

Pražská vysoká škola psychosociálních studií

DIPLOMOVÁ PRÁCA

2015

VERONIKA HORECKÁ

Pražská vysoká škola psychosociálních studií



**Vplyv materialistickej hodnotovej orientácie na kvalitu
života u užívateľov Facebooku**

Veronika Horecká

vedúci práce: Doc. PhDr. Karel Hnilica, CSc.

Praha 2015

Prague college of psychosocial studies

**The influence of materialistic value orientation on
quality of life among users of Facebook**

Veronika Horecká

The Diploma Thesis Work Supervisor: Doc. PhDr. Karel Hnilica, CSc.

Praha 2015

Prehlasujem, že som svoju diplomovú prácu vypracovala samostatne a výhradne s použitím prameňou a literatúry uvedenej v zozname.

V Prahe, dňa 31.07.2015

.....

POĎAKOVANIE

Ďakujem Doc. PhDr. Karlovi Hnilicovi, CSc. za pomoc, odborné vedenie a užitočné rady pri vypracovaní mojej diplomovej práce.

ANOTÁCIA

Táto diplomová práca sa zaoberá vplyvom materialistickej hodnotovej orientácie na kvalitu života u užívateľov Facebooku. Je rozdelená do dvoch častí – teoretická a praktická časť. V teoretickej časti, ide o vymedzenie materializmu z historického hľadiska a poňatia ako hodnotovej orientácie viacerých autorov. Ďalej približuje pojem kvality života a sociálnu sieť Facebook. V praktickej časti je popísané vymedzenie, priebeh a výsledky výskumu, ktorý bol zrealizovaný dotazníkovou formou. Cieľom bolo zistiť, či je vzťah medzi materialistickou hodnotovou orientáciou a kvalitou života u užívateľov Facebooku. Priniest prehľad z aktuálnej, dostupnej, odbornej literatúry a výskumov.

KLÚČOVÉ SLOVÁ

materialistická hodnotová orientácia, materializmus, kvalita života, sociálna sieť Facebook

ABSTRACT

This master thesis is about the influence of materialistic value orientation on quality of life among users of Facebook. It is divided to two parts. First is a theoretical part and second part is practical. The theoretical part is focused on the definition and history of materialism. Then it is about materialistic value orientation from several authors. Further the work is described a notion quality of life and social network Facebook. The practical part is described definition, progress and results of research. It was realized in the form of questionnaire. The aim was determined the relationship between materialistic value orientation and quality of life among Facebook users. Bring overview from current and available literature and researches

KEYWORDS

materialistic value orientation, materialism, quality of life, social network
Facebook

OBSAH

ÚVOD.....	13
TEORETICKÁ ČASŤ	15
1 MATERIALIZMUS	15
1.1 Historické korene	15
1.2 Pohľad v súčasnosti.....	17
1.2.1 Význam ako hodnotová orientácia.....	18
1.2.1.1 Ronald F.Inglehart	18
1.2.1.2 Russel Belk	22
1.2.1.3 Marsha L.Richinsová	26
2 KVALITA ŽIVOTA.....	29
2.1 Psychológia a kvalita života	30
2.1.1 Spokojnosť so životom	30
2.1.2 Šťastie	32
3 FACEBOOK.....	34
3.1 Kde?.....	34
3.2 Kto?	40
3.2.1 Autor	40
3.2.2 Užívatelia	45
3.3 Ako?	46
PRAKTICKÁ ČASŤ	51
4 VÝSKUM	51
4.1 Zdôvodnenie výskumu	51
4.2 Ciele výskumu.....	51
4.3 Hypotézy	51
4.4 Výskumný súbor.....	52
4.5 Merací nástroj.....	52
4.6 Postup zhromažďovania dát	56
4.7 Výsledky.....	56

4.7.1 Vyhodnotenie hypotéz	56
ZÁVER.....	61
LITERATÚRA	63
Záverečné práce.....	66
Internetové citácie.....	67
PRÍLOHA.....	I

Zoznam tabuliek

Tabuľka č. 1: Komponenty subjektívnej spokojnosti so životom.....	32
Tabuľka č. 2: Rozdelenie podľa pohlavia	52
Tabuľka č. 3: Závislá premenná MVS – príspevky, fotky, videá.....	57
Tabuľka č. 4: Závislá premenná MVS vo vzťahu k publikáciám.....	58
Tabuľka č. 5: Závislá premenná SWLS – 3 a viac príspevkov.....	59
Tabuľka č. 6: Závislá premenná SWLS	60

Zoznam grafov

Graf č. 1: MVS - kategória 1	57
Graf č. 2: MVS - kategória 2.....	58
Graf č. 3: SWLS - kategória 2.....	59
Graf č. 4: SWLS – kategória 1	60

Zoznam obrázkov

Obrázok č. 1: Celosvetový prieskum hodnôt WVS	19
Obrázok č. 2: Maslowova pyramída potrieb	21
Obrázok č. 3: Facebook login	36

Prílohy

Príloha A: Dotazník.....	I
--------------------------	---

Zoznam skratiek a značiek

atď.	a tak ďalej
č.	číslo
napr.	napríklad
resp.	respektíve
tzn.	to znamená
vs.	verzus
kat.	kategória
MVS	Materialistic Values Scale
WVS	World Values Surveys
SWLS	Satisfaction With Life Scale
USA	United States
QOL	Quality of Life

ÚVOD

Každý deň človek používa viac a viac vymožeností, ktoré mu novodobý svet ponúka. Prispôsobuje si ich. Snaží sa šetriť nimi čas. Priradzujú sa k nim i sociálne siete. Spomedzi nich je najrozšírenejšia sieť s názvom Facebook. Je to jeden zo spôsobov ako ostať v kontakte medzi generáciami (napr. vnúčatá so svojimi starými rodičmi).

No keď sa pozrieme bližšie je to sieť, kde sa môže prejaviť každý. Veľakrát sa stáva, že je to prostriedok odkiaľ sa dozvedáme o úspechoch iných ľudí. Mnohokrát aj tých, ktorých ani moc dobre nepoznáme. Zdieľajú ich exotické dovolenky, navštívené pamätihodnosti, večere v drahých reštauráciách, práve zakúpené veci alebo jednoducho svoju "materiálnu spokojnosť", ktorú rôznymi spôsobmi dávajú najavo. Oveľa viac ľudí sa na Facebooku skôr chváli a dokazuje svoju prestíž, ako komunikuje. A tak pre užívateľa vzniká dojem, že sú ostatní úspešnejší a spokojnejší než oni sami. Preto tomuto novodobému fenoménu dnešnej doby prikladá autorka patričný význam.

Diplomová práca je rozdelená na dve časti. Prvá časť sa nazýva teoretická. Skladá sa z historického zachytenia materializmu a prehľadu rôznych autorov o materialistickej hodnotovej orientácii. Pokračuje to nadväznosťou na kvalitu života a jej ponímanie. A posledná časť približuje sociálnu sieť Facebook úplne zblízka.

Po teoretickej časti nasleduje časť praktická. Zamieriava sa na zachytenie vymedzeného problému, priebehu, výsledkov a záveru výskumov. Účelom, ktorého bolo zistenie či má vplyv materialistická hodnotová orientácia na kvalitu života u užívateľov Facebooku.

TEORETICKÁ ČASŤ

1 MATERIALIZMUS

„Alternatíva vlastníenia, alebo bytia nie je „zdravému ľudskému rozumu“ jasná. Zdá sa mu, že mať je normálna funkcia nášho života; aby sme žili, musíme mať veci. A navyiac, musíme mať veci, aby sme ich užívali. Ako by to mohla byť nejaká alternatíva medzi mať a byť, keď v spoločnosti, kde najvyšším cieľom je mať, a to stále viac a viac sa hovorí „ten stojí za milión dolárov“. Vyzerá to naopak, že podstatou bytia je vlastníenie; kto nič nemá, nie je ničím (Fromm, 1992, s.20).“

1.1 Historické korene

Slovo materializmus sa vo filozofii objavil po prvýkrát **459-387 pred Kr.** Nazýva sa toto obdobie prvé gabrielovské obdobie, po vzniku filozofie v Grécku. Najvýraznejší predstaviteľ tohto obdobia bol grécky filozof **Demokritos z Abdér**. Telesá nestvoril Boh, ale vznikajú a zanikajú prirodzenou cestou. Spájaním a rozpájaním atómov. Atomizmus je najstarším príkladom materialistickej teórie.

Kyrénske obdobie. **Aristippos z Kyrény** (435 – 355 pred Kr.) je zakladateľom kyrénskej školy. Celé ľudské poznanie zredukoval na zmyslové vnímanie.

Kynické obdobie. **Antisthénés** (455 – 360 pred Kr.) založil kynickú, tretiu materialistickú školu. V tomto období vyznávali primitívny nominalizmus a popierali učenie o ideách od Platóna.

Riman Lucretius Carus (99 – 55 pred Kr.) bol epigón. I vykladač gréckych materialistov. Nepredstavuje samostatný tvorivý impulz. Podstata gabrielovského obdobia je, že spája telo s životnými a duševnými silami. Fyzický mozog a telesné zmysly tvoria základ. Človek nie je schopný poznávať, rozumieť, vnímať inak, než cez spomínaný „základ“. Jedinec nie je schopný

prežívať a vnímať nič iba to, čo je hmotné a späté s hmotou. Celá duševná bytosť je viazaná na hmotu. Nadzmyslový svet možno vnímať pomocou éterických síl, ktoré sú odpútané od hmoty fyzických zmyslov a mozgu. Z týchto síl, ktoré ľudská bytosť odpútala od tela a od zmyslovosti silou cnosti a odriekania, sa formujú duchovné orgány. Nimi sa poznáva nadzmyslový svet.

Človek pod silným lunárnym pôsobením žiadny zážitok duchovného sveta nezávislého od tela nemá. Nie je schopný sa do duchovného sveta povzniesť. Čo sa premieta do jeho svetonázoru. V žiaden taký svet neverí, popiera ho a spochybňuje. V tomto spočíva vysvetlenie, prečo posledné uplynulé gabrielovské obdobie okolo rokov 1525 až 1879, bolo dobou veľkého nástupu materializmu a senzualizmu. Gabrielovský duch a filozofické myslenie so sklonom k materializmu a senzualizmu.

Prvým predstaviteľom tohto obdobia senzualistických empirikov a materialistov je **Bernardino Telesio**. Je to predchodca Francisa Bacona. Vychádzal z toho, že hmota je večná. Význam zmyslových orgánov zdôrazňoval ako hlavný zdroj ľudských poznatkov.

Zakladateľ materializmu a novodobej experimentálnej vedy je **Francis Bacon**. Vyzdvihol starý grécky materializmus a tým obnovil materialistickú tradíciu. A za jediný hodnoverný zdroj poznania vyhlásil zmyslovú skúsenosť. Tento prúd našiel na konci posledného gabrielovského obdobia dve pokračovania. Na jednej strane to bol dialektický materializmus **Karola Marxa** a **Friedricha Engelsa**. Na druhej strane pokračovanie v podobe pozitivizmu (Páleš, 2004).

Materialistické závery filozofie mysle vedú z anxiologického hľadiska k nihilistickým záverom. **René Descartes** uvažoval dôslednejšie ako uvažovali materialisti. Pre materialistov je telo, ako sa bežne chápe, základným predpokladom, ktorému dôverujú a ďalej ho neskúmajú. Materialistické tvrdenie je preto chápané ako triviálne. Ako obmedzené a dogmatické. Materializmus ako hmotné telo – ja som telo.

Materializmus je len nedôsledný idealizmus. Materialisti chcú vysvetliť celý vedomý život človeka pomocou vied. Ako sú neurológia, sociológia, lingvostika, atď. V tomto prístupe sa však naskytujú problémy.

Vysvetľujú mentálny život človeka čisto pomocou fyzikálnych termínov (redukcia mentálneho na fyzikálne). Príkladmi ako:

1. Myslenie patrí medzi presne uchopiteľný proces v mozgu. Keď človek myslí, môže pomocou prístrojov pozorovať dané procesy. Myslenie teda zaradzujeme medzi fyzikálne procesy. Prebieha v čisto hmotnom mozgu. Preto pri vysvetlení nepotrebujeme nejakú nehmotnú podstatu.
2. O nejakom človeku povieme, že sa hnevá. Vyjadrené slová sa nevzťahujú na nejakú privátnu entitu prítomnú v mysli. Ale na verejne pozorovateľné správanie. K tomu možno pridať správu o zmene tlaku a istých procesoch v mozgu. Toto všetko sú verejne pozorovateľné a merateľné javy.

Materialisti vnímajú myseľ ako nadbytočné slovo. V realite nezodpovedá nijaká nehmotná entita. Slovo, ktoré by sa malo tolerovať v každodennom jazyku. V rámci filozofického a vedeckého pohľadu nemá opodstatnenie. Plne sa dá nahradiť presnejšími termínmi jednotlivých špeciálnych vied. Pri analýze pojmu myseľ materialista dospieva k záveru. Teda k nepresnému označeniu ako komplexný jav. Zahrňujúci procesy v mozgu a tele, ktoré sú prepojené s našou komunikáciou a správaním. Z toho vyplýva, že materialisticky orientovaní filozofi dospievajú k záveru, že myseľ ako taká neexistuje. Materializmus prináša so sebou mnoho nejasností a nezodpovedateľných otázok (Bugár, 2008).

1.2 Pohľad v súčasnosti

V spoločnosti narastá miera individualizmu. Možno je to všeobecný trend v západnej kultúre či reakcia na násilný kolektivismus a rovnosťarstvo z predchádzajúceho režimu. Spoločnosť sa stáva spoločnosťou ľudí slobodnejších ale i viac materialistickejších. Sloboda je v moderných spoločnostiach spojená s tržnou ekonomikou. Čo spôsobuje, že ľudia vidia

v peniazoch a majetkoch dôležité životné hodnoty. