Univerzita Pardubice

Fakulta filozofická

Vliv sociálních sítí na důvěru v partnerském vztahu

Bakalářská práce

2025 Natálie Rykířová

Univerzita Pardubice
Fakulta filozofická
Akademický rok: 2023/2024

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení:	**Natálie Rykířová**
Osobní číslo:	**H22232**
Studijní program:	**B0288A250002 Humanitní studia**
Specializace:	**Humanitní studia – Specializace v sociologicko-antropologických vědách**
Téma práce:	**Vliv sociálních sítí na důvěru v partnerském vztahu**
Zadávající katedra:	**Katedra věd o výchově**

Zásady pro vypracování

Bakalářská práce se zabývá otázkou, zda využívání sociálních sítí narušuje sebevědomí jedinců v partnerském vztahu u lidí ve věku 18-26 let. Zaměřuje se na to, zda aktivita a příspěvky partnera na sociálních sítí způsobují u druhého partnera pocity nejistoty a žárlivosti. Práce se soustředí na nejpoužívanější sociální sítě, což je Instagram a Facebook. Cílem této bakalářské práce je zjistit, zda nízké sebevědomí jedince, způsobené sociálními sítěmi, ovlivňuje důvěru v partnerském vztahu. Výzkum bude prováděn kombinací kvantitativní i kvalitativní metody. Součástí výzkumu bude také nezúčastněné pozorování prostřednictvím sociálních sítí.

Rozsah pracovní zprávy:
Rozsah grafických prací:
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

ZIMBARDO, Philip G. a COULOMBE, Nikita D. Odpojený muž: jak technologie připravuje muže o mužství a co s tím. Přeložil Libuše ČÍŽKOVÁ, přeložil Kateřina KLABANOVÁ. Praha: Grada Publishing, 2017. ISBN 978-80-247-5797-1
BOTSMAN, Rachel. Komu se dá věřit?: jak nás technologie sblížily a proč by nás mohly rozeštvat. Přeložil Jiří PETRŮ. Brno: Host, 2018. ISBN 978-80-7577-599-3
WHITE, Gregory L. a MULLEN, Paul E. Žárlivost: teorie, výzkum a klinické strategie. Přeložil Daniel MICKA. Psyché, sv. č. 33. Praha: Triton, 2006. ISBN 80-7254-708-9
WILLI, Jürg. Psychologie lásky: osobní rozvoj cestou partnerského vztahu. Vyd. 2. Spektrum, sv. 45. Praha: Portál, 2011. ISBN 978-80-7367-895-1
ATAY, Ahmet a ASHLOCK, Mary Z. Social media, technology, and new generations digital millennial generation and generation Z. Verze. Lexington Books, 2022. ISBN ISBN 978-1-4985-5070-3

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Libor Dušek, Ph.D.**
Katedra sociální a kulturní antropologie

Datum zadání bakalářské práce: **30. března 2024**
Termín odevzdání bakalářské práce: **30. března 2025**

doc. Mgr. Jiří Kubeš, Ph.D.
děkan

Ing. Jaroslav Myslivec, Ph.D.
vedoucí katedry

V Pardubicích dne 30. listopadu 2024

Prohlašuji:

Práci s názvem Vliv sociálních sítí na důvěru v partnerském vztahu jsem vypracovala samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využila, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byla jsem seznámena s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Beru na vědomí, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů, a směrnicí Univerzity Pardubice č. 7/2019 Pravidla pro odevzdávání, zveřejňování a formální úpravu závěrečných prací, ve znění pozdějších dodatků, bude práce zveřejněna prostřednictvím Digitální knihovny Univerzity Pardubice.

V Pardubicích dne 28. 03. 2025

Natálie Rykířová v. r.

Poděkování

Mé poděkování patří všem, kteří mi poskytli potřebné rady a informace a věnovali mi svůj čas. Jmenovitě bych chtěla poděkovat vedoucímu své bakalářské práce Mgr. Liborovi Duškovi, Ph. D. za jeho odborné rady, trpělivost a přínosné podněty. Dále děkuji všem respondentům, kteří mi dovolili nahlédnout do svých partnerských vztahů.

Abstrakt

Bakalářská práce má za cíl zodpovědět otázky z oblasti vlivu sociálních sítí na partnerské vztahy. Soustředí se na věkovou skupinu 18-26 let. Teoretická část se zaměřuje na sociální sítě, především na Facebook a Instagram. Důraz klade na to, zda narušená důvěra a intimita v partnerském vztahu je důsledkem nízkého sebevědomí jedince, způsobené srovnáváním se s ostatními uživateli na sociálních sítích. Jako metodologie výzkumu je v bakalářské práci použita smíšená výzkumná strategie kvalitativní a kvantitativní. Cílem práce je reflektovat odpovědi respondentů a analyzovat jejich interpretaci na cílové otázky, zda sociální sítě způsobují nejistotu, narušují intimitu a sebevědomí v partnerských vztazích.

Klíčová slova

Důvěra, Facebook, Generace Z, Instagram, intimita, partnerské vztahy, sebevědomí, sociální sítě, srovnávání.

Title

The Infuence of Social Network Sites on Trust in Romantic Relationships

Annotation

The aim of this bachelor's thesis is to address questions concerning the influence of social media on romantic relationships, focusing on the age group of 18-26 years. The theoretical part will concentrate on social media, especially Facebook and Instagram. Emphasis will be placed on whether disrupted trust and intimacy in romantic relationships are a consequence of low self-esteem caused by comparing ourselves to other users on social media. The research methodology employs a mixed research strategy, combining both qualitative and quantitative approaches. The objective of this thesis is to reflect on the respondents' answers and analyze their interpretation of the key questions, specifically whether social media causes insecurity, disrupts intimacy, and undermines self-esteem in romantic relationships.

Keywords

Trust, Facebook, Gen Z, Instagram, intimacy, partner relationships, self-confidence, social media, comparison.

OBSAH

SEZNAM ILUSTRACÍ A GRAFŮ 9

SEZNAM ZKRATEK A ZNAČEK 10

TERMINOLOGIE 11

ÚVOD 12

Teoretická část 13

1 Média a kultura 13

1.1 Sociální sítě 14

1.1.1 Facebook 15

1.1.2 Instagram 16

1.2 Virtuální identita 17

1.3 Sebeprezentace 18

1.4 Srovnávání 19

1.5 Sebehodnocení 20

1.6 Sebevědomí 20

1.7 Virtuální intimita a sexualita 21

1.7.1 OnlyFans 22

2 Partnerské vztahy v mladé dospělosti 23

2.1 Komponenty partnerského vztahu pod vlivem sociálních sítí 23

2.1.1 Láska 23

2.1.2 Nevěra 24

2.1.3 Žárlivost 25

2.1.4 Komunikace 26

2.1.5 Intimita a sexualita 27

2.2 Genderové role 28

3 Generace Z 29

3.1 Vymezení 29

3.2 Na sociálních sítích 30
4 Rešerše provedených výzkumů 31
Praktická část 33
5 Metodologie výzkumu 33
5.1 Popis výzkumných metod sběru dat 33
5.2 Výzkumný problém, cíl výzkumu 33
5.3 Výzkumné otázky 34
5.4 Výběr výzkumného souboru 34
5.5 Etické aspekty 34
6 Kvalitativní výzkum 35
6.1 Výzkumný soubor 35
6.1.1 Respondent č. 1 35
6.1.2 Respondent č. 2 36
6.1.3 Respondent č. 3 37
6.1.4 Respondent č. 4 38
6.1.5 Respondent č. 5 39
6.1.6 Respondent č. 6 40
6.2 Interpretace výsledků kvalitativního výzkumu 40
7 Kvantitativní výzkum 42
7.1 Výzkumný soubor 42
7.2 Prezentace výsledků 43
7.3 Interpretace výsledků kvantitativního výzkumu 56
8 Výsledky smíšeného výzkumu 57
ZÁVĚR 58
POUŽITÁ LITERATURA 59
PŘÍLOHY 63

SEZNAM ILUSTRACÍ A GRAFŮ

Obrázek 1: Přehled názvů jednotlivých generací a jejich ročníků narození. 15

Graf 1: Věk 42
Graf 2: Pohlaví.....42
Graf 3: Délka vztahu.....43
Graf 4: Sociální sítě 44
Graf 5: Práce/podnikání.....44
Graf 6: Zábava 45
Graf 7: Komunikace 45
Graf 8: Aktivita respondenta na soc. sítích.....46
Graf 9: Aktivita partnera na soc. sítích 46
Graf 10: Zveřejňování vztahu na soc. sítích 47
Graf 11: Komunikace partnerů 47
Graf 12: Srovnávání se se soc. sítěmi.....48
Graf 13: Sebevědomí na soc. sítích 48
Graf 14: Sebeprezentace na soc. sítích 49
Graf 15: Pravdivost obsahu na soc. sítích.....49
Graf 16: Důvěra na soc. sítích 50
Graf 17: Sdílení vztahu na soc. sítích 50
Graf 18: Hranice v používání soc. sítí ve vztahu.....51
Graf 19: Situace 51
Graf 20: Upřímnost ve vztahu 52
Graf 21: Intimita ve vztahu.....52
Graf 22: Tolerance aktivit partnera na soc. sítích 53
Graf 23: Reakce na soc. sítích 53
Graf 24: Reakce na soc. sítích 54
Graf 25: Pocity respondenta 54
Graf 26: Aktivita partnera na soc. sítích 55
Graf 27: Reakce 55
Graf 28: Pocity.....56

SEZNAM ZKRATEK A ZNAČEK

ACE – Anonymity Comfort Escape

ANT – Actor-Network Theory

IRL – In Real Life

SMS – Short Message Service

TERMINOLOGIE

Analogový: antonymum slova digitální.

COVID-19: pandemie koronavirového onemocnění.

Chat: komunikace dvou nebo více lidí prostřednictvím sociálních sítí.

Emotikon: piktogram užívající v elektronických zprávách, který vyjadřuje emoce.

Kyselé hrozny: v jedné Ezopově bajce má liška chuť na hrozny, ale nemůže na ně dosáhnout, tak aby se ji ulevilo, řekla si, že hrozny jsou stejně určitě kyselé.

Like: vyjádření souhlasu či zalíbení v prostředí sociálních sítí. Dále v této práci také vyjadřováno počeštělým výrazem *lajk.*

ÚVOD

V současné době, kdy digitální technologie a sociální sítě pronikly do každodenního života, se jejich vliv na mezilidské vztahy stal aktuálním tématem nejen v mediálních diskuzích, ale i ve vědeckém bádání. Online platformy, jako jsou Facebook a Instagram, nejenže změnily způsob, jakým komunikujeme, ale také zásadně ovlivnily formování a udržování osobních vztahů. Tato bakalářská práce se zaměřuje na vliv sociálních sítí na důvěru v partnerských vztazích a usiluje o pochopení, jak online interakce ovlivňují intimitu a sebehodnocení jedinců, zejména u mladých dospělých z generace Z.

Digitalizace a neustálý technologický pokrok proměnily způsoby, jakými lidé prezentují svou identitu a budují mezilidské vazby. V prostředí, kde je každodenní komunikace propojena s digitálními nástroji, se stále častěji setkáváme s fenoménem neustálého srovnávání se s ostatními uživateli. Tento proces může mít negativní dopad na sebevědomí a vést k narušení důvěry a intimity ve vztazích, což představuje jeden z hlavních motivů pro podrobnější zkoumání této problematiky. Nadměrné využívání sociálních sítí může být spojeno s řadou komplikací v partnerských vztazích, kdy se například online aktivity jednoho partnera stávají zdrojem nejistoty pro druhého. Tato práce proto klade důraz na zmapování konkrétních mechanismů, kterými může digitální prostředí ovlivnit dynamiku důvěry mezi partnery.

Hlavním cílem této bakalářské práce je zjistit, zda a jak sociální sítě přispívají ke změnám v partnerských vztazích, konkrétně v oblasti důvěry a intimity. Zaměření je kladeno na věkovou skupinu 18–26 let, u které je online prostředí nedílnou součástí života. K dosažení tohoto cíle byla zvolena smíšená metodologie, která kombinuje kvalitativní i kvantitativní výzkumné metody a umožňuje tak detailně zachytit subjektivní zkušenosti respondentů a analyzovat jejich interpretaci vlivu sociálních sítí.

Teoretická část práce se věnuje definici klíčových pojmů, jako jsou virtuální identita, sebehodnocení a srovnávání, a mapuje aktuální trendy v chování uživatelů online platforem. Praktická část pak představuje analýzu výsledků výzkumu, který se soustředí na konkrétní aspekty online interakcí a jejich dopad na důvěru a intimitu v partnerských vztazích. Výsledky této případové studie mohou poskytnout cenné poznatky pro další výzkumy v oblasti digitální kultury a mezilidských vztahů a přispět k lepšímu pochopení dynamiky moderních partnerských vztahů.

Teoretická část

1 Média a kultura

Pro lepší pochopení problematiky je nejprve nutné objasnit význam médií pro naši kulturu neboli kulturu západní společnosti. Kultura je prostředí představující komplex životních podmínek a společensky užitečných výsledků lidské práce, do kterého se člověk od narození adaptuje.[1] Kulturu si předáváme z generace na generaci prostřednictvím specifických výchovných zvyklostí. Kultura formuje hodnoty, normy, pravidla soužití, identitu a mezilidské vztahy.[2] Murphy zmiňuje ve své knize *Úvod do sociální a kulturní antropologie (2004)* myšlenku sociologa Talcotta Parsonse, který koncipuje kulturu jako „systém očekávání". Znamená to, že jedinec konstruuje své chování skrze očekávání od ostatních lidí, se kterými se dostává do styku v průběhu svého života.[3]

Odborná publikace *Média a kultura* pojednává o stavu společnosti od primární orální kultury až po současnou éru digitální komunikace a kyber-prostorových identit. Autoři knihy Giuseppe a Roubal se zaměřili na vztah mezi kulturou, komunikací a technologiemi v postmoderní společnosti. Vývoj společnosti v tzv. digitálním věku má za následek nové modely jednání, vztahů a myšlení populace v současné kultuře. Je možné tedy konstatovat, že média a digitalizace mění dynamiku komunikace, sociální struktury a identity. Mění to, jak lidé vnímají sebe, svou komunitu a své místo v globálním a kulturním prostoru.[4]

Digitální revoluce je nepřetržitý proces, který zcela mění způsob života. Vše se stává stále více digitálním; platební řešení, nakupování, podnikání, zábava a komunikace. Na začátku digitální revoluce mnoho autorů tvrdilo, že je rozdíl mezi tzv. skutečným životem a digitálním životem. Tzv. skutečný život byl označován termínem IRL (In Real Life), z kterého vyplývá, že digitální svět je fiktivní. V současné době se namísto označení IRL lépe používá termín analogový, jinými slovy nedigitální.[5]

---

[1] VÝROST, Jozef a SLAMĚNÍK, Ivan (ed.). *Sociální psychologie*. 2., přeprac. a rozš. vyd. Psyché. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-1428-8. s. 58.
[2] MURPHY, Robert Francis a ČERVINKOVÁ, Hana. *Úvod do kulturní a sociální antropologie*. 2. vyd. Studijní texty, sv. 15. Praha: Sociologické nakladatelství, 2004. ISBN 80-86429-25-3. s. 51.
[3] Tamtéž s. 32.
[4] MAIELLO, Giuseppe a ROUBAL, Ondřej. *Média a kultura: od primární orální kultury ke konstrukci kyber-prostorových identit v éře digitální komunikace*. EUpress. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2020. ISBN 978-80-7408-179-8.
[5] ROLLENHAGEN, Sven. *Scroll Zombies: How Social Media Addiction Controls our Lives*. Saga Egmont, 2022. ISBN 9990003843340.

Pomocí digitálních technologií a různých mediálních aplikací máme možnost sledovat každodenní kroky nás i ostatních, pořizovat fotografie, nahrávat videa, sledovat filmy a videa, posílat a přijímat textové zprávy, hledat milostné nebo sexuální partnery. Všechny tyto činnosti jsou nám dostupné prostřednictvím našich telefonů a jiných přenosných zařízení. Během dne přijímáme a zpracováváme obrovské množství informací a zpráv. Výzkumy v oblasti médií ukazují, že pandemie COVID-19 zvýšila zapojení lidí do aplikací sociálních médií, zejména seznamovacích, jelikož pandemie omezila naše mezilidské interakce a příležitosti setkávat se.[6]

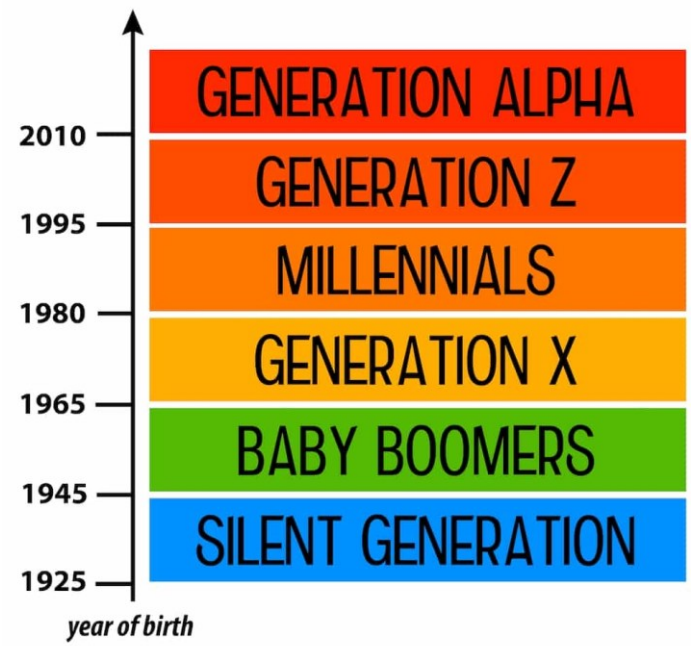
1.1 Sociální sítě

V současné éře digitální komunikace dominují sociální sítě a různé mobilní aplikace.[7] Mezi sociální sítě, s největším počtem uživatelů, patří Facebook, Messenger, Instagram a WhatsApp.[8] V roce 2004 Mark Zuckerberg spustil Facebook. WhatsApp byl založen v roce 2009 a lze jej použít k volání, zasílání zpráv, obrázků a videí. V roce 2010 byl spuštěn Instagram, platforma se zaměřením na obrázky. V roce 2011 byl spuštěn Messenger, díky kterému je možné posílat přímé zprávy příteli na Facebooku. Další sociální sítě s vysokým počtem uživatelů, které stojí za zmínku je YouTube, Snapchat a TikTok. V roce 2005 vznikl YouTube, na kterém je možné sdílet videa. Aplikace Snapchat se zrodila v roce 2011. Je to platforma, na které si uživatelé mohou posílat textové zprávy, fotografie a videa. TikTok je sociální síť pro sledování a vytváření krátkých videí fungující od roku 2016.[9]

Ami Digital Index je průzkum trhu sociálních médií, který každý rok udává informace o českých a slovenských uživatelích sociálních sítí. V roce 2024 vyšlo z dat výzkumu, že průměrná doba strávená na sociálních sítích je 2 hodiny a 24 minut za den. Denně je na sociálních sítích aktivních 95 % členů generace Z a 85 % mileniálů neboli generace Y. Hlavními důvody pro používání jsou z 85 % kontakt s přáteli, z 82 % zábava a z 76 % zdroj informací. Mezi nejpopulárnější sociální sítě za rok 2024 s nejvíce uživateli patří YouTube, Facebook a Instagram.[10]

---

[6] ROLLENHAGEN, Sven. *Scroll Zombies: How Social Media Addiction Controls our Lives*. Saga Egmont, 2022. ISBN 9990003843340.
[7] Tamtéž, s.7.
[8] *Most popular social networks worldwide as of April 2024, by number of monthly active users*. Online. Statista. 2024. Dostupné z: https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/. [cit. 2025-02-15].
[9] ROLLENHAGEN, Sven. *Scroll Zombies: How Social Media Addiction Controls our Lives*. Saga Egmont, 2022. ISBN 9990003843340.
[10] *Index 2024*. Online. AMI Digital. 2024. Dostupné z: https://amidigital.cz/wp-content/uploads/2024/05/tahak24.pdf. [cit. 2025-02-15].



Obrázek 1: Přehled názvů jednotlivých generací a jejich ročníků narození.[11]

1.1.1 Facebook

Facebook byla první sociální síť založena 4. února roku 2004 Markem Zuckerbergem a jeho společníky. Během jednoho roku získala sociální síť přes milion uživatelů. Facebook byl revoluční ve způsobu, jakým se lidé měli možnost vzájemně propojovat. Facebook umožnil uživatelům být v kontaktu s přáteli, rodinou a s komunitami po celém světě. Mezi nejprimárnější funkce této platformy je komunikace s přáteli, se kterými si máte možnost přeposílat zprávy, sdílet různý obsah, fotografie, videa, události apod. Facebook vytváří prostor, kde má každý možnost se vyjádřit, a to pomocí statusů, komentářů a lajků. [12]

Kdyby však záleželo pouze na propojenosti a komunikaci mezi lidmi, nebyl by Facebook o nic lepší než například email nebo Skype.[13] Facebook získává na popularitě u lidí ze všech různých kultur díky jedné výjimečné funkci. Uživatel si vytváří vlastní profil a svou přítomností na Facebooku zlepšuje efektivitu své existence a vytváří si ze svých přátel tzv. publikum.

