestliže Facebook zvyšuje kvalitu přátelských vztahů, měl by také snižovat osamělost. Toto se však na mém vzorku respondentů nepotvrdilo. Výsledky zahraničních studií jsou smíšené. Některé nacházejí negativní vztah, podle jiných ale naopak Facebook osamělost zvyšuje. Například Burke, Marlow a Lento (2010) nalezli mezi komunikací na Facebooku a osamělostí negativní korelaci. Také studie s experimentálním designem vedly k závěrům, že internetová komunikace snižuje pocity osamělosti. Naopak Pena a Sandlin (2010) porovnali dvě skupiny uživatelů, rozdělené podle intenzity používání Facebooku, a respondenti ve skupině, která používala Facebook více, uváděli méně blízkých vztahů a větší strach ze samoty. Naproti tomu Blachniová, Przepiorka, Boruch a Balakier (2016) souvislost mezi používáním Facebooku pro běžné účely a osamělostí neprokázali. Podle Blachniové (2016) mohou být rozdíly mezi

výsledky jednotlivých studií vysvětleny mírou aktivního (tvorba obsahu) / pasivního používání Facebooku. Nicméně míra sebeodhalení vztah mezi časem stráveným na Facebooku a osamělostí respondentů v mém výzkumu statisticky významně nemoderovala.

Další proměnná, jejíž moderační vliv byl zkoumán, byla nesmělost. Moderační vliv plachosti respondenta však nebyl prokázán ani u jednoho ze tří základních vztahů uvedených ve výzkumných otázkách 1 – 3. Naopak výsledkem studie Bakera a Oswalda (2010) bylo, že vyšší nesmělost zúčastněných osob souvisela se silnější korelací mezi používáním Facebooku a kvalitou přátelských vztahů. Nicméně studií, které zkoumaly tyto moderační efekty, není mnoho.

Protože odhad času, který respondenti stráví na Facebooku, nemusí být příliš přesný, zařadil jsem podobně jako Ross et al. (2009) do svého dotazníku otázky měřící intenzitu používání této sociální sítě a jejích jednotlivých funkcí. Zjistil jsem, že s časem stráveným s přáteli offline pozitivně koreluje počet přátel na Facebooku a frekvence používání této sociální sítě v zaměstnání nebo ve škole. Korelace ostatních indikátorů intenzity používání Facebooku s časem stráveným s přáteli offline, kvalitou přátelského vztahu nebo osamělostí byly buď velmi slabé, nebo nebyly statisticky významné.

Lze tedy shrnout, že z indikátorů intenzity používání této sociální sítě „offline“ sociální život respondenta příliš predikovat nemůžeme. Jednalo se o korelační studii, na směr kauzality tedy usuzovat nemůžeme a v případě proměnných uvedených v předchozím odstavci může být hypoteticky přesně opačná – jestliže má osoba více skutečných kamarádů, bude také s více přáteli propojena na Facebooku. Podobně pokud jedinec například často večer navštěvuje restaurační zařízení, potřebuje se s přáteli na těchto setkáních domluvit během dne, tedy v době, kdy je obvykle v zaměstnání nebo se účastní výuky ve škole.

Limitace

Podobně jako jiné výzkumné studie má i tato některá slabá místa a limitace. Jako první bych zmínil výběr vzorku respondentů. Zúčastněné osoby byly vybírány příležitostným výběrem. Bylo osloveno velké množství lidí a jen někteří se výzkumu zúčastnili a dotazník vyplnili až do konce. Abych částečně tento nedostatek redukoval, oslovil jsem cíleně velké množství konkrétních jednotlivců (většina z nich dotazník vyplnila), větší část respondentů však byla

získána prostřednictvím příspěvků publikovaných na sociálních sítích. S příležitostným výběrem souvisí další limitace - nerovnoměrné zastoupení mužů a žen. 79 % výzkumného vzorku tvořily ženy. Abych co nejvíce omezil zkreslení výsledků, kontroloval jsem při korelačních i regresních analýzách vliv pohlaví.

Co se týká vnitřní validity studie, dotazník BFI-10 je velmi krátký. Pro měření 5 osobnostních charakteristik je použito jen 11 položek. Vnitřní konzistence některých subškál je tedy nízká, konkrétně přívětivost ($\alpha = .41$), svědomitost ($\alpha = .24$), neuroticismus ($\alpha = .50$) a otevřenost ($\alpha = .44$). Důsledkem toho může být nižší reliabilita výsledků. Použití tohoto dotazníku nicméně bývá doporučováno a podle Hřebíčkové et al. (2016) by měl dotazník v porovnání s delší verzí BFI-44 zachytit 70% rozptylu a zachovat si 85% jeho reliability.

Další limitací je samozřejmě využití údajů získaných metodou self-report. Je otázkou, nakolik přesně se respondenti snažili odpovědět na některé otázky, které vyžadují krátké zamyšlení. Mám na mysli například průměrný čas strávený aktivním používáním Facebooku nebo průměrný čas strávený offline setkáními.

Implikace pro budoucí výzkum

V dalších výzkumných studiích bych doporučil pečlivě rozmyslet metodu měření času stráveného na Facebooku, resp. intenzity používání Facebooku. Ideální by bylo použít deníkovou metodu, kdy by si zúčastněné osoby zaznamenávaly, kdy Facebook používaly. To by však samozřejmě vyžadovalo velmi motivované respondenty. Dále by mohlo být výzkumně zajímavé se dále zaměřit na souvislosti frekvence používání Facebooku celkově i jeho jednotlivých funkcí a kvality přátelských vztahů – například výzkum provést na menším vzorku respondentů, ale změřit jejich vztahy k několika jejich přátelům.

III. Závěr

Tato studie byla zaměřena na souvislosti používání Facebooku s offline dimenzí sociálního života mladých dospělých. V úvodu práce jsem uvedl, proč považuji výzkum v této oblasti za důležitý. Sociální sítě zásadně mění způsob naší komunikace i prostředky, kterými vytváříme a udržujeme interpersonální vztahy. Je tedy na místě se zabývat otázkou, zda jimi nejsme ovlivněni negativně. V první části práce jsem představil sociální síť Facebook v dnešní podobě. Popsal jsem jednotlivé funkce této sociální sítě a upozornil na některé změny, které Facebook v poslední době implementoval.

V další části jsem popsal, jaké máme sociální potřeby, proč je potřebujeme uspokojit a jakým způsobem to obvykle děláme. Upozornil jsem také na důležitost sociální opory pro zvládání životních nesnází a jak Facebook může tuto oporu poskytnout. Dále jsem se zabýval pětifaktorovým modelem osobnosti Big Five, se zaměřením na introverzi, která je podle řady studií významným faktorem ve výzkumu sociálních sítí.

Věnoval jsem se také konceptu přátelství, jaké funkce tyto vztahy pro nás mají a jak je možné zkoumat a měřit kvalitu přátelství. Popsal jsem rovněž výsledky recentních studií, které zkoumaly vliv Facebooku právě na kvalitu přátelských vztahů.

Dále jsem se zabýval jednotlivými proměnnými, které byly předmětem výzkumné studie. Popisoval jsem různé aspekty osamělosti člověka a jak může Facebook osamělost zvyšovat nebo naopak redukovat. Zabýval jsem se také nesmělými osobami a zda jim Facebook může pomoci snadněji komunikovat.

V empirické části jsem si položil několik výzkumných otázek, které se týkaly souvislostí používání Facebooku a několika aspektů „offline“ sociálního života člověka. Konkrétně se jednalo o souvislosti s množstvím času, který strávíme se svými přáteli tváří v tvář, kvalitou našich přátelských vztahů a případnými pocity osamělosti.

Většina výzkumných hypotéz se nepotvrdila. Podle výsledků této studie tedy Facebook v obecné rovině zásadní škodlivý efekt na zkoumané aspekty sociálních vztahů mladých dospělých nemá. Obvykle výrazně nenahrazuje klasická setkání tváří v tvář, naopak

intenzivnější uživatelé Facebooku se svými přáteli trávili více času. Kvalitu přátelských vztahů intenzivní komunikace po Facebooku výrazně nezvyšuje, pozitivní zprávou však je, že intimitu, kterou prožíváme v našich nejbližších vztazích, ani nesnižuje. Podobně nevede časté používání Facebooku ke zvýšení pocitů osamělosti.

Sociální síť Facebook se prudce vyvíjí. Neustále roste počet uživatelů, ti stávající jej používají stále častěji a v generaci mladých lidí v České republice bývá nejčastějším komunikačním prostředkem právě zasílání zpráv přes Facebook. Tato sociální síť také prudkým tempem inovuje a nové funkce jsou dostupné každý rok. Podle mého názoru se vlastníci sociální sítě snaží tento virtuální prostor postupně přibližovat klasické komunikaci. Rozšiřují možnosti, kterými můžeme vyjádřit naši emoční reakci na příspěvek jiného uživatele jedním kliknutím (přidání dalších tlačítek, podobných tlačítku „To se mi líbí“), při zasílání vidíme, zda si recipient naši zprávu již přečetl a v anglosaském prostředí Facebook významně propaguje hovory přes tuto sociální síť. V západním světě se také prosadilo zpravodajství na Facebooku, aby lidé nemuseli separátně navštěvovat zpravodajské servery, nebo prodej zboží přes tuto sociální síť.

Facebook se zřejmě dlouhodobě snaží, abychom na tomto portále trávili stále více času a aby uspokojil naše sociální potřeby co nejvíce. Pravděpodobně tedy bude ovlivňovat naše sociální životy ve stále větší míře. Proto je třeba pokračovat ve výzkumné činnosti v této oblasti.

Seznam použitých zdrojů

Aboud, F. E., & Mendelson, M. J. (1996). Determinants of friendship selection and quality: Developmental perspectives. In W. M. Bukowski, A. F. Newcomb, & W. W. Hartup (Ed.), *The company they keep: Friendship in childhood and adolescence* (s. 87–112). New York, NY, US: Cambridge University Press.

Amichai-Hamburger, Y., & Ben-Artzi, E. (2003). Loneliness and Internet use. *Computers in Human Behavior*, *19*, 71–80.

Amichai-Hamburger, Y., Kingsbury, M., & Schneider, B. H. (2013). Friendship: An old concept with a new meaning? *Computers in Human Behavior, 29*(1), 33-39.

Amichai-Hamburger, Y., Wainapel, G., & Fox, S. (2002). On the internet no one knows I'm an introvert. *: Extroversion, neuroticism, and internet interaction, 5*(2), 125-128.

Antheunis, M. L., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2012). The quality of online, offline, and mixed-mode friendships among users of a social networking site. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace, 6*(3).

Back, M. D., Stopfer, J. M., Vazire, S., Gaddis, S., Schmuckle, S. C., Egloff, B., & Gosling, S. D. (2010). Facebook profiles reflect actual personality, not selfidealization. *Psychological Science, 21*(3), 372-374.

Baker, R. V., & Oswald, L. D. (2010). Shyness and online social networking services. *Journal of Social and Personal Relationships*, *27*(7), 873–889.

Bambina, A. (2007). *Online social support: The interplay of social networks and computer-mediated communication*. New York: Cambria Press.

Bargh, J. A., McKenna, K. Y., & Fitzsimons, G. M. (2002). Can you see the real me? Activation and expression of the "true self" on the Internet. *Journal of Social Issues, 58*(1), 33-48.

Barry, C. M., & Madsen, S. D. (2010). Friends and friendships. In T. Clydesdale (Ed.), *Who are emerging adults?* Washington, DC: Changing Spirituality of Emerging Adults Project.

Bartulcová, J. (2011). *Vztah posttraumatického rozvoje k vybraným charakteristikám osobnosti* (Diplomová práce). Dostupné z http://is.muni.cz/th/180056/ff_m/

Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological bulletin, 117*(3), 497.

Berndt, T. J. (2002). Friendship quality and social development. *Current Directions in Psychological Science, 11*(1), 7-10.

Berscheid, E., & Reis, H. T. (1998). Attraction and close relationships. In D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindzey (Ed.), *The handbook of social psychology, Vols. 1-2, 4th ed* (s. 193–281). New York, NY, US: McGraw-Hill.

Blachnio, A., Przepiorka, A., Boruch, W., & Balakier, E. (2016). Self-presentation styles, privacy, and loneliness as predictors of Facebook use in young people. *Personality and Individual Differences*, *94*, 26–31.

Blais, J. J., Craig, W. M., Pepler, D., & Connolly, J. (2008). Adolescents online: The importance of Internet activity choices to salient relationships. *Journal of youth and adolescence, 37*(5), 522-536.

Bonetti, L., Campbell, M. A., & Gilmore, L. (2010). The relationship of loneliness and social anxiety with children's and adolescents' online communication. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, *13*(3), 279-285.

Boyd, D., & Ellison, N. (2010). Social network sites: definition, history, and scholarship. *IEEE Engineering Management Review, 3*(38), 16-31.

Brehm S., Kassin, S., Fein S. (2005). *Social Psychology.* Boston: Houghton Mifflin.

Bryant, J. A., Sanders-Jackson, A., & Smallwood, A. M. K. (2006). IMing, text messaging, and adolescent social networks. *Journal of Computer-Mediated Communication, 11*(2), 249-270.

Burke, M., Marlow, C., & Lento, T. (2010). Social network activity and social well-being. In *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*.

Carrera, R. N. (1964). Need for affiliation: Approach and avoidant aspects. *Journal of clinical psychology, 20*(4), 429-432.

Cassel, J. (1976). The contribution of the social environment to host resistance. *American journal of epidemiology, 104*(2), 107-123.

Clayton, R. B., Osborne, R. E., Miller, B. K., & Oberle, C. D. (2013). Loneliness, anxiousness, and substance use as predictors of Facebook use. *Computers in Human Behavior*, *29*(3), 687–693.

Cohen, S., & Wills, T. A. (1985). Stress, social support, and the buffering hypothesis. *Psychological bulletin, 98*(2), 310-357.

Collins, N. L., & Miller, L. C. (1994). Self-disclosure and liking: a meta-analytic review. *Psychological bulletin, 116*(3), 457.

Crozier, W. R. (2005). Measuring shyness: analysis of the Revised Cheek and Buss Shyness scale. *Personality and Individual Differences, 38*(8), 1947-1956.

Český statistický úřad. (2016). *Informační společnost v číslech - 2016*. Praha: Český statistický úřad.

De Jong-Gierveld, J., van Tilburg, T., & Dykstra, P. A. (2006). Loneliness and Social Isolation. In A. Vangelisti & D. Perlman (Eds.), *Cambridge Handbook of Personal Relationships* (pp. 485–500). Cambridge: Cambridge University Press.

Demir, M., & Özdemir, M. (2010). Friendship, need satisfaction and happiness. *Journal of Happiness Studies, 11*(2), 243-259.

Deters, F., & Mehl, M. R. (2013). Does posting Facebook status updates increase or decrease loneliness? An online social networking experiment. *Social psychological and personality science*, *4*(5), 579–586.

Dindia, K. *Self-disclosure, identity, and relationship development: A dialectic perspective.* In Dindia, K., Duck, S. (Eds.) (2000). Communication and Personal Relationships. John Wiley and Sons, Ltd.

DiTommaso, E., Brannen, C., & Best, L. A. (2004). Measurement and validity characteristics of the short version of the social and emotional loneliness scale for adults. *Educational and Psychological Measurement, 64*(1), 99-119.

Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication, 12*(4), 1143-1168.

Elphinston, R. A., & Noller, P. (2011). Time to face it! Facebook intrusion and the implications for romantic jealousy and relationship satisfaction. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *14*(11), 631-635.

Facebook Inc. (2017, 1. února). Facebook Reports Fourth Quarter and Full Year 2016 Results. Dostupný z: https://investor.fb.com/investor-news/press-release-details/2017/Facebook-Reports-Fourth-Quarter-and-Full-Year-2016-Results/default.aspx

Fehr, B. (1995). *Friendship Processes*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.

Fokkema, T., De Jong Gierveld, J., & Dykstra, P. A. (2012). Cross-National Differences in Older Adult Loneliness. *The Journal of Psychology, 146*(1-2), 201-228. doi: 10.1080/00223980.2011.631612

Gilovich, T., & Keltner, D. (2006). *Social psychology*. Londýn: Norton.

Goby, V. P. (2006). Personality and online/offline choices: MBTI profiles and favored communication modes in a Singapore study. *Cyberpsychology & behavior, 9*(1), 5-13.

Gore, S. (1978). The effect of social support in moderating the health consequences of unemployment. *Journal of health and social behavior*, 157-165.

Graziano, W. G., Tobin, R. M. (2009). Agreeableness. in: Leary, M. R., Hoyle, R. H. (Eds.): *Handbook of Individual Differences in Social Behavior.* New York: The Guilford Press, 46-61.

Gross, E. F., Juvonen, J., & Gable, S. L. (2002). Internet Use and Well-Being in Adolescence. *Journal of Social Issues, 58*(1), 75-90.

Ha, Y. W., Kim, J., Libaque-Saenz, C. F., Chang, Y., & Park, M.-C. (2015). Use and gratifications of mobile SNSs: Facebook and KakaoTalk in Korea. *Telematics and Informatics, 32*(3), 425-438.

Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. New York: Guilford Press.

Hopko, D. R., Stowell, J., Jones, W. H., Armento, M. E., & Cheek, J. M. (2005). Psychometric properties of the revised Cheek and Buss shyness scale. *Journal of Personality Assessment, 84*(2), 185-192.

Howard, P. N., Duffy, A., Freelon, D., Hussain, M. M., Mari, W., & Maziad, M. (2011). Opening closed regimes: what was the role of social media during the Arab Spring?. Available at SSRN 2595096.

Hřebíčková, M. (2004). *NEO osobnostní inventář (podle NEO-PI-R P.T. Costy a R.R. McCraee).* Praha: Testcentrum.

Hřebíčková, M. (2011). *Pětifaktorový model v psychologii osobnosti: přístupy, diagnostika, uplatnění*. Praha: Grada.

Hřebíčková, M., Jelínek, M., Blatný, M., Brom, C., Burešová, I., Graf, S., … Zábrodská, K. (2016). Big Five Inventory: Základní psychometrické charakteristiky české verze BFI-44 A BFI-10. *Československá psychologie*, *60*(6), 567–583.

Chak, K., & Leung, L. (2004). Shyness and locus of control as predictors of internet addiction and internet use. *Cyberpsychology & behavior, 7*(5), 559-570.

Cheek, J. M., & Buss, A. H. (1981). Shyness and sociability. *Journal of Personality and Social Psychology, 41*(2), 330.

Johnson, A. J., Wittenberg, E., Villagran, M. M., Mazur, M., & Villagran, P. (2003). Relational progression as a dialectic: Examining turning points in communication among friends. *Communication Monographs*, *70*(3), 1–1.

Joinson, A. N. (2001). Self-disclosure in computer-mediated communication: The role of self-awareness and visual anonymity. *European Journal of Social Psychology, 31*(2), 177-192.

Joinson, A. N. (2008). *Looking at, looking up or keeping up with people?: motives and use of facebook.* Paper presented at the Proceedings of the SIGCHI conference on Human Factors in Computing Systems.

Jones, W. H., & Carpenter, B. N. (1986). Shyness, social behavior, and relationships *Shyness* (pp. 227-238): Springer.

Kalpidou, M., Costin, D., & Morris, J. (2011). The relationship between Facebook and the well-being of undergraduate college students. *CyberPsychology, behavior, and social networking*, *14*(4), 183-189.

Keyes, C. L. M. (1998). Social Well-Being. *Social Psychology Quarterly, 61*(2), 121-140. doi: 10.2307/2787065

Kim, J., & Lee, J.-E. R. (2011). The Facebook paths to happiness: Effects of the number of Facebook friends and self-presentation on subjective well-being. *CyberPsychology, behavior, and social networking, 14*(6), 359-364.

Knowles, M. L., Haycock, N., & Shaikh, I. (2015). Does Facebook Magnify or Mitigate Threats to Belonging? *Social Psychology*, *46*(6), 313–324.

Krasnova, H., Wenninger, H., Widjaja, T., & Buxmann, P. (2013). Envy on Facebook: A hidden threat to users' life satisfaction? Prezentováno v 11th International Conference on Wirtchaftsinformatik (WI).

Kratochvilová, J. (2016). *Poměr online/offline interakce a jeho vliv na kvalitu přátelství mladých dospělých* (Bakalářská práce). Dostupné z http://is.muni.cz/th/409994/fss_b

Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J. N., Helgeson, V., & Crawford, A. M. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues*, *58*, 49–74.

Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukophadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American psychologist, 53*(9), 1017.

Lampe, C., Ellison, N., & Steinfield, C. (2006). *A Face (book) in the crowd: Social searching vs. social browsing*. Paper presented at the Proceedings of the 2006 20th anniversary conference on Computer supported cooperative work.

Langmeier, J., & Krejčířová, D. (2006). *Vývojová psychologie*. Praha: Grada.

Larose, S., & Bernier, A. (2001). Social support processes: Mediators of attachment state of mind and adjustment in late adolescence. *Attachment & Human Development, 3*(1), 96-120.

Larose, S., Guay, F., & Boivin, M. (2002). Attachment, social support, and loneliness in young adulthood: A test of two models. *Personality and Social Psychology Bulletin, 28*(5), 684-693.

Laurenceau, J.-P., Barrett, L. F., & Pietromonaco, P. R. (1998). Intimacy as an interpersonal process: the importance of self-disclosure, partner disclosure, and perceived partner responsiveness in interpersonal exchanges. *Journal of Personality and Social Psychology, 74*(5), 1238.

Leary, M. R. (1983). Social anxiousness: The construct and its measurement. *Journal of Personality Assessment, 47*(1), 66-75.

Ledbetter, A. M., Griffin, E. M., & Sparks, G. G. (2007). Forecasting “friends forever”: A longitudinal investigation of sustained closeness between best friends. *Personal Relationships, 14*(2), 343-350.

Lee, K. T., Noh, M. J., & Koo, D. M. (2013). Lonely people are no longer lonely on social networking sites: The mediating role of self-disclosure and social support. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *16*(6), 413-418.

Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media & Society, 10*(3), 393-411.

Malik, A., Dhir, A., & Nieminen, M. (2016). Uses and gratifications of digital photo sharing on Facebook. *Telematics and Informatics, 33*(1), 129-138.

Manago, A. M., Taylor, T., & Greenfield, P. M. (2012). Me and my 400 friends: the anatomy of college students' Facebook networks, their communication patterns, and well-being. *Dev Psychol, 48*(2), 369.

Marsden, P. V., & Campbell, K. E. (1984). Measuring Tie Strength. *Social Forces, 63,* 482-501.

Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review, 50*(4), 370.

McCrae, R. R., & Costa, P. T. (2003). *Personality in Adulthood.* A Five-Factor Theory Perspective. New York: Guilford Press.

McCrae, R. R., Sutin, A. R. (2009). Openess to Experience, in: Leary, M. R., Hoyle, R. H. (Eds.). *Handbook of Individual Differences in Social Behavior.* New York: The Guilford Press.

McCroskey, J. C., & McCain, T. A. (1974). The measurement of interpersonal attraction. *Speech Monograph, 41*, 261-266.

McCroskey, J. C., Richmond, V. P., & Daly, J. A. (1975). The development of a measure of perceived homophily in interpersonal communication. *Human Communication Research, 1*(4), 323-332.

McKenna, K. Y., & Bargh, J. A. (1999). Causes and consequences of social interaction on the Internet: A conceptual framework. *Media Psychology, 1*(3), 249-269.

Mesch, G. S., & Talmud, I. (2007). Similarity and the quality of online and offline social relationships among adolescents in Israel. *Journal of Research on Adolescence*, *17*(2), 455–465.

Michikyan, M., Dennis, J., & Subrahmanyam, K. (2015). Can you guess who I am? Real, ideal, and false self-presentation on Facebook among emerging adults. *Emerging Adulthood, 3*(1), 55-64.

Michikyan, M., Subrahmanyam, K., & Dennis, J. (2014). Can you tell who I am? Neuroticism, extraversion, and online self-presentation among young adults. *Computers in Human Behavior, 33*, 179-183. doi: 10.1016/j.chb.2014.01.010

Moorman, J., & Bowker, A. (2011). The university Facebook experience: the role of social networking on the quality of interpersonal relationships. *The American Association of Behavioral and Social Sciences Journal, 15*, 1-23.

Morahan-Martin, J., & Schumacher, P. (2003). Loneliness and social uses of the Internet. *Computers in Human Behavior*, *19*(6), 659-671.

Müller, W. (2011). *Sám, ale ne osamělý*. Praha: Portál.

Nabi, R. L., Prestin, A., & So, J. (2013). Facebook friends with (health) benefits? Exploring social network site use and perceptions of social support, stress, and well-being. *CyberPsychology, behavior, and social networking, 16*(10), 721-727.

Nie, N. H., Hillygus, D. S., & Erbring, L. (2002). Internet use, interpersonal relations, and sociability: A time diary study. In B. Wellman & C. Haythornthwaite (Eds.), *The Internet in everyday life* (pp. 215-243). Malden: Blackwell Publishers Ltd.

Očadlíková, Z. (2012). *Sociální úzkostnost, online sebe-otvírání a vliv percepce kontrolovatelnosti online komunikace u uživatelů Facebooku v období vynořující se dospělosti* (Bakalářská práce). Dostupné z http://is.muni.cz/th/362626/fss_b/

Ong, E. Y., Ang, R. P., Ho, J. C., Lim, J. C., Goh, D. H., Lee, C. S., & Chua, A. Y. (2011). Narcissism, extraversion and adolescents' self-presentation on Facebook. *Personality and Individual Differences, 50*(2), 180-185.

Papacharissi, Z., & Rubin, A. M. (2000). Predictors of Internet use. *Journal of broadcasting & electronic media, 44*(2), 175-196.

Parks, M. R., & Floyd, K. (1996). Making friends in cyberspace. *Journal of Computer-Mediated Communication, 1*(4), 0-0.

Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., & Calvert, S. L. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology, 30*(3), 227-238.

Pena, J. F., & Sandlin, A. N. (2010, June). The Facebook paradox: A comparison of the cultural beliefs of Facebook users. *Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association*, Suntec Singapore International Convention & Exhibition Centre, Suntec City, Singapore.

Pittman, M. (2015). Creating, consuming, and connecting: examining the relationship between social media engagement and loneliness. *The Journal of Social Media in Society*, *4*(1).

Raacke, J., & Bonds-Raacke, J. (2008). MySpace and Facebook: Applying the uses and gratifications theory to exploring friend-networking sites. *Cyberpsychology & Behavior : The Impact of the Internet, Multimedia and Virtual Reality on Behavior and Society, 11*(2), 169-174. doi: http://dx.doi.org/10.1089/cpb.2007.0056

Reich, S. M., Subrahmanyam, K., & Espinoza, G. (2012). Friending, IMing, and hanging out face-to-face: overlap in adolescents' online and offline social networks. *Dev Psychol, 48*(2), 356.

Reis, H. T., & Shaver, P. (1988). Intimacy as an interpersonal process. *Handbook of personal relationships, 24*(3), 367-389.

Ross, C., Orr, E. S., Sisic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G., & Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior, 25*(2), 578-586. doi: 10.1016/j.chb.2008.12.024

Russell, D., Cutrona, C. E., Rose, J., & Yurko, K. (1984). Social and emotional loneliness: An examination of Weiss's typology of loneliness. *Journal of Personality and Social Psychology, 46*(6), 1313-1321.

Russell, D., Peplau, L. A., & Cutrona, C. E. (1980). The revised UCLA Loneliness Scale: Concurrent and discriminant validity evidence. *Journal of Personality and Social Psychology, 39*(3), 472-480. doi: 10.1037//0022-3514.39.3.472

Scealy, M., Phillips, J. G., & Stevenson, R. (2002). Shyness and anxiety as predictors of patterns of Internet usage. *Cyberpsychology & behavior, 5*(6), 507-515.

Shaw, L. H., & Gant, L. M. (2002). In defense of the Internet: The relationship between Internet communication and depression, loneliness, self-esteem, and perceived social support. *Cyberpsychology & behavior*, *5*(2), 157-171.

Sheldon, P. (2008). The relationship between unwillingness-to-communicate and students' Facebook use. *Journal of Media Psychology*, *20*(2), 67–75.

Shklovski, I., Kraut, R., & Rainie, L. (2004). The Internet and social participation: Contrasting cross-sectional and longitudinal analyses. *Journal of Computer-Mediated Communication, 10*(1).

Schneider, B. H. (2000). *Friends and enemies: Peer relations in childhood*. London: Arnold.

Schouten, A. P., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2007). Precursors and underlying processes of adolescents' online self-disclosure: Developing and testing an “Internet-attribute-perception” model. *Media Psychology, 10*(2), 292-315.

Smock, A. D., Ellison, N. B., Lampe, C., & Wohn, D. Y. (2011). Facebook as a toolkit: A uses and gratification approach to unbundling feature use. *Computers in Human Behavior, 27*(6), 2322-2329. doi: 10.1016/j.chb.2011.07.011

Soudková, M. (2006). *O zdravých vztazích mezi lidmi: přátelství a manželství* (1. vyd ed.). Brno: Doplněk.

Steafnone, M. A., Huang, Y. C., & Lackaff, D. (2011, leden). Negotiating Social Belonging: Online, Offline, and In-Between. In *System Sciences (HICSS), 2011 44th Hawaii International Conference on* (pp. 1-10). IEEE.

Stritzke, W. G., Nguyen, A., & Durkin, K. (2004). Shyness and computer-mediated communication: A self-presentational theory perspective. *Media Psychology, 6*(1), 1-22.

Subrahmanyam, K., Reich, S. M., Waechter, N., & Espinoza, G. (2008). Online and offline social networks: Use of social networking sites by emerging adults. Journal of Applied Developmental Psychology, 29(6), 420-433. doi: 10.1016/j.appdev.2008.07.003

Suler, J. (2004). The online disinhibition effect. *Cyberpsychology & behavior, 7*(3), 321-326.

Špatenková, N., & Petřková, A. (2013). *Psychologie dospělých: studijní text pro kombinované studium.* Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci.

Vágnerová, M. (2007). *Vývojová psychologie II.: dospělost a stáří.* Praha: Karolinum.

Vágnerová, M. (2010). *Psychologie osobnosti*. Praha: Karolinum.

Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2009). The Effects of Instant Messaging on the Quality of Adolescents’ Existing Friendships: A Longitudinal Study. *Journal of Communication, 59*(1), 79-97. doi: 10.1111/j.1460-2466.2008.01405.x

Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2011). Online communication among adolescents: an integrated model of its attraction, opportunities, and risks. *J Adolesc Health, 48*(2), 121-127. doi: 10.1016/j.jadohealth.2010.08.020

Valkenburg, P., & Peter, J. (2005). *Adolescents' Online Communication and Their Closeness to Friends.* Paper presented at the International Communication Association, New York.

Valkenburg, P., & Peter, J. (2007). Online communication and adolescent well-being: Testing the stimulation versus the displacement hypothesis. *Journal of Computer-Mediated Communication, 12*(4), 1169-1182.

Valkenburg, P., Peter, J., & Walther, J. (2016). Media effects: Theory and research. *Annual Review of Psychology, 67*, 315-338.

Verduyn, P., Lee, D. S., Park, J., Shablack, H., Orvell, A., Bayer, J., … Kross, E. (2015). Passive Facebook usage undermines affective well-being: Experimental and longitudinal evidence. *Journal of Experimental Psychology: General*, *144*(2), 480.

Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research, 23*(1), 3-43.

Wang, J.-L., Jackson, L. A., & Zhang, D.-J. (2011). The mediator role of self-disclosure and moderator roles of gender and social anxiety in the relationship between Chinese adolescents' online communication and their real-world social relationships. *Computers in Human Behavior, 27*(6), 2161-2168. doi: http://doi.org/10.1016/j.chb.2011.06.010

Wang, J.-L., Jackson, L. A., Zhang, D.-J., & Su, Z.-Q. (2012). The relationships among the Big Five Personality factors, self-esteem, narcissism, and sensation-seeking to Chinese University students' uses of social networking sites (SNSs). *Computers in Human Behavior, 28*(6), 2313-2319.

Wei, M., Shaffer, P. A., Young, S. K., & Zakalik, R. A. (2005). Adult Attachment, Shame, Depression, and Loneliness: The Mediation Role of Basic Psychological Needs Satisfaction. *Journal of Counseling Psychology, 52*(4), 591-601. doi: 10.1037/0022-0167.52.4.591

Widiger, T.A. (2009). Neuroticism, in: Leary, M. R., Hoyle, R. H. (Eds.). *Handbook of Individual Differences in Social Behavior*. New York: The Guilford Press, 129 – 146.

Wilt, J., Revelle, W. (2009). Extraversion, in: Leary, M. R., Hoyle, R. H. (Eds.). *Handbook of Individual Differences in Social Behavior.* New York: The Guilford Press, 27 – 45.

Young, K. S., Griffin-Shelley, E., Cooper, A., O'mara, J., & Buchanan, J. (2000). Online infidelity: A new dimension in couple relationships with implications for evaluation and treatment. *Sexual Addiction & Compulsivity: The Journal of Treatment and Prevention, 7*(1-2), 59-74.

Přílohy

Příloha č. 1 - Samostatné otázky v dotazníku

Intenzita používání Facebooku

Hodnoceno na škále: 1 – určitě nesouhlasím 2 - spíše nesouhlasím 3 - ani souhlasím ani nesouhlasím 4 - spíše souhlasím 5 - určitě souhlasím

„Část svého denního rozvrhu věnuji Facebooku."
„Facebook je součást mých každodenních aktivit."
„Pokud jsem dlouho nebyl na Facebooku, mám pocit, že ztrácím kontakt."

Frekvence jednotlivých činností na Facebooku

Hodnoceno na škále: 1 - téměř nikdy 2 - málokdy 3 - někdy 4 - často 5 - velmi často

„Jak často komentujete fotografie publikované vašimi přáteli na Facebooku?"
„Jak často komentujete statusy a jiné zprávy, které publikují ostatních uživatelé Facebooku?"
„Jak často používáte Facebook během výuky / v zaměstnání?"

Další otázky týkající se frekvence

Jak rychle obvykle odpovídáte na zprávy přes Facebook/Messenger?
do hodiny - do několika hodin - tentýž den - do druhého dne - do týdne

Jak často napíšete na Facebook status nebo jiný příspěvek (včetně příspěvků ve skupinách; pouhé komentáře pod příspěvky ostatních nepočítejte)?
nikdy / téměř nikdy - jednou za měsíc - jednou za týden - jednou za den - několikrát za den

Otázky týkající se intenzity

Kolik minut denně jste průměrně v minulém týdnu strávili aktivním používáním Facebooku (mimo pracovní záležitosti)?
Kolik přibližně máte celkem přátel na Facebooku?
Kolika facebookových skupin jste členem?

Kolik hodin za týden v průměru strávíte neformálními setkáními s kamarády/přáteli (čas strávený offline setkáními mimo pracovní/školní prostředí)?