

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

Fakulta filozofická

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Jak sociální sítě ovlivňují negativní emoce u mladých dospělých

Hana Trulíková

Plzeň 2024

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

Fakulta filozofická

Katedra sociologie a sociální práce

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Studijní program Společnost a politika

Jak sociální sítě ovlivňují negativní emoce u mladých dospělých

Autor práce:

Hana Trulíková

Vedoucí práce:

prof. PhDr. Dana Hamplová, Ph.D.

Plzeň 2024

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.

Plzeň, duben 2024

.....

Poděkování:

Ráda bych poděkovala především mé vedoucí bakalářské práce prof. PhDr. Daně Hamplové, Ph.D. za její ochotu a vstřícný přístup, za čas, který do mě a do této práce spolu se mnou investovala a za cenné rady, díky kterým jsem mohla napsat tuto práci. Poděkování také patří mým respondentům, kteří se účastnili ankety v této práci a v neposlední řadě mé rodině a blízkým, kteří jsou mou oporou nejen v době studia na vysoké škole.

Obsah

Obsah.....	Chyba! Záložka není definována.
1. Úvod.....	6
2. Co jsou sociální sítě.....	6
2.1. Představení pojmů.....	6
2.1.1. Sociální sítě.....	6
2.1.2. Sociální kapitál.....	7
2.1.3. Sociální média.....	7
3. Typy účtů a sociálních médií	9
3.1. Jednotlivá sociální média a jejich možný vliv na mentální zdraví	9
3.1.1. Facebook a mentální zdraví.....	10
3.1.2. Instagram a mentální zdraví	10
3.1.3. Tiktok a mentální zdraví	10
4. Statistiky.....	11
4.1. Zahraniční statistiky.....	11
5. Sociální sítě a psychické zdraví.....	11
5.1. Konzumované informace.....	14
5.2. Rabbit holes	15
5.3. Fomo	15
5.4. Pozornost jako náš kapitál	16
5.5. Další negativní dopady.....	17
6. Empirická část	19
6.1. Metodologie	19
7. Analýza dat.....	20
7.1. Otevřené otázky	20
7.1.1. Limity a zákazy.....	20
7.1.2. Rozptýlení.....	20
7.1.3. Emoce.....	20
7.2. Uzavřené otázky	21
7.2.1. Negativní příznaky.....	21
8. Limity práce, další výzkum	34
9. Závěr.....	34
10. Resumé	35
11. Zdroje.....	36

1. Úvod

Práce představuje koncept sociálních médií v dnešní době a představuje ho v kontextu sociologického pojetí sociálních sítí. Zaobírá se tím, jak se sociální média vyvíjela v průběhu času, jaká sociální média máme v dnešní době a jaké typy účtů na nich můžeme najít. Následně se věnuje konkrétním sociálním médiím jako Facebook, Instagram a TikTok a jejich možnému vlivu na psychické zdraví jedince. Uvede statistické údaje ohledně sociálních médií jako např. jakou dobu čeští uživatelé stráví na sociálních médiích za den, a která generace je na negativními vlivy nejvíce náchylná. Dále se soustředí na jednotlivá odvětví, která mohou sociální média narušovat a diskutuje vliv médií na psychické zdraví jedince. Zmiňuje konkrétní fenomény v tomto odvětví, ale také negativní vlivy na psychické zdraví, které nemusí být na první pohled rozpoznatelné jako např. vliv modrého světla a dopaminu. Pojednává o pozornosti člověka, která ovlivňuje jeho chování k sociálním médiím a povahu konzumovaných informací na sociálních médiích. V praktické části práce zjišťuje, jak jednotlivci vnímají roli sociálních médií ve svých životech, jak vnímají určité negativní dopady médií a jaké jsou návyky respondentů v jejich používání. Zjištění jsou následně analyzována a spojena s teoretickou částí.

2. Co jsou sociální sítě

2.1. Představení pojmů

Pojem sociální sítě nesou dvojí význam. Jeden je teoretický, který se používá v sociologii a druhý je z běžného života v podobě komunikačního prostředku. Pro účely této práce pojem *sociální síť* nechám pro teoretickou rovinu a pro rovinu komunikačního prostředku budu dále používat *pojem sociální média*. Tyto dva pojmy následně představím spolu s pojmem sociální kapitál.

2.1.1. Sociální sítě

Samotný pojem nám napovídá, že půjde o jakési propojení, toto propojení probíhá mezi jednotlivými body neboli uzly sociální sítě, tedy aktéry. V těchto uzlech se potkává a následně opět rozvětluje pomocí vazeb, ty představují interakce, které probíhají mezi uzly. Taková síť nás hypoteticky spojuje úplně s každým člověkem na planetě, protože v praxi to vypadá tak, že známe někoho, kdo znát někoho dalšího, a takto bychom mohli pokračovat do nekonečna, až bychom byli schopni se vrátit např. i sami k sobě.

Jedním z autorů, kteří nabízejí klasickou definici je H. E. Barnes [cit. dle M. Petrusek, 2024]. Na přelomu 50. a 60. let 20. století, kdy pojmenoval komunitní vztahy, které překračují uzavřené hranice skupin jako jsou rodina, spolek, sdružení, společenské organizace a sociální vrstvy. Studium těchto společenských vztahů tak postupně přicházelo na novou strategii, jak zkoumat sociální realitu, která se nazývá analýza sociálních sítí. Společnost funguje na základě struktur vztahů směny, moci a závislosti určující toky vzácných zdrojů v sociálním systému. H. E. Barnes nebyl však prvním, kdo pojem použil. Můžeme zmínit německou formální sociologii, která hledala stejnorodost určitých sociálních projevů a předpokládala, že není potřeba zkoumat jejich konkrétní historie, ale snažila se jim dát jednotlivé formy, které následně poskytnou vyčerpávající poznání; mělo jít o analogii ke geometrii, která také zkoumá pouze

formy těles a nedívá se na jejich konkrétní zvláštnosti [J. Sedláček, 2024]. Také autoři jako G. Simmel, F. Tönniese nebo M. Weber tento pojem používali, ale ne jako analytický koncept, spíše jako metaforu [M. Petrušek, 2024].

Samotná teorie sociálních sítí zkoumá jednotlivé aspekty našeho soužití s ostatními lidmi. Zaměřuje se za prvé na sociální vazby různé intenzity a hustoty a na trvalé kontakty, které vznikají v průběhu sociální interakce a komunikace mezi lidmi, a za druhé na morfologické charakteristiky, které vyjadřují hustotu, intenzitu a prostorovou koordinaci sociálních vazeb a kontaktů. Můžeme říct, že s teorií přišel *Jacob L. Moren* ve spisu *Who shall Survive?* z roku 1934, který se pokusil popsat a zobrazit strukturu sociopreferenčních vztahů v malé sociální skupině [M. Petrušek, 2024].

2.1.2. Sociální kapitál

Sociální kapitál je důležitou složkou sociálních sítí, kterou je potřeba si zde definovat. Nejvíce tento pojem rozšířil Pierre Bourdieu [cit. dle J. Keller, 2024], který vychází z analogie s finančním kapitálem a kulturním kapitálem. Sociální kapitál představuje obnos potencionálních zdrojů, kterými jedinec disponuje a které může využít v návaznosti na svou sociální síť. Čím větší síť člověk okolo sebe má, tím více má i sociálního kapitálu a tím pádem má větší množství kontaktů, které může mobilizovat pro svoji potřebu. Profit, který sociální kapitál zprostředkuje jednak posiluje solidaritu skupiny zúčastněných a také má vedlejší hmotné podoby jako služby a protisloužby. V neposlední řadě poskytuje jedinci symbolický profit v podobě prestiže, která je spojena s kontakty s užitečnými a vyhledávanými lidmi. Bourdieu dále hovoří o prohlubování tohoto kapitálu, tzn. rozšiřování našeho „portfolia“ známostí, tedy jeho akumulace a reprodukce, do které je potřeba investovat náš čas a utvořené vazby udržovat aktuálními a vyhledávat další užitečné známosti [J. Keller, 2024].

2.1.3. Sociální média

Naše kultura se dostala do takového bodu, kdy pod pojmem sociální sítě si většina lidí spíše nevybaví to, co myslitelé v minulosti, ale vytanou nám na mysl naše moderní sociální média. Prvopočátky sociálních médií se objevují v roce 1971, kdy prvními uživateli byli vojáci a komunikovali v síti „ARPA NET“. Tento způsob komunikace ohromně ulehčil životy lidem, protože byla zbořena časová prodleva a prostor, který dělil dva lidi, kteří spolu chtěli komunikovat. Definice dnešních moderních sociálních médií zní; *Sociální síť definujeme jako webovou službu, která umožňuje jednotlivcům vytvoření veřejného nebo částečně veřejného profilu v rámci ohraničeného systému, vytvoření seznamu uživatelů, s nimiž sdílejí připojení a procházet seznam svých spojení a spojení, které vytvořili jiní uživatelé systému. Povaha a názvosloví těchto připojení se mohou lišit síť od sítě* [N. B. Ellison, 2007].

První sociální médium, tak jak ho vysvětluje definice, vznikla v roce 1997 a nesla název SixDegrees.com. Tato síť umožňovala vytvoření vlastního profilu a seznamu přátel. Název této sítě odkazuje na práci Stanleyho Milgrama, který přišel ve svém výzkumu Six Degrees of Separation na to, že v průměru nás od jakékoliv osoby na planetě dělí jen 6 dalších lidí.

Jednodušeji řečeno, kdybychom si chtěli popovídat např. s nějakou známou osobností, tak nám stačí 6 lidí (tedy 6 uzlů v sociální síti) k tomu, abychom se k ní dostali [J. Travers & S. Milgram, 1969]. Ačkoli médium přitáhlo miliony uživatelů, v roce 2000 bylo zrušeno. Další vlnou sociálních médií v roce 2001 byla média, která měla za účel spojovat lidi na základě pracovních příležitostí jako Ryze.com, který nezískal masovou podporu ze strany uživatelů, Tribe.net získal uživatele, kteří byli úzce specializováni, LinkedIn, který funguje až do dnes a sdružuje uživatele, kteří se soustředí na obchodní služby nebo Friendster, který vznikl jako sociální doplněk služby Ryze a měl sloužit pro seznamování cizích lidí s podobnými zájmy [N. B. Ellison, 2007].

Od roku 2003 vznikalo spoustu dalších sociálních médií, která cílila na různé typy uživatelů jako např. MySpace. Ta v roce 2004 zažívala nárůst teenagerů a upravila kvůli nim také podmínky užívání, kdy dovolila nezletilým uživatelům, aby se také mohli připojit. Ve stejném roce byl spuštěn i Facebook, který původně vznikl jako vysokoškolské sociální médium pro propojení studentů na Harvardu. Následně se začala síť rozšiřovat i do dalších škol a působila jako uzavřená skupina, protože k přihlášení byl nutný školní email. Takže se na Facebook nedostal kdokoli, ale pouze studenti [tamtéž]. V roce 2005 díky inovativním nástrojům a pokrokovým myšlenkám se rozšířil i do středních škol a postupně byl otevřený všem. Tím se stal Facebook nedílnou součástí masové komunikace velké většiny populace lidí, a to až do dnes [tamtéž]. Pro představu Facebook jakožto největší sociální síť hlásí, že měl v roce 2023 3,03 miliardy aktivních uživatelů za měsíc [Meta Platforms, 2023].

Tím bych se přesunula do dnešní doby k masovým sociálním médiím, která většina lidí aktivně používá nebo o nich mají alespoň nějaký přehled. YouTube vznikl v roce 2005 a je v dnešní době nejrozšířenějším médiem pro sdílení videosouborů. V roce 2006 přišel na scénu Twitter, dnes známý jako X, který byl charakteristický krátkými a výstižnými příspěvky v podobě textu, na který mohou ostatní uživatelé reagovat a vést tak různé debaty. Další velký boom v sociálních médiích a jejich masovém užívání přinesl Instagram, který byl spuštěn v roce 2010. Tato aplikace sloužila původně jen pro sdílení fotografií, postupně však přidávala různé prvky, které přilákaly miliony uživatelů po celém světě. V roce 2012 Facebook odkupuje Instagram. V současné době na Instagramu lidé sdílí svůj každodenní život jak pomocí klasických příspěvků, ale i tzv. Stories, které jsou zveřejněny pouze na 24 hodin a následně samy zmizí. Přidala se také funkce Reels, která je charakteristická pro svá krátká videa. V roce 2011 byl představen Snapchat, kde si lidé vyměňují videa, fotografie nebo jen zprávy jak s jednotlivci, tak ve skupině přátel. Video či fotografie jdou však přehrát pouze jednou nebo v omezeném čase po prvním otevření, a pak samy zmizí. Charakteristickým prvkem zde byly obličejové filtry. Jako poslední a nejnovější médium je třeba představit TikTok, který vznikl v roce 2016 (původně byl jako aplikace Musical.ly). TikTok je aplikace s krátkými videi různého typu a zaměření. Můžeme zde sledovat konkrétní tvůrce, kteří nás zajímají a charakteristická je pro ni tzv. For you page, která je tvořena algoritmem a doporučuje nám videa, která by se nám mohla líbit dle vlastního výběru.

Je potřeba říct, že tento výčet jednotlivých sociálních médií není vyčerpávající. Chtěla jsem nastínit zásadní vlny vývoje, jejich počátky a z čeho se dnešní masová média vyvinula. V dnešní době je běžné, že jedno médium přijde s nějakým inovativním prvkem např. Instagram a jeho

Stories a následně se ten samý koncept objeví i na ostatních médiích. Konkrétně na YouTube, Facebooku, Snapchatu i TikToku.

3. Typy účtů a sociálních médií

Na jednotlivých sociálních médiích najdeme také různé typy účtů, které můžeme rozlišit podle kritérií, jako míry aktivity na pasivní a aktivní nebo typu sdíleného obsahu. Na začátek bych si vypůjčila jednotlivé typy účtů, ze kterých si jednotlivec vybírá při samotném zakládání Instagramu. Tato typologie je poměrně jednoduchá, ale výstižná. Rozdělení je podle toho, k jakým účelům a cílům sociální média uživatelé chtějí používat. Jsou to účty *osobní*, které jsou pro uživatele, kteří používají sociální média pro vlastní osobní potřebu, pro komunikaci s přáteli, interakce s nimi a sdílení informací s bližším okruhem lidí apod. Cílem jedince není, získat nějaký dosah, ale zkrátka sdílet s přáteli svůj život. Dalším typem jsou účty *tvůrce*, který by měl sloužit uživatelům jako jsou influenceři, umělci, autoři, bloggery apod. Jsou to účty, které propagují svou osobu a používají svůj účet na sociálních médiích pro budování své kariéry, navazování pracovních kontaktů a spoluprací. Zároveň sdílejí také vlastní názory široké veřejnosti, která je sleduje. Tyto účty mohou mít různé dosahy, mohou se specifikovat na jakékoliv odvětví dle zaměření osoby, která účet spravuje. Třetím a posledním typem jsou *firemní* účty, které mají za cíl komunikovat konkrétní produkt, věc nebo se pohybují v konkrétním odvětví svého podnikání. Jsou to např. firmy, podniky, zpravodajské účty apod. Mají jasný cíl, a to propagovat svou vlastní značku, službu nebo činnost v prostoru sociálních médií. Jejich aktivita se tak omezuje podle toho, v jakém oboru podnikají a toho se také jejich obsah týká. Pozastavím se u zpravodajských účtů a předávání zpráv a informací obecně. Studie prokázaly [C.E. Robertson et al., 2023], že člověk spíše reaguje na zprávy, které nesou negativitu.

3.1. Jednotlivá sociální média a jejich možný vliv na mentální zdraví

Dále bych chtěla nastínit jakým způsobem jsou jednotlivá sociální média spojována s negativními dopady na wellbeing neboli mentální pohodu. Vybrala jsem 3 sociální média; Facebooku a Instagram pro jejich významné a stálé postavení mezi uživateli a TikTok pro jeho rychle rostoucí popularitu. U všech sociálních médií platí, že kauzalita může být oboustranná, jinak řečeno nemusí pouze znamenat, že sociální sítě jsou determinantem mentálního zdraví, ale že lidé s horším mentálním zdravím budou tíhnout k většímu používání sociálních médií.

Závislost na sociálních médiích je definovaná jako "*nadměrný zájem o Social Networking Sites, silnou motivaci přihlašovat se k Social Networking Sites nebo je používat a věnovat Social Networking Sites tolik času a úsilí, že to narušuje ostatní sociální aktivity, studium/práci, mezilidské vztahy a/nebo psychické zdraví a pohodu*" [cit. dle C. S. Andreassen, 2015]. Jednotlivé komponenty závislostního chování jsou: salience, tolerance, změny nálad, odvykání, recidivita, konflikt a problémy [M. Griffiths, 2005]. V kontextu médií se pak tyto komponenty projevují následovně. Ti, co jsou závislí na sociálních médiích o nich také často přemýšlejí a přemýšlí také o uvolnění času pro tuto aktivitu (salience). Na sociálních médiích tráví často větší množství času, než původně zamýšleli a tíhnou k vytváření účtů na nových médiích pro dosažení uspokojení (tolerance). Média používají pro snížení negativních pocitů jako je úzkost, vina, deprese, bezmoc nebo neklid, a aby zapomněli na své osobní problémy (změna nálady). Pokud přestanou sociální média sledovat pociťují neklid, stres nebo podráždění a obecně se

cítí hůř (odvykání). Nedaří se jim snížit čas strávený na sociálních médiích (recidivita). Dávají nižší váhu práci nebo studiu a obecně volnočasovým aktivitám jako je sport nebo koníčky, věnují se také méně blízkým osobám jako rodina nebo přátelé (konflikt). Jejich nadužívání a závislost vede ke zhoršení jejich zdraví, vztahů, kvalitě spánku nebo obecně snížení životní pohody (problémy) [C. S. Andreassen, 2015].

3.1.1. Facebook a mentální zdraví

Toto médium funguje v dnešní době na základě sdílení různých příspěvků jako jsou fotografie, videa nebo jen psaná forma textu. Uživatelé jsou spojeni s dalšími lidmi na principu „přátelství“, s přáteli si lze dopisovat nebo interagovat na jejich příspěvky pomocí lajku nebo jiného emotikonu. Ukazuje se, že problematické používání Facebooku je spojováno s nižší životní pohodou, ale také spokojeností se svým životem, s horší subjektivní vitalitou, tzv. vzkvétáním a subjektivním pocitem štěstí [S.A. Satıcı & R. Uysal, 2015]. Ve studii v Turecku, vytvořili *Škálu závislosti na Facebooku* a následně spojili tuto závislost s těžkou depresí, nespavostí nebo úzkostí [M. Koc & S. Gulyagci, 2013]. Problematické používání tohoto média může také, dle některých studií, vést ke snížení společenskosti u jedince a vyhýbání se sociálním vztahům v realitě [E. Cam & O. Isbulan, 2012].

3.1.2. Instagram a mentální zdraví

Instagram je oproti Facebooku více zaměřen na fotografie a videa a uživatelé jsou zde propojováni na principu „sledování“. I tito sledovatelé si mohou dopisovat nebo spolu navzájem interagovat a jednotlivé příspěvky se pak označují srdíčkem. Spoustu negativních znaků mají tato dvě média podobná. Na rozdíl od Facebookových uživatelů, uživatelé Instagramu více prohlíží fotografie ostatních profilů, mají větší tendenci informovat okolí o tom, co právě dělají a prohlíží si fotografie pro krácení času. Také na rozdíl od Facebooku, uživatelé Instagramu mají obecně větší problém s problematickým používáním Instagramu. V syndromech deprese, samoty nebo sebeúcty se tyto dvě média od sebe významně nelišila [Limniou, M. et al., 2021].

3.1.3. Tiktok a mentální zdraví

TikTok je známý pro svá krátká videa a tzv. For you page, kde může člověk scrollovat do nekonečna a algoritmus mu tam pokaždé dá něco zajímavého. Není tolik určen pro komunikaci mezi přáteli (i když také), ale primární je zde sdílení či sledování obsahu od jednotlivých tvůrců. Dle výzkumu TikTokoví uživatelé se při trávení svého času na něm dostávají častěji do stavu tzv. „flow“ (stav, který nastává, když jsou lidé natolik pohlčeni danou činností, že zapomenou na vše ostatní), než uživatelé Instagramu. To následně vede ke zkreslení stráveného času na médiu, kdy sami uživatelé uvádějí, že na médiu strávili více času než původně zamýšleli. [J. A. Roberts & M. E. David, 2023]. Adiktivní chování na TikToku se také spojuje s horším mentálním zdravím, školními výsledky a rodinným prostředím [M. Chao et al., 2023]. Na TikToku se často řeší různé problémy mladistvých a větší množství neakreditovaných, než těch akreditovaných tvůrců se vyjadřuje na různá témata jako jsou akné, poruchy příjmu potravy nebo podávají informace např. ohledně nedávné pandemie. Hrozí zde nebezpečí, že mladí lidé nebudou umět rozeznat, od koho informace přejímají, a to může mít nepřímý dopad jak na jejich fyzické, tak psychické zdraví [D. McCashin & C. M. Murphy, 2023].

4. Statistiky

Češi na sociálních médiích stráví v průměru 2 hodiny 45 minut denně, což je nejdelší denní průměrná doba za poslední roky na sociálních médiích. 94 % lidí ve věku mezi 15-29 lety jsou na sociálních sítích každý den. Důvody, proč jsou lidé na sociálních sítích, jsou u 86 % lidí zábava, na druhém místě pouze o jedno procento je kontakt s přáteli (85 %) a ze 77 % procent je to pro uživatele zdroj informací [Amidigital, 2022]. Pro srovnání, když se podíváme na to, jak moc lidé tráví svůj čas u obrazovek obecně, čísla začínají být již značně vyšší. Průměrný čas, který Češi stráví sledováním obrazovek je 7 hodin a 50 minut, bavíme se zde o všech typech obrazovek. Nejvíce z toho tráví čas sledováním televizoru (242 minut denně) [ATO-Nielsen Admosphere, 2022].

4.1. Zahraniční statistiky

Podle zahraniční studie generace Z (lidé narozeni v letech 1997–2012) [M. Dimock, 2019] tráví nejvíce času na YouTube (přes 80 %), na druhém místě je pak Instagram (75 %), dále TikTok (69 %), Snapchat (63 %) atd. [Morning Consult, 2024]. Z obou těchto aplikací, které jsou na druhé a třetí příčce se stali sociální sítě, které jsou zaměřené na rychlý a konzumní obsah. TikTok začal s tímto fenoménem již jako dřívější platforma Musical.ly. Postupem času se však obsah, tedy trvání nějakého krátkého videa, stále zkracuje. Instagram ho pak následoval tvorbou nové sekce v jeho prostředí tzv. Reels, které jsou postavené na stejné bázi, krátkých videí, které lze sledovat donekonečna. Společnost Morning Consult reportovala, že generace Z, kterých je 35 %, což tvoří největší skupinu v daném rozložení za rok 2023, tráví na sociálních sítích více jak 4 hodiny denně. Když to porovnáme s dospělými, těch, kteří tam tráví více jak 4 hodiny denně, je jen 19 %. Výzkumníci se ptali také na činnost, kterou tráví čas na sociálních sítích; ze 68 % to je scrollování a jen z 19 % je to samotná komunikace s ostatními uživateli [Morning Consult, 2024].

5. Sociální sítě a psychické zdraví

Bavíme se tu o emocích, o naší každodennosti, což samo o sobě přináší spoustu proměnných do našich životů. Postupem času ale narůstají studie, které vnímají vliv sociálních médií na mentální zdraví. Když se podíváme na statistiky, jak si generace Z vede oproti jiným se svým psychickým zdravím, vidíme, že je na tom nejhůře [Walton Family Foundation and Murmuration, 2022]. Samozřejmě faktorů, které mohou ovlivňovat jejich psychické zdraví může být několik. Chtěla bych se zde ale soustředit na to, jakým způsobem sociální média při nejmenším přispívají k psychické nepohodě. Myslím si, že nebude náhoda to, že generace Z je také generací, která tráví nejvíce svého času na sociálních sítích, jak jsem uvedla výše. Ukazuje se, že stačí pouhé 3 týdny bez médií a u testovaných se snižují příznaky deprese [M. G. Hunt et al., 2018]. Samotná povaha sociálních médií a svoboda vyjadřování vede také k častější kritice a negativním komentářům na jedince než v osobním životě. To může následně zvyšovat pravděpodobnost sebevražedných myšlenek a samotných plánů a pokusů o sebevraždu [H. Sampasa-Kanyinga et al., 2014].

Deprese

Ukazuje se že, větší množství času stráveného na sociálních sítích je asociováno se zvýšenými syndromy deprese [G. S. Brunborg & J.B. Andreas, 2019]. Tím, jak lidé selektivně sdílejí své části životů, produkují tak zkreslený obraz o své realitě. Adolescenti se mohou začít porovnávat na základě tohoto útržku, který vidá na sociálních médiích každým dnem, a to dle teorie sociálního srovnávání může vést ke stavům deprese [L. Festinger, 1954]. Byla zjištěna silnější souvislost symptomů deprese ne se stráveným časem s médii obecně, ale s porovnáváním sebe s ostatními [S. Yoon et al., 2019]. To vede k myšlence, že nezáleží tolik na tom, jak dlouho čas s médii tráví, ale jakým způsobem. Kontakt s lidmi, kteří jsou součástí blízkého okolí je negativně spojen se syndromy deprese, oproti tomu kontakt v médiích s lidmi, se kterými se participant neznali osobně, byl s depresí spojen pozitivně [A. Shensa et al., 2018].

Užívání návykových látek

Některé studie také navrhuji, že časté užívání sociálních médií je asociováno se silným epizodickým pitím [H. Sampasa-Kanyinga & J.P. Chaput, 2016]. Větší konzumace návykových látek jako alkohol a marihuana je také spojována s časem tráveným na sociálních médiích, kdy muži byli náchylnější k častějšímu užívání [K.M. Gutierrez & T.V. Cooper, 2016], a s intenzivní komunikací na nich [R. Gommans et al., 2015], kde adolescenti více tíhnou k alkoholu, oproti tabáku nebo marihuaně.

Sebepoškozování

Na sociálních médiích není těžké narazit na explicitní zobrazování sebepoškozování, jak ukazují studie [S. P. Lewis et al., 2012, S.P. Lewis et al., 2011]. Další výzkum pak zjistil, že na sociálních médiích dochází k normalizaci tohoto typu chování [M.P. Dyson et al., 2016]. Observační studie spojily více než 2 hodiny pobytu na sociálních médiích s vysokou mírou sebevražednosti a depresivních symptomů u dospívajících dívek. Je zde ale vidět, že mládež, která si udržuje osobní komunikaci s okolím, je relativně chráněna před negativními vlivy [H. Krasnova et al., 2015, J.M. Twenge et al., 2018].

Negativní vnímání těla

Používání sociálních médií je také ve velké míře spojováno s negativním pojetím svého těla nebo i s poruchami příjmu potravy [G. Holland, & M. Tiggemann, 2016]. V jedné studii porovnávali, jak se bude u jedinců lišit sledování kontrolovaného obsahu, který byl neutrální na podněty týkající se vzhledu, oproti těm, kteří sledovali vlastní Facebookový účet. Ti už po 10 minutách vykazovali více projevů negativní nálady, navíc participantky, které měly vysokou tendenci se srovnáváním sami sebe s druhými měly větší touhu na sobě něco změnit [J. Fardouly et. al., 2015]. Mladé dívky s větším počtem online přátel, v tomto případě na Facebooku, uváděly vyšší míru sledování vlastního těla, snahu o to být štíhlou, vnitřní osvojení různých ideálů krásy či dietních návyků [M. Tiggemann & A. Slater, 2013 and 2014].

Spokojenost se životem

V longitudinální self-reportové studii, která sbírala data v roce 2013, 2014 a 2015 dotazovaní spojovali míru stráveného času na Facebooku s následným špatným duševním zdravím a

životní nespokojeností [HB. Shakya & NA. Christakis, 2017]. Dvě průřezové studie, které probíhaly v Americe a Německu na studentech, došly k závěru, že studenti, kteří stráví více svého času na Facebooku jsou spíše náchylní na pocit závidění a pocitu, že ostatní v jejich sociální bublině jsou na tom lépe než oni sami [H-TG. Chou & N. Edge, 2012, H. Krasnova et al., 2015]. Observační studie ukázala, že strávení pár hodin týdně na elektronickém zařízení negativně koreluje, jak sami nahlásili respondenti, s pocitem štěstí, vlastní schopností, spokojeností se životem. Naopak aktivity, které nebyly spojeny s používáním nějaké elektronické obrazovky, měly pozitivní dopad [J.M. Twenge, et al., 2018].