[11] Studie: Příslušníci poválečná generace baby boomers nejvíce znečišťují planetu. Online. In: ESG - investice. 2022. Dostupné z: https://www.esg-investice.cz/baby-boomers-nejvice-znecistuji-plantu/. [cit. 2025-03-04]. Facebook. Online. Meta. C2025. Dostupné z: https://about.meta.com/technologies/facebook-app/. [cit. 2025-02-15].
[12] *Facebook*. Online. Meta. C2025. Dostupné z: https://about.meta.com/technologies/facebook-app/. [cit. 2025-02-15].
[13] Skype je aplikace pro rychlé zprávy, hlasové hovory a videohovory (pozn. autorky).

Z dosavadních poznatků vyplývá, že pro většinu lidí je Facebook prostředek pro sebevyjádření a pro navazování přátelských a romantických vztahů.[14]

Na Facebooku má každý uživatel možnost obeznámit přátele o své momentální vztahové situaci a to, jestli je zadaný/nezadaný, zasnoubený, v manželství/rozvedený, žijící společně/žijící odděleně, ve volném vztahu/ve složitém vztahu.[15] Studie *Making It Facebook Official* zkoumá, jak generace Z vnímá a využívá Facebook k vyjadřování partnerských vztahů. Autoři se zaměřují na to, proč a jak lidé zveřejňují svůj vztahový status, jak se tyto praktiky mění v průběhu času a jak Facebook ovlivňuje vnímání vztahů. Výzkum probíhal mezi uživateli Facebooku ve věku 20–30 let z Austrálie a Velké Británie, kteří platformu používali alespoň 5 let. Výsledky ukázaly, že zveřejnění vztahu na Facebooku je pro mnohé důležitým symbolem, zatímco jiní upřednostňují implicitní sdílení vztahu prostřednictvím fotek a označení. Někteří uživatelé se záměrně vyhýbají zveřejnění vztahu, aby se vyhnuli nežádoucí pozornosti, a po rozchodu lidé často upravují nebo mažou stopy po vztahu ze svého profilu.[16]

1.1.2 Instagram

Instagram je populární sociální síť zaměřená na sdílení fotografií a videí, která byla spuštěna 6. října 2010. Aplikaci vytvořil Kevin Systrom, který původně vyvinul webovou aplikaci Burbn. Po přehodnocení konceptu se Systrom spolu s Mikem Kriegerem zaměřili na jednoduchou fotoaplikaci, kterou později pojmenovali Instagram.

Instagram zaznamenal obrovský úspěch hned po spuštění, když za první den získal 25 000 uživatelů a během dvou měsíců už měl milion registrovaných účtů. Růst platformy přilákal investory a v roce 2012 společnost Facebook (dnes Meta) koupila Instagram za 1 miliardu dolarů, přičemž ponechala jeho nezávislé řízení.[17]

Mezi populární funkce Instagramu patří Stories, které umožňují sdílet obsah na 24 hodin, dále vylepšené možnosti úprav fotografií a videí. Platforma také umožňuje interakci mezi uživateli prostřednictvím lajků, komentářů a soukromých zpráv.[18] Dnes má Instagram více než 1,4 miliardy aktivních uživatelů měsíčně a stále si udržuje svou popularitu díky jednoduchému

---

[14] GREENFIELD, Susan. *Změna myšlení: jak se mění naše mozky pod vlivem digitálních technologií*. V Brně: Bizbooks, 2016. ISBN 978-80-265-0450-4. s. 109.
[15] *Facebook*. Online. Facebook. C2025. Dostupné z: https://www.facebook.com/. [cit. 2025-02-15].
[16] ROBARDS, Brady; LINCOLN, Siân. Making it "Facebook official": Reflecting on romantic relationships through sustained Facebook use. *Social Media+ Society*, 2016, 2.4: 2056305116672890.
[17] BLYSTONE, Dan. *Instagram: What It Is, Its History, and How the Popular App Works*. Online. Investopedia. 2024, July 9, 2024. Dostupné z: https://www.investopedia.com/articles/investing/102615/story-instagram-rise-1-photo0sharing-app.asp. [cit. 2025-02-15].
[18] *Instagram*. Online. Instagram. C2025. Dostupné z: https://www.instagram.com/. [cit. 2025-03-06].

rozhraní a silné uživatelské angažovanosti. Od svého vzniku se aplikace výrazně vyvinula, ale stále se drží svého hlavního zaměření, což je sdílení vizuálního obsahu.[19]

Studie *From #RelationshipGoals to #Heartbreak* zkoumá, jak používání Instagramu ovlivňuje partnerský vztah. Začátkem vztahu aktivita na sociální sítích obvykle klesá, zatímco během vztahu lidé často sdílejí společné fotografie, což může posilovat jistotu, ale i žárlivost. Po rozchodu aktivita naopak roste – uživatelé sledují své bývalé partnery, sdílejí více selfies a často mažou či archivují společné fotografie s partnerem. Výzkum také ukázal, že žárlivost a vztahová spokojenost ovlivňují intenzitu používání Instagramu, přičemž méně spokojení jedinci tráví na síti více času. Celkově studie potvrzuje, že Instagram odráží emoční změny ve vztazích a může hrát roli při jejich upevňování nebo narušování.[20]

1.2 Virtuální identita

V kultuře západní společnosti identita člověka vyjadřuje více jeho charakteristik najednou. Za synonyma slova identita lze považovat individualitu, či osobnost. Pojmenováním identita můžeme vyjádřit, že člověk je sám sebou, nikoli někým jiným.[21] Šmahel již před více jak 20 lety v publikaci *Psychologie a internet (2003)* popsal několik fenoménů, které ovlivňují, jak lidé komunikují, vyjadřují a vyvíjí své identity v digitálním prostředí. Internet popsal jako prostředí bez zábran, svět svobodného projevu, ale také přetvářky. Ačkoliv Šmahelovo tvrzení již není aktuální a Facebook v době vydání publikace ještě ani neexistoval myslím si, že jeho názor o virtuální identitě je nadčasový.[22]

Nepřetržitý kulturní a technický vývoj má naši identitu tendenci neustále rekonstruovat. Novější publikace Susan Greenfieldové *Změna myšlení (2016)* se zabývá tématem virtuální identity, zejména tím, jak lidé přizpůsobují své online vystupování, aby utvořili co nejlepší obraz sebe sama. Studie potvrzují, že virtuální identita se liší od skutečného já. Možnost spravovat online identitu rovněž skrývá možnost ji idealizovat. Sociální sítě nám nabízejí propagovat sám sebe bez omezení realitou.[23]

---

[19] BLYSTONE, Dan. *Instagram: What It Is, Its History, and How the Popular App Works*. Online. Investopedia. 2024, July 9, 2024. Dostupné z: https://www.investopedia.com/articles/investing/102615/story-instagram-rise-1-photo0sharing-app.asp. [cit. 2025-02-15].

[20] FEJES-VÉKÁSSY, Lili; UJHELYI, Adrienn; FARAGÓ, Laura. From# RelationshipGoals to# Heartbreak–We use Instagram differently in various romantic relationship statuses. *Current Psychology*, 2020, 1-13.

[21] VÝROST, Jozef a SLAMĚNÍK, Ivan. *Sociální psychologie*. 2., přeprac. a rozšíř. vyd. Psyché. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-1428-8. s. 109-110.

[22] ŠMAHEL, David. *Psychologie a internet: děti dospělými, dospělí dětmi*. Psychologická setkávání. Praha: Triton, 2003. ISBN 80-7254-360-1. s. 22-34.

[23] GREENFIELD, Susan. *Změna myšlení: jak se mění naše mozky pod vlivem digitálních technologií*. V Brně: Bizbooks, 2016. ISBN 978-80-265-0450-4. s. 121-136.

Identita není pevně daná, ale dynamická a neustále se formuje prostřednictvím sociálních vztahů a technologických prostředků. Média mění vnímání identity, což vede k prolínání online a offline reality, interaktivnímu konstruování sebe sama a přizpůsobování se sociálním podmínkám. Konstruktivistický přístup vnímá identitu nikoliv jako stabilní a neměnnou, ale jako proces vázaný na konkrétní kontexty a historické souvislosti. Teorie sítí aktérů (ANT) rozšiřuje koncept identity o vliv ne-lidských faktorů, jako jsou technologie a infrastruktury, které hrají klíčovou roli v utváření sociálních vztahů a identity jednotlivců. Identita má tedy hybridní povahu – není pouze výsledkem individuálního rozhodnutí, ale je ovlivňována interakcemi mezi lidmi a technologiemi. Tento přístup ukazuje, že konstrukce identity v digitální éře je složitý proces, ve kterém se prolínají sociální a technologické faktory, což vede k neustálé transformaci sebe v kontextu moderní společnosti.[24]

1.3 Sebeprezentace

Prezentace sebe sama je způsob, kterým se snažíme ovlivnit to, co si o nás myslí ostatní lidé. Sebeprezentace má několik strategií, které mají za cíl posílit sebejistotu jedince. Jednou ze strategií je např. strategie zavděčení motivovaná potřebou náklonnosti ostatních.[25] Ve virtuálním prostředí se tato náklonost může projevovat pomocí lajků a komentářů. Je důležité si uvědomit fakt, že mnozí lidé se na sociálních sítích prezentují v jiném, lepším světle. Sociální sítě každému umožňují podat o sobě takový obraz, jaký chceme, aby ostatní viděli, aniž by znali reálnou situaci.[26] *„O druhých lidech se můžeme dozvědět vždy jen něco, vždy jen zprostředkovaně, v podstatě ne jinak než na základě jejich konkrétní výpovědi o sobě samém.“*[27]

Uživatelé často sdílí kde jsou nebo co dělají. Účastníci chtějí, aby jejich sledující věděli, že jsou šťastní, hezcí, na zajímavých místech atd. Podle většiny účastníků jsou obrázky na Instagramu navrženy tak, aby vyvolaly závist a zapojily diváky do fotografie. Instagram lze považovat jako

[24] MAIELLO, Giuseppe a ROUBAL, Ondřej. *Média a kultura: od primární orální kultury ke konstrukci kyber-prostorových identit v éře digitální komunikace*. EUpress. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2020. ISBN 978-80-7408-179-8. s. 98-101.
[25] VÝROST, Jozef a SLAMĚNÍK, Ivan. *Sociální psychologie*. 2., přeprac. a rozšíř. vyd. Psyché. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-1428-8. s. 102.
[26] SZABADOS, Filasová. *Srovnávání, zabiják vašeho sebevědomí: aneb Jak se srovnat sám se sebou*. Grada, 2017. ISBN 978-80-271-9096-6. Dostupné také z: https://www.bookport.cz/kniha/srovnavani-zabijak-vaseho-sebevedomi-4179/. s. 13-19.
[27] VÝROST, Jozef a SLAMĚNÍK, Ivan. *Sociální psychologie*. 2., přeprac. a rozšíř. vyd. Psyché. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-1428-8. s. 90.

„základnu pro propagaci sebe sama“, což jej v podstatě popisuje jako platformu pro sebeprezentaci.[28]

Přitažlivost sociálních sítí má své kořeny v biologickém pudu. Na sociálních sítích máme možnost odhalit sám sebe, mluvit o sobě, sdílet o sobě informace. Touha po osobním vyjádření je přirozená.[29] Tématem sebeprezentace v každodenním životě se zabývá Erving Goffman v publikaci *Všichni hrajeme divadlo (2018)*. Hlavní myšlenkou této publikace je, že hraní rolí při různých příležitostech je aktivitou každého z nás. Cílem představení je udělat určitý dojem na účastníky/obecenstvo.[30] Tuto myšlenku lze převézt i do virtuálního světa. V současné době máme díky sociálním sítím možnost se o někom něco dozvědět, aniž bychom ho předtím osobně potkali. V tomto případě lze sociální sítě považovat za jeviště, ve kterém má každý možnost se prezentovat před ostatními uživateli.

1.4 Srovnávání

Srovnávání, jak popisuje psycholožka a autorka knihy *Srovnávání, zabiják vašeho sebevědomí (2017)* Katarína Szabados, je často podvědomá reakce, děje se tedy, aniž bychom si toho byli vědomi a nemáme nad ní kontrolu. Jedná se o reakci na to, že někoho nebo něco vidím, líbí se mi to, obdivuji to a sám sebe zpochybňuji. V kultuře západní společnosti se srovnávání nejspíš nelze vyhnout, jelikož nás s ním seznamují v rodině či ve škole již v dětství, kdy nás například srovnávají s našimi sourozenci nebo spolužáky. Pochybnosti o nás samotných do naší mysli vstupují neustále, obzvlášť pokud vidíme někoho lepšího a úspěšnějšího.[31]

K nejčastějšímu srovnávání dochází na sociálních sítích, jelikož právě zde dochází k velmi snadnému zkreslování reality. Důvodem je, že uživatelé sociálních sítí zpravidla ukazují jen šťastné a dokonalé chvíle z jejich životů a reálný kontext, který nemusí být tak perfektní, zůstává schován. Je pochopitelné, že neštěstím se většina lidí prezentovat nechce, ale dochází tak u sledujících k fiktivní představě o realitě a následnému srovnávání.[32]

---

[28] ATAY, Ahmet a ASHLOCK, Mary Z. *Social media, technology, and new generations digital millennial generation and generation Z*. Verze. Lexington Books, 2022. ISBN ISBN 978-1-4985-5070-3

[29] GREENFIELD, Susan. *Změna myšlení: jak se mění naše mozky pod vlivem digitálních technologií*. V Brně: Bizbooks, 2016. ISBN 978-80-265-0450-4. s. 113.

[30] GOFFMAN, Erving. *Všichni hrajeme divadlo: sebeprezentace v každodenním životě*. Vydání druhé, upravené, v Portále první. Praha: Portál, 2018. ISBN 978-80-262-1342-0.

[31] SZABADOS FILASOVÁ, Katarína. *Srovnávání, zabiják vašeho sebevědomí, aneb, Jak se srovnat sám se sebou*. Online. Praha: Grada Publishing, 2017. ISBN 978-80-247-5795-7. Dostupné z: https://www.bookport.cz/kniha/srovnavani-zabijak-vaseho-sebevedomi-4179/. [cit. 2025-01-17]. s. 13-19.

[32] Tamtéž, s. 32-33.

Východiskem je v tomto případě si položit otázku, zda opravdu chci to, co mají druzí. Všichni máme velké sklony k opisování cizích snů, ale nedochází nám, že to, co někoho dělá šťastným neznamená, že přesně to bude dobré i pro nás. Důležitou podmínkou tohoto procesu je si uvědomit své možnosti a schopnosti. Pokud k sobě nebudeme upřímní dochází tak k obrannému mechanismu „kyselé hrozny“. Člověk si v momentě neúspěchu řekne, že o dosažení cíle vlastně stejně nestál. Abychom ve srovnávání předešli nepříjemným koncům musíme skutečně zhodnotit své zdroje, možnosti, schopnosti, potřeby, tužby atd.[33]

1.5 Sebehodnocení

Předpokladem k srovnávání je sebehodnocení. Člověk se srovnává a konfrontuje s nějakými standardy, nejčastěji s ideálním já. Ideální já je představa člověka o tom, jaký by chtěl být. V jiné podobě může ideální já být představa o tom, jaký bych měl být, jak a co bych měl dělat, jak bych měl reagovat, což bývá pod vlivem společenských norem a požadavků.[34] Ve skutečnosti žádné parametry neexistují, ale vytváříme si je ve své hlavě na základě toho, co vidíme převážně v médiích. Média nám neustále předhazují to, jak bychom měli vypadat, co bychom měli nosit, jaké dovednosti bychom měli ovládat apod.[35]

Výzkum psycholožek Lisy Legault a Anise Sago prokázal, že vnímání vlastního těla je silně ovlivněno vnějšími zprávami, ať už pocházejí z médií, sociálních sítí nebo bezprostředního okolí. Zatímco pozitivně formulované zprávy o přijetí vlastního těla vedly ke zvýšení sebeúcty a pocitu sebehodnoty, naopak sdělení zdůrazňující ideál štíhlosti nebo podmiňující štěstí absolutním sebepřijetím měly negativní dopad.[36]

1.6 Sebevědomí

Sebevědomí odráží postoj člověka k sobě samému, jeho prožitky, pocity a potřeby. Sociální psychologie zkoumá, jak různé faktory ovlivňují sebevědomí, a jakým způsobem se projevuje nejen u jednotlivce, ale i ve vztahu k ostatním lidem a širšímu okolí.[37] Sebevědomí je ovlivněno

---

[33] SZABADOS FILASOVÁ, Katarína. *Srovnávání, zabiják vašeho sebevědomí, aneb, Jak se srovnat sám se sebou*. Online. Praha: Grada Publishing, 2017. ISBN 978-80-247-5795-7. Dostupné z: https://www.bookport.cz/kniha/srovnavani-zabijak-vaseho-sebevedomi-4179/. [cit. 2025-01-17]. s. 40-43.

[34] VÝROST, Jozef a SLAMĚNÍK, Ivan. *Sociální psychologie*. 2., přeprac. a rozšíř. vyd. Psyché. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-1428-8. s. 95-99.

[35] SZABADOS, Filasová. *Srovnávání, zabiják vašeho sebevědomí: aneb Jak se srovnat sám se sebou*. Grada, 2017. ISBN 978-80-271-9096-6. Dostupné také z: https://www.bookport.cz/kniha/srovnavani-zabijak-vaseho-sebevedomi-4179/.

[36] LEGAULT, Lisa; SAGO, Anise. When body positivity falls flat: Divergent effects of body acceptance messages that support vs. undermine basic psychological needs. *Body Image*, 2022, 41: 225-238.

[37] VÝROST, Jozef a SLAMĚNÍK, Ivan. *Sociální psychologie*. Psychologie. Praha: ISV, 1997. ISBN 80-85866-20-X. Dostupné také z: http://krameriusndk.nkp.cz/search/handle/uuid:ff2da800-f07c-11e3-b72e-005056827e52. s. 181-200.

tím, jak sami sebe vnímáme, jaké na sebe klademe požadavky a jak sami sebe vyhodnocujeme. Čím větší požadavky na sebe bude člověk klást, tím nižší bude mít sebevědomí.[38]

Studie *From Doubt to Digital Presence: Insecurity and Self-Confidence on Intentions to Use Social Media in Students* zkoumá vliv nejistoty a sebedůvěry na záměr studentů používat sociální média. Nejistota často vede k nadměrnému srovnávání s ostatními, což může mít negativní dopad na psychickou pohodu a vnímání vlastního těla. Lidé s nízkým sebevědomím mají tendenci používat sociální média jako nástroj pro získání potvrzení své hodnoty a sociální přijetí. Naopak lidé s vyšší sebedůvěrou sociální média využívají k prezentaci svých úspěchů, což může přispět k dalšímu posílení jejich sebeobrazu. Výzkum rovněž naznačuje, že přehnané používání sociálních sítí může vést k úzkostem, nízkému sebevědomí a problémům se seberegulací.[39]

1.7 Virtuální intimita a sexualita

Sexuální aktivita na internetu byla zaznamenána již v druhé polovině 90. let 20. století. Začalo vycházet mnoho statí o vlivu internetu na intimní a partnerské vztahy. V roce 1998 proběhla první studie o vlivu sexuálního kontentu na internetu na partnerské vztahy a vyšlo z nich, že na respondenty nemají žádné dopady. Ačkoliv je dnes tento výzkum přes 25 let starý, již v té době A. Cooper přišel s tím, že internet může způsobit ztrátu kontroly nad sexuálním životem.[40]

S neustálým vývojem internetu, technologií a sociálních sítí dochází k proměnám sexuálních aktivit uživatelů. Jakákoliv sexuální aktivita v online prostředí se označuje termínem kybersex. Kybersex zahrnuje online nakupování erotických pomůcek, vyhledávání online sexuálních služeb, sledování pornografie dostupné na internetu atd. Jednou z mnoha těchto aktivit je například sexting, při kterém dochází k uspokojování uživatelů skrze posílání textových a vizuálních zpráv. Sexting je způsob, jakým se uživatelé uspokojují virtuálně.[41]

Philip Zimbardo ve své knize *Odpojený muž: Jak technologie připravuje muže o mužství a co s tím,* řeší otázku, zda sociální potřeby člověka, jako lásku, sounáležitost, potřebu uznání a sebeúctu lze uspokojit virtuálními náhražkami. Odpovědí je ano i ne. Některých potřeb, jako

[38] SZABADOS, Filasová. *Srovnávání, zabiják vašeho sebevědomí: aneb Jak se srovnat sám se sebou*. Grada, 2017. ISBN 978-80-271-9096-6. Dostupné také z: https://www.bookport.cz/kniha/srovnavani-zabijak-vaseho-sebevedomi-4179/. s. 78-79.
[39] SAIDAH, Lisa Nur; HARIYADI, Sigit. From Doubt to Digital Presence: Insecurity and Self-Confidence on Intentions to Use Social Media in Students. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 2023, 15.4: 6525-6533.
[40] BLINKA, Lukáš. *Online závislosti: jednání jako droga? : online hry, sex a sociální sítě : diagnostika závislosti na internetu : prevence a léčba*. Psyché. Praha: Grada, 2015. ISBN 978-80-210-7975-5. s. 131.
[41] Tamtéž, s. 132.

uznání, v digitálním světě jedinec může dosáhnout, ale například lásky bez sociálních interakcí v reálném světě není zcela možné dosáhnout. Lze tedy tvrdit, že jedinec si sexuálními aktivitami v digitálním prostoru není schopen dostatečně uspokojit své sociální potřeby. Internet však nabízí tzv. virtuální harém, ve kterém má každý možnost na nejrůznějších seznamovacích platformách navázat spojení s potencionálním partnerem.[42]

Díky možnosti se seznamovat a navazovat intimní vztahy v online prostoru se snadněji seznamují jedinci z menšinových sexuálních skupin. Studie naznačují, že internet rozšiřuje hranice mezi virtuálním a reálným sexuálním chováním. Zajímavý je Model ACE (anonymita, pohodlí, únik), který více popíšu v následující kapitole o online nevěře.[43]

1.7.1 OnlyFans

OnlyFans je online platforma založená v roce 2016 společností Fenix International Ltd. Původně sloužila jako prostor pro tvůrce obsahu z různých oblastí, jako je fitness, vaření nebo sport, kde mohli sdílet exkluzivní materiál se svými fanoušky na základě předplatného. Postupem času však získala reputaci především jako platforma pro sdílení erotického obsahu.

OnlyFans umožňuje uživatelům nejen předplácet si obsah tvůrců, ale také si objednávat specifický obsah na přání. Tvůrci zde sdílejí fotografie, videa, blogové příspěvky nebo erotické příběhy a mohou se svými fanoušky přímo komunikovat prostřednictvím chatů. Demograficky jsou mezi uživateli nejčastěji zastoupeni muži (63 %) a běloši (68,9 %). Většina uživatelů se identifikuje jako heterosexuálové (59 %) nebo bisexuálové či pansexuálové (37,8 %).[44]

OnlyFans a jiné platformy s erotickým obsahem mohou mít pro uživatele různé důsledky. Mezi výhody sledování může patřit zvýšené sebevědomí a možnost naplnění nejrůznějších sexuálních fantazií. Naopak nevýhodou může být oslabení sociálních dovedností a obtíže při navazování mezilidských vztahů v reálném životě, jak popisuje Philip Zimbardo.[45]

---

[42] ZIMBARDO, Philip G. a COULOMBE, Nikita D. *Odpojený muž: jak technologie připravuje muže o mužství a co s tím*. Praha: Grada publishing, 2017. ISBN 978-80-247-5797-1. s. 79-88.
[43] BLINKA, Lukáš. *Online závislosti: jednání jako droga? : online hry, sex a sociální sítě : diagnostika závislosti na internetu : prevence a léčba*. Psyché. Praha: Grada, 2015. ISBN 978-80-210-7975-5. s. 133.
[44] LITAM, Stacey Diane Arañez; SPECIALE, Megan; BALKIN, Richard S. Sexual attitudes and characteristics of OnlyFans users. *Archives of sexual behavior*, 2022, 51.6: 3093-3103.
[45] ZIMBARDO, Philip G. a COULOMBE, Nikita D. *Odpojený muž: jak technologie připravuje muže o mužství a co s tím*. Praha: Grada publishing, 2017. ISBN 978-80-247-5797-1. s. 37-39.

2 Partnerské vztahy v mladé dospělosti

V české společnosti se životní a partnerské dráhy v socialistické a postsocialistické společnosti dramaticky měnily. Socialistická společnost byla velmi standardizovaná – většina české populace vstupovala do manželství a měla děti. Průměrný věk při prvním sňatku a narození prvního dítěte byl nízký (21-24 let). Po pádu socialismu však došlo k dramatickému poklesu sňatečnosti a porodnosti. Manželství ztratilo svou monopolní roli jako jediná partnerská forma. Mezi důvody těchto změn patří nejistota na trhu práce, nové příležitosti, cestování atd. Vychází z toho tedy, že modely partnerského života se mění v reakci na měnící se sociální a ekonomické podmínky.[46] V dnešním globalizovaném světě mohou být online vztahy velmi kulturně rozmanité a jevit se tak více zajímavými a nevšedními.[47]

2.1 Komponenty partnerského vztahu pod vlivem sociálních sítí

2.1.1 Láska

Láska byla a je nejčastějším tématem umělců, avšak pro vědecké zkoumání byla z etických hledisek dlouholeté tabu. Jedná se o velmi složitý citový stav, který ani dnes nelze zcela jednoznačně popsat. Výrost a Slaměník v publikaci *Sociální psychologie (2008)* zmiňují definici, že láska je specifickým druhem interpersonálního vztahu založeném na citové vazbě. E. Fromm stanovil lásku do několika podob např. láska k rodičům, sebeláska, láska k partnerovi, láska k práci atd.[48] Já se v této práci zabývám partnerskou láskou, která je specifická sexuální touhou. R. J. Stenberg vypracoval trojúhelníkovou teorii lásky, ve které má podle něho láska tři komponenty: intimitu, vášeň a rozhodnutí/závazek. Tyto tři komponenty jsou pro lásku důležité.[49]

Francouzský filosof Emmanuel Levinas zastával názor, že lásku udržuje při životě nemožnost se naplno poznat, což je v dnešním digitálním světě téměř nemožné, jelikož máme možnost se kdykoliv kontaktovat a komunikovat. Většina uživatelů sociálních sítí se veřejně prezentuje

[46] HASMANOVÁ MARHÁNKOVÁ, Jaroslava; KREIDL, Martin a HUBATKOVÁ, Barbora. *Proměny partnerství: životní dráhy a partnerství v české společnosti*. Studie., sv. 88. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2012. ISBN 978-80-7419-142-8. s. 13-15.
[47] ŠMAHAJ, Jan; KOLAŘÍK, Marek a GLASER, Ondřej. *Závislostní chování na internetu: proměny chování generací v digitální éře = Addictive behaviour on the Internet : general behavioural changes in the digital age*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2022. ISBN 978-80-244-6287-5. s. 61.
[48] VÝROST, Jozef a SLAMĚNÍK, Ivan. *Sociální psychologie*. 2., přeprac. a rozšíř. vyd. Psyché. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-1428-8. s. 256-257.
[49] Tamtéž, s. 258-259.

a sdílí o sobě soukromé informace. Podle E. Levinase je pro lásku prospěšné zaujmout postoj, kdy nechceme neustále vědět, co dělá naše milovaná osoba.[50]

Na začátku 19. století se začala uzavírat sňatková ujednání na základě vzájemné lásky partnerů, nikoliv jako dohody o materiálních záležitostech společnosti. Ideálem se tak stala romantická láska, která je vodítkem a nezbytným základem vztahu. Avšak kvůli tomu se vztahy staly křehčí, intenzivnější a méně stabilní.[51]

2.1.2 Nevěra

Při zkoumání negativních dopadů sociálních sítí na partnerské vztahy se došlo k závěrům, že používání Facebooku může způsobit nevěru a rozpad vztahu. Nadměrné používá Facebooku obou partnerů znamenalo zvýšení celkové nespokojenosti ve vztahu, avšak pouze u vztahů trvající méně než tři roky. Ke stejným závěrům došlo při zkoumání další sociální sítě Instagram. *„Lidé často přikládají stejný význam nevěře v online i offline prostředí, jelikož zažívají srovnatelné emoce.“*[52] Uživatel sociálních sítí se může cítit, že je za svým mobilním zařízením tzv. schován, což může mít za následek snadnější podvádění a lhaní. V jiném případě se může jednat o otevřenější a upřímnější projev, díky kterému vzniká intimita a blízkost v online vztazích.[53]

Online nevěra je představována jako specifický fenomén digitální doby, která může mít podobné dopady na partnerské vztahy jako tradiční fyzická nevěra. Online nevěra se stala kombinací emocionální a sexuální nevěry, tudíž se téměř neliší od klasické nevěry. Online nevěru lze také rozdělit na konstruktivní a destruktivní, jak popisuje Douchová. Za konstruktivní nevěru se považuje sexuální uspokojování partnera v online prostoru s někým jiným. Destruktivní nevěra se spojuje s intenzivními emocemi a pocity zamilovanosti.[54]

Jedním z hlavních přístupů k pochopení online nevěry je Model ACE, který se skládá ze tří klíčových faktorů. Prvním z nich je anonymita, která umožňuje lidem skrývat svou identitu, čímž se zvyšuje pocit bezpečí a svobody v online prostředí. Díky této anonymitě mají lidé

---

[50] DE WACHTER, Dirk. *Hraniční doba: konec normálních časů?* Praha: Portál, 2023. ISBN 978-80-262-2095-4. s. 119-120.
[51] Tamtéž, s. 61-62.
[52] ŠMAHAJ, Jan; KOLAŘÍK, Marek a GLASER, Ondřej. *Závislostní chování na internetu: proměny chování generací v digitální éře = Addictive behaviour on the Internet : general behavioural changes in the digital age*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2022. ISBN 978-80-244-6287-5. s. 60.
[53] ŠMAHAJ, Jan; KOLAŘÍK, Marek a GLASER, Ondřej. *Závislostní chování na internetu: proměny chování generací v digitální éře = Addictive behaviour on the Internet : general behavioural changes in the digital age*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2022. ISBN 978-80-244-6287-5. s. 58-61.
[54] Tamtéž, s. 62-63.

tendenci sdílet více osobních informací, což může vést k emocionálnímu propojení a následné nevěře. Druhým faktorem je pohodlí, tedy snadná dostupnost online komunikace, která usnadňuje navazování kontaktů a interakcí bez nutnosti fyzického setkání. To vede k tomu, že si lidé mohou budovat emocionální vazby i mimo svůj primární vztah. Třetím faktorem je možnost úniku, kdy online prostředí poskytuje únik od reality a každodenních problémů. Lidé zde mohou hledat emocionální podporu, vzrušení nebo nový začátek, což může být motivací k navázání virtuální aféry. Moderní technologie celkově mění dynamiku partnerských vztahů a online nevěra se stává stále častějším problémem v digitální době.[55]

2.1.3 Žárlivost

Pocity žárlivosti mohou sociální sítě snadno vyvolat, jelikož máme možnost monitorovat aktivity a interakce partnera s jinými lidmi. Díky nim máme možnost sledovat, zda je partner online a pokud ano, tak s kým si píše, když ne zrovna s námi. Sociální sítě umožňují vyhledat minulost partnera a objevit o něm informace podněcující žárlivost. K žárlivosti může také dojít, jestliže partner tráví na sociálních sítích mnoho času.[56]

Publikace *The heart and its attitudes* zkoumá rozdíl mezi hněvem, žárlivostí a závistí a jejich vztahem k osobním emocím a morálním postojům. Žárlivost je reakcí na vnímanou hrozbu ztráty, zejména v romantických vztazích, a často vyvolává hněv – ať už vůči osobě, která ohrožuje vztah, nebo vůči partnerovi, pokud je podezříván z povzbuzování této hrozby.

Hněv sám o sobě může mít různé podoby – od přirozené obranné reakce až po hlubší morální rozhořčení. V osobních vztazích funguje jako „strážce srdce“, chrání důležité citové vazby a často se objevuje tam, kde jsou silné emoční propojení.

Autor knihy S. Darwall zdůrazňuje, že zatímco výčitky a vina jsou součástí vzájemného respektu mezi lidmi, osobní hněv je často spojen s upřímnými vztahy. Přestože není sám o sobě projevem lásky, může být její součástí tím, že chrání důležité mezilidské vazby. Klíčovým sdělením je tedy to, že hněv, žárlivost a závist mají odlišné funkce – zatímco závist je pasivní touha po něčem, co má druhý, žárlivost často vede k hněvu, který chrání osobní vztahy.[57]

---

[55] ŠMAHAJ, Jan; KOLAŘÍK, Marek a GLASER, Ondřej. *Závislostní chování na internetu: proměny chování generací v digitální éře = Addictive behaviour on the Internet : general behavioural changes in the digital age*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2022. ISBN 978-80-244-6287-5. s. 63-65

[56] Tamtéž, s. 59.

[57] DARWALL, Stephen L. *The heart and its attitudes*. Oxford, United Kingdom: Oxford University Press, 2024. ISBN 978-0-19-887956-5. s. 61-63.

2.1.4 Komunikace

„Komunikace je specifickou formou spojení mezi lidmi, a to prostřednictvím předávání a přijímání významů.“[58] Robert F. Murphy ve své knize *Úvod do kulturní a sociální antropologie (2004)* přikládá jazyku ve světě kultury podstatný význam. Pomocí jazyka předáváme znalosti, zkušenosti, hodnoty a další poznatky mezi sebou a dalším generacím. Zároveň využíváním tohoto systému tvoříme část své sociální identity.[59] Jazyk je součástí všech kultur, díky němuž jsou lidé schopni komunikace, a to nejen v reálném, ale také virtuálním světě.

Komunikace v online světě se zařadila do běžných každodenních aktivit v partnerském vztahu. Každodenní interakce na sociálních sítích mezi partnery vytvořily určité normy a pravidla. Výhodou komunikace online je možnost udržování vztahu na dálku, avšak i partneři žijící v blízkosti se neustále kontaktují. Sociální sítě mají za následek proměnu interakcí v partnerských vztazích. Sociální sítě páry ochuzují o pomalé a hlubší poznávání, jelikož nám dávají možnost si velmi rychle a příliš brzy vyhledat informace o tom druhém. Problematické je, že informace na sociálních sítích nám mohou vytvořit negativní a zavádějící úsudky o partnerovi dříve, než ho poznáme osobně.[60]

V současné době žijeme ve vizuální kultuře, ve které je čím dál větší absence slov. Identita dnes souvisí s obrazem, nikoliv se slovem, jak uvádí v publikaci *Hraniční doba – Konec normálních časů? (2023)* belgický psychiatr Dirk De Wachter. Vlivem sociálních sítí jazyk chudne a komunikace se stává transparentní. Spisovný jazyk je ohrožen slangem, zkratkami a emotikony. Bohatství jazyka k vyjádření emocí a pocitů se vytrácí, jelikož slova jednoduše nahradí jediná fotografie či obrázek. Emmanuel Levinas tvrdí, že výměna krátkých SMS zpráv, ve kterých si lidé sdělují soukromé malichernosti, za dlouhé milostné dopisy, na které si příjemce musel počkat, nemají dobrý vliv na lásku jako takovou. Nová média ovlivnila členy Generace Z, aby povýšili interakci s chytrými telefony nad komunikaci tváří v tvář.[61]

---

[58] VÝROST, Jozef a SLAMĚNÍK, Ivan. *Sociální psychologie*. 2., přeprac. a rozšíř. vyd. Psyché. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-1428-8. s. 217.
[59] MURPHY, Robert Francis. *Úvod do kulturní a sociální antropologie*. 2. vyd. Studijní texty. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2004. ISBN 80-86429-25-3. s. 38.
[60] ŠMAHAJ, Jan; KOLAŘÍK, Marek a GLASER, Ondřej. *Závislostní chování na internetu: proměny chování generací v digitální éře = Addictive behaviour on the Internet : general behavioural changes in the digital age*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2022. ISBN 978-80-244-6287-5. s. 57-59.
[61] DE WACHTER, Dirk. *Hraniční doba: konec normálních časů?* Praha: Portál, 2023. ISBN 978-80-262-2095-4. s.116-119.

2.1.5 Intimita a sexualita

Sexualita je biologická, ale je také velmi ovlivňována sociálními a kulturními normami. Sexualita je součástí společenského řádu. Každá kultura má normy v sexualitě nastavené odlišně. Partnerství bez sexuality není v euroamerické společnosti považováno za normální. Stále dostupnější pornografie a erotický kontent na internetu má dopady jak na společnost, tak na partnerské vztahy. Dopady mohou být negativní, ale i pozitivní. Pornografie může obohatit sexuální komunikaci, inspirovat a naplnit nejrůznější touhy. Avšak může být i důsledkem frustrace a neochoty sexuální žít. Tzv. fastfoodový sex, jak popisuje Herzogová v knize *Sexualita a sexuální identita (2016),* směřuje k pouhé technice uspokojení podle vzoru pornografického ztvárnění sexu, a ne k romantickému naplnění lásky.[62]

V současné době sex hraje mnohem výraznější roli v partnerských vztazích než dříve. Dříve (ve 20. století) byl sex chápán pouze jako prostředek pro narození dítěte dvou manželů. V moderní společnosti bývá podmínkou k sexuálním aktivitám romantická láska, avšak lidé sex provozují i bez lásky a bez vztahu. Typy sexuálního jednání vycházejí z tzv. sexuálních scénářů, které vytváří společnost a kultura. Sexuální scénáře dané kultury určují, kdy, kde a proč by lidé měli dělat sex. Lze tedy konstatovat, že sexuální chování vychází z možných kulturních způsobů vyjádření biologického základu sexu.[63] Sexuální scénář je jakýsi návod k sexuálním aktivitám, který lze čerpat právě i z různých online platforem. Na internetu se však setkáváme pouze se sexuálními ideály nikoli s realitou.

Studie *Digital Intimacy: How Technology Shapes Friendships and Romantic Relationships* zkoumá, jak digitální technologie ovlivňují přátelské a romantické vztahy. Výzkum ukázal, že digitální intimita usnadňuje navazování a udržování vztahů prostřednictvím sociálních sítí a online platforem, ale zároveň přináší výzvy v oblasti soukromí, bezpečnosti a emocionálního odcizení. Lidé využívají digitální komunikaci ke sdílení emocí, podpory na dálku a překonání fyzických bariér, avšak musí se také vypořádat s problémy, jako je neporozumění v online komunikaci či nutnost balancovat mezi digitálním a reálným světem.[64]

---

[62] FAFEJTA, Martin. *Sexualita a sexuální identita: sociální povaha přirozenosti*. Praha: Portál, 2016. ISBN 978-80-262-1030-6.
[63] KATRŇÁK, Tomáš. *Na prahu dospělosti: partnerství, sex a životní představy mladých v současné české společnosti*. Bod. Praha: Dokořán, 2011. ISBN 978-80-7363-352-3.
[64] PARSAKIA, Kamdin, et al. Digital intimacy: How technology shapes friendships and romantic relationships. *AI and Tech in Behavioral and Social Sciences*, 2023, 1.1: 27-34.

2.2 Genderové role

Sociální a kulturní antropologie má na lidskou přirozenost dva různé pohledy. Jeden z pohledů nahlíží na pohlaví jako na nezpochybnitelnou a geneticky naprogramovanou přirozenost, zatímco druhý pohled tvrdí, že rysy chování obou pohlaví jsou zcela naučené a pod vlivem společenských norem a požadavků. Z biologického hlediska je zřejmé, že existují hluboké rozdíly v pohlavních rolích. Co se týče kulturního hlediska, ve většině společnostech mají dominantní úlohu muži.[65] Dovoluji si tvrdit, že v 21. století v západních společnostech mají ženy a muži stejnou důležitost, ačkoliv nevyvracím, že neustále je u obou genderů přítomná určitá stereotypizace, která je může v různých životních událostech znevýhodňovat.

Genderová identita vychází z vnímání vlastního pohlaví. Na jejím základě člověk přijímá společenské a kulturní normy spojené s jeho biologickým pohlavím a přizpůsobuje se očekávané genderové roli.[66]

V publikaci *Hraniční doba – Konec normálních časů? (2023)* je popisován fakt, že v současné době je s rostoucí svobodou pro člověka stále obtížnější vytvářet si vlastní identitu, protože už se nemůže opřít ani o svůj genetický kód. Zatímco dříve bylo pohlaví hlavním faktorem určujícím identitu, dnes v 21. století už nehraje tak zásadní roli ani ve vztahu k sexuální orientaci. Euroamerická společnost akceptuje různé varianty identity, a tak vedle heterosexuálů a homosexuálů existují i jiné různé varianty genderů.[67] Já se ve své výzkumné části však držím tradičního genderu muž a žena.

[65] MURPHY, Robert Francis a ČERVINKOVÁ, Hana. *Úvod do kulturní a sociální antropologie*. 2. vyd. Studijní texty, sv. 15. Praha: Sociologické nakladatelství, 2004. ISBN 80-86429-25-3. s. 66-72.
[66] FAFEJTA, Martin. *Sexualita a sexuální identita: sociální povaha přirozenosti*. Praha: Portál, 2016. ISBN 978-80-262-1030-6. s. 11.
[67] DE WACHTER, Dirk. *Hraniční doba: konec normálních časů?* Praha: Portál, 2023. ISBN 978-80-262-2095-4. s. 111.

3 Generace Z

3.1 Vymezení

Vymezení generace lze chápat jako skupinu společnosti, která se narodila v určitém časové rozmezí a vymezují ji významné události či společenské podmínky. Strauss a Howea byli zastánci teorie opakujícího se generačního cyklu. Teorie popisuje, že každá generace se vyznačuje specifickými vzorci chování a jsou spjaty s geografickým a kulturním prostorem, přičemž po přibližně 80 letech dochází k tzv. generačnímu otočení. Před tímto otočením neboli obratem následuje změna společenského řádu. Kritikové této teorie, však spíše zohledňují jiné populační aspekty např. rasu, vzdělání, kulturní, ekonomické podmínky apod.[68]

Učenci v generačních studiích označují začátek generace Z odlišně. Zatímco někteří vědci tvrdí, že počátečním rokem generace Z je rok 2000, jiní tvrdí, že každý, kdo se narodil po roce 1997, by byl popsán jako příslušník generace Z. Generační posun mezi mileniály a generací Z se liší zdroj od zdroje. Demografové a výzkumníci obvykle umísťují generaci Z mezi polovinu 90. let 20. století do počátku 21. století a končící roky narození v rozmezí od konce 21. století do počátku 2010.[69] Pro účely této kapitoly a pro práci s jasnějším rozlišením mezi oběma generacemi budu vycházet z klasifikace, že každý narozený mezi lety 1981-1996 je mileniál a každý narozený mezi lety 1997-2010 je příslušníkem generace Z. Avšak ročníky, které se považují za konec jedné a začátek druhé generace, by neměli být považovány za jednoznačné hranice.[70]

Generace Z, jinak „digitální domorodci“, je pojmenování, které poprvé vytvořil Prensky v roce 2001. Má označovat ty, kteří jsou od narození vystaveni internetu, sociálním sítím a mobilním zařízením.[71] Na rozdíl od mileniálů mají příslušníci generace Z od narození chytrý telefon a jsou zvyklí se orientovat ve více zařízeních. Své znalosti čerpají z internetu, na rozdíl od příslušníků předchozích generací, kteří získávali informace z encyklopedií.[72]

---

[68] ŠMAHAJ, Jan; KOLAŘÍK, Marek a GLASER, Ondřej. *Závislostní chování na internetu: proměny chování generací v digitální éře = Addictive behaviour on the Internet : general behavioural changes in the digital age*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2022. ISBN 978-80-244-6287-5. s. 10-12.

[69] ATAY, Ahmet a ASHLOCK, Mary Z. *Social media, technology, and new generations digital millennial generation and generation Z*. Verze. Lexington Books, 2022. ISBN ISBN 978-1-4985-5070-3. s. 2.

[70] ŠMAHAJ, Jan; KOLAŘÍK, Marek a GLASER, Ondřej. *Závislostní chování na internetu: proměny chování generací v digitální éře = Addictive behaviour on the Internet : general behavioural changes in the digital age*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2022. ISBN 978-80-244-6287-5. s. 19-20.

[71] Tamtéž, s. 21.

[72] ATAY, Ahmet a ASHLOCK, Mary Z. *Social media, technology, and new generations digital millennial generation and generation Z*. Verze. Lexington Books, 2022. ISBN ISBN 978-1-4985-5070-3. s. 5.

3.2 Na sociálních sítích

Bez ohledu na generaci, ke které patříme, jsme obklopeni novými mediálními technologiemi a jsme pevně zakořeněni v digitální kultuře. Já osobně jsem členem generace Z, což je generace vyrůstající na digitálních technologiích. Autoři v publikaci: *Social media, technology, and new generations digital millennial generation and generation Z* společně tvrdí, že mileniálové a generace Z jsou velmi propojeni a žijí ve vysoce digitalizované kultuře.[73]

Mileniálové během internetové exploze dospěli a vyrostli s počítači a mediálními technologiemi. Příslušníci generace Z se však do digitální kultury již narodili a vyrostli s internetem, chytrými telefony, aplikacemi sociálních médií, online hrami a dalšími platformami. Na generaci Z je jedinečné to, že tyto technologie byly vždy součástí jejich životů. Tyto technologie tedy v mnoha ohledech ovlivnily jejich vzdělávání, socializaci a rozvoj. Generace Z se od předchozích generací liší, ale v mnoha ohledech je podobná generaci mileniálů, která ji předchází. Ačkoliv jsou zkušenosti těchto dvou generací se sociálními médii podobné, jsou však rozdíly v tom, jak média konzumují, jaké platformy navštěvují a co na nich dělají.[74]

Generace Z je rasově a etnicky rozmanitější než kterákoli předchozí generace. Jak jsem již zmiňovala, členové této generace jsou také často nazýváni jako digitální domorodci, kteří si svět před chytrými telefony téměř nebo vůbec nepamatují.[75] Digitální domorodci na digitálních technologiích vyrostli. Málokdy vidí rozdíl mezi analogovým a digitálním – jejich realita kombinuje obojí. Mileniálové, na rozdíl od generace Z, využívají internet hlavně k hledání informací a ke komunikaci. Generace Z je více zaměřena na zábavný obsah na sociálních sítích. Příslušníci generace Z sociálními sítěmi vyplňují svůj volný čas více než členové starších generací.[76]

[73] ATAY, Ahmet a ASHLOCK, Mary Z. *Social media, technology, and new generations digital millennial generation and generation Z*. Verze. Lexington Books, 2022. ISBN ISBN 978-1-4985-5070-3
[74] Tamtéž, s. 61-63.
[75] Tamtéž, s. 63-66.
[76] ROLLENHAGEN, Sven. *Scroll Zombies: How Social Media Addiction Controls our Lives*. Saga Egmont, 2022. ISBN 9990003843340.

4 Rešerše provedených výzkumů

V posledních letech bylo provedeno několik významných studií zaměřených na chování uživatelů v online prostředí. Studie, kterou vedli Brooke Auxier a Monica Anderson z *Pew Research Center (2021)*, analyzovala trendy v používání sociálních médií mezi Američany. Výzkum probíhal prostřednictvím telefonických rozhovorů s 1 502 dospělými respondenty a odhalil, že YouTube a Facebook zůstávají nejpoužívanějšími platformami, přičemž YouTube zaznamenal nárůst uživatelů z 73 % v roce 2019 na 81 % v roce 2021. Generační rozdíly v užívání sociálních sítí byly výrazné – mladí dospělí ve věku 18–29 let preferovali Instagram, Snapchat a TikTok, zatímco starší generace (30+) dávala přednost Facebooku a YouTube. Facebook zůstává dominantní platformou s vysokou denní aktivitou, ale již nevykazuje výrazný růst. Studie také identifikovala významné demografické rozdíly – například Instagram byl populárnější mezi Hispánci a Afroameričany. Celkově výzkum ukázal, že navzdory rostoucím obavám o negativní dopady sociálních médií jejich používání v USA zůstává stabilní a některé platformy, jako YouTube, stále expandují.[77]

Další studie, publikovaná Saleemem Alhabashem a jeho týmem v SAGE Open (2024), se zaměřila na motivace a problematické využívání sociálních médií, konkrétně Facebooku, Instagramu, Twitteru a TikToku. Výzkum probíhal mezi 685 vysokoškolskými studenty a ukázal, že Instagram je mezi mladými dospělými nejpoužívanější platformou, protože podporuje sebevyjádření, sociální interakci a kreativitu. TikTok byl vyhodnocen jako platforma poskytující únik od reality, což však může vést k vyšší míře závislosti. Naopak Facebook a Twitter byly méně intenzivně využívány a sloužily především k získávání informací a diskuzím. Studie také ukázala, že důvěra v ochranu soukromí ovlivňuje ochotu uživatelů pokračovat v používání dané platformy – zatímco Instagram a Facebook mají vyšší důvěru, TikTok byl hodnocen nejhůře. Dále bylo zjištěno, že nejčastější motivací k užívání sociálních sítí je zábava a potřeba úniku od reality, což jsou zároveň faktory spojené s problematickým využíváním těchto platforem.[78]

Studie, Allison Kostiw, se soustředila na dopad sociálních sítí a sledovacích aplikací na důvěru a spokojenost v partnerských vztazích. Výzkum mezi vysokoškolskými studenty ukázal, že čím více partneři vnímali negativní vliv těchto platforem na důvěru, tím nižší byla jejich celková

[77] *Social media use in 2021*. Online. Pew Research Center. 2021. Dostupné také z: https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/.
[78] ALHABASH, Saleem, et al. So similar, yet so different: How motivations to use Facebook, Instagram, Twitter, and TikTok predict problematic use and use continuance intentions. *Sage Open*, 2024, 14.2: 21582440241255426.

spokojenost ve vztahu. Sledovací aplikace, které umožňují zjistit polohu partnera, byly často spojeny s větší potřebou kontroly a podezíravostí, což vedlo k napětí ve vztahu. Výsledky také ukázaly, že fenomén digitální žárlivosti a kyberstalkingu je běžný, kdy někteří jedinci pravidelně sledují online aktivity svého partnera, což zvyšuje nejistotu a může vést ke konfliktům. Studie zdůraznila důležitost otevřené komunikace a jasně stanovených hranic v používání sociálních médií a sledovacích aplikací, aby se předešlo problémům a posílila důvěra mezi partnery.[79]

Celkově tyto studie potvrzují, že digitální prostředí a online obsah mají významný vliv na lidské chování, sociální interakce a psychickou pohodu. Sociální média jsou běžnou součástí každodenního života, přičemž různé platformy slouží odlišným účelům a ovlivňují uživatele na základě jejich individuálních potřeb a demografických faktorů. Sledovací aplikace a digitální žárlivost mohou přispět k napětí v partnerských vztazích, pokud nejsou používány s mírou a vzájemnou dohodou.

[79] KOSTIW, Allison. Social Media and Tracking Apps' Impact on Trust and Satisfaction Between Romantic Partners. 2024.

Praktická část

Dostáváme se ke stěžejní části mé bakalářské práce, která praktickým způsobem zkoumá vlivy sociálních sítí na důvěru a intimitu v partnerských vztazích u generace Z. Nejdříve představím metodu šetření, výzkumný cíl a výzkumné otázky. Dále charakterizuji výzkumný vzorek a sběr dat. V závěru práce analyzuji data a shrnu výsledky šetření.

5 Metodologie výzkumu

5.1 Popis výzkumných metod sběru dat

V praktické části mé bakalářské práce jsem provedla kombinaci dvou výzkumných metod kvalitativní i kvantitativní. Jedná se o smíšený výzkum, díky kterému lze neutralizovat či dokonce překonat omezení a slabá místa jednotlivých metod. Smíšený výzkum má několik strategií. Já jsem ve své práci využila strategii současného (concurrent) smíšeného výzkumu, při kterém výzkumník současně využívá data z kvalitativního a kvantitativního šetření.[80] Kvalitativní výzkumnou metodu jsem zpracovala v mluvené formě prostřednictvím polostrukturovaných rozhovorů. Kvantitativní výzkumné šetření bylo provedeno v elektronické písemné podobě formou dotazníku. Ve výzkumu se soustředím na zkušenosti konkrétních jednotlivců, což představuje mnohočetnou případovou studii. Analyzování jednotlivých případů, tedy respondentů, nám umožňuje detailně sledovat, popisovat a vysvětlovat jejich komplexnost.

5.2 Výzkumný problém, cíl výzkumu

Hlavním cílem výzkumné práce je zjistit, zda sociální sítě ovlivňují důvěru a intimitu v partnerských vztazích u generace Z. Zaměřila jsem se na to, zda nedůvěra a žárlivost v partnerském vztahu je zapříčiněna nízkým sebevědomím jedince, způsobené srovnáváním se s ostatními uživateli na sociálních sítí. Důraz kladu také na konkrétní aktivity partnera/partnerky na sociálních sítích, které mohou být pro důvěru a intimitu v partnerském vztahu problematické.

[80] EGER, Ludvík a EGEROVÁ, Dana. *Metodologie výzkumu*. 3. přepracované a rozšířené vydání. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2022. ISBN 978-80-261-1108-5. s. 42.

5.3 Výzkumné otázky

VO1: Jaký vliv mají sociální sítě na důvěru v partnerském vztahu?

VO2: Ovlivňuje aktivita partnera/partnerky na sociálních sítích intimitu v partnerském vztahu?

VO3: Má obsah na sociálních sítích vliv na sebevědomí jedince v partnerském vztahu?

VO4: Mají sociální sítě vliv na to, jak se partner/partnerka cítí v partnerském vztahu?

5.4 Výběr výzkumného souboru

U kvalitativního výzkumného šetření se jednalo o účelový výběr respondentů. Vybírala jsem tedy respondenty podle požadovaných charakteristik. Mezi hlavní charakteristiky respondenta patří, věkové rozmezí 18-26 let, zda je zadaný (nezáleží v jak dlouhém vztahu) a zda je uživatelem alespoň jedné sociální sítě (Facebook, Instagram atd.). Jelikož lze některé z otázek považovat za citlivé, či osobní, byli respondenti pro kvalitativní výzkumné šetření vybíráni na základě předešlé známosti. Díky vzájemné důvěře byla zachována autenticita a pravdivost výpovědí. Respondenti pro kvantitativní šetření byli vybíráni nahodilým způsobem. Dotazník byl rozesílán respondentům v elektronické podobě.

Ačkoliv si uvědomuji přítomnost různých sexuálních orientací a variant genderů v partnerských vztazích, ve svém výzkumném šetření jsem se držela tradičních genderů muž a žena. Spodní věková hranice byla 18 let a horní věková hranice 26 let. Jednalo se jak o studující, tak o pracující rodilé etnické Čechy, kteří jsou aktivními uživateli sociálních sítí. Výzkumné soubory konkrétněji popíši u jednotlivých výzkumných šetřeních.

5.5 Etické aspekty

Jelikož téma důvěra v partnerském vztahu bylo pro některé z respondentů choulostivé a osobní, rozhodla jsem se po vzájemné domluvě neuvádět jejich pravá jména. Odpovídám za diskrétnost a anonymitu vůči respondentům. Výpovědi všech respondentů jsou tedy u obou výzkumných šetření zcela anonymizovány a chráněny před zneužitím. Respondenti kvalitativního výzkumného šetření mi před konáním samotného rozhovoru poskytli ústní souhlas k pořízení nahrávky na záznamník pod podmínkou, že zvukový záznam po obhájení bakalářské práce vymažu.[81]

[81] EGER, Ludvík a EGEROVÁ, Dana. *Metodologie výzkumu*. 3. přepracované a rozšířené vydání. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2022. ISBN 978-80-261-1108-5. s. 62-66.

6 Kvalitativní výzkum

Pro kvalitativní výzkumnou metodu jsem zvolila polostrukturované rozhovory, jelikož umožňují pružně reagovat na objevující se myšlenky. Respondenti měli u kvalitativního šetření možnost být otevřenější ve svých odpovědích o šlo tak o hlubší pochopení dané problematiky.

6.1 Výzkumný soubor

Výzkumný soubor pro kvalitativní šetření tvoří tři ženy a tři muži. Respondenti mezi sebou netvoří partnerské vztahy. Respondentům je v rozmezí 20-26 let, jsou to tedy členové generace Z a všichni pocházejí z Pardubického kraje. Respondenti jsou v heterosexuálním vztahu déle než dva roky a v rámci jejich vztahu jsou oba partneři aktivními uživateli sociálních sítí.

6.1.1 Respondent č. 1

Respondentka č. 1 je živnostník v realitní kanceláři. Je to 21letá žena. S přítelem jsou spolu 5 let, z toho 3 roky spolu bydlí. Přítel také pracuje jako živnostník. Seznámili se ve fitness centru s tím, že si následovně začali psát přes sociální sítě. Sociální sítě hrají každodenním životě respondentky důležitou roli, jelikož jí slouží k práci a ke komunikaci se zákazníky. Přiznala však, že Facebook a Instagram také velmi často využívá jako formu zábavy a odreagování někdy častěji, než by chtěla.

Respondentka č. 1 dále uvedla, že partner tráví většinu svého volného času doma hraním her na počítači, což má velký dopad na jejich komunikaci. Každý je tak velmi často uzavřen ve svém virtuálním světě. Přes den, kdy jsou oba v práci, si dávají průběžně vědět, jak se mají a co právě dělají. Vyplývá z toho tedy, že komunikace online a osobně je v průměru stejná, ačkoliv spolu partneři sdílí domácnost.

Otázky na sebevědomí

Jelikož je respondentka č. 1 na sociálních sítích aktivní převážně kvůli práci, záleží ji na tom, co si o ní sledující neboli klienti, myslí. Pokud tedy nedostává dostatek odezvy ve formě lajků a komentářů vytvářejí se v ní pochybnosti o sobě samé. Co se týče příspěvků od ostatních lidí, bere je s rezervou a uvědomuje si, že vše nemusí být reálné. Přiznala, že své fotografie někdy upravuje a velmi ji záleží na celkové estetice fotografií.

Respondentka č. 1 dále popsala období, kdy její přítel sledoval na Instagramu různé modelky, ale i známé kamarádky, které fotily erotický styl fotografií a pravidelně jim reagoval na příspěvky a přeposílal si je s kamarády. Tento problém vykomunikovali a už nedělá nic,

co by jí mohlo být nepříjemné. *„Nebrala jsem je jako hrozbu, ale občas jsem pochybovala, zda jsem jeho fyzický typ. Zároveň věřím, že dokáže kriticky myslet, že takové ženy na fotkách by v realitě nenašel.“*

Otázky o žárlivosti a nejistotě

Respondentka č. 1 na otázku, zda v ní situace vyvolala pocity žárlivosti, odpověděla: *„Ne že bych úplně žárlila a dělala kvůli tomu scény, spíš jsem si z toho snažila dělat srandu. Přítel se pak kvůli tomu cítil špatně, když jsem to jednou vypíchla. Kdybych dělala já to samé, tak jemu by to určitě vadilo.“*

Jelikož její partner na sociálních sítích aktivně nezveřejňuje svůj život, není pro ni důležité, aby ji sdílel. Co se týká nějakých dohodnutých hranic ohledně používání sociálních sítí, odpověď zněla takto: *„Oba máme heslo, ale nelezeme si do mobilu nevědomě. Bylo by nevhodné si psát s bývalými partnery, sdílet své polonahé fotky veřejně. Neměl by být mobil priorita před tím druhým, ale ne vždycky se nám to samozřejmě daří kvůli práci.“*

Na konci našeho rozhovoru respondentka č. 1 přiznala, že nebyla k partnerovi, co se týká sociálních sítí, vždy upřímná. Ačkoliv ji partner vysloveně požádal, aby s konkrétní osobou nebyla v kontaktu, jelikož ji považuje za možnou hrozbu pro jejich vztah, ona kontakt dál udržuje ve skrytých konverzacích.

6.1.2 Respondent č. 2

Respondent č. 2 je podnikatel v oboru zeměměřičství, a zároveň dálkově studuje. Je to 25letý muž. S přítelkyní jsou spolu 3 roky z toho přes 2 roky spolu bydlí. Dali se dohromady díky společným přátelům. Sociální sítě hrají v životě respondenta č. 2 důležitou roli, jelikož je využívá k propagaci svého podnikání, což oslovuje potenciální zákazníky. Příspěvky z osobního života zveřejňuje zřídka kdy. Sociální sítě také navštěvuje pro zábavu a pro komunikaci s kamarády. Jedná se o Facebook, Instagram a WhatsApp. Jelikož s přítelkyní bydlí v jedné domácnosti, komunikují spolu více osobně a přes den si většinou volají. Nemyslí si, že by měli sociální sítě vliv na jejich komunikaci.

Otázky na sebevědomí

Na otázku, zda se někdy srovnává s někým, kdo vystupuje na sociálních sítích odpověděl: *“Ano, obdivuji úspěšné lidi a někdy mě motivují, abych na sobě víc zamakal, ale více než jednou se mi potvrdilo, že lidé neukazují úplnou pravdu.“* Nebere tak tedy všechny příspěvky stoprocentně vážně. On sám se na sociálních sítích prezentuje reálně.

Otázky o žárlivosti a nejistotě

Respondent č. 2 přiznal, že na začátku vztahu s jeho partnerkou často řešili sociální sítě. Partnerku popsal jako velmi žárlivou a nesebejistou, ačkoliv v jejich vztahu nebyla nikdy narušena důvěra. Respondent č. 2 následovně popsal několik situací, které ne jednou s partnerkou řešili. *„Sledoval jsem pár „instamodelek“, které fotily vyzývavé a obnažené fotky. Já to sledoval pro potěšení/odreagování, stejně tak jako mají chlapi někde v dílně vystavený plakáty modelek, nebral jsem to jako problém, ale přítelkyni to bylo nepříjemné.“* Uvedl, že erotický kontent nesledoval z důvodu, že by se mu partnerka nelíbila, nebo ho nepřitahovala.

Respondent č. 2 tedy s partnerkou mnohokrát řešil svou aktivitu na sociálních sítích, ale respektuje její pocity a vše mají vykomunikované. Sám sebe nepovažuje za žárlivého a nikdy mu nic podobného nevadilo.

6.1.3 Respondent č. 3

Respondentka č. 3 je podnikatelka v oblasti gastronomie. Je to 23letá žena. S partnerem jsou spolu již 7 a půl roku. Seznámili se velmi mladí na tanečních lekcích. Respondentka č. 3 využívá sociální sítě na denní bázi kvůli propagaci svého podniku. Velmi ji tedy záleží na vizuální podobě profilu podniku a na ohlasech sledujících neboli zákazníků. Na svém osobním profilu je také denně aktivní. Komunikuje s partnerem a přáteli, veřejně sdílí zážitky ze svého života. Respondentka č. 3 je schopná si bez přestání dopisovat i s několika lidmi naráz, sama sebe popisuje jako velmi komunikativní. Zábavný obsah na sociálních sítích nepovažuje za přínosný a nemá radost, když s ním bezhlavě vyplňuje svůj čas.

Otázky na sebevědomí

Respondentka č. 3 přiznala, že sociální sítě ji, cituji: *„…extrémně snižují sebevědomí.“* Necítí se sebejistě, když vidí dokonale nafocené modelky na Instagramu. Ačkoliv si uvědomuje, že fotografie mohou být upravené, nemyslí si, že by bylo vše v tak velkém měřítku nereálné. Srovnává se s uživateli sociálních sítích vzhledově. Sama si své fotografie ráda přikrášlí.

Otázky o žárlivosti a nejistotě

Respondentka č. 3 uvedla, že si u svého přítele na profilu ve vyhledávání všimla pár fitness modelek, což ale nebere jako hrozbu. Jelikož jsou s partnerem spolu již nějakou dobu, jakékoliv pocity nejistoty ji dávno opustily. Ačkoliv vliv na její sebevědomí to má, neovlivňuje to intimitu v jejich vztahu. *„Sociální sítě mají vliv na to, jak já se vnímám, ale ne na to, jak se vnímám před ním.“*

Respondentka č. 3 na otázku, zda měla někdy pocity žárlivosti kvůli aktivitám svého partnera na sociálních sítích, odpověděla: *"Když nám bylo 15 let párkrát se stalo, že si tajně psal s jinými holkami, což jsme několikrát řešili a po těch sedmi letech to vymizelo a nepamatuji si, že by se to stalo znova."* Přiznala, že situace měly velký dopad na důvěru v jejich vztahu, jelikož našla zprávy, které ji nebyly příjemné a pár let to v ní zůstalo. Momentálně nemá zapotřebí hlídat, co partner na sociálních sítích dělá – důvěru si znovu obnovili. *„Kdyby mě chtěl podvést, tak mě podvede a nijak tomu nezabráním,"* dodala.

6.1.4 Respondent č. 4

Respondent č. 4 je 23letý student a zároveň pracuje brigádně jako truhlář. Se svou přítelkyní je ve vztahu 2 roky a oba stále bydlí se svými rodinami. Poznali se přes Instagram, kde si začali psát na základě společných zájmů. Sociální sítě hrají v jeho životě velkou roli – používá je nejen k udržování kontaktu s přáteli, ale také k budování svého jména. Na Instagramu sdílí často fotky z posilovny a cestování, má několik stovek sledujících.

Otázky na sebevědomí

Respondent č. 4 přiznal, že sociální sítě ovlivňují jeho sebevědomí pozitivně i negativně. *„Když dostanu hodně lajků a pozitivní komentáře, je to super pocit. Ale když třeba přidám něco, co nefunguje tak, jak bych čekal, občas mě to zamrzí."* Na otázku, zda se někdy srovnává s ostatními, odpověděl: *„Jasně, stává se to. Hlavně když vidím chlapy s luxusními auty a dokonalými partnerkami. Ale pak si říkám, že je to jen show."*

Otázky o žárlivosti a nejistotě

V jejich vztahu už došlo k několika sporům kvůli sociálním sítím. *„Jednou mi přítelkyně vyčetla, že sleduju moc holek, co přidávají vyzývavý fotky. Já jí říkal, že je to jen vizuální věc, nic osobního, ale jí to vadilo."* Situaci řešili dlouhým rozhovorem, a nakonec se rozhodl sledování těchto profilů omezit. Pochopil a respektuje, že je to jeho partnerce nepříjemné.

Naopak respondent č. 4 měl výhrady k tomu, jak jeho přítelkyně komunikuje na sociálních sítích. *„Jednou jsem si všiml, že jí často lajkuje fotky jeden kluk, co se jí předtím snažil sbalit. Řekla mi, že je to jen kamarád, ale mně to vadilo. Nakonec jsme se domluvili, že když jí někdo začne psát nebo dávat moc pozornosti, bude ho ignorovat."*

Co se týče soukromí a přístupu k účtům, nemají mezi sebou žádná tajemství. *„Nejsme ti, co by si lezli do mobilů, ale když potřebuju něco na jejím telefonu nebo ona na mém, normálně si ho půjčíme. Hesla si ale neříkáme, to mi přijde zbytečný."*

Respondent č. 4 na závěr dodal, že sociální sítě jejich vztah někdy zbytečně komplikují, ale zároveň si uvědomuje, že jsou dnes běžnou součástí života.

6.1.5 Respondent č. 5

Respondentka č. 5 je 22letá dentální hygienistka. S přítelem jsou spolu 4 roky a seznámili se na střední škole. Respondentka č. 5 používá sociální sítě na každodenní bázi. Sleduje zde, co přidávají její kamarádi a známí, které už nevídá každý den. Také sleduje nějaké inspirativní profily v oblasti vaření, lifestylu apod. S partnerem zatím nežijí společně, takže momentálně komunikují častěji přes sociální sítě.

Otázky na sebevědomí

Respondentka č. 5 sociální sítě neoznačila za bezpečný prostor v rámci sebevědomí. *„Byly doby, kdy jsem se cítila nedostatečně jak kvůli vyumělkovaným postavám nebo kvůli tomu, že nemám tak perfektní život jako ostatní.“* Dále uvedla, že je potřeba si uvědomit, že každý přidává pouze ty nejhezčí okamžiky a fotky ze svého života. Uvědomuje si tedy, že obsah na sociálních sítích není vždy reálný. *„Člověk by měl sledovat jen profily, které v něm tento pocit méněcennosti nevzbuzují a pečlivě si vybrat svoji „bublinu“.“*

Otázky o žárlivosti a nejistotě

„Nejistotu by ve mně asi vyvolalo vidět jeho jméno pod fotkami každé slečny nedej bože, že by byly vyobrazené dívky třeba nějak více odhalené.“ Respondentce č. 5 by se jednoduše nelíbilo, kdyby její partner např. na Instagramu sledoval pouze ženy a reagoval by všem na všechny příspěvky.

Na otázku, zda někdy měla pocity žárlivosti kvůli aktivitě svého partnera na sociálních sítích, odpověděla: *„Ano, pocit žárlivosti jsem měla. Bylo to v situaci, kdy sledoval dívky, se kterými se třeba nikdy nepotkal osobně a lajkoval jim každý jejich příspěvek.“* Své pocity mu sdělila a jeho reakce byla taková, že je to normální a že ho baví sledovat životy druhých a ke slečnám žádnou jinou náklonnost necítí. Po interakci s partnerkou však dívky dále nesledoval.

Také jsou s partnerem dohodnutí na hranicích, že nebudou dávat lajky na příběhy jiným ženám nebo mužům, pokud to nejsou blízcí kamarádi. Co se týče sdílení jejich vztahu veřejně, je pro respondentku č. 5 důležité, aby ji měl partner na svém profilu alespoň jednou. Respondentka č. 5 v závěru uvedla, že sociální sítě jejich vztah jako takový nenarušují a vzájemně si důvěřují.

6.1.6 Respondent č. 6

Respondent č. 6 je 26letý IT specialista, který pracuje převážně z domova. Se svou přítelkyní je ve vztahu 5 let a poslední dva roky spolu sdílí domácnost. Seznámili se přes společné přátele a na začátku vztahu trávili hodně času osobně. Sociální sítě pro něj představují spíše nástroj ke komunikaci s přáteli a sledování technologických novinek. Aktivně sdílí jen minimálně. Nejčastěji používá Instagram a Reddit[82], kde si čte odborné články a sleduje různé diskuzní skupiny. V současné době jsou oba partneři velmi zaneprázdnění, a proto spolu více komunikují přes sociální sítě.

Otázky na sebevědomí

Respondent č. 6 uvedl, že se kvůli sociálním sítím nikdy necítil méněcenný, ale přiznává, že někdy přemýšlí nad tím, zda by neměl být úspěšnější. *„Neřekl bych, že se srovnávám s ostatními, ale občas mám pocit, že nestíhám, když vidím, jak někdo v mém věku zakládá start-upy a vydělává miliony.“* Na druhou stranu dodal, že většinu příspěvků bere s rezervou. Respondent dále uvedl, že jeho partnerka se velmi srovnává s uživateli na sociálních sítích a odráží se to na jejím sebevědomí.

Otázky o žárlivosti a nejistotě

Sociální sítě v jejich vztahu nikdy nebyly zásadním problémem, ale respondent č. 6 přiznal, že se v minulosti vyskytla situace, která ho trochu vyvedla z rovnováhy. *„Jednou jsem si všiml, že si přítelkyně často píše s jedním kolegou z práce. Prý to bylo jen přátelské, ale já měl zvláštní pocit. Neřekl jsem jí to hned, protože jsem nechtěl působit paranoidně.“* Nakonec o tom s partnerkou mluvili a vyjasnili si situaci. *„Řekla mi, že si o něm myslela, že je v pohodě, ale když se jí začal vyptávat na osobní věci a naznačovat něco víc, sama konverzaci omezila.“* Přiznal, že ho to na chvíli zarazilo, ale od té doby už nic podobného neřešili.

Co se týče dohodnutých hranic, respondent č. 6 uvedl, že mají jasnou dohodu ohledně respektu na sociálních sítích. *„Nemáme potřebu se navzájem kontrolovat, ale kdybych třeba lajkoval každou fotku nějaké holky v plavkách, asi bychom si k tomu něco řekli. A opačně to platí taky.“*

6.2 Interpretace výsledků kvalitativního výzkumu

Sociální sítě se staly nedílnou součástí každodenního života a ovlivňují nejen způsob komunikace, ale i mezilidské vztahy. Většina respondentů je využívá jak pro osobní, tak

[82] Reddit je online platforma, která uživatelům umožňuje diskutovat o různých tématech a sdílet zajímavý obsah (pozn. autorky).

pracovní účely, přičemž si uvědomují, že na nich tráví více času, než by si přáli. Výrazně se promítají i do partnerských vztahů, ať už v pozitivním nebo negativním smyslu.

Hlavní téma rozhovorů byl vliv sociálních sítí na partnerské vztahy respondentů. Často se objevovaly problémy spojené s tím, koho partneři sledují, na co reagují a jaký obsah na sociálních sítích konzumují. U některých párů to vedlo k nejistotě a žárlivosti, zatímco jiní vnímali online interakce jako běžnou součást digitální doby. Někteří byli ochotni respektovat pocity partnera a přizpůsobit své chování.

Otázky na sebevědomí

Srovnávání s ostatními bylo dalším tématem. Ženy častěji přiznávaly, že jim sociální sítě snižují sebevědomí kvůli upravovaným fotografiím a zdánlivě dokonalým životům jiných uživatelů. Naopak muži tento aspekt vnímali spíše jako motivaci ke zlepšení. Zároveň ženy více dbaly na estetiku svých příspěvků a přiznávaly, že si své fotografie upravují.

Otázky o žárlivosti a nejistotě

Důvěra a soukromí ve vztazích se ukázaly jako klíčové faktory. Většina respondentů uvedla, že si s partnerem důvěřují a neprocházejí si telefony, i když někteří mají přístup k heslům svého partnera. V případech, kdy v minulosti došlo k narušení důvěry, se ukázalo, že její obnova byla možná, ale postupná a náročná. Někteří partneři si dokonce stanovili jasná pravidla pro používání sociálních sítí, například se dohodli na tom, že nebudou komunikovat s bývalými partnery, sdílet určité druhy obsahu nebo reagovat na příspěvky uživatelů opačného pohlaví.

Celková analýza výsledků ukazuje, že sociální sítě mohou důvěru ve vztazích jak posilovat, tak narušovat. Zatímco někteří respondenti je vnímali jako prostředek ke zlepšení komunikace a udržování kontaktu během dne, jiní v nich viděli zdroj žárlivosti a nejistoty. Klíčovým faktorem je komunikace mezi partnery a nastavení jasných hranic. Páry, které si dokázaly otevřeně promluvit o svých pocitech a obavách, vykazovaly méně problémů s důvěrou a nejistotou. Naopak ti, kteří své pocity nekomunikovali přímo, častěji zažívali napětí a pochybnosti.

Výzkum tedy ukazuje, že vliv sociálních sítí na vztahy není jednoznačně pozitivní ani negativní. Záleží na tom, jak partneři k jejich používání přistupují, jaké si nastaví hranice a zda jsou ochotni o svých pocitech otevřeně mluvit. Důvěra, komunikace a vzájemný respekt jsou klíčovými faktory pro zdravý vztah v digitální době

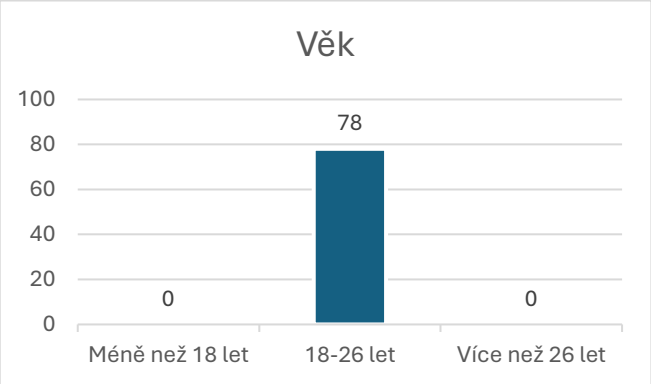
7 Kvantitativní výzkum

V kvantitativním výzkumném šetření byl elektronicky rozesílán dotazník vlastní konstrukce. Dotazník byl vytvořen prostřednictvím webové stránky Google-Forms. Online forma byla zvolena z důvodu rychlého rozesílání mezi respondenty. Další výhodou online dotazníku byla téměř okamžitá zpětná vazba velkého počtu respondentů. Dotazník obsahuje 28 otázek zaměřený na sociální sítě a důvěru v partnerském vztahu. Respondenti se v dotazníku setkali se škálami a s uzavřenými otázkami. Dotazník byl sestaven tak, aby odpovědi byly rychlé a respondenti tak byli ochotni ho vyplňovat. Dotazník byl zcela anonymní a pokud respondent nesplňoval některou z charakteristik, dotazník se automaticky ukončil nebo byl z databáze vymazán.

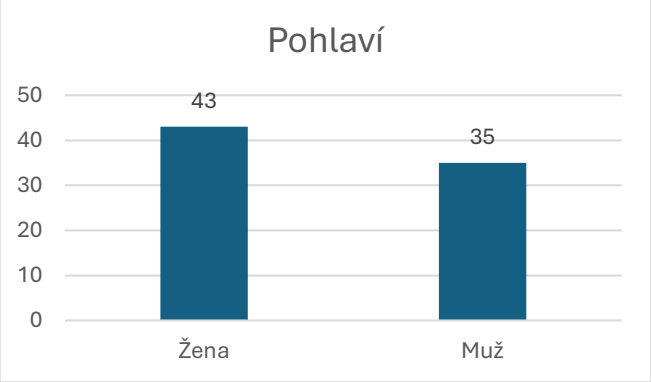
7.1 Výzkumný soubor

Výzkumný soubor byl vybírán nahodilým výběrem. Snažila jsem se alespoň korigovat výzkumný soubor tak, aby v dotazníku byli zastoupeni jak zadané ženy, tak zadaní muži a bylo jim v rozmezí 18-26 let. Výzkumný soubor pro kvantitativní šetření tvoří 43 žen a 35 mužů. Celkově se tedy jednalo o 78 respondentů české národnosti.

Graf 1: Věk



Graf 2: Pohlaví



7.2 Prezentace výsledků

VO1. Jaké je Vaše pohlaví?

U otázky na pohlaví respondentů jsem zvolila možnost odpovědi buď muž anebo žena, jelikož jsem se rozhodla v tomto výzkumu zabývat tradičním genderem. Dotazník vyplnilo 43 žen a 35 mužů.

VO2. Kolik Vám je let?

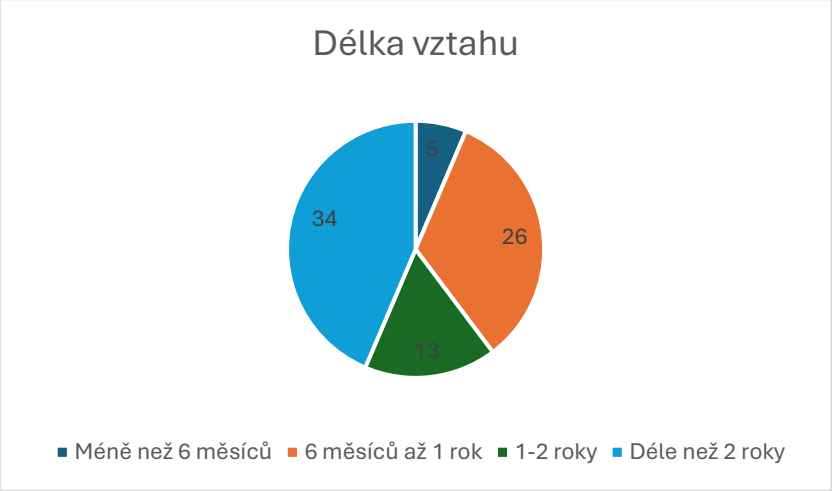
Všech 78 respondentů se nachází ve věkovém rozmezí 18-26 let, jsou to tedy členové generace Z.

VO3. Maté partnera/partnerku?

V partnerském vztahu se nachází všech 78 respondentů (100 %).

VO4. Jak dlouho tvoříte s partnerem vztah?

Graf 3: Délka vztahu



Odpovědi na otázku týkající se délky partnerského vztahu, ve kterém se respondenti momentálně nacházejí, byly různorodé – respondenti jsou jak v krátkodobých, tak v dlouhodobých vztazích, s tím že ve vztahu trvajícím déle než 2 roky je 43,6 % respondentů. Díky této variabilitě jsem získala širší pohled na zkoumanou problematiku.

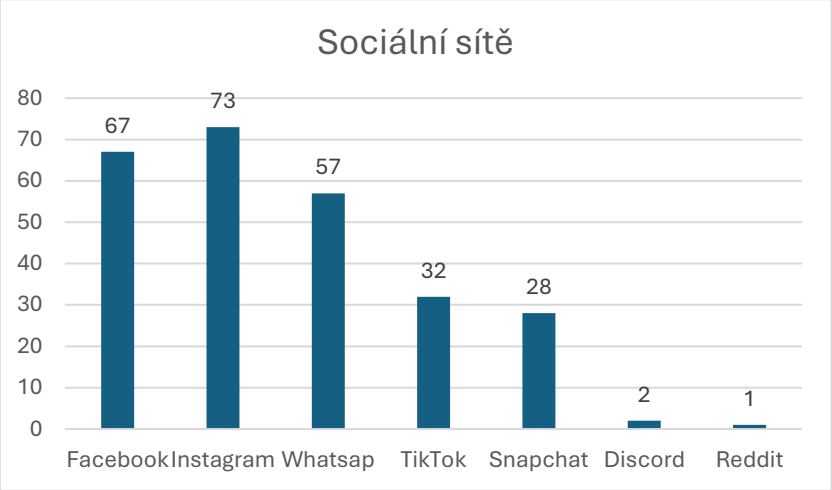
Sekce 2 - Sociální sítě

VO5. Jste uživatelem sociálních sítí? (Facebook, Instagram atd.)

Všech 78 respondentů (100 %) u otázky, zda jsou uživateli sociálních sítí, odpovědělo, že ano.

VO6. Které sociální sítě používáte? (označit můžete více odpovědí)

Graf 4: Sociální sítě

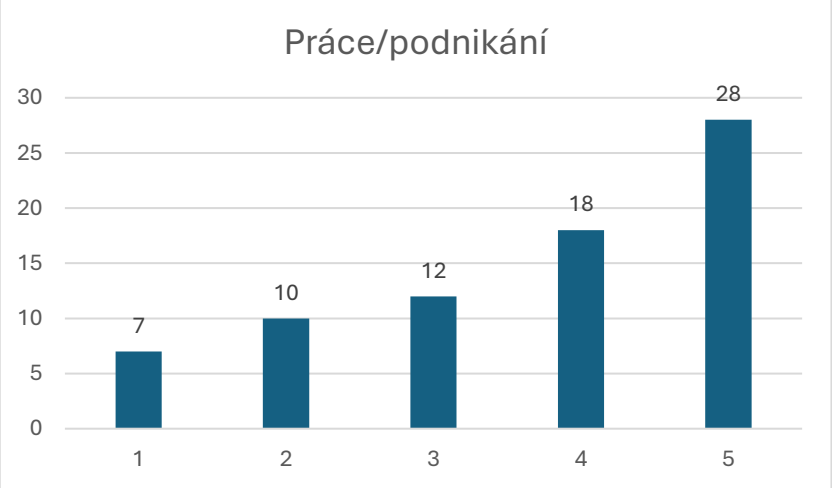


Tato otázka měla za cíl zjistit, zda respondenti tohoto dotazníku jsou uživateli nejznámějších a nejoblíbenějších sociálních sítí na světě. Na prvním místě se umístil Instagram se 73 odpověďmi. Na druhém místě je Facebook s 67 odpověďmi a na třetím WhatsApp s 57 odpověďmi.

Respondenti měli u této otázky možnost i jiné odpovědi. Mezi těmito odpověďmi se nacházejí ne tolik známe sociální sítě Discord[83] a Reddit.

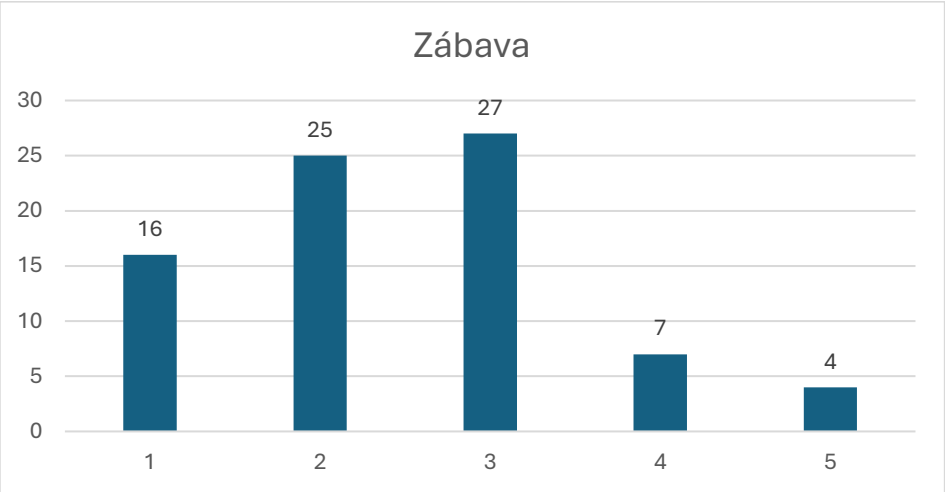
VO7. Jakou roli hrají sociální sítě ve Vašem každodenním životě? (1-NEJVĚTŠÍ ROLI, 5-ŽÁDNOU ROLI)

Graf 5: Práce/podnikání

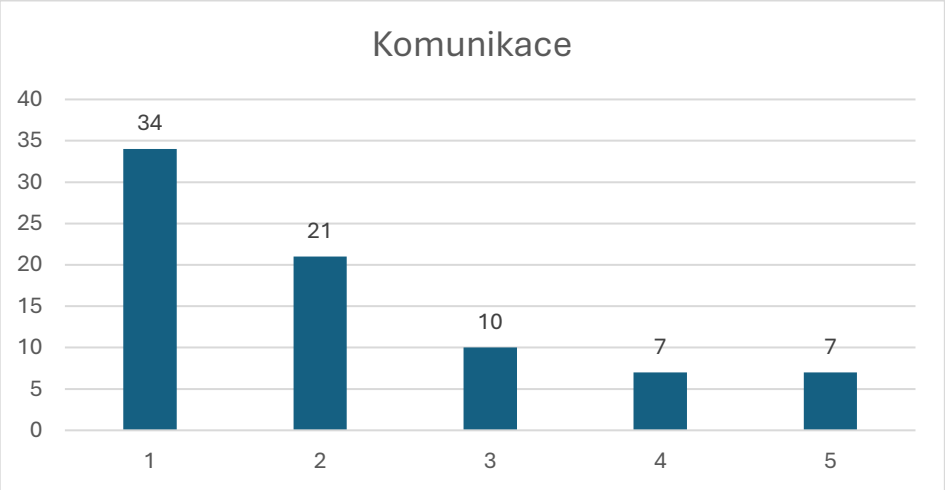


[83] Discord je komunikační online platforma pro komunity (pozn. autorky).

Graf 6: Zábava



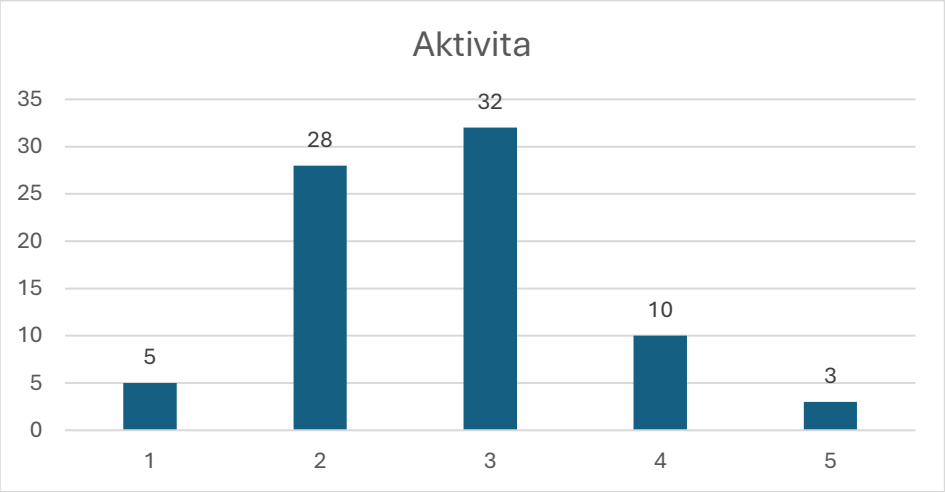
Graf 7: Komunikace



Respondenti na škále hodnotili význam sociálních sítí v jejich každodenním životě. Většina respondentů vnímá sociální sítě jako významnou součást svého života, přičemž intenzita využití se liší. Výsledky ukazují, že nejvíce respondentů sociální sítě využívají ke komunikaci. Naopak práce či podnikání přes sociální sítě nemá pro respondenty v každodenním životě významnou roli. Zábava na sociálních sítích je u respondentů druhým nejčastějším důvodem používání.

VO8. Označte na škále, v jakém měřítku jste aktivní na sociálních sítích (chatujete, sdílíte fotografie a události ze svého života, reagujete na příspěvky atd.).

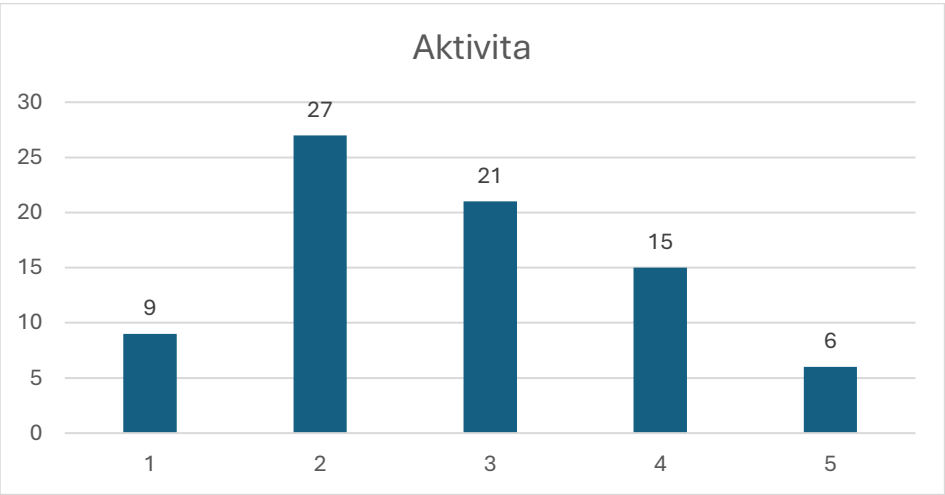
Graf 8: Aktivita respondenta na soc. sítích



Aktivita respondentů na sociálních sítích byla hodnocena pomocí škály. Výsledky ukazují, že většina respondentů (32 respondentů) zvolila prostřední odpověď neboli trojku a 28 respondentů zvolilo dvojku. Tráví tedy na sociálních sítích čas aktivně (sdílení obsahu, komentování, chatování).

VO9. Označte na škále, v jakém měřítku je aktivní Váš partner/partnerka (chatuje, sdílí fotografie a události ze svého života, reaguje na příspěvky atd.).

Graf 9: Aktivita partnera na soc. sítích



Vnímání aktivity partnera/partnerky na sociálních sítích bylo rovněž hodnoceno škálou. Výsledky naznačují, že respondenti vnímají partnery jako podobně aktivní nebo mírně méně aktivní.

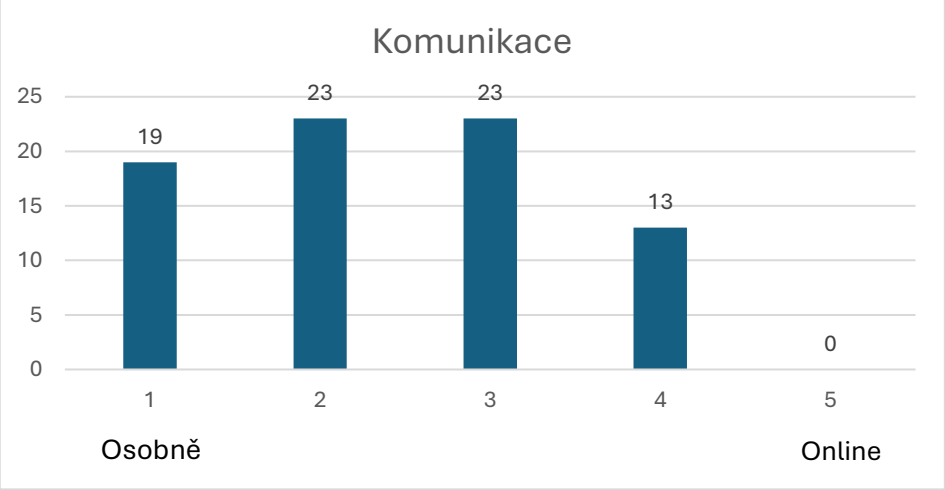
VO10. Je Váš vztah veřejný na sociálních sítích? (označit můžete více odpovědí)

Graf 10: Zveřejňování vztahu na soc. sítích

Výsledky ukazují, že valná většina respondentů (66 %) sdílí příspěvky s partnerem/partnerkou na sociální sítě. Pouze 13 respondentů (14 %) odpovědělo, že je s partnerem ve vztahu na Facebooku, což nám dokazuje, že popularita Facebooku u generace Z výrazně klesá. 18 respondentů odpovědělo, že jejich vztah na sociálních sítích není veřejný.

VO11. Komunikujete s partnerem/partnerkou v průměru více online nebo osobně?

Graf 11: Komunikace partnerů

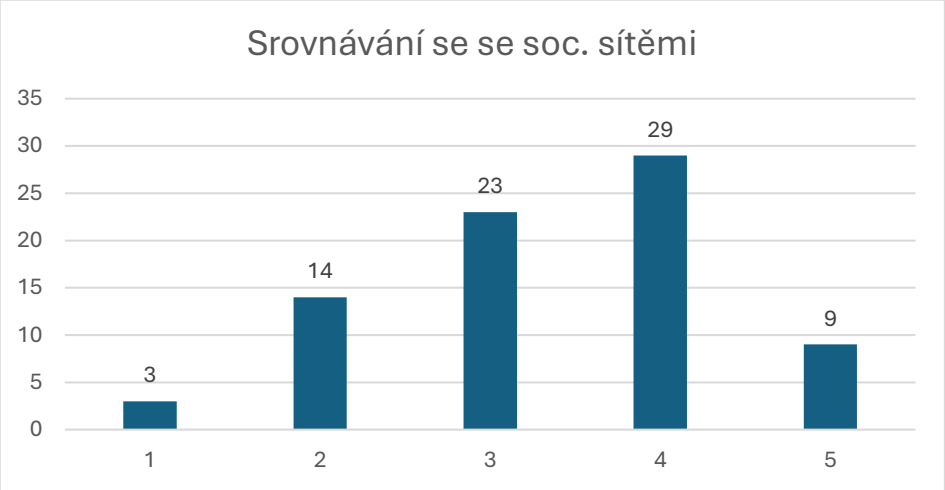


Většina respondentů komunikuje s partnerem více osobně než online, což ukazuje, že i přes vliv sociálních sítí zůstává osobní komunikace klíčová. Avšak 13 respondentů na škále zvolilo čtyřku a 23 respondentů trojku, z čehož vychází, že některé páry komunikují spíše online nebo komunikují online stejně často jako osobně.

Sekce 3 - Srovnávání a sebevědomí

VO12. Srovnáváte se na sociálních sítích s ostatními uživateli? (např. ve vzhledu, úspěších atd.)

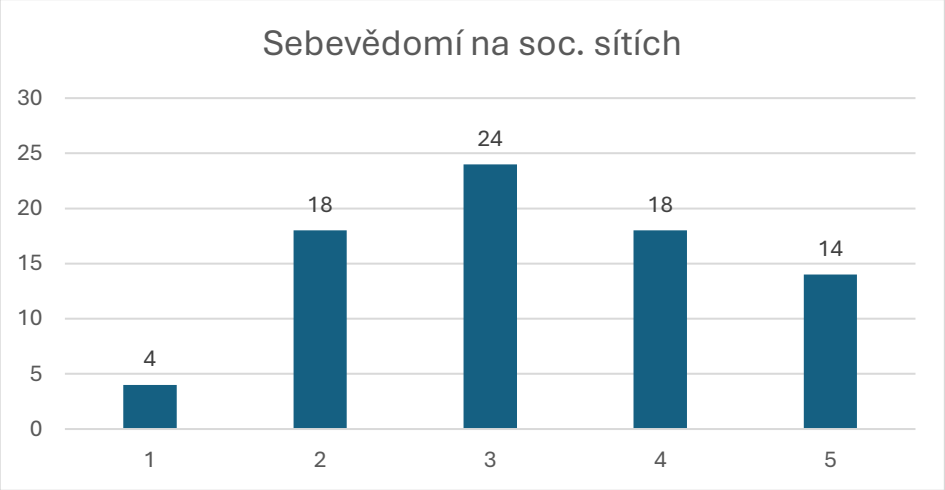
Graf 12: Srovnávání se se soc. sítěmi



Výsledky ukazují, že značná část respondentů se na sociálních sítích srovnává s ostatními. Respondenty však byla na škále nejčastěji zvolená čtyřka (29 odpovědí), což vykazuje, že většina respondentů se se sociálními sítěmi spíše nesrovnává.

VO13. Označte na škále, v jakém měřítku si myslíte, že Vám sociální sítě srážejí sebevědomí.

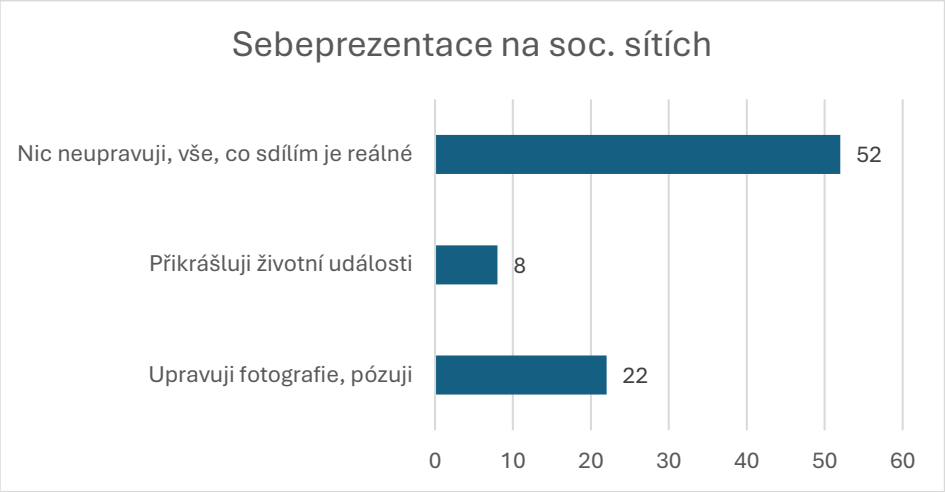
Graf 13: Sebevědomí na soc. sítích



V návaznosti na předchozí otázku, zda se respondenti srovnávají se sociálními sítěmi, lze konstatovat, že u otázky na sebevědomí respondenti odpovídali velmi podobně.

VO14. Děláte něco z níže uvedeného, za účelem vypadat na sociálních sítích lépe? (označit můžete více odpovědí)

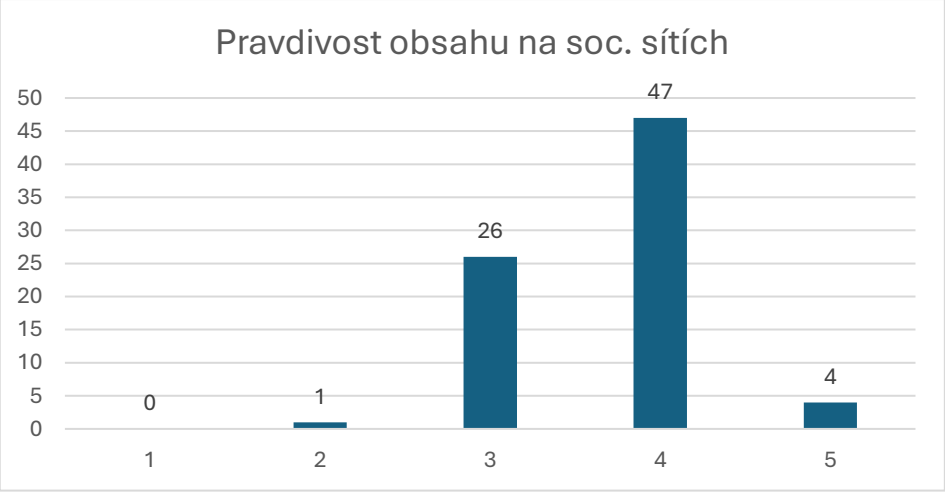
Graf 14: Sebeprezentace na soc. sítích



Respondenti přiznávají, že podnikají určité kroky k vylepšení své prezentace na sociálních sítích, například úpravy fotografií (22 respondentů) nebo přikrášlování životních událostí (8 respondentů). Přesto valná většina (52 respondentů) odpověděla, že na sociálních sítích nic neidealizuje.

VO15. Označte na škále, v jakém měřítku si myslíte, že je obsah na sociálních sítích reálný.

Graf 15: Pravdivost obsahu na soc. sítích

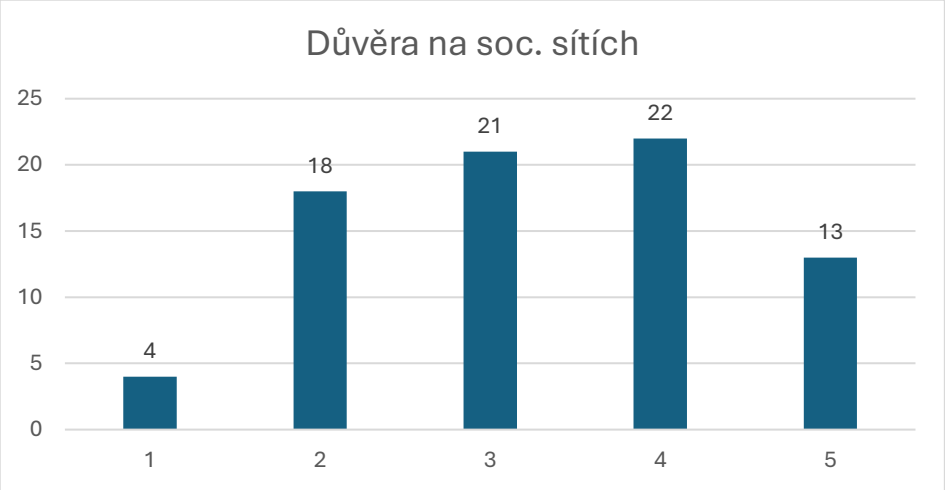


Výsledky ukazují, že respondenty nejčastěji zvolené číslo na škále je čtyřka (47 odpovědí), což znamená, že respondenti spíše nevěří obsahu na sociálních sítích, ačkoliv se s nimi často srovnávají a na jejich sebevědomí mají značný vliv.

Sekce 4 - Žárlivost a nejistota v partnerském vztahu

VO16. Cítíte, že by sociální sítě mohly ovlivnit důvěru ve Vašem vztahu?

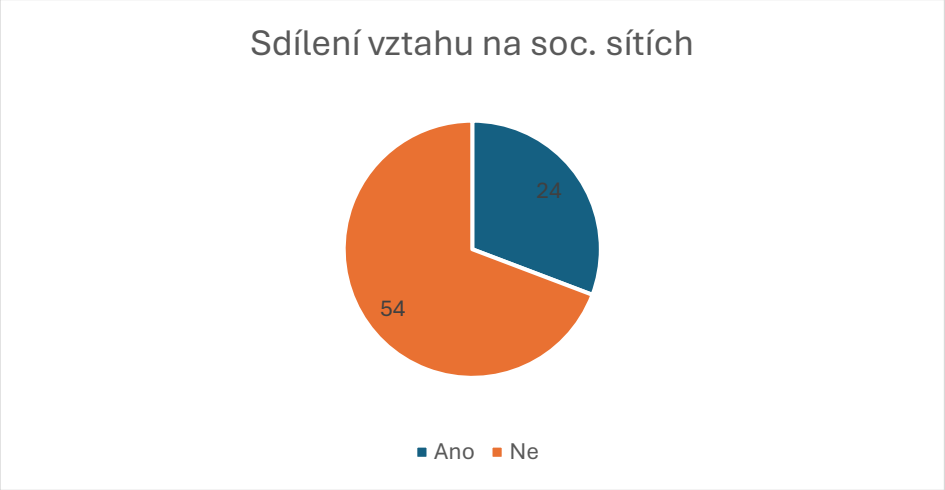
Graf 16: Důvěra na soc. sítích



Výsledky ukazují, že část respondentů vnímá sociální sítě jako faktor, který může ovlivnit důvěru v partnerském vztahu. Jelikož jsou výsledky velmi těsné, nelze jednoznačně určit, zda mají sociální sítě na partnerské vztahy pozitivní či negativní vliv.

VO17. Je pro Vás důležité, aby Vás partner/partnerka sdílel/a na soc. sítích?

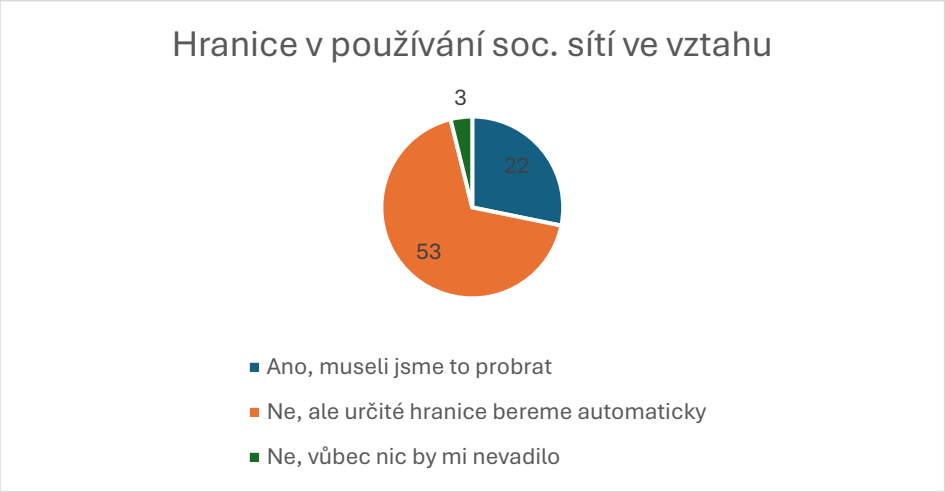
Graf 17: Sdílení vztahu na soc. sítích



Sdílení partnera na sociálních sítích je pro některé respondenty důležité, zatímco jiní to nepovažují za podstatné. Pro většinu respondentů (69 %) sdílení vztahu na sociálních sítích není důležité. Přesto pro více jak čtvrtinu respondentů (31 %) to důležité je.

VO18. Domluvili jste si s partnerem/partnerkou nějaké hranice ohledně používání sociálních sítí?

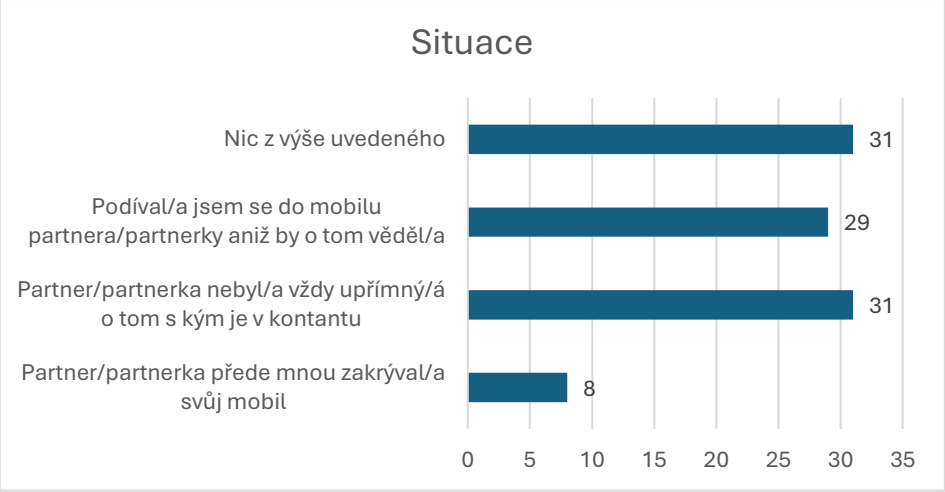
Graf 18: Hranice v používání soc. sítí ve vztahu



U otázky, zda mají respondenti s partnerem nastavené určité hranice v používání sociálních sítí, většina odpověděla (53 respondentů), že bere určité hranice automaticky a třem respondentů by nevadilo vůbec nic, což znamená, že s partnerem o sociálních sítích nemuseli komunikovat. Zbývajících 22 respondentů si museli s partnerem o používání sociálních sítí promluvit.

VO19. Stala se Vám některá z těchto situací? (označit můžete více odpovědí)

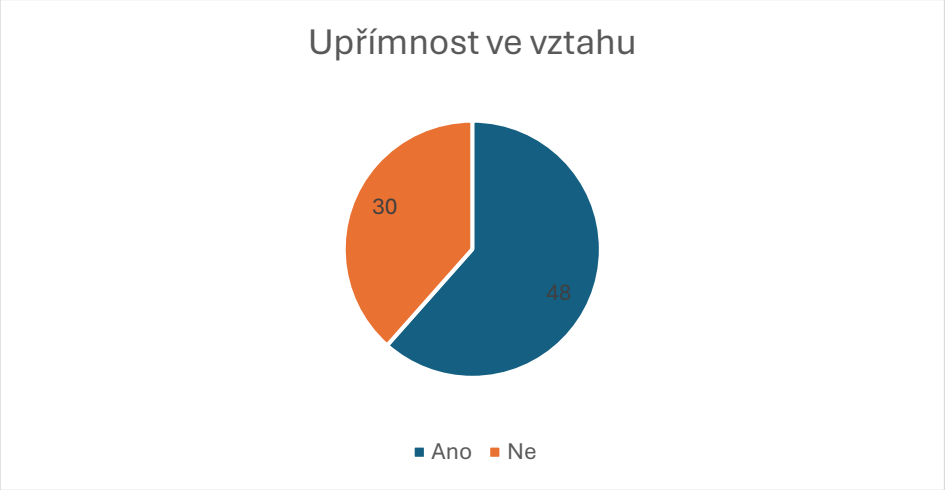
Graf 19: Situace



Respondenti u této otázky měli možnost zvolit konkrétní situace související se sociálními sítěmi. Značná část respondentů (31 odpovědí) má zkušenost s neupřímností svého partnera. Tajné nahlédnutí do partnerova mobilu může být důsledkem narušené důvěry ve vztahu.

VO20. Byl/a jste k partnerovi/partnerce vždy upřímný/á o tom, s kým jste v kontaktu?

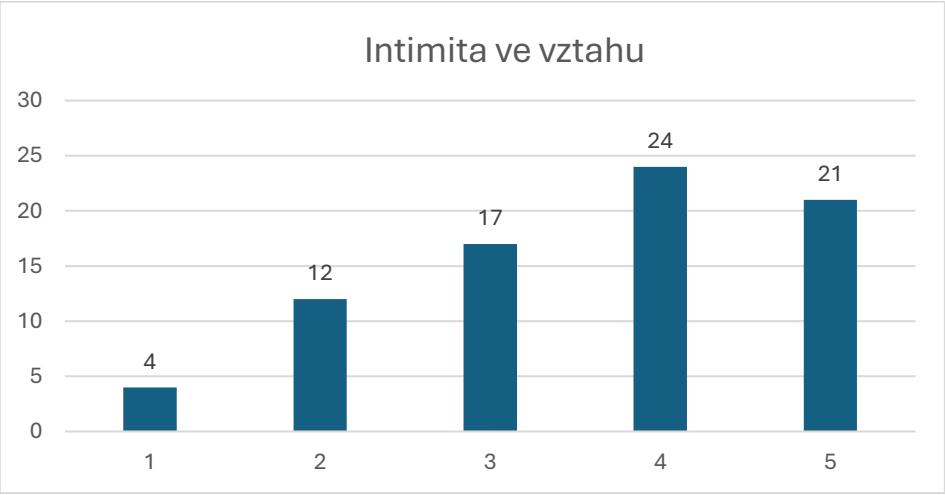
Graf 20: Upřímnost ve vztahu



Upřímnost ohledně komunikace s jinými lidmi se u respondentů liší, což může souviset s mírou důvěry ve vztahu. Někteří přiznávají (30 respondentů), že ke svému partnerovi nebyli vždy zcela upřímní o tom, s kým jsou na sociálních sítích v kontaktu.

VO21. Cítíte, že by sociální sítě mohly ovlivnit intimitu ve Vašem vztahu?

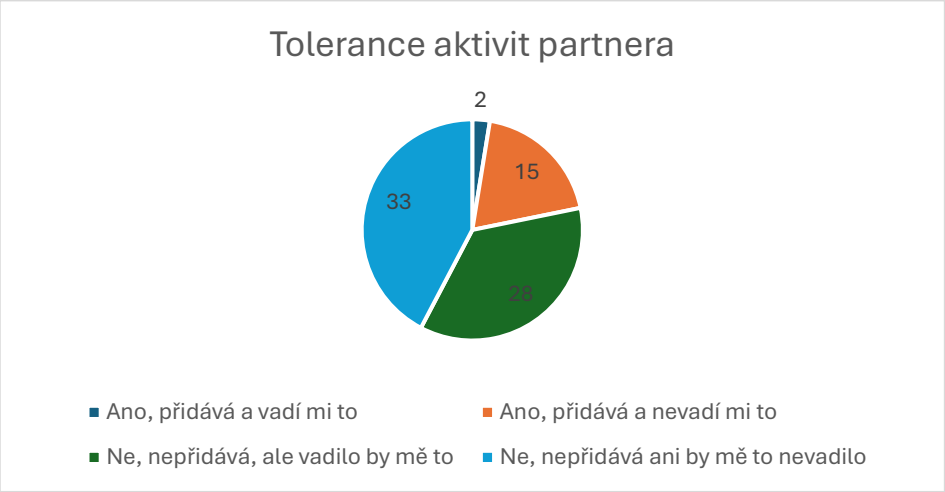
Graf 21: Intimita ve vztahu



Výsledky naznačují, že sociální sítě mohou ovlivňovat intimitu mezi partnery. Ačkoliv jsou odpovědi velmi těsné, lze z grafu vyčíst, že respondenti si spíše nemyslí, že by sociální sítě měli negativní vliv na jejich vztah s partnerem.

VO22. Přidává Váš partner/partnerka fotografie nebo příspěvky, které by Vám mohly vadit? (např. v plavkách, s jinými lidmi apod.)

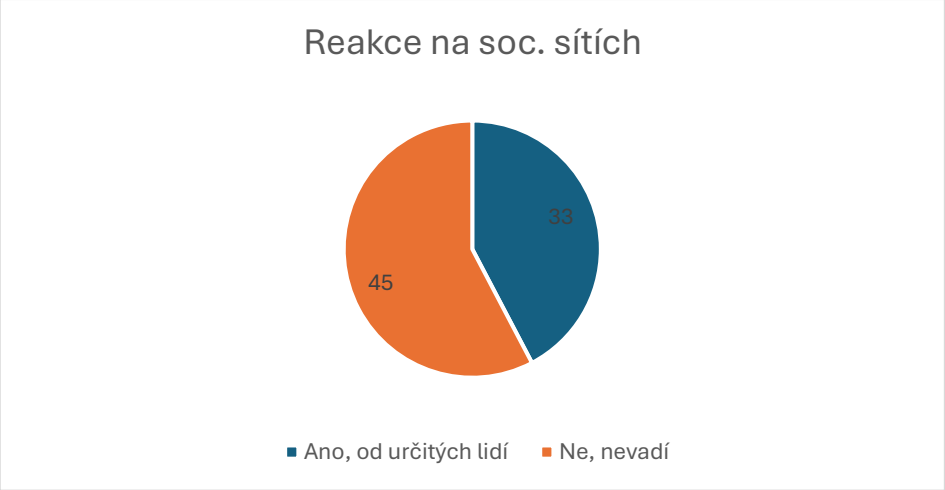
Graf 22: Tolerance aktivit partnera na soc. sítích



Výsledky z grafu ukazují, že 2 respondentům vadí některé příspěvky které přidává jejich partner na sociální sítě. Dalších 28 respondentů sice uvedlo, že jejich partner nic podobného nepřidává, ale pokud by tak činil, vadilo by jim to. Zbývajícím respondentům (61 %) tyto příspěvky nevadí.

VO23. Vadí Vám některé reakce (lajky, komentáře apod.), které dostává Váš partner/partnerka na sociálních sítích?

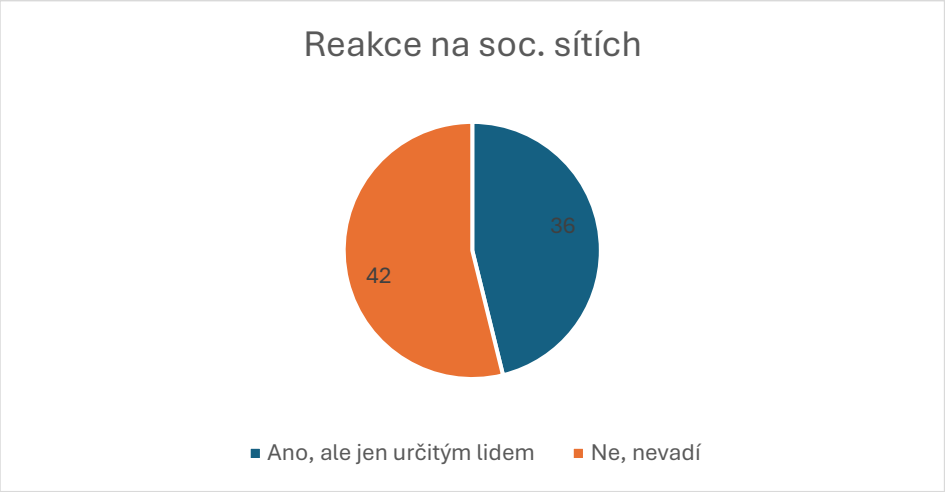
Graf 23: Reakce na soc. sítích



Část respondentů (42 %) vyjádřila, že jim reakce (lajky, komentáře), které dostává jejich partner/partnerka od určitých lidí na sociálních sítích, vadí. Může se jednat o bývalé partnery či někoho, kdo má o partnera/partnerku zájem. Zbývajícím respondentům (58 %) tyto reakce nevadí.

VO24. Vadí Vám některé reakce (lajky, komentáře apod.), které dává Váš partner/partnerka jiným lidem na sociálních sítích?

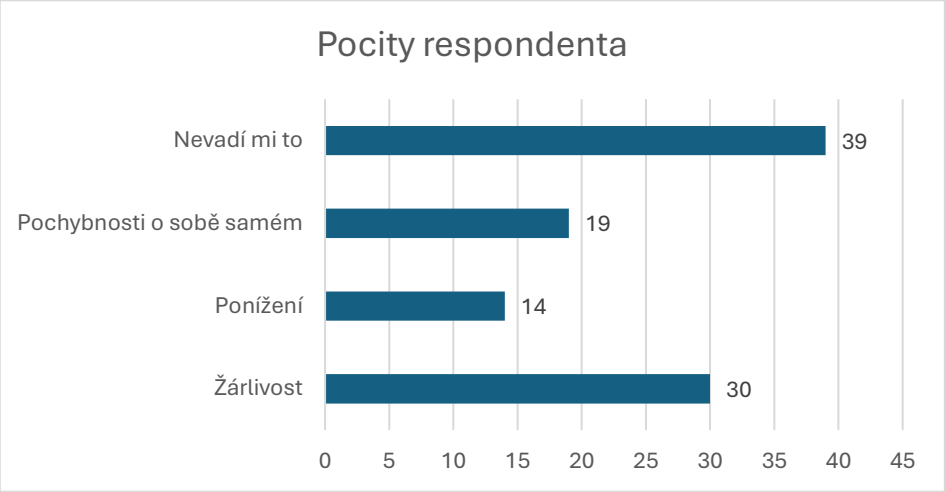
Graf 24: Reakce na soc. sítích



Aktivita partnera na sociálních sítích, včetně likes a komentářů, může být zdrojem žárlivosti a nejistoty. Ačkoliv je nepatrný rozdíl v odpovědích, více respondentů (42 respondentů) odpovědělo, že jim nevadí aktivita partnera na sociálních sítích. Téměř polovina respondentů (46 %) zvolila odpověď, že jim vadí reakce na sociálních sítích určitým lidem.

VO25. Pokud jste odpověděl/a, že ano, co konkrétního to ve Vás vyvolalo? (označit můžete více odpovědí)

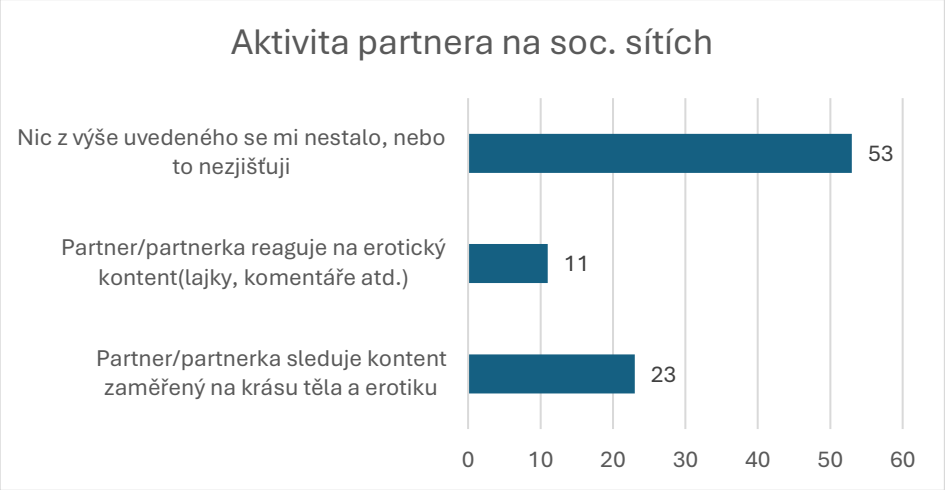
Graf 25: Pocity respondenta



Pokud se respondenti cítí nekomfortně kvůli aktivitám partnera na sociálních sítích, často uvádějí pocity žárlivosti, pochybnosti o sobě samých nebo ponížení. Většině respondentům (39 respondentů) však dané situace nevadí.

VO26. Stala se Vám některá z těchto situací? (označit můžete více odpovědí)

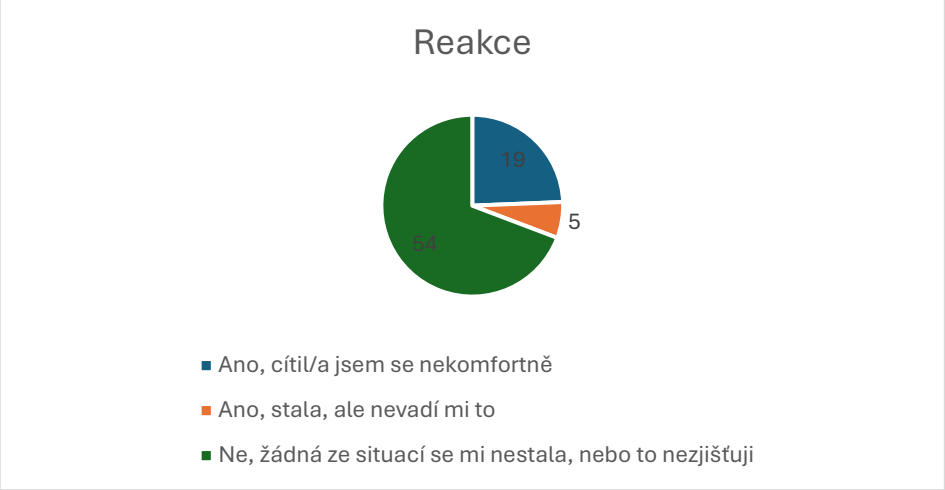
Graf 26: Aktivita partnera na soc. sítích



U otázky, zda partner respondenta sleduje či reaguje na erotický obsah na sociálních sítích, odpovědělo dohromady 34 respondentů kladně. Valné většině (53 respondentů) se žádná ze situací nestala nebo ji nezjišťovali.

VO27. Pokud se Vám některá z těchto situací stala, cítil/a jste se kvůli tomu nekomfortně?

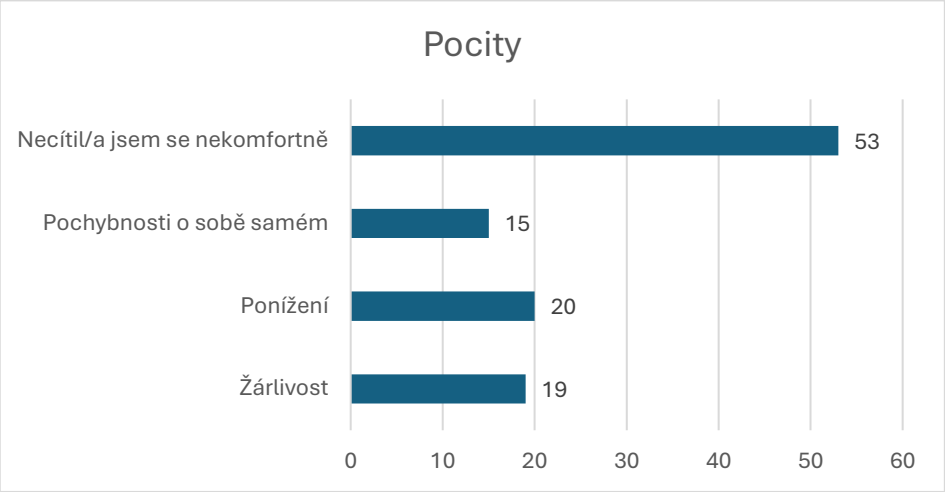
Graf 27: Reakce



Pokud se respondenti setkali s určitou situací, někteří se cítili nekomfortně (24 %). Většině respondentů se žádná ze situací nestala, nebo to nezjišťují (69 %), což nám dokazuje, že se odpovědi s předchozí otázkou shodují. Zbývajícím 5 respondentů dané situace nevadí.

VO28. Pokud jste se cítil/a nekomfortně, co konkrétního to ve Vás vyvolalo? (označit můžete více odpovědí)

Graf 28: Pocity



Pokud se respondenti cítí nekomfortně kvůli aktivitám partnera na sociálních sítích, často uvádějí pocity žárlivosti, pochybnosti o sobě samých nebo ponížení. Valná většina respondentů (53 respondentů) se však necítila nekomfortně nebo se jim žádná ze situací nestala.

7.3 Interpretace výsledků kvantitativního výzkumu

Data získaná z dotazníkového šetření hodnotila vliv sociálních sítí na důvěru a intimitu v partnerských vztazích mladých dospělých neboli generace Z. Výsledky ukázaly, že interakce na sociálních sítích, jako jsou lajky, komentáře a sdílení příspěvků, mohou být významným faktorem ovlivňujícím důvěru a sebevědomí jedince v partnerském vztahu.

Ačkoliv mnoho respondentů považuje online obsah za nereálný, značná část respondentů uvedla, že jim sociální sítě srážejí sebevědomí a srovnávají se s ostatními uživateli. Důležitým zjištěním bylo, že značná část respondentů se necítila komfortně, když jejich partner reagoval na příspěvky jiných uživatelů. To ukazuje, že i zdánlivě nevinné online aktivity mohou mít významný dopad na emocionální bezpečí ve vztahu. Dalším významným faktorem byla upřímnost ohledně komunikace s jinými lidmi na sociálních sítích. Někteří respondenti přiznali, že nebyli vždy zcela otevření vůči svému partnerovi ohledně svých online interakcí. Pro mnoho respondentů je důležité, aby jejich partnerský vztah byl veřejně prezentován na sociálních sítích, což mohou vnímat jako důkaz vážnosti vztahu. Celkově interpretace kvantitativního výzkumu potvrdila, že sociální sítě hrají klíčovou roli v moderních partnerských vztazích a mohou mít jak pozitivní, tak negativní vliv na důvěru a intimitu.

8 Výsledky smíšeného výzkumu

V závěru praktické části této bakalářské práce shrnu hlavní poznatky z kvalitativního i kvantitativního šetření zaměřeného na vliv sociálních sítí na partnerské vztahy generace Z. Výzkumy ukázaly, že časté používání sociálních sítí může vést ke snížení důvěry mezi partnery, především kvůli digitální žárlivosti a srovnávání se s ostatními uživateli. Mnoho respondentů uvedlo, že aktivity jejich partnera na sociálních sítích v nich vyvolávaly nejistotu a pochybnosti.

Výsledky naznačují, že klíčovým faktorem ovlivňujícím důvěru a intimitu ve vztazích je způsob komunikace mezi partnery o používání sociálních sítí. Někteří respondenti si stanovili pravidla a hranice ohledně sdílení obsahu a interakcí s ostatními na sociálních sítích. Naopak páry, které se těmito otázkami aktivně nezabývaly, častěji čelily problémům s důvěrou a pocity nejistoty. Pro většinu respondentů je důležité, aby jejich partner sdílel společné fotografie na sociální sítě.

Dalším významným zjištěním bylo, že míra aktivity na sociálních sítích může ovlivnit rovnováhu mezi online a offline komunikací v partnerském vztahu. Někteří respondenti uvedli, že tráví se svým partnerem více času v online prostředí než osobně. Přesto většina respondentů preferovala osobní komunikaci a považovala ji za klíčový prvek udržení zdravého vztahu.

Celkově výzkum potvrdil, že sociální sítě hrají významnou roli v partnerských vztazích, a to jak pozitivní, tak negativní. Zatímco některé páry sociální sítě využívají ke sdílení společných zážitků a udržování kontaktu, jiné čelí výzvám spojeným s nedůvěrou a srovnáváním. Výsledky naznačují, že vědomé a vyvážené používání sociálních sítí spolu s otevřenou komunikací může pomoci minimalizovat negativní dopady na partnerské vztahy.

ZÁVĚR

Tato práce si kladla za cíl zjistit, zda a jak sociální sítě ovlivňují důvěru a intimitu v partnerských vztazích u generace Z. Shrnutím teoretických východisek a analýzou empirických dat bylo zřejmé, že digitální prostředí hraje významnou roli v utváření osobní identity a ovlivňuje vnímání mezilidských vztahů. Výsledky naznačují, že způsob, jakým jsou sociální sítě využívány, může mít přímý dopad na kvalitu partnerských vztahů.

Teoretická část přinesla ucelený pohled na pojmy jako digitální identita, sebehodnocení a sociální srovnávání. Tyto koncepty nám pomohly pochopit, jak jedinci na základě online prezentace formují svůj obraz sebe sama a jak to následně ovlivňuje jejich interakce s partnerem. Z teoretických východisek tak vyplynulo, že negativní jevy, jako je digitální žárlivost či pocit nedostatečné pozornosti, mohou oslabovat vzájemnou důvěru.

Empirická část, založená na kombinaci kvalitativních rozhovorů a kvantitativního šetření, potvrdila, že nadměrné používání sociálních sítí je často spojeno s projevem nejistoty a snižováním intimity ve vztahu. Respondenti ve věkové skupině 18–26 let poukazovali na situace, kdy online aktivity vedly ke zvýšeným pocitům žárlivosti, nízkému sebevědomí a pochybnostem, což mělo negativní dopad na vzájemnou důvěru a intimitu mezi partnery.

Zjištěné výsledky ukazují, že klíčovým prvkem pro udržení zdravých partnerských vztahů je vyvážené využívání digitálních technologií a otevřená komunikace. V rámci této studie se osvědčilo, že stanovení jasných hranic a pravidel pro používání sociálních sítí může pomoci minimalizovat negativní dopady, jako jsou digitální žárlivost a nedostatek důvěry.

Na závěr lze konstatovat, že vliv sociálních sítí na důvěru v partnerských vztazích je komplexní a mnohovrstevnatý. Tato práce přispěla k lepšímu pochopení toho, jak digitální prostředí ovlivňuje intimitu a sebehodnocení partnerů, a poukázala na potenciální rizika spojená s nadměrným využíváním online platforem. Dosažené poznatky poskytují pevný základ pro další výzkum a mohou sloužit jako vodítko pro vytváření strategií, které pomohou posilovat důvěru a harmonii v moderních partnerských vztazích.

POUŽITÁ LITERATURA

ALHABASH, Saleem, et al. So similar, yet so different: How motivations to use Facebook, Instagram, Twitter, and TikTok predict problematic use and use continuance intentions. *Sage Open*, 2024, 14.2: 21582440241255426.

ATAY, Ahmet a ASHLOCK, Mary Z. *Social media, technology, and new generations digital millennial generation and generation Z*. Verze. Lexington Books, 2022. ISBN ISBN 978-1-4985-5070-3

BLINKA, Lukáš. *Online závislosti: jednání jako droga? : online hry, sex a sociální sítě : diagnostika závislosti na internetu : prevence a léčba*. Psyché. Praha: Grada, 2015. ISBN 978-80-210-7975-5.

BLYSTONE, Dan. *Instagram: What It Is, Its History, and How the Popular App Works*. Online. Investopedia. 2024, July 9, 2024. Dostupné z: https://www.investopedia.com/articles/investing/102615/story-instagram-rise-1-photo0sharing-app.asp. [cit. 2025-02-15].

DARWALL, Stephen L. *The heart and its attitudes*. Oxford, United Kingdom: Oxford University Press, 2024. ISBN 978-0-19-887956-5.

DE WACHTER, Dirk. *Hraniční doba: konec normálních časů?* Praha: Portál, 2023. ISBN 978-80-262-2095-4.

EGER, Ludvík a EGEROVÁ, Dana. *Metodologie výzkumu*. 3. přepracované a rozšířené vydání. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2022. ISBN 978-80-261-1108-5.

Facebook. Online. Facebook. C2025. Dostupné z: https://www.facebook.com/. [cit. 2025-02-15].

Facebook. Online. Meta. C2025. Dostupné z: https://about.meta.com/technologies/facebook-app/. [cit. 2025-02-15].

FAFEJTA, Martin. *Sexualita a sexuální identita: sociální povaha přirozenosti*. Praha: Portál, 2016. ISBN 978-80-262-1030-6.

FEJES-VÉKÁSSY, Lili; UJHELYI, Adrienn; FARAGÓ, Laura. From# RelationshipGoals to# Heartbreak–We use Instagram differently in various romantic relationship statuses. *Current Psychology*, 2020, 1-13.

GOFFMAN, Erving. *Všichni hrajeme divadlo: sebeprezentace v každodenním životě*. Vydání druhé, upravené, v Portále první. Praha: Portál, 2018. ISBN 978-80-262-1342-0.

GREENFIELD, Susan. *Změna myšlení: jak se mění naše mozky pod vlivem digitálních technologií*. V Brně: Bizbooks, 2016. ISBN 978-80-265-0450-4.

HASMANOVÁ MARHÁNKOVÁ, Jaroslava; KREIDL, Martin a HUBATKOVÁ, Barbora. *Proměny partnerství: životní dráhy a partnerství v české společnosti*. Studie., sv. 88. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2012. ISBN 978-80-7419-142-8.

Index 2024. Online. AMI Digital. 2024. Dostupné z: https://amidigital.cz/wp-content/uploads/2024/05/tahak24.pdf. [cit. 2025-02-15].

Instagram. Online. Instagram. C2025. Dostupné z: https://www.instagram.com/. [cit. 2025-03-06].

KATRŇÁK, Tomáš. *Na prahu dospělosti: partnerství, sex a životní představy mladých v současné české společnosti*. Bod. Praha: Dokořán, 2011. ISBN 978-80-7363-352-3.

KOSTIW, Allison. Social Media and Tracking Apps' Impact on Trust and Satisfaction Between Romantic Partners. 2024.

LEGAULT, Lisa; SAGO, Anise. When body positivity falls flat: Divergent effects of body acceptance messages that support vs. undermine basic psychological needs. *Body Image*, 2022, 41: 225-238.

LITAM, Stacey Diane Arañez; SPECIALE, Megan; BALKIN, Richard S. Sexual attitudes and characteristics of OnlyFans users. *Archives of sexual behavior*, 2022, 51.6: 3093-3103.

MAIELLO, Giuseppe a ROUBAL, Ondřej. *Média a kultura: od primární orální kultury ke konstrukci kyber-prostorových identit v éře digitální komunikace*. EUpress. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2020. ISBN 978-80-7408-179-8.

Most popular social networks worldwide as of April 2024, by number of monthly active users. Online. Statista. 2024. Dostupné z: https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/. [cit. 2025-02-15].

MURPHY, Robert Francis a ČERVINKOVÁ, Hana. *Úvod do kulturní a sociální antropologie*. 2. vyd. Studijní texty, sv. 15. Praha: Sociologické nakladatelství, 2004. ISBN 80-86429-25-3.

Obrázek 1: *Studie: Příslušníci poválečná generace baby boomers nejvíce znečišťují planetu*. Online. In: ESG - investice. 2022. Dostupné z: https://www.esg-investice.cz/baby-boomers-nejvice-znecistuji-plantu/. [cit. 2025-03-04].

PARSAKIA, Kamdin, et al. Digital intimacy: How technology shapes friendships and romantic relationships. *AI and Tech in Behavioral and Social Sciences*, 2023, 1.1: 27-34.

ROBARDS, Brady; LINCOLN, Siân. Making it "Facebook official": Reflecting on romantic relationships through sustained Facebook use. *Social Media+ Society*, 2016, 2.4: 2056305116672890.

ROLLENHAGEN, Sven. *Scroll Zombies: How Social Media Addiction Controls our Lives*. Saga Egmont, 2022. ISBN 9990003843340.

SAIDAH, Lisa Nur; HARIYADI, Sigit. From Doubt to Digital Presence: Insecurity and Self-Confidence on Intentions to Use Social Media in Students. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 2023, 15.4: 6525-6533.

Social media use in 2021. Online. Pew Research Center. 2021. Dostupné také z: https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/.

SZABADOS, Filasová. *Srovnávání, zabiják vašeho sebevědomí: aneb Jak se srovnat sám se sebou*. Grada, 2017. ISBN 978-80-271-9096-6. Dostupné také z: https://www.bookport.cz/kniha/srovnavani-zabijak-vaseho-sebevedomi-4179/.

ŠMAHAJ, Jan; KOLAŘÍK, Marek a GLASER, Ondřej. *Závislostní chování na internetu: proměny chování generací v digitální éře = Addictive behaviour on the Internet : general behavioural changes in the digital age*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2022. ISBN 978-80-244-6287-5.

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

VÝROST, Jozef a SLAMĚNÍK, Ivan (ed.). *Sociální psychologie*. 2., přeprac. a rozš. vyd. Psyché. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-1428-8.

VÝROST, Jozef a SLAMĚNÍK, Ivan. *Sociální psychologie*. Psychologie. Praha: ISV, 1997. ISBN 80-85866-20-X. Dostupné také z: http://krameriusndk.nkp.cz/search/handle/uuid:ff2da800-f07c-11e3-b72e-005056827e52.

ZIMBARDO, Philip G. a COULOMBE, Nikita D. *Odpojený muž: jak technologie připravuje muže o mužství a co s tím*. Praha: Grada publishing, 2017. ISBN 978-80-247-5797-1.

PŘÍLOHY

Příloha A *Otázky na rozhovor* 64
Příloha B *Otázky do dotazníku* 65

Příloha A *Otázky na rozhovor*

Úvodní otázky:

1. Jak dlouho tvoříte s partnerem vztah, jak jste se seznámili?
2. Jaké sociální sítě používáte a jakou roli hrají ve Vašem každodenním životě?
3. Komunikujete s partnerem v průměru více přes sociální sítě nebo osobně?

   Otázky na sebevědomí:
4. Cítíte se na sociálních sítích dobře, nebo máte někdy pocit, že Vám snižují sebevědomí? Jak?
5. Jaké konkrétní příspěvky nebo aktivity partnera ve Vás mohou vyvolat pocit nejistoty?

   Otázky o žárlivosti a nejistotě:
6. Měl(a) jste někdy pocity žárlivosti kvůli aktivitě svého partnera na sociálních sítích? Můžete to přiblížit? Byly nějaké situace, které Vás přivedly k pochybnostem o důvěře v partnera kvůli jeho aktivitám na sociálních sítích?
7. Jak reagujete na „lajky“ a komentáře, které dostává tvůj partner od jiných lidí? Jak reagujete, když vidíte, že váš partner „lajkuje“ nebo komentuje příspěvky jiných lidí, a koho sleduje? I naopak.
8. Je pro Vás důležité, aby Vás partner sdílel na sociálních sítích?

   Otázky o vlivu na vztah:
9. Jak vnímáte vliv sociálních sítí na vaši komunikaci a vztah jako takový?
10. Máte se svým partnerem dohodnuté hranice ohledně používání sociálních sítí? Jaké?
11. Měly sociální sítě někdy negativní dopad na Vaši důvěru nebo intimitu?

Příloha B *Otázky do dotazníku*

Sekce 1

Otázka č. 1:

Jaké je Vaše pohlaví?

Odpověď:

- Žena
- Muž

Otázka č. 2:

Kolik Vám je let?

Odpověď:

- Méně než 18 let
- 18-26 let
- Více než 26 let

Otázka č. 3:

Máte partnera/partnerku?

Odpověď:

- Ano
- Ne

Otázka č. 4:

Jak dlouho tvoříte s partnerem vztah?

Odpověď:

- Méně než 6 měsíců
- 6 měsíců až 1 rok
- 1-2 roky
- Déle než 2 roky

Sekce 2 - Sociální sítě

Otázka č. 5:

Jste uživatelem sociálních sítí?(Facebook, Instagram atd.)

Odpověď:

- Ano
- Ne

Otázka č. 6:

Které sociální sítě používáte?(označit můžete více odpovědí)

Odpověď:

- Facebook
- Instagram
- TikTok
- Whatsap
- Snapchat
- Jiná…

Otázka č. 7:

Jakou roli hrají sociální sítě ve Vašem každodenním životě?(1-NEJVĚTŠÍ ROLI,5-ŽÁDNOU ROLI)

Odpověď:

- Práce/podnikání
- Zábava
- Komunikace

Otázka č. 8:

Označte na škále, v jakém měřítku jste aktivní na sociálních sítích(chatujete, sdílíte fotografie a události ze svého života, reagujete na příspěvky atd.).

Odpověď:

- Velmi aktivní
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- Téměř neaktivní

Otázka č. 9:

Označte na škále, v jakém měřítku je aktivní Váš partner/partnerka(chatuje, sdílí fotografie a události ze svého života, reaguje na příspěvky atd.).

Odpověď:

- Velmi aktivní
- 1
- 2
- 3

- 4
- 5
- Téměř neaktivní

Otázka č. 10:

Je Váš vztah veřejný na sociálních sítích?(označit můžete více odpovědí)

Odpověď:

- Jste ve vztahu na Facebooku
- Sdílíte příspěvky s partnerem/partnerkou
- Vztah není veřejný na sociálních sítích

Otázka č. 11:

Komunikujete s partnerem/partnerkou v průměru více online nebo osobně?

Odpověď:

- Osobně
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- Online

Sekce 3 – Srovnávání a sebevědomí

Otázka č. 12:

Srovnáváte se na sociálních sítích s ostatními uživateli?(např. ve vzhledu, úspěších atd.)

Odpověď:

- Velmi
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- Vůbec

Otázka č. 13:

Označte na škále, v jakém měřítku si myslíte, že Vám sociální sítě srážejí sebevědomí.

Odpověď:

- Velmi
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- Vůbec

Otázka č. 14:

Děláte něco z níže uvedeného, za účelem vypadat na sociálních sítích lépe? (označit můžete více odpovědí)

Odpověď:

- Upravuji fotografie, pózuji
- Přikrášluji životní události
- Nic neupravuji, vše co sdílím je reálné

Otázka č. 15:

Označte na škále, v jakém měřítku si myslíte, že je obsah na sociálních sítích reálný.

Odpověď:

- Reálné
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- Nereálné

Sekce 4 - Žárlivost a nejistota v partnerském vztahu

Otázka č. 16:

Cítíte, že by sociální sítě mohly ovlivnit důvěru ve Vašem vztahu?

Odpověď:

- Spíše ano
- 1
- 2
- 3
- 4

- 5
- Spíše ne

Otázka č. 17:

Je pro Vás důležité, aby Vás partner/partnerka sdílel/a na soc. sítích?

Odpověď:

- Ano
- Ne

Otázka č. 18:

Domluvili jste si s partnerem/partnerkou nějaké hranice ohledně používání sociálních sítích?

Odpověď:

- Ano, museli jsme to probrat
- Ne, ale určité hranice bereme automaticky
- Ne, vůbec nic by mi nevadilo

Otázka č. 19:

Stala se Vám některá z těchto situací? (označit můžete více odpovědí)

Odpověď:

- Partner/partnerka přede mnou zakrýval/a svůj mobil
- Partner/partnerka nebyl/a vždy upřímný/á o tom, s kým je v kontaktu
- Podíval/a jsem se do mobilu partnera/partnerky, aniž by o tom věděl/a
- Nic z výše uvedeného

Otázka č. 20:

Byl/a jste k partnerovi/partnerce vždy upřímný/á o tom, s kým jste v kontaktu?

Odpověď:

- Ano
- Ne

Otázka č. 21:

Cítíte, že by sociální sítě mohly ovlivnit intimitu ve Vašem vztahu?

Odpověď:

- Spíše ano
- 1
- 2
- 3
- 4

- 5
- Spíše ne

Otázka č. 22:

Přidává Váš partner/partnerka fotografie nebo příspěvky, které by Vám mohly vadit? (např. v plavkách, s jinými lidmi apod.)

Odpověď:

- Ano, přidává a vadí mi to
- Ano přidává, ale nevadí mi to
- Ne, nepřidává, ale vadilo by mě to
- Ne, nepřidává a kdyby ano, vadilo by mě to

Otázka č. 23:

Vadí Vám některé reakce (lajky, komentáře apod.), které dostává Váš partner/partnerka na sociálních sítích?

Odpověď:

- Ano, od určitých lidí
- Ne, nevadí

Otázka č. 24:

Vadí Vám některé reakce(lajky, komentáře apod.), které dává Váš partner/partnerka jiným lidem na sociálních sítích?

Odpověď:

- Ano, ale jen určitým lidem
- Ne, nevadí

Otázka č. 25:

Pokud jste odpověděl/a, že ano, co konkrétního to ve Vás vyvolalo? (označit můžete více odpovědí)

Odpověď:

- Žárlivost
- Ponížení
- Pochybnosti o sobě samém
- Nevadí mi to

Otázka č. 26:

Stala se Vám některá z těchto situací? (označit můžete více odpovědí)

Odpověď:

- Partner/partnerka sleduje kontent zaměřený na krásu těla a erotiku
- Partner/partnerka reaguje na erotický kontent (lajky, komentáře atd.)
- Nic z výše uvedeného se mi nestalo, nebo to nezjišťuji

Otázka č. 27:

Pokud se Vám některá z těchto situací stala, cítil/a jste se kvůli tomu nekomfortně?

Odpověď:

- Ano, stal/a a cítil/a jsem se nekomfortně
- Ano, stal/a, ale nevadí mi to
- Ne, žádná ze situací se mi nestala nebo to nezjišťuji

Otázka č. 28:

Pokud jste se cítil/a nekomfortně, co konkrétního to ve Vás vyvolalo? (označit můžete více odpovědí)

Odpověď:

- Žárlivost
- Ponížení
- Pochybnosti o sobě samém
- Necítil/a jsem se nekomfortně
- Jiná…