Narušení sociálních vztahů

Koncept „phubbing“ označuje akt, kdy jsme v sociální interakci, ale nevěnujeme jí takovou pozornost a místo ní se raději soustředíme na svůj mobilní telefon [A. Haigh, 2015]. Tento jev pak může vést k negativním vlivům na naši komunikaci s blízkými, jako je třeba partner/ka. Může mít také negativní vliv na spokojenost ze života nebo pocitu životní pohody [J.A. Roberts & M. E. David, 2023]. Ve studii od Pew Research Center 90 % respondentů uvedlo, že používají svůj mobilní telefon během jejich sociální aktivity [A. Lenhart, 2015]. Další studie také prokázaly negativní vztah mezi samotnou přítomností mobilních zařízení a kvalitou sociálních interakcí [G. Brown et al., 2016, V. Rotondi et al., 2017]. Používání mobilního zařízení narušuje radost ze sociálních interakcí. Když se ve studii, která použila pro sběr dat terénní výzkum telefon nevyskytoval, lidé si setkání více užili, protože se necítili tak rozptýlení [R.J. Dwyer et al., 2018]. Užívání telefonu je dále také spojováno s nižší kvalitou v interakcích s přáteli [Brown et al., 2016].

Kognitivní narušení

Multitasking je velkým tématem, které sociální média spolu ostatními negativními aspekty přináší. Přeskakování od jedné činnosti vykonávané v reálném světě k virtuální činnosti v médiích není nic vzácného v každodenním životě u hromady jedinců. Multitasking je spojovaný s negativními efekty na kognitivní kontrolu, která zahrnuje schopnost regulovat a řídit procesy myšlení a pozornosti, které jsou zásadní pro situace zahrnující rozhodování, plánování a překonávání rozptýlů. Řadí se sem minimalizace nebo ignorování vlivu vnějších nebo vnitřních podnětů, které pozornost mohou odvádět od primárního úkolu nebo cíle [Q. Chen & Z. Yan, 2016]. Dále multitasking ovlivňuje školní výsledky a sociálně-emocionální fungování u mládeže [Q. Chen & Z. Yan, 2016, WA. Schuur et al., 2015]. Jedna ze studií ukázala u adolescentů, kteří na začátku neměli výrazné příznaky ADHD, že časté používání sociálních médií bylo spojeno s vyšším výskytem příznaků této poruchy pozornosti (ADHD) [C.K. Ra et al., 2018].

Spánek

Sociální média ovlivňují také spánek a jeho kvalitu [J.M. Twenge et al., 2017, A.M. Chang et al., 2015, B. Carter et al., 2016]. Sociální média zde hrají spíše vedlejší roli, protože hlavním narušitelem spánku je vystavení se modrému světlu, které ze zařízení vychází, toto světlo nenajdeme pouze v mobilních zařízeních, ale vyskytuje se přirozeně kolem nás jak z dalších elektronických obrazovek, tak i žárovek a v neposlední řadě z přirozeného venkovního světla. Ve výzkumu porovnávali čtení e-knihy ze zařízení, které modré světlo produkuje oproti klasické knize. Výsledky u e-knihy vykazovaly potlačování produkce melatoninu, prodlužování latence

spánku atd. Výsledky naznačují, že čtení e-knihy před spaním má nezamýšlené důsledky, které se mohou hlouběji projevit i přes den, kvůli nižší kvalitě spánku [A.M. Chang et al., 2015].

Rozdíl také uvidíme u pohlaví, např. ve škodlivém dopadu používání Facebooku u chlapců, kteří toto médium používají aktivně ve veřejném prostředí. U dívek je naopak aktivní užívání spojeno s online sociální podporou a na rozdíl od chlapců na ně negativně působí právě pasivní používání [E. Frison, & S. Eggermont, 2016]. Když se na téma podíváme optikou rozličných generací nejmladší generace tzv. teens, kvůli své nízké kapacitě seberegulace, je náchylnější na negativní vlivy s médii spojené; jako například kyberšikana [J.W. Patchin & S. Hinduja, 2006], sexuální experimenty a sexting [A. Lenhart, 2009], narušený spánek a závislost na internetu [D.A. Christakis & M.A. Moreno, 2009] nebo také nepochopení, jaký obsah by neměli sdílet v návaznosti na jejich bezpečnost nebo soukromí [G.S. O'Keeffe & K. Clarke-Pearson, 2011]. Pro dospívající může být nevhodné, že jejich rodiče nejsou často schopni udržet krok a adaptovat se na rychlé změny v oblasti sociálních médií a s ním sociálního kontaktu či participace [cit. dle G.S. O'Keeffe & K. Clarke-Pearson, 2011]. Toto je nevýhodou jak pro dospělé samotné, tak pro jejich děti v dohlázení na jejich internetové aktivity.

Je jasné, že sociální média nemají pouze negativní stránku a jsou nám z velké části ku prospěchu. Sociální média nám boří bariéru prostoru. Můžeme se tak spojit s lidmi, se kterými bychom se dříve ani nebyli schopni potkat nebo o nich vědět něco bližšího. Dnes můžeme sledovat na médiích naše vzory, herce, ale i vědce a vážené osobnosti, a brát si od nich inspiraci do vlastního života. Víme o věcech, které se staly na druhé straně světa, co za katastrofu nebo pozitivní věc se stalo a můžeme se k ní vyjádřit, udělat si názor. Sociální média ani nemusejí být příčinou všech výše zmíněných problémů, ale když se zasadí do kontextu jedince, jehož životní dráha je unikátní, mohou mít různé projevy, následky nebo podpořit jeho aktuální stav. Vztah se sociálními médii může dle některých fungovat jako ochranný mechanismus při těžkostech každodenního života [M.M. Spada et al., 2014; A. Shensa et al., 2017] a může být také chápán jako útěk z něj [J.A. Roberts & M.E. David, 2023].

Naše tělo z evolučního hlediska má určitá systematická zkreslení, jedním z nich je přijímání negativních informací, tzn. že si více všímáme a více nás zaujmou negativní zprávy, ale jsou pro nás těžší na zpracování oproti těm pozitivním [G. Peeters & J. Czapinski, 1990]. Nechci říct, že pozitivní emoce jsou horší, právě naopak, ale z evolučního hlediska nebyly tak užitečné jako ty negativní. Tento mechanismus je v nás hluboko zakořeněný a v dnešním moderním světě poměrně nefunkční a zavádějící.

5.1. Konzumované informace

Na sociálních médiích se v dnešní době konzumuje velké množství informací, které se následně manifestují i v našem každodenním životě. Najdeme zde spoustu návodů a názorů. Od jednoduchých banálních situací nebo úkonů, až po závažné věci, které se týkají např. našich vztahů, našeho těla apod. Sociální média nám neříkají, co přesně si máme myslet a jaké mají být naše názory, to je naše volba, ale minimálně nám dávají témata, nad kterými přemýšlíme a spolu s nimi rámce, ve kterých o nich přemýšlíme [D. A. Scheufele & D. Tewksbury, 2007]. Jedinec, který je pak ze své podstaty (tedy kvůli jeho životním okolnostem) pesimističtější vůči světu obecně, díky algoritmu, který mu bude podsouvat podobné negativní myšlenky a pohledy na svět, si bude stále sebepotvrzovat jeho vlastní způsob bytí, a to ho bude udržovat

v jeho negativním koloběhu, ze kterého se pak těžce vystupuje [D.K. Sherman, & G. L. Cohen, 2006].

Tento princip funguje i z druhé strany v tom smyslu, že když o něčem přemýšlíme, máme pak větší tendenci to i reálně více vnímat a vidět v okolním světě, což jen opět potvrzuje naše životní nastavení a přesvědčení. Nechci říct, že sociální sítě jsou strůjcem tohoto mechanismu, ale v dnešní době jsou značným kořením, které je přisypáváno do psychických problémů jedinců. Opět se tím vracíme k tomu, že pokud neznáme tento mechanismus fungování, tak je pro jednotlivce těžké si vůbec uvědomit, že se v něm nachází, natož aby měl chuť s tím něco dělat a hledat cestu ven. Tím bych chtěla poukázat na znalost sebe sama, pokud nebudeme přistupovat ke svému psychickému stavu pasivně, přirozeně se pak zajímáme o širší kontexty našeho uvažování a rozpoznáváme rámce, které byly do té doby skryté v našem podvědomí. Psychickým stavem zde nemyslím vážné psychické problémy, ale spíše subjektivní vnímanou nepohodu a vnitřní nesoulad, odpojení se od sebe a jednání na základě krátkodobých uspokojení.

5.2. Rabbit holes

Nyní bych chtěla představit různé negativní projevy a dopady sociálních médií na jednotlivce, které už dospěly k tomu, že mají svůj pojem. Prvním jsou tzv. „rabbit holes“. Ty nám názorně ukazují, jak funguje algoritmus na sociálních sítích. „Rabbit holes“ je výraz pro to, když se algoritmus naladí tak „dobře“, že nám v podstatě nabízí pouze videa podobného typu, protože zjistil, že na ně nejvíce koukáme nebo s nimi nějakým způsobem interagujeme. Wall Street Journal udělal výzkum v aplikaci TikTok, která je ve společnosti vnímána jako aplikace s velice přesným algoritmus. 100 uměle vytvořených účtů (botů) mělo přiřazený určitý typ podnětu, o který se má zajímat, tyto podněty nebyly explicitně sděleny aplikaci. Zájem byl projeven pouze délkou sledování videa, kde se podnět objevil a výzkumníci následně sledovali, jak bude algoritmus reagovat. U některých účtů trvalo méně než 2 hodiny, než je Tiktok přenesl do „rabbit hole“ obsahu, u některých to trvalo i méně než 40 minut. U účtu, který se měl soustředit na negativní videa spojená s mentálním zdravím se během 36 minut vytvořil algoritmus, který nabízel 93 % videí, která byla spojena s depresí [Wall Street Journal, 2021]. Tyto „králičí nory“ pak mohou jedince ovlivnit natolik, že se to může projektovat i v jeho reálném životě a může to pro něj být velmi nebezpečné nebo minimálně narušit jeho wellbeing [J.A. Harriger a kol., 2022].

5.3. Fomo

Fomo je fenomén posledních let, je to anglická zkratka pro „fear of missing out“ tzn. strach z toho, že o něco přijdu, který nutí jedince být v obraze a vědět, co se děje na sociálních médiích, co dělají jejich přátelé a celkově být aktivní v sociálním dění, aby mu něco neuteklo. Mohou ale existovat lidé, kteří tímto strachem trpí i bez sociálních médií. S. Turkle (2011) po prostudování mnoha materiálů navrhuje obecné podmínky, za kterých mohou digitální komunikační média oslabit sebereflexi a následně i narušit životní pohodu. Navrhuje také, že tzv. „připoutané já“ (myšleno, že jsme stále k zastižení a jsme neustále připojeni díky moderním komunikačním technologiím), nás může odvádět od důležitých prožitků a sociálních zkušeností, co se dějí tady a teď. Studie, které se zabývaly vnitřní motivací, proč trávíme tolik času na sociálních médiích, přišly na to, že nám to „pomáhá“ ve vyhýbaní se negativním

emočním stavům [M. Burke et al., 2010] a nudě [C. Lampe et al., 2007]. Na základě těchto prací můžeme říct, že jedinec na každodenní bázi používá sociální média jako berličku a ta mu pomáhá přejít negativní stavy v jeho životě. Toto chování ale může vést k odpojení člověka od sebe samého, negativní emoce jsou pro nás ukazatele, dávají nám nějakou zpětnou vazbu, že se s námi něco děje. Naším úkolem by pak mělo být zjistit, proč se tak cítíme, abychom byli schopni se z tohoto stavu posunout. Sociální média nás ale postupně víc a víc odtahují od našich vnitřních problémů, které my neřešíme, a to může negativně narušit naši každodenní životní zkušenost. Tím se můžeme vrátit ke zmíněným králičím norám, kdy to, jaké je naše psychické nastavení v reálném životě, se bude (kvůli algoritmu) svým způsobem alespoň částečně zrcadlit na sociálních médiích, čímž si jedinec akorát potvrzuje svůj stav. Studie navíc dokazuje, že fomo trápí spíše mladší jedince, což nám koresponduje s tím, že obecně na sociálních médiích tráví nejvíce svého času spíše mladší lidé [A. K. Przybylski et al., 2013].

5.4. Pozornost jako náš kapitál

Vědci zjišťovali, jaký objem informací přijmeme za den. Je to 74 GB, což by pro představu odpovídalo 16 filmům a před 500 lety celému životu vysoce vzdělaného člověka [R. Bohn & J. E. Short, 2012]. Když si představíme 500 let v časovém kontextu naší evoluce, je to málo, zlomek, ale informační nárůst je oproti tomu obrovský.

Informace, které konzumujeme na sociálních médiích nejsou prázdné informace, mají nějaký účel a svoje emoční zabarvení. Můžou být negativní, pozitivní, mít za účel nás pobouřit, šokovat, vyvolat reakci, ale i vzdělat, uklidnit apod. Pro účely této práce zúžíme emoce na pozitivní a negativní. Informace, které konzumujeme námi prochází a naše podvědomí na ně nějak reaguje. Často je to směsice od všeho něco. V určitém kontextu si my sami určujeme, koho a co sledujeme, alespoň na feedu (hlavní strana na Instagramu) nebo na Facebooku či X (Twitteru). Když si ale vezmeme reels (další sekce Instagramu) nebo aplikaci TikTok, kde na samotné hlavní straně, která se zobrazuje jako první, nenajdeme to, koho sledujeme, ale zobrazí se tzv. for you page, která je nastavena čistě podle algoritmu a ukazuje videa, která uzná za vhodné (dle našeho předchozího sledování a učení se preferencí jednotlivce), nemusíme ani přímo sledovat dané lidi (na stejném principu fungují i reels na Instagramu). Když se ale vrátím tam, kde je prostředí, které můžeme ovlivnit, tedy na hlavní stranu Instagramu, potažmo i Facebooku a X (Twitter), je rozdíl, jestli my sami sledujeme tvůrce nebo lidi, kteří nás inspirují a přináší nám obecně pozitivní informace. Tudíž i pozitivně emočně zabarvené zprávy nebo lidi, kterým se smějeme, kteří nám vadí, něčím iritují nebo také obecně zpravodajské účty, ze kterých přímo proudí negativita, tedy obecně řečeno negativně zabarvené informace [G. Peeters & J. Czapiński, 1990].

Sociální média jsou studnicí informací. To, jaké informace nám algoritmus nabízí, z části ovlivňujeme sami, jak už jsem zmínila výše, ne vždy jsme úplně v režii toho, co nám „vyskakuje“, ale nejsme vůči tomu bezbranní. Algoritmus funguje na lehce pochopitelném principu, to na co reagujeme, jak dlouho na to koukáme, jestli to někomu pošleme, jestli klikneme na reklamu. Zkrátka veškerá naše aktivita je podrobena drobnohledu a je zaznamenávána na sekundy [Wall

Street Journal, 2021]. Sbírá o nás tak dost vzácné informace, které se nemusí zdát nijak hodnotnými. Když si ale uvědomíme, jak dlouho nás algoritmus „sleduje“ a jakou povahu informací z dat dokáže vyčíst, tak je to při nejmenším k zamyšlení. Zná naše preference, co máme rádi, koho máme rádi, ale i například jaké jsou naše volební nebo stranické preference a názory na globální věci. Zkrátka zná nepřehledné množství informací od zdánlivě nedůležitých drobností až po ty závažné, se kterými se dá manipulovat i na úrovni společnosti. Jako příklad uvedu kauzu Facebooku a Cambridge Analytica, kdy Facebook poskytl informace bez souhlasu svých uživatelů, které následně ve spojení s Cambridge Analytica byly zneužity pro podstouvání politických názorů jednotlivcům na základě personalizovaného obsahu na Facebooku [I. Rehman, 2019].

Dle výzkumu, který probíhal 20 let na Kalifornské univerzitě, se rozsah naší pozornosti zkracuje. Jinak řečeno jsme čím dál tím méně schopni udržet pozornost na jedné věci. V roce 2003, kdy s tímto výzkumem začali, byla schopnost udržet pozornost na jakémkoliv obrazovce měřena 2 minuty 30 sekund. Za poslední pět, šest let je průměr 47 sekund. Spolu se zkracováním naší pozornosti určuje autorka studie i 3 nevýhody, které to přináší; prvním je, že lidé tím, jak přesouvají svojí pozornost od jedné věci k druhé, jsou náchylnější na větší chybovosti, trvá déle, než vykonáme jednu činnost a posledním nevýhodou je, že se nám tímto stylem chování zvyšuje hladina stresu [G. Mark, 2023].

My jako jedinci, pokud víme tyto informace a nechceme se stát obětí manipulace lidí, kteří stojí za tvorbou těchto algoritmů a všech možných reklam, které na nás v průběhu pobytu na sociálních médiích vyskakují, máme možnost volby v našich rukách a zodpovídáme sami za sebe. Můžeme vnímat co lajkujeme, čemu věnujeme naši pozornost, jestli to za to opravdu stojí. Můžeme se stát taky takovými výzkumníky sami na sebe, když toto rozhodnutí jedinec je schopný udělat a nepřístupovat k tomuto nově vzniklému imaginárnímu prostoru, který paralelně žijeme spolu s tím hmotným, reálným světem pasivně. Získáme v tomto ohledu největší výhodu, které lze dosáhnout, a to kontrolu nad sebou samým. Stejně jako disponujeme ekonomickým, sociálním nebo kulturním kapitálem, máme i kapitál naší pozornosti, který není neomezený.

5.5. Další negativní dopady

Jedna z několika dalších negativních dopadů sociálních médií, které jsem vybrala a chtěla bych se jim věnovat, je dopamin. Je to hormon v těle přezdívaný hormonem štěstí, což už samo o sobě napovídá, o co se tento hormon „stará“; spojuje určitou činnost se systémem odměn [H.B. Macit et al., 2018].

V praxi to např. vypadá tak, že si jdeme zacvičit a po cvičení, jako odměna za úsilí, které jsme vykonali, se nám vyplaví do těla dopamin. Ten dává našemu tělu signál, že právě vykonaná činnost je pro nás "dobrá", a proto jí budeme chtít dělat znovu. Zároveň nám přinese zmiňovaný pocit štěstí nebo uspokojení. Dalšími činnostmi, které dopamin vyplavují jsou konzumace jídla, sex, učení se nových věcí a nové zážitky nebo při sociálních interakcích. Jeho nadměrné vylučování, ale může vést k závislostem nebo k dalším zdravotním problémům [C. Missale et al., 1998].

Ten stejný dopamin se nám také vyplavuje při sledování sociálních médií a problém nastává, jak bylo zmíněno, když dopaminu máme nadměru. Proces je stejný, ale nevykonáváme žádnou fyzickou nebo kreativní aktivitu nebo zkrátka činnost, která by nás nějakým způsobem rozvíjela, ale konzumujeme internetový obsah. Pojem levný dopamin poslední dobou nabírá na hlasitosti. Levným dopaminem bychom tak mohli nazvat nadřazeným výrazem pro věci či aktivity, které nám dopamin produkují, ale ne v úplně ideální podobě. Rozdíl je zde v tom, že jsme nemuseli vynaložit žádné jiné fyzické či psychické úsilí, aby se nám dopamin vyplavil do těla [A. Nieoullon, 2002]. Učíme se tedy jakési zkratce k potěšení a stačí nám k tomu krabička, kterou nosíme neustále u sebe. Což je veliký rozdíl a pro mozek z dlouhodobého hlediska špatné, protože nám následně klesá míra úsilí, kterou jsme ochotni vynaložit, abychom něčeho dosáhli. Může to vézt k pocitům nedostatku motivace, lenosti [H.B. Macit et al., 2018] a postupně se dostáváme do začarovaného kruhu, ze kterého se velice těžko vystupuje, pokud nevíme, že by nám něco takového mohla sociální média způsobovat. Nadměrná míra konzumace věcí, které nám dopamin spouštějí nemusí být samotnou příčinou psychických problémů, ale je pouze důsledkem, znakem, že se děje něco hlouběji v nás.

Dalším negativním faktorem sociálních médiích, který nemusí být tak zřejmý, je již zmiňované modré světlo [H. Medřický, 2024]. Modré světlo je přirozeně všude kolem nás, je pro nás důležité a potřebujeme ho k tomu, abychom se ráno probudili a v průběhu dne, abychom měli energii na běžné činnosti. Večer by ale mělo zmizet, stejně tak jako tomu je v přírodě, když zajde Slunce a je noc. Za poslední stovky let jsme ale jako lidstvo narušili tento, pro naše tělo naprosto přirozený proces událostí tím, že jsme dokázali ovládnout světlo a dát ho všude kde potřebujeme. Modré světlo na nás nesvítí jen z telefonů, počítačů a jiných obrazovek či moderních technologií, ale i z klasických žárovek, které jsou všude okolo nás [H. Medřický, 2023]. Tím, že na sebe svítíme, když už je venku tma, si sice prodloužíme den a můžeme být výkonnější, ale modré světlo zastavuje produkci melatoninu. Tento hormon dává signál tělu, že je čas spánku a tělo je tak přirozeně unavené. Znamená to, že si narušujeme náš cirkadiánní rytmus těla, pro který je světlo jedním z klíčových pilířů pro „slazení se“ s okolním světem. Modré světlo je také jedním z vnějších stresorů našeho těla, tudíž je něčím, co naše tělo vystavuje chronickému stresu [M. Hatori et al., 2017].

Prostředí sociálních médií má ještě mnoho dalších negativ, které mohou mít dopady na jejich uživatele jako je šikana, různé nezdravé trendy jako například hashtag, který se šířil na Instagramu pod názvem thigh gap, který nabádal ženy, že ideálem krásy je mít mezeru mezi stehny a další podobné trendy, jak by tělo mělo vypadat nebo jak bychom se měli správně stravovat [J. Drenten & L. Gurrieri, 2017], porovnávání se s ostatními nebo např. vyvinutí tzv. „phantom vibration syndrom“, což je pocit, že nám brní telefon např. v kapse nebo, že si myslíme, že jsme slyšeli zvonění našeho telefonu, ale přitom se to nestalo [M. Alam et al., 2014].

6. Empirická část

6.1. Metodologie

V praktické části jsem zjišťovala, jaké pociťují respondenti negativní příznaky sociálních sítí na základě jejich osobního pocitu, dále jsem zjišťovala, jaké jsou návyky respondentů při používání mobilního telefonu a sociálních médií samotných. Na základě teoretické části jsem vytvořila online anketu, která se dotazovala na jednotlivé negativní pocity, které respondenti pociťují ve spojitosti s používáním sociálních médií a jednotlivé návyky, popř. restrikce, které mají nastavené. Přidala jsem pak ještě otázky dle mé osobní preference, na které jsem se chtěla zeptat a zajímalo mě, jaké budou odpovědi jednotlivců. Pro účel online ankety jsem nechala pojem „sociální síť“ ve smyslu výše diskutovaných „sociálních médií“ pro výstižnější znění a pochopení ze strany respondentů. Online anketa byla sbírána prostřednictvím sociálních médií samotných a dále byla šířena jejími uživateli mezi sebou. Respondenti tak nebyli vybíráni dle nějakých kritérií a jejich složení je nahodilé. Ankety se zúčastnilo 129 respondentů, vzorek je složen z 87 žen a 42 mužů. Ve vzorku převažovalo dosažené střední vzdělání u 89 respondentů, na druhém místě byli pak zastoupeni respondenti s vysokoškolským vzděláním, kterých bylo 37 a jen 3 lidé měli pouze základní vzdělání. Nejpočetnější skupinu 95 členů z hlediska věku tvořila generace Z, na kterou jsem výzkum chtěla primárně zaměřovat, tedy lidé narozeni mezi lety 1997-2012, druhou nejpočetnější skupinu tvořili respondenti (31), kteří jsou narozeni mezi lety 1981-1996, skupinu pouze 3 respondentů tvořili lidé narozeni v letech 1965-1980 [M. Dimock, 2019]. Pouze 3 otázky v anketě měly otevřené odpovědi. Ty jsem rozřadila dle podobností odpovědí a seřadila jaké odpovědi se nejvíce opakovaly. U otázky na zákazy nebo limity na používání mobilního telefonu jsem rozdělila jací respondenti nemají zákazy nebo limity vůbec a následně sepsala nejčastější zmíněné odpovědi. U otázky, při jakých činnostech respondenty mobilní telefon rozptyluje, byl postup stejný, tedy pokud nerozptyluje, sečetla jsem jaký to je procentuálně podíl respondentů a zbytek jsem seskupila dle podobnosti odpovědí. U poslední otevřené otázky, kde jsem se dotazovala na to, co respondentům sociální média dávají z emočního hlediska jsem kódovala odpovědi na emoce pozitivní, negativní, smíšené a na ty co uvedli, že jim nedávají nic. Zbylé otázky v anketě byly tvořeny na základě uzavřených otázek, u jedné byla dichotomická volba a u zbylých vybírali respondenti ze škály odpovědí. Data jsem dále nečlenila dle sociodemografických rozdílů, kvůli nerovnoměrnému rozložení všech sledovaných ukazatelů jako věk, pohlaví a dosažení vzdělání.

7. Analýza dat

Nejdříve jsem chtěla zmapovat k čemu respondenti používají sociální média nejvíce, jakou dobu tráví na sociálních médiích za jeden den, a kdy poprvé za den na ně zavítají. Výsledky ukázaly, že respondenti nejvíce používají sociální média pro komunikaci, následně zábavu, dále pak zjištění informací a na posledním místě je používají pro inspiraci. Nejpočetnější skupina (38 %) tráví na sociálních médiích mezi 2-3 hodinami denně, toto zjištění má stejné výsledky spolu s výzkumem, který určil, že Češi tráví na sociálních médiích 2 hodiny a 45 minut za jediný den [Amidigital, 2022]. Další dvě kategorie, které tráví svůj čas na médiích mezi 1-2 hodinami (28,7 %) a 3 a více hodiny na médiích bylo 23,3 % respondentů. Většina (72,1 %) respondentů jde na sociální média do jedné hodiny po probuzení. Víme, že pokud máme dopaminu moc, vede to ke snížení naší motivace v dalších úkonech v průběhu dne [H.B. Macit et al., 2018]. Pokud tedy hned po probuzení jdeme na sociální média pro „injekci“ dopaminu, může to negativně ovlivnit průběh celého našeho dne. Zároveň pokud hned ráno narazíme na negativní zprávu nebo informaci [G. Peeters & J. Czapinski, 1990], může to ovlivnit i náladu v průběhu tohoto dne.

V anketě byly pouze 3 otevřené odpovědi, kde jsem dala respondentům možnost, aby sami za sebe sdělili, zda mají nastavené nějaké zákazy nebo limity na používání sociálních médiích, v jakých situacích nejvíce cítí, že je jejich mobilní telefon rozptyluje a co jim osobně z emočního hlediska sociální média přinášejí.

7.1. Otevřené otázky

7.1.1. Limity a zákazy

Víc jak polovina respondentů (71,1 %) uvedla, že nemají nastavené žádné limity a zákazy na používání svého mobilního telefonu. 17,6 % lidí má nastavené limity, které se týkají času stráveného na médiích, kdy nejčastější je omezení strávit pouze jednu hodinu na sociálních médiích za den. Dva respondenti také uvedli, že limit sice mají nastavený, ale i tak ho nedodržuje, což je k zamyšlení, zda k tomuto nedochází i u ostatních respondentů. Moje data však neumožňují se blíže na tuto otázku zaměřit, ale mohlo by být zajímavé zkoumat, jak moc jsou lidé v pokušení se sociálními médii a porušují tak svoje vlastní pravidla a limity, které si předem nastavily. Mezi dalšími zmíněnými limity byly zákazy spojené s určitou činností jako např., že při učení nebo v práci dávají telefon na stranu, a když jsou s přáteli.

7.1.2. Rozptýlení

Zde jsem se dotazovala, při jakých činnostech respondenti mají pocit, že je jejich mobilní telefon rozptyluje. Pouze 16,4 % lidí odpovědělo, že nepocítují rozptýlení a 83,6 % že ano. Nejčastěji se vyskytovaly odpovědi, že rozptýlení vnímají při práci a při učení, ve škole nebo když mají udělat nějaký konkrétní úkon. Objevovali se také odpovědi, že je telefon rozptyluje před spaním nebo, když jsou s přáteli.

7.1.3. Emoce

Skoro polovina respondentů 51 % hodnotilo, že jim sociální média přináší pozitivní emoce jako pocity sounáležitosti, to že nejsou sami, že mohou komunikovat s přáteli, ale také inspiraci, pobavení se atd. 9,6 % respondentů vnímalo, že k sociálním médiím utíkají pro úlevu,

odpočinek nebo odreagování se. Smíšené negativních a pozitivních emocí bylo u 15, %. Čistě negativní pojetí médií z emočního hlediska se vyskytlo u 4,7 %. Zde se objevovaly pocity jako úzkost, stres, negativní vnímání svého těla apod. Těm, co sociální média nic nepřinášela nebo nedokázali odpovědět bylo 19,7 %.

7.2. Uzavřené otázky

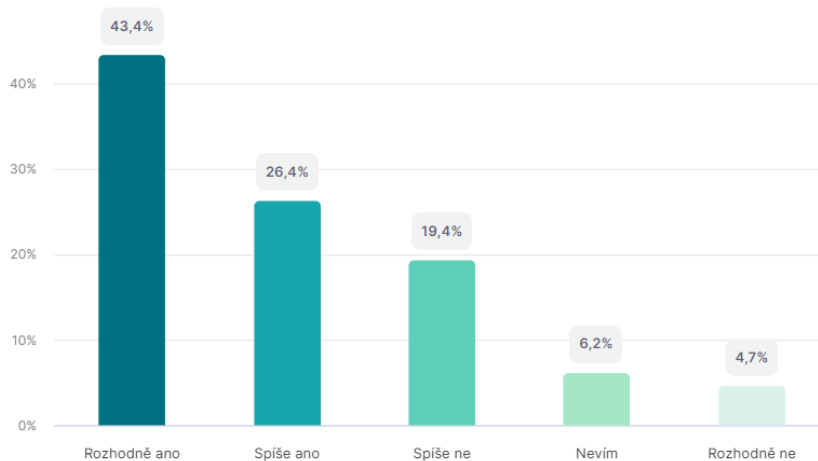
7.2.1. Negativní příznaky

V této sekci budu rozebírat negativní příznaky, které mohou respondenti ve spojitosti s používáním sociálních médií pociťovat.

Na otázku, zda se respondenti někdy cítili, že jim pobyt na sociálních médiích nedělá dobře převyšovaly odpovědi rozhodně ano (43,4 %) a spíše ano (26,4 %), což koresponduje se zjištěními z literatury, která ukazují, jakými všemi možnými způsoby mohou sociální média psychické zdraví jedince narušit [viz Graf č. 1]. Když jsem se ptala přímo na negativní pocity na základně používání sociálních médií, výsledky byly v souladu s předchozí otázkou, i když můžeme říct, že v předchozích odpovědích byli respondenti o něco více přesvědčeni o pravdivosti tvrzení, protože převažovala odpověď; rozhodně ano. U této otázky se více respondentů přikloňovalo k umírněnějšímu tvrzení; 39,5 % respondentů uvedlo, že spíše ano a 29,5 % rozhodně ano [viz Graf č.2].

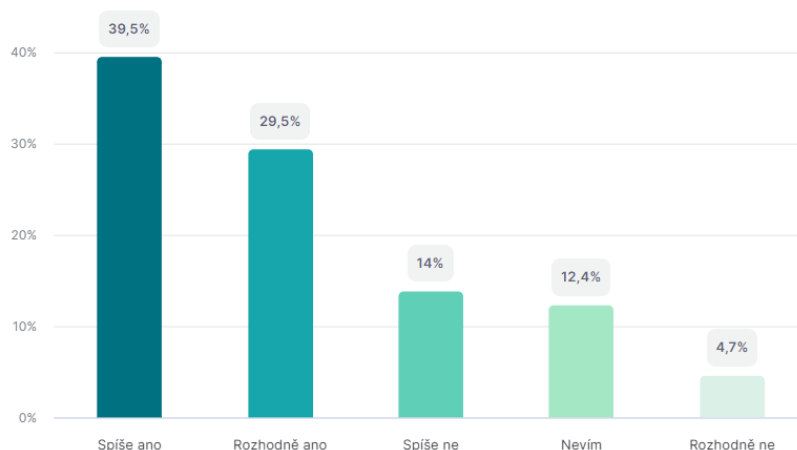
Graf č. 1

10. Cítil/a jste někdy, že pobyt na sociálních sítích Vám nedělá dobře?



Graf č. 2

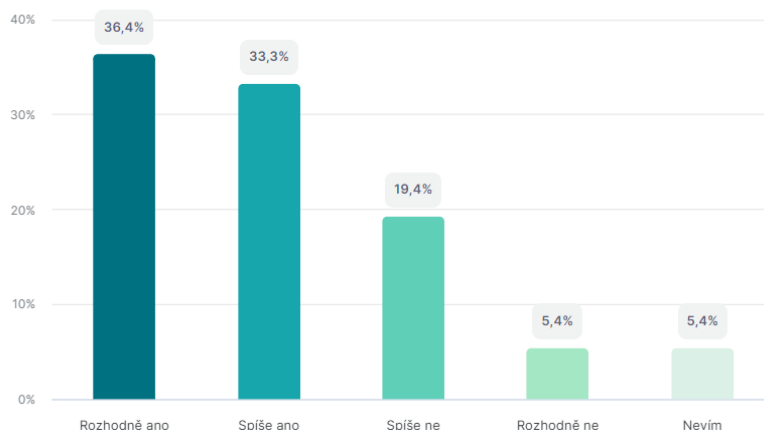
14. Cítil/a jste někdy negativní pocity na základě užívání sociálních sítí?



Dále jsem se také ptala na rozptýlení od původního záměru, které sociální média způsobují, díky chytlavému obsahu a algoritmu. Otázka zněla; *Stává se Vám, že jdete na telefon s konkrétním účelem, ale k dané věci se nakonec ani nedostanete nebo dokonce zapomenete co jste původně šel/šla udělat, protože automaticky kliknete na jednu ze sociálních sítí, která Vás rozptýlí od původního záměru?* Otázka postihuje nejen chytlavý obsah, ale také automatizaci, s jakou respondenti sociální média užívají. Zde 36,4 % respondentů uvedlo odpověď rozhodně ano a 33,3 %, že spíše ano [viz Graf č.3]. To jsou necelé ¾ lidí z mých respondentů, kterých se tento negativní příznak používání sociálních médií týká. Literatura poukazuje na tento problém, že používání sociálních médií může narušovat kognitivní kontrolu, do které spadá i schopnost se nenechat rozptýlit [Q. Chen & Z. Yan, 2016].

Graf č. 3

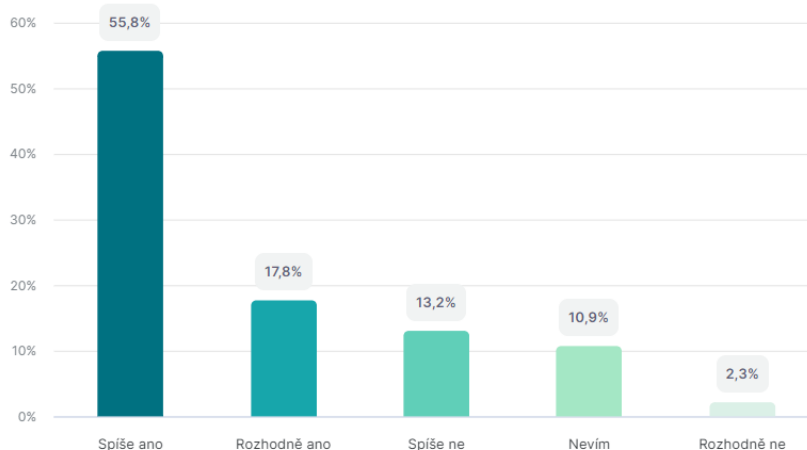
11. Stává se Vám, že jdete na telefon s konkrétním účelem, ale k dané věci se nakonec ani nedostanete nebo dokonce zapomenete co jste původně šel/šla udělat, protože automaticky kliknete na jednu ze sociálních sítí, která Vás rozptýlí od původního záměru?



U otázky, zda respondenti rozdělují svoji pozornost mezi telefon a další činnosti zároveň 73,6 % respondentů odpovědělo, že ano [viz Graf č. 4]. Rozdělení pozornosti patří mezi multitasking, kde přeskakujeme se svojí pozorností od jedné činnosti k druhé. Dle literatury víme, že tento styl rozdělování pozornosti může vést např. ke zhoršení školních výsledků nebo sociálně-emocionální fungování u mladých lidí [Q. Chen & Z. Yan, 2016, WA. Schuur et al., 2015].

Graf č. 4

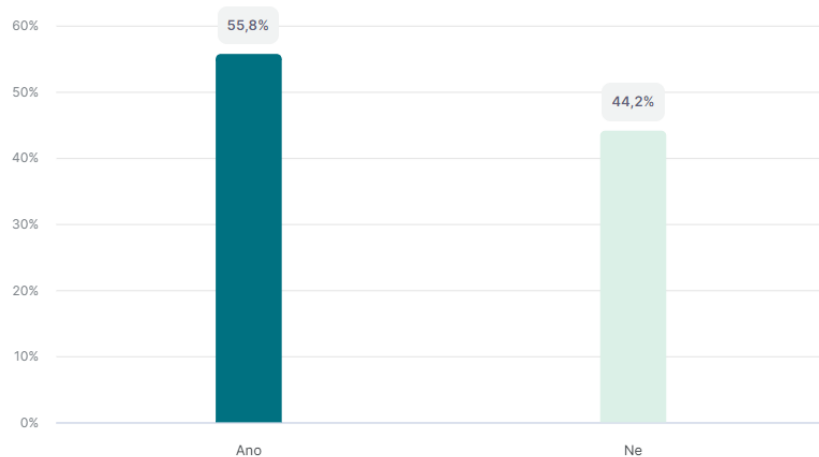
12. Rozdělujete svoji pozornost mezi telefon a další činnosti zároveň?



Phantom syndrom, tedy pocit, že nám vibruje telefon např. v kapse nebo, že ho slyšíme zvonit, i když se to ve skutečnosti nestalo [M. Alam et al., 2014], měl rozporuplné výsledky, kdy lehce nadpoloviční většina (55,8 %) respondentů tento pocit zažila a 44,2 % uvedlo, že ne [viz Graf č. 5].

Graf č. 5

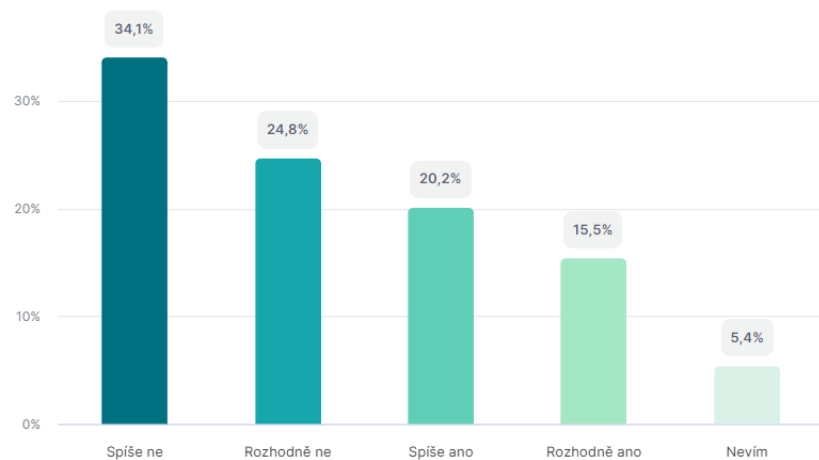
13. Máte někdy pocit, že Vám vibruje telefon např. v kapse, ale následně zjistíte, že se to nestalo?



Syndrom FOMO (fear of missing out – strach, že něco zmeškáme) [S. Turkle, 2011] nebyl u mých respondentů potvrzen ve velké míře, kdy u nadpoloviční většiny (58,9 %) byla odpověď, že tento syndrom nepocítují [viz Graf č. 6].

Graf č. 6

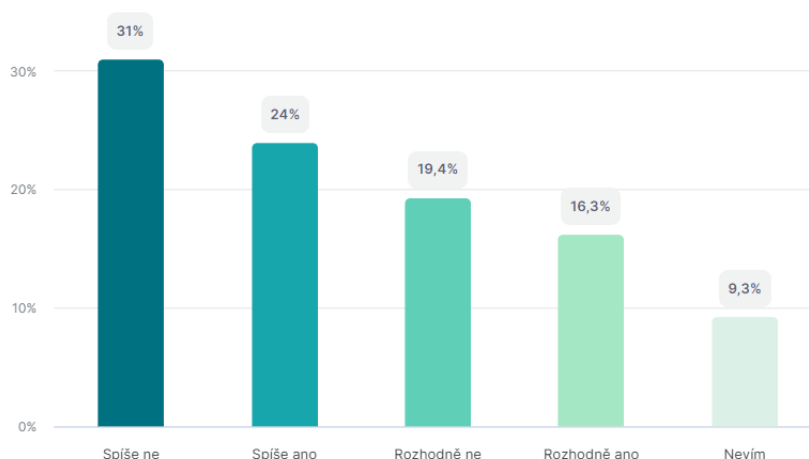
20. Cítíte někdy tzv. FOMO (fear of missing out – strach, že něco zmeškáte), když dlouho nemáte přístup na sociální sítě?



Kde byly výsledky v lehkém nesouladu s předchozí literaturou [J. Fardouly et. al., 2015], bylo u otázky na srovnávání svého vzhledu s lidmi na sociálních médiích. Zde převyšovala odpověď, že se respondenti (31 %) spíše nesrovnávají svůj vzhled, hned za ní, byly odpovědi; spíše ano (24 %) a rozhodně ne (19,4 %) [viz Graf č. 7]. Když jsem se ale ptala na to, jestli o sobě respondenti na základě obsahu na sociálních sítích pochybovali, což je otázka, která není mířená přímo na vzhled, ale více obecněji a zároveň může i pochybnosti o vzhledu obsahovat, převažovala odpověď spíše ano u 32,6 % respondentů [viz Graf č. 8]. Jedince, který vidí pouze sdílené ústřížky životů ostatních na sociálních médiích ho vedou k tomu, že o sobě může začít pochybovat, protože se srovnává s ostatními, zároveň tento stav v nejhorších případech může vést až ke stavům deprese [L. Festinger, 1954].

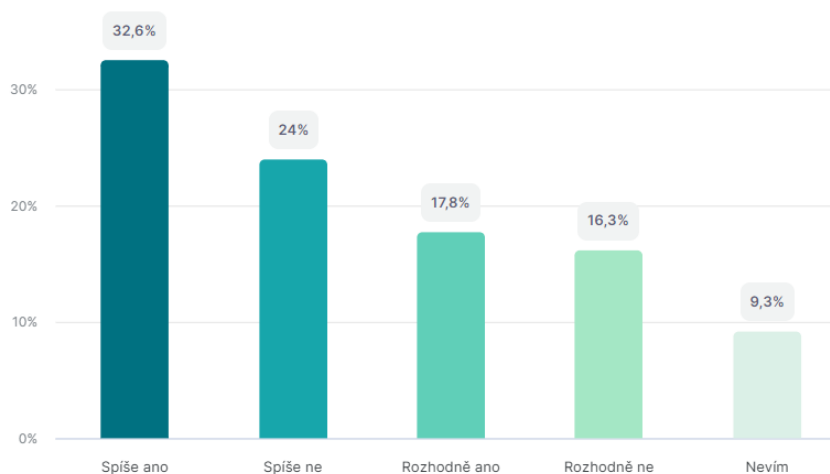
Graf č. 7

15. Srovnáváte svůj vzhled s lidmi na sociálních sítích?



Graf č. 8

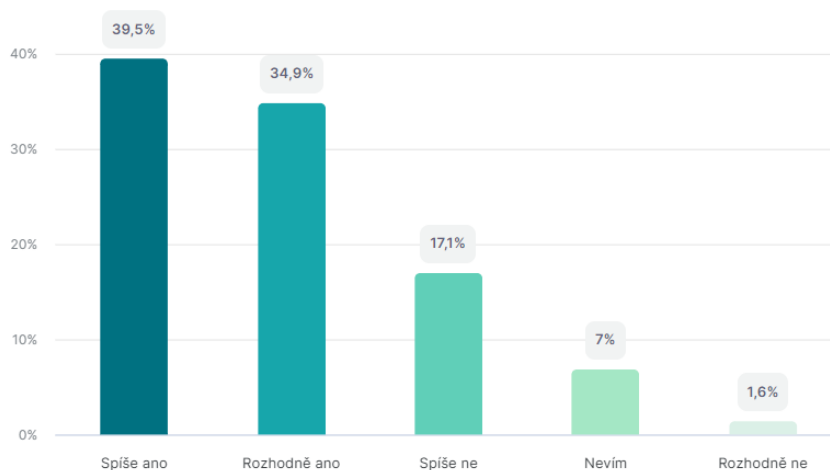
18. Pochybovali jste někdy o sobě na základě obsahu na sociálních sítích?



Další otázka byla směřována na obsah, který sledují na sociálních médiích. I když téměř ¼ respondentů odpověděla, že ano (74,4 %) [viz Graf č. 9], tak stejně dle otázky 14 [viz Graf č. 2] nejsou schopni obsah regulovat na tolik, aby jim nepřinášel negativní pocity. To může opět odkazovat na sílu algoritmu, který reguluje obsah na sociálních médiích [Wall Street Journal, 2021] a zároveň na povahu sledovaného obsahu [G. Peeters & J. Czapinski, 1990], kdy v nás negativní informace nechávají větší stopu a větší zátěž na zpracování než ty pozitivní.

Graf č. 9

19. Dáváte si pozor, co za obsah na sociálních sítích konzumujete?

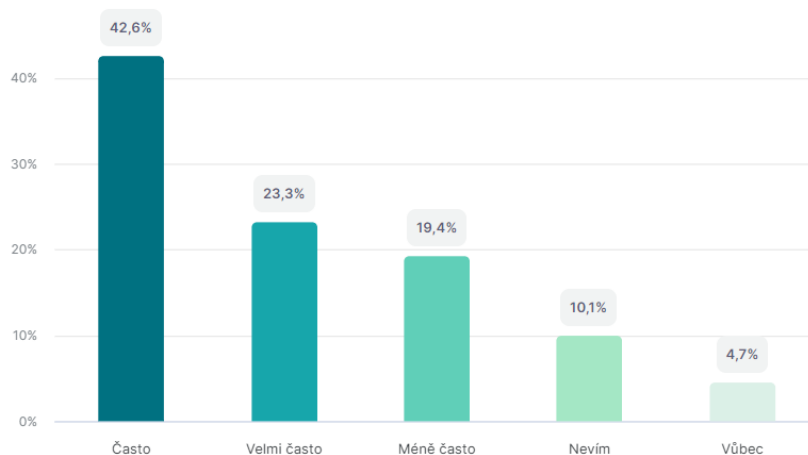


7.2. Návyky

Tato sekce otázek byla mířena na jednotlivé návyky uživatelů sociálních médií, které mohou následně ovlivňovat jejich každodenní životy, náladu a emoce. Ptala jsem se, jak často by respondenti hodnotili, že chodí na sociální média kvůli prokrastinaci. Převažovali odpovědi často (42,6 %) a velmi často (23,3 %) [viz Graf č. 10]. Tato skutečnost ukazuje na fakt, že moji respondenti mohou zneužívat sociální média k tomu, aby oddálili svoje povinnosti a důležité úkony.

Graf č. 10

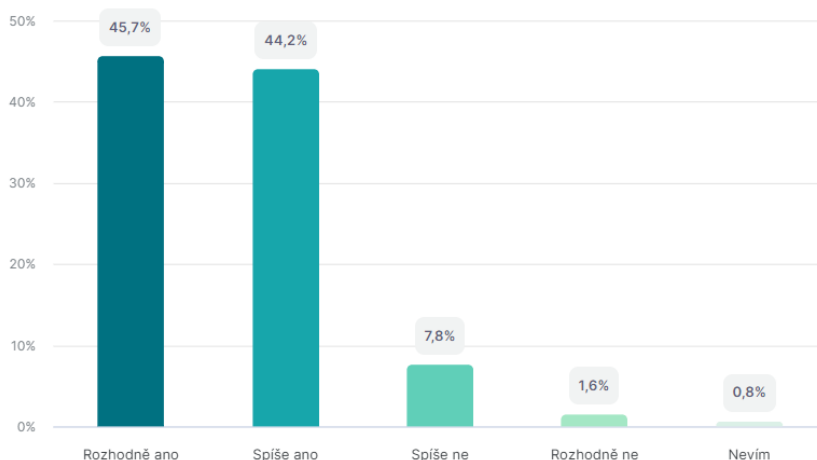
21. Jak často byste ohodnotil/a, že chodíte na sociální sítě kvůli prokrastinaci?



Ptala jsem se také, jaké mají návyky před spaním a zda a jaký časový úsek před spaním věnují elektronickým obrazovkám. Celých 89,9 % respondentů odpovědělo, že ano [viz Graf č. 11]. Z literatury víme, že modré světlo má negativní dopady na kvalitu a délku spánku jedince, který následně pak ovlivňuje další fungování v průběhu dne. Toto chování by tak mohlo být z dlouhodobého hlediska velmi problematické a vést k narušení psychického zdraví. Navíc ve spojitosti s dalšími negativními návyky vést k hlubším psychickým problémům jako deprese, úzkost apod. [J.M. Twenge et al., 2017, A. M. Chang et al., 2015; B. Carter, et al., 2016].

Graf č. 11

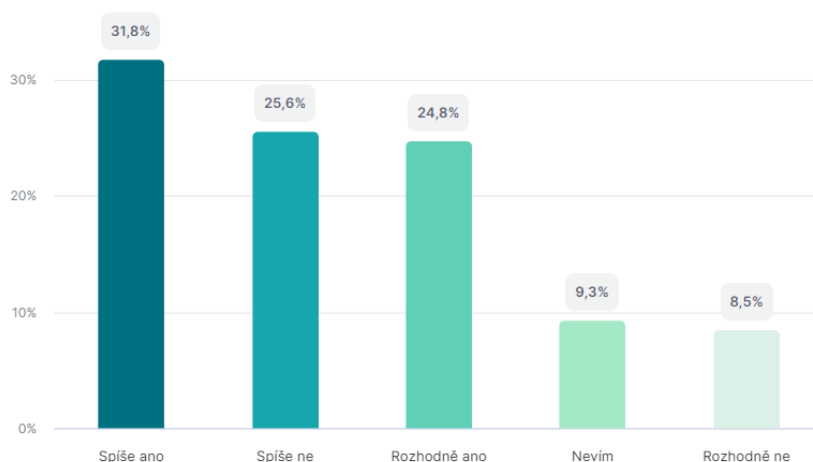
22. Trávíte čas s nějakou elektronickou obrazovkou min. hodinu před spaním?



Více jak polovina (56,6 %) respondentů pak používají sítě k odreagování se od negativních pocitů, což už bylo také vidět v sekci dotazníku, kdy sami měli určit, co pro ně z emočního hlediska média poskytují. Pouze 35 % se přiklonilo k tomu, že ne, ale poměrně velké část (9 %) odpověděla neutrálně [viz Graf č. 12]. Sociální média také respondenti vyhledávají, když si chtějí ulevit od náročného úkolu (55,8 %) [viz Graf č. 13] nebo pro zahnání nudy (74,5 %) [viz Graf č. 14]. Ukazuje to na mechanismy, které nám sociální média produkují a těmi jsou, že nám, dle literatury, slouží také pro vyhýbání se negativním pocitům a stavům [M. Burke et al., 2010] nebo nudě [C. Lampe et al., 2007]. Je ale otázkou, jak moc je tento útek efektivní, pokud je aplikován ve velké míře a je u jedinců upřednostňován, před řešením samotné příčiny vzniku negativního pocitu.

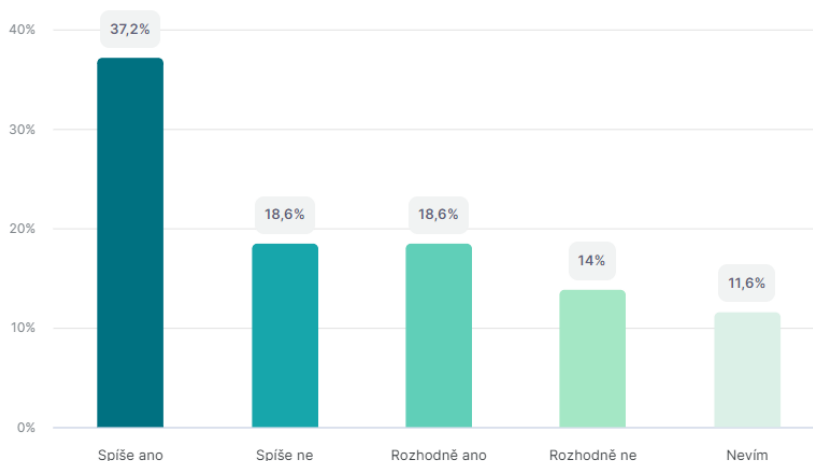
Graf č. 12

23. Stává se Vám, že se jdete na sociální sítě odreagovat od negativních pocitů?

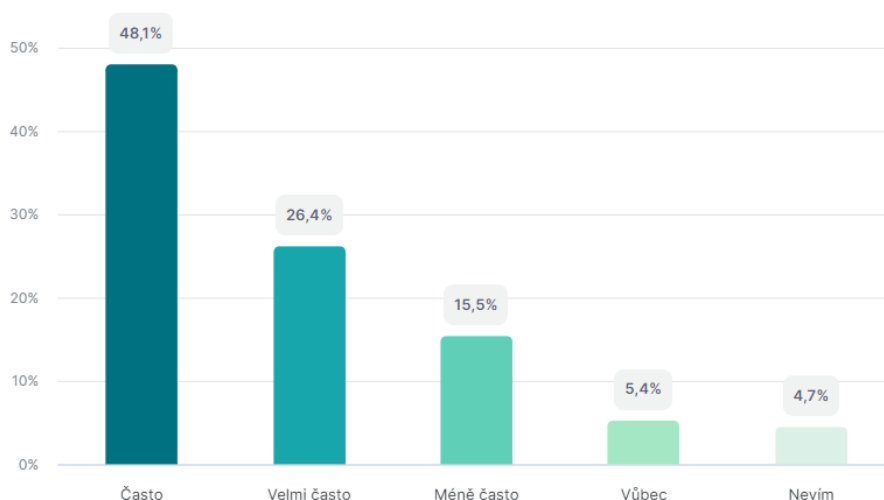


Graf č. 13

34. Stává se Vám, že automaticky berete telefon do ruky při důležité činnosti, abyste si ulevil/a od náročného úkolu?



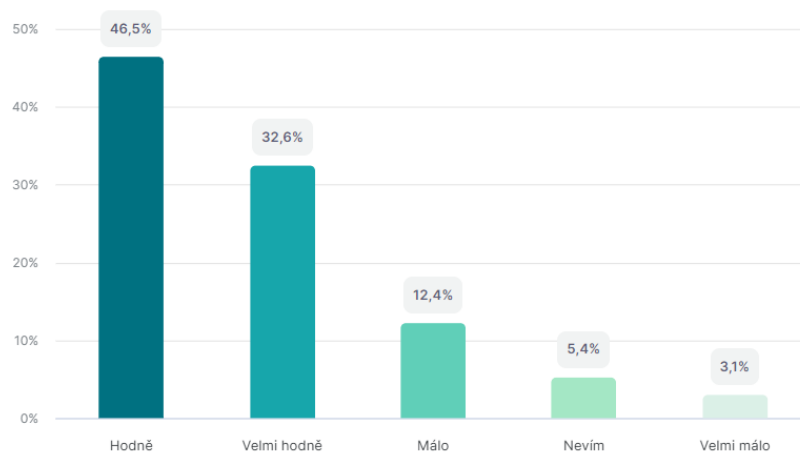
36. Jak často zaháníte sociálními sítěmi nudu?



Veliká shoda mezi odpověďmi respondentů byla také u otázky na to, jak moc je obtěžuje, když jsou se svými blízkými a ti rozdělují svoji pozornost mezi je samotné a mobilní telefon. 79,1 % odpovědělo, že je to obtěžuje a z toho 46,5 % to obtěžuje hodně a 32,6 % velmi hodně. U těch, co odpověděli, že je to obtěžuje málo nebo velmi málo (15,5 %) [viz Graf č. 15], můžeme pak předpokládat, že toto chování budou také aplikovat na své blízké nebo právě proto, že to sami dělají, jim toto chování nevádí u ostatních. Jak jsme se dozvěděli, tak telefon narušuje i mezilidské vztahy, právě kvůli jeho návykovosti a tomu, že ho nedokážeme v určitých chvílích odložit a věnovat svojí plnou pozornost, např. přátelům nebo rodině [J.A. Roberts & M.E. David, 2016, G. Brown et al., 2016]. U mých respondentů to však vypadá, že si tento negativní dopad sociálních médií několik z nich uvědomuje. Další otázka byla totiž mířená na to, jak oni sami toto chování aplikují na ostatní. Nabízelo by se, že výsledky se budou zrcadlit s předchozí otázkou, ale zde je respondentů, kteří rozdělují svou pozornost, když jsou se svými blízkými 28,7 %, (což je skoro o polovinu více), než těch, kteří v přechozí otázce uvedli, že je to neobtěžuje. Je zde větší míra neutrální odpovědi, kteří neví, a to u 15,5 % respondentů [viz Graf č. 16].

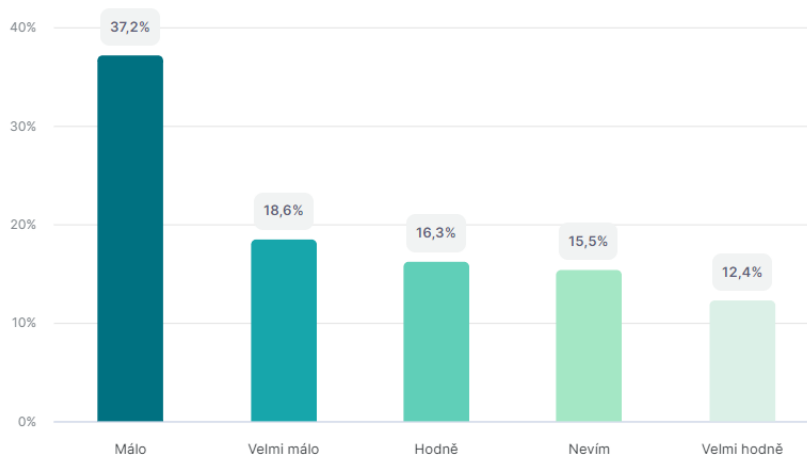
Graf č. 15

25. Jak moc Vás obtěžuje, když jste se svými blízkými a rozdělují svou pozornost mezi Vás a telefon?



Graf č. 16

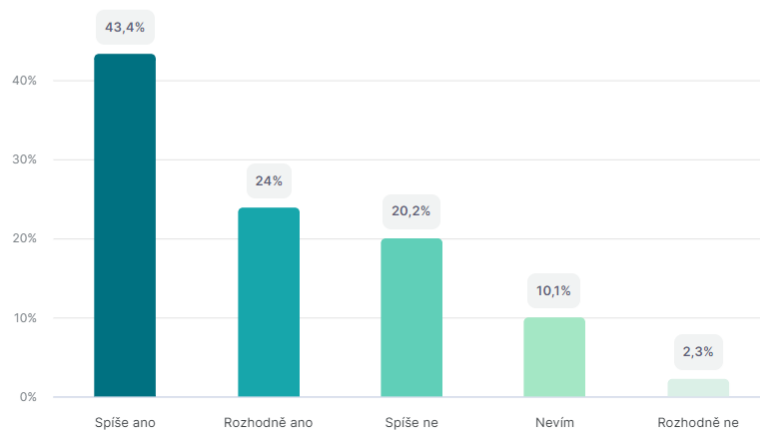
26. Jak Vy sami rozdělujete svou pozornost, když trávíte s někým svůj čas?



67,4 % lidí vnímá, že to, jak sahají po svém telefonu, je už určitý tik nebo automatizace, kterou nemají vždy pod kontrolou [viz Graf č. 17]. Ukazuje to, jak moc jejich podvědomí láká si ulevit a utéct [Roberts, J. A., & David, M. E., 2023] od určitých situací a jak je to pro respondenty automatické a přirozené. Také opět vidíme narušení kognitivní kontroly [Q. Chen & Z. Yan, 2016], kdy si respondenti nejdříve ani neuvědomí, že se nechali rozptýlit.

Graf č. 17

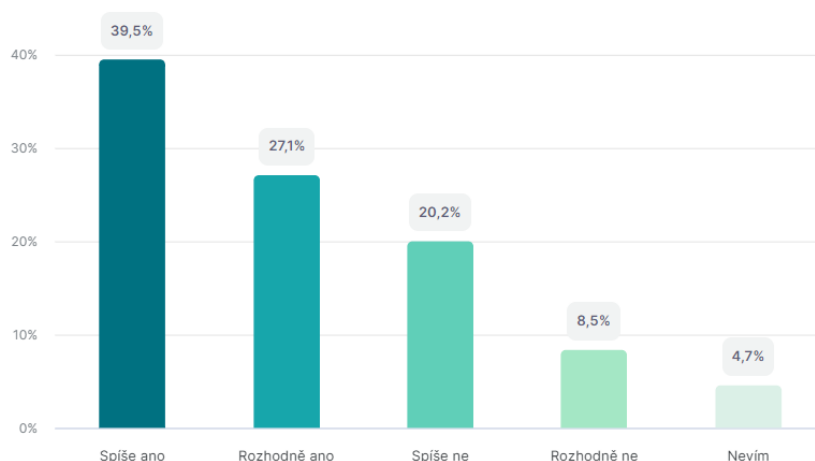
28. Máte někdy pocit, že Vaše sahání po telefonu je určitý tik nebo automatizace, kterou ne vždy máte pod kontrolou?



Respondenti dále odpovídali na tvrzení, že oznámení na telefonu nebo i telefon samotný narušuje jejich pracovní či školní povinnosti. 66,6 % lidí souhlasilo s tímto tvrzením [viz Graf č. 18]. Toto zjištění nám opět koreluje s předchozími studiemi, které ukazují, že lidé používají sociální média pro vypořádání se s každodenními těžkostmi [M.M. Spada et al., 2014, A. Shensa et al., 2017] nebo jako útěk z něj [Roberts, J. A., & David, M. E., 2023]. V danou chvíli, když mají před sebou nějakou povinnost, je pro ně jednodušší se obrátit na rychlou vzpruhu, zároveň jim to vyplaví dopamin [H.B. Macit et al., 2018] a cítí se tak na chvíli lépe.

Graf č. 18

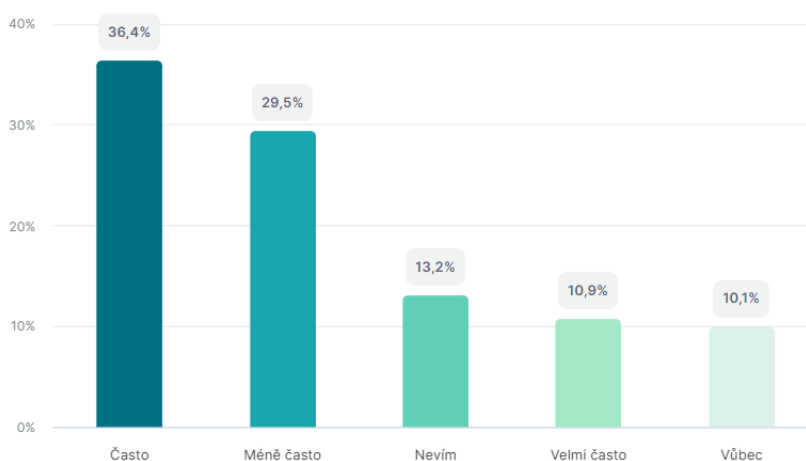
29. Přejde Vám, že oznámení na telefonu nebo telefon samotný narušuje Vaše pracovní či školní povinnosti?



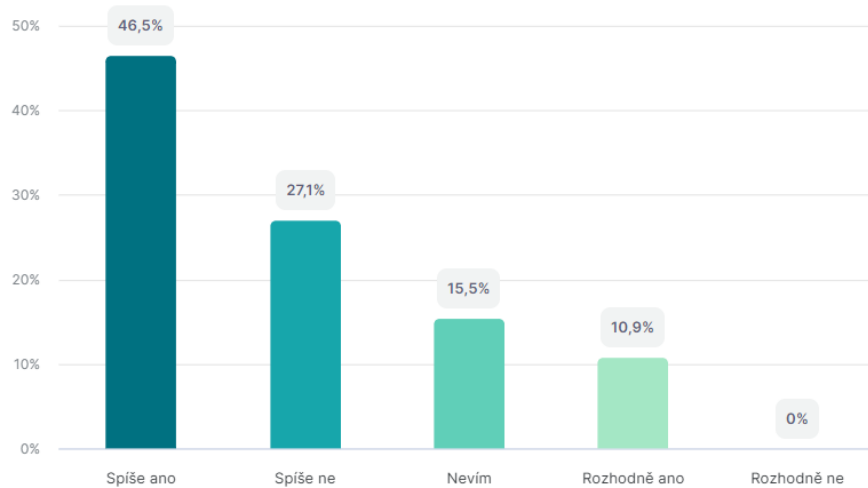
Zajímalo mě také, jak často se respondenti přistihnou, že scrollují na médiích ve chvílích, kdy to nebyl jejich původní záměr; 36,4 % respondentů uvedlo, že často a 10,9 % tento typ svého chování hodnotí jako velmi častý, dále pak 29,5 %, odpovědělo, že méně často a pouze 10,1 % uvedlo, že vůbec. Zbytek (13,2 %) tvořil neutrální odpověď [viz Graf č. 19]. Zároveň však 57,4 % respondentů u otázky, zda mají pocit, že mají pod kontrolou to, kdy a za jakých okolností scrollují sociálními médii uvedlo, že ano a 27,1 % uvedlo, že spíše ne [viz Graf č. 20].

Graf č. 19

31. Jak často se přistihnete, že scrollujete na sítích ve chvílích, kdy to nebyl Váš záměr?



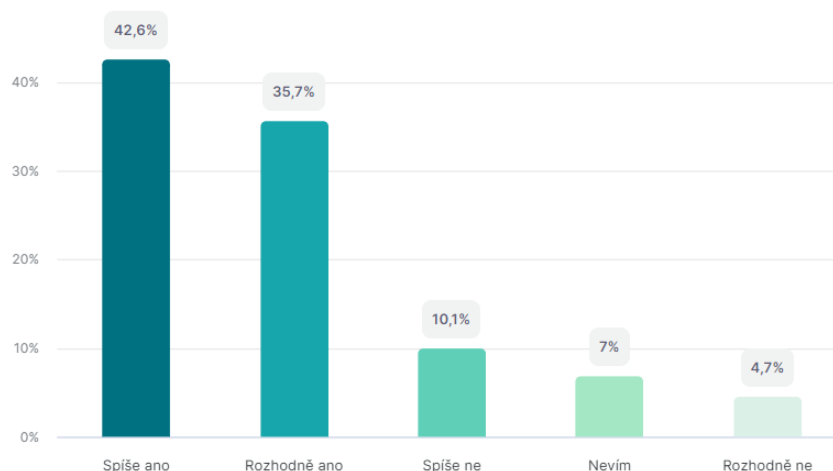
35. Máte pocit, že máte pod kontrolou to kdy a za jakých okolností scrollujete sociálními sítěmi?



Výsledky, které potvrzují návykové chování na sociálních médiích ukazují, že 78,3 % respondentů hodnotí, že podle nich tráví na sociálních médiích více času, než by sami chtěli [viz Graf č. 21]. Jak ukazuje literatura, tento jev se řadí k závislostnímu chování [Andreassen, C. S. 2015]. Nechci tím říct, že jsou všichni tito respondenti závislí na užívání médií, když jde pouze o jeden příznak závislosti, ale spíše ukázat, že většině nepříjde v pořádku, kolik svého času sociálním médiím věnují, ale přesto se tomu tak děje. To, co zde respondenty udržuje, může být stav tzv. „flow“, což je stav, kdy jsou lidé natolik pohlceni danou aktivitou, že zapomínají na vše ostatní. Tento stav je dle literatury spojen se sociálními médii [J. A. Roberts & M. E. David, 2023], které nás díky algoritmům udržují v tomto stavu [Wall Street Journal, 2021]. Když ještě přihlídneme k diskutovanému levnému dopaminu, který nám jeho vyplavováním dělá dobře a mi tak chceme vidět více a více obsahu [A. Nieoullon, 2002], lehce se stane, že se na sociálních médiích zapomene déle, než bychom chtěli.

Graf č. 21

32. Máte pocit, že na sociálních sítích trávíte více času, než byste chtěl/a?



8. Limity práce, další výzkum

Největším limitem je samotný sběr dat, ze kterého se kvůli povaze vzorku nedá více zobecňovat. Mým cílem ale bylo zmapovat jednotlivé návyky a aspekty spojené s používáním sociálních médií a ne dělat větší závěry v této oblasti. Pro další výzkum bych navrhovala holistický přístup k této problematice z hlediska samotných návyků, které si lidé se sociálními médii tvoří, povaze vztahu jednotlivce k sociálním médiím, ale i roli skrytých působení na fyziologické předpoklady člověka jako je dopamin nebo modré světlo. Tyto aspekty sociálních médií obsahující několik proměnných, které na sebe vzájemně s uživateli sociálních médií působí a bylo by zajímavé tyto kontexty zkoumat pomocí kvalitativního přístupu, který by lépe postihl životní okolnosti jedince, jeho nastavení a motivy jednání.

9. Závěr

Sociální média se velmi rychle stala součástí každodenních životů nejednoho z nás a je jen málo sfér našich životů do kterých nezasahují. Na základně mých zjištění, česká populace stráví v průměru 2 hodiny a 45 minut [Amidigital, 2022]. Jejich vliv na mentální zdraví může být u některých jedinců mírný v podobě narušení psychické pohody, ale může také vést i k fatálnímu narušení psychického zdraví. Je potřeba si uvědomit, že sociální média neexistují ve vákuu a vždy korespondují s osobními dráhami a životní zkušeností jedince, proto negativní příznaky s nimi spojené jsou mohou mít různé projevy.

Symptomy, které mohou přijít s užíváním sociálních médií jsou např. narušení spánku, pokud uživatelé tráví s obrazovkami svůj čas před spaním [A.M. Chang et al., 2015], tento neblahý návyk se i ve vysoké míře projevil u respondentů, kteří tráví min. 1 hodinu před spaním

s nějakou elektronickou obrazovkou. Mohou vést k syndromům deprese [G. S. Brunborg & J.B. Andreas, 2019]. Na základě pouhých částí životů, kteří lidé na sociálních médiích sdílejí, mohou mít jejich uživatelé také milné představy o tom, jak vypadají životy ostatních, to je následně vede k pochybování o sobě [H-TG. Chou & N. Edge, 2012, H. Krasnova et al., 2015] nebo o svém vzhledu [G. Holland, & M. Tiggemann, 2016]. U respondentů se nepotvrdilo negativní pojetí těla, na základě používání sociálních médií. Pochybování o sobě se už v souvislosti s médii u respondentů potvrdilo.

Narušení sociálních vztahů, do kterého spadá také pojem „phubbing“, kdy se jedinci raději soustředí na svůj mobilní telefon, než na sociální interakce [Haigh, 2015]. Respondenti vykazovali, že vnímají toto chování u ostatních jako obtěžující.

Nejvíce postižené bylo téma rozptýlení pozornosti, kdy respondenti mají tendence utíkat od negativních pocitů nebo náročných situací na sociální média. Zároveň mají problém s udržení pozornosti na samotné úkony. Sociální sítě používají k prokrastinaci a vyhledají je také při pocitu nudy. Respondenti také vnímají, že jejich čas trávený na médiích je větší, než by sami chtěli, a že se často přistihnou, že scrollují na sociálních médiích i když to není jejich záměr. Tato zjištění poukazují na to, jakým způsobem nás můžou sociální média odtahovat od důležitých úkolů a povinností.

10. Resumé

This research has confirmed that social media interferes in individuals' daily lives and changes the nature of their day. Respondents drew both pleasant emotions and negative ones from social media, but the majority of respondents reported that they had experienced negative experiences or feelings based on their use. Most respondents also rated their social media use as excessive to how much time they would really like to spend there. Based on the findings, social media can be seen as a great distraction in many areas and from many perspectives. I found distractions from responsibilities or demanding tasks, but also distractions from negative emotions in the form of escaping them, as well as distractions when spending time with loved ones or also at work or school. This large amount of distraction may be reflected in the fact that many respondents consciously divide their attention between several activities at the same time, as they are constantly subconsciously looking for the next stimulus to satisfy their distracted minds.

Another big finding was that a large number of respondents spend at least an hour in front of electronic screens before going to bed. Blue light could be called an indirect negative factor that operates not through social media itself, but through the device itself, and it has been shown to disrupt both the length and quality of bedtime in such a short period of time, which can be a major determinant of both our mental and physical health. At the same time, most of my respondents go on social media within an hour of waking up and consume cheap dopamine first thing in the morning, which is not good for overall motivation during the day.

11.Zdroje

1. Alam, M., Qureshi, M. S., Sarwat, A., Haque, Z., Salman, M., Masroor, M. A. M., & Ehtesham, S. A. (2014). Prevalence of phantom vibration syndrome and phantom ringing syndrome (Ringxiety): Risk of sleep disorders and infertility among medical students. *Int J*, 2, 688-693.
2. Ami:digital. (2022). AMI Digital Index 2022. Dostupné 25.3. 2024 z: <https://amidigital.cz/wp-content/uploads/2022/08/ami-digital-index-2022.pdf>
3. Andreassen, C. S. (2015). Online social network site addiction: A comprehensive review. *Current addiction reports*, 2(2), 175-184.
4. ATO-Nielsen Admosphere. Data prezentovaná na CIF 2022 dostupné z Mediaguru (2.11. 2022), dostupné dne: 25.3. 2024 z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2022/11/s-obrazovkami-travi-cesi-temer-osm-hodin-denne/>
5. Bohn, R., & Short, J.E. (2012). Info capacity | measuring consumer information. *International Journal of Communication*, 6, 21.
6. Brown, G., Manago, A. M., & Trimble, J. E. (2016). Tempted to text: College students' mobile phone use during a face-to-face interaction with a close friend. *Emerging Adulthood*, 4(6), 440-443.
7. Brunborg, G. S., & Andreas, J. B. (2019). Increase in time spent on social media is associated with modest increase in depression, conduct problems, and episodic heavy drinking. *Journal of adolescence*, 74, 201-209.
8. Burke, M., Marlow, C., & Lento, T. (2010). Social network activity and social well-being. *Postgraduate Medical Journal*, 85(2010), 455-459.
9. Çam, E., & Isbulan, O. (2012). A new addiction for teacher candidates: Social networks. *Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET*, 11(3), 14-19.
10. Carter, B., Rees, P., Hale, L., et al. (2016). Association between portable screen-based media device access or use and sleep outcomes: a systematic review and meta-analysis. *JAMA Pediatr*, 170(12), 1202-1208.
11. Chang, A.M., Aeschbach, D., Duffy, J.F., et al. (2015). Evening use of light-emitting eReaders negatively affects sleep, circadian timing, and next-morning alertness. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 112(4), 1232-1237.
12. Chao, M., Lei, J., He, R., Jiang, Y., & Yang, H. (2023). TikTok use and psychosocial factors among adolescents: Comparisons of non-users, moderate users, and addictive users. *Psychiatry Research*, 325, 115247.
13. Chen, Q., & Yan, Z. (2016). Corrigendum to "Does multitasking with mobile phones affect learning? A review.". *Computers in Human Behavior*, 64, 938.
14. Chou, H-TG, & Edge, N. (2012). "They are happier and having better lives than I am": the impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychol Behav Soc Netw*, 15(2), 117-121.
15. Christakis, D. A., & Moreno, M. A. (2009). Trapped in the net: will internet addiction become a 21st-century epidemic?. *Archives of pediatrics & adolescent medicine*, 163(10), 959-960.

16. Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. *Pew Research Center*, 17(1), 1-7.
17. Drenten, J., & Gurrieri, L. (2017). Crossing the# bikini#bridge: Exploring the role of social media in propagating body image trends. In *The dark side of social media* (pp. 49-70). Routledge.
18. Dwyer, R. J., Kushlev, K., & Dunn, E. W. (2018). Smartphone use undermines enjoyment of face-to-face social interactions. *Journal of Experimental Social Psychology*, 78, 233-239.
19. Dyson, M. P., Hartling, L., Shulhan, J., Chisholm, A., Milne, A., Sundar, P., ... & Newton, A. S. (2016). A systematic review of social media use to discuss and view deliberate self-harm acts. *PLoS one*, 11(5), e0155813.
20. Ellison, N.B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230.
21. Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body image*, 13, 38-45.
22. Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human relations*, 7(2), 117-140.
23. Frison, E., & Eggermont, S. (2016). Exploring the relationships between different types of Facebook use, perceived online social support, and adolescents' depressed mood. *Social Science Computer Review*, 34(2), 153-171.
24. Gommans, R., Stevens, G. W., Finne, E., Cillessen, A. H., Boniel-Nissim, M., & ter Bogt, T. F. (2015). Frequent electronic media communication with friends is associated with higher adolescent substance use. *International journal of public health*, 60, 167-177.
25. Griffiths, M. (2005). A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance use*, 10(4), 191-197.
26. Gutierrez, K. M., & Cooper, T. V. (2016). The use of social networking sites: A risk factor for using alcohol, marijuana, and synthetic cannabinoids?. *Drug and alcohol dependence*, 163, 247-250.
27. Haigh, A. (2015). Stop phubbing. *Artikel Online. Tersedia pada <http://stopphubbing.com>*.
28. Harriger, J.A., Evans, J.A., Thompson, J.K. and Tylka, T.L., 2022. The dangers of the rabbit hole: Reflections on social media as a portal into a distorted world of edited bodies and eating disorder risk and the role of algorithms. *Body Image*, 41, pp.292-297.
29. Hatori, M., Gronfier, C., Van Gelder, R. N., Bernstein, P. S., Carreras, J., Panda, S., ... & Tsubota, K. (2017). Global rise of potential health hazards caused by blue light-induced circadian disruption in modern aging societies. *npj Aging and Mechanisms of Disease*, 3(1), 9.
30. Holland, G., & Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body image*, 17, 100-110.

31. Hunt, M. G., Marx, R., Lipson, C., & Young, J. (2018). No more FOMO: Limiting social media decreases loneliness and depression. *Journal of Social and Clinical Psychology, 37*(10), 751-768.
32. Keller J. Sociologická encyklopedie. Online. [2024]. Dostupné z https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Kapit%C3%A1l_soci%C3%A1ln%C3%AD [cit. 2024-02-08].
33. Koc, M., & Gulyagci, S. (2013). Facebook addiction among Turkish college students: The role of psychological health, demographic, and usage characteristics. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 16*(4), 279-284.
34. Krasnova, H., Widjaja, T., Buxmann, P., Wenninger, H., & Benbasat, I. (2015). Research note—why following friends can hurt you: an exploratory investigation of the effects of envy on social networking sites among college-age users. *Information systems research, 26*(3), 585-605.
35. Lampe, C., Ellison, N., & Steinfield, C. (2007). A familiar face (book): Profile elements as signals in an online social network. In *CHI 2007 Proceedings*. New York, NY: ACM.
36. Lenhart, A. (2009). *Teens and sexting* (Vol. 5). Washington, DC: Pew Internet & American Life Project.
37. Lenhart, A. (2015). *Teens, social media & technology overview 2015*.
38. Lewis, S. P., Heath, N. L., Sornberger, M. J., & Arbuthnott, A. E. (2012). Helpful or harmful? An examination of viewers' responses to nonsuicidal self-injury videos on YouTube. *Journal of Adolescent Health, 51*(4), 380-385.
39. Lewis, S. P., Heath, N. L., St Denis, J. M., & Noble, R. (2011). The scope of nonsuicidal self-injury on YouTube. *Pediatrics, 127*(3), e552-e557.
40. Limniou, M., Ascroft, Y., & McLean, S. (2021). Differences between Facebook and Instagram usage in regard to problematic use and well-being. *Journal of Technology in Behavioral Science, 1-10*.
41. Macit, H. B., Macit, G., & Güngör, O. (2018). A research on social media addiction and dopamine driven feedback. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 5*(3), 882-897.
42. Mark, G. (2023). *Attention Span: Finding Focus for a Fulfilling Life*. HarperCollins UK.
43. McCashin, D., & Murphy, C. M. (2023). Using TikTok for public and youth mental health—A systematic review and content analysis. *Clinical Child Psychology and Psychiatry, 28*(1), 279-306.
44. Medřický, H., (2023), medricky.cz, Sázavská 32, 120 00 Praha 2 – Vinohrady, dostupné zde: <https://www.medricky.cz/> (2023).
45. Meta Platforms, Inc. (2023, July 26). Meta Reports Second Quarter 2023 Results [Press release]. Retrieved from <https://investor.fb.com/investor-news/press-release-details/2023/Meta-Reports-Second-Quarter-2023-Results/default.aspx#:~:text=Revenue%20%E2%80%93%20Revenue%20was%20%2432.0%20billion,%25%20year%20Dover%20Year>
46. Missale, C., Nash, S. R., Robinson, S. W., Jaber, M., & Caron, M. G. (1998). Dopamine receptors: from structure to function. *Physiological reviews, 78*(1), 189-225.
47. Moreno, J. L. (1934). *Who Shall Survive? A New Approach to the Problem of Human Interrelations*. Washington.

48. Morning Consult. (2024). Report: What to Know About Gen Z's Engagement with Social Media, Entertainment and Technology. Dostupné 25.3. 2024 z: <https://later.com/blog/gen-z-social-media-usage/>
49. Nieoullon, A. (2002). Dopamine and the regulation of cognition and attention. *Progress in neurobiology*, 67(1), 53-83.
50. O'Keeffe, G. S., & Clarke-Pearson, K. (2011). The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*, 127(4), 800-804.
51. Patchin, J. W., & Hinduja, S. (2006). Bullies move beyond the schoolyard: A preliminary look at cyberbullying. *Youth violence and juvenile justice*, 4(2), 148-169.
52. Peeters, G., & Czapinski, J. (1990). Positive-negative asymmetry in evaluations: The distinction between affective and informational negativity effects. *European review of social psychology*, 1(1), 33-60.
53. Petrušek M. Sociologická encyklopedie. Online. [2024]. Dostupné z: https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Teorie_soci%C3%A1ln%C3%ADch_s%C3%ADt%C3%AD [cit. 2024-02-08].
54. Przybylski, A.K., Murayama, K., DeHaan, C.R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848.
55. Ra, C. K., Cho, J., Stone, M. D., De La Cerda, J., Goldenson, N. I., Moroney, E., ... & Leventhal, A. M. (2018). Association of digital media use with subsequent symptoms of attention-deficit/hyperactivity disorder among adolescents. *Jama*, 320(3), 255-263.
56. Roberts, J. A., & David, M. E. (2023). Instagram and TikTok flow states and their association with psychological well-being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 26(2), 80-89.
57. Robertson, C. E., Pröllochs, N., Schwarzenegger, K., Pärnamets, P., Van Bavel, J. J., & Feuerriegel, S. (2023). Negativity drives online news consumption. *Nature Human Behaviour*, 7(5), 812-822.
58. Rotondi, V., Stanca, L., & Tomasuolo, M. (2017). Connecting alone: Smartphone use, quality of social interactions and well-being. *Journal of Economic Psychology*, 63, 17-26.
59. Sampasa-Kanyinga, H., & Chaput, J. P. (2016). Use of social networking sites and alcohol consumption among adolescents. *Public health*, 139, 88-95.
60. Sampasa-Kanyinga, H., Roumeliotis, P., & Xu, H. (2014). Associations between cyberbullying and school bullying victimization and suicidal ideation, plans, and attempts among Canadian schoolchildren. *PloS One*, 9(7), e102145.
61. Satici, S. A., & Uysal, R. (2015). Well-being and problematic Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 49, 185-190.
62. Sedláček J. Sociologická encyklopedie. Online. [2024]. Dostupné z: https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Sociologie_form%C3%A1ln%C3%AD [cit. 2024-04-18].
63. Shakya, H. B., & Christakis, N. A. (2017). Association of Facebook use with compromised well-being: A longitudinal study. *American Journal of Epidemiology*, 185, 203-211.

64. Shensa, A., Escobar-Viera, C. G., Sidani, J. E., Bowman, N. D., Marshal, M. P., & Primack, B. A. (2017). Problematic social media use and depressive symptoms among US young adults: A nationally-representative study. *Social Science & Medicine*, 182, 150–157
65. Shensa, A., Sidani, J. E., Escobar-Viera, C. G., Chu, K. H., Bowman, N. D., Knight, J. M., & Primack, B. A. (2018). Real-life closeness of social media contacts and depressive symptoms among university students. *Journal of American college health*, 66(8), 747-753.
66. Sherman, D. K., & Cohen, G. L. (2006). The psychology of self-defense: Self-affirmation theory. *Advances in experimental social psychology*, 38, 183-242.
67. Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of communication*, 57(1), 9-20.
68. Spada, M. M. (2014). An overview of problematic Internet use. *Addictive Behaviors*, 39(1), 3–6.
69. Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 46(6), 630-633.
70. Tiggemann, M., & Slater, A. (2014). NetTweens: The internet and body image concerns in preteenage girls. *The Journal of Early Adolescence*, 34(5), 606-620.
71. Travers, J., & Milgram, S. (1969). An Experimental Study of the Small World Problem. *Sociometry*, 32(4), 425–443.
72. Turkle, S., & Together, A. (2011). Why we expect more from technology and less from each other.
73. Twenge, J. M., Joiner, T. E., Rogers, M. L., & Martin, G. N. (2018). Increases in depressive symptoms, suicide-related outcomes, and suicide rates among US adolescents after 2010 and links to increased new media screen time. *Clinical Psychological Science*, 6(1), 3-17.
74. Twenge, J. M., Krizan, Z., & Hisler, G. (2017). Decreases in self-reported sleep duration among U.S. adolescents 2009–2015 and association with new media screen time. *Sleep Medicine*, 39, 47-53.
75. Twenge, J. M., Martin, G. N., & Campbell, W. K. (2018). Decreases in psychological well-being among American adolescents after 2012 and links to screen time during the rise of smartphone technology. *Emotion*, 18, 765-780.
76. Ur Rehman, I. (2019). Facebook-Cambridge Analytica data harvesting: What you need to know. *Library Philosophy and Practice*, 1-11.
77. van der Schuur, W. A., Baumgartner, S. E., Sumter, S. R., et al. (2015). The consequences of media multitasking for youth: A review. *Computers in Human Behavior*, 53, 204-215. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.06.035>
78. Wall Street Journal. (2021, July 21). Investigation: How TikTok’s algorithm figures out your deepest desires. *The Wall Street Journal*.
79. Walton Family Foundation and Murmuration, SocialSphere, Inc. (2022). Looking Forward with Gen Z: A Gen Z Research Report. Dostupné 25.3. 2024 z: <https://murmuration.org/static/Looking-Forward-with-Gen-Z.pdf>

80. Yoon, S., Kleinman, M., Mertz, J., & Brannick, M. (2019). Is social network site usage related to depression? A meta-analysis of Facebook–depression relations. *Journal of affective disorders, 248*, 65-72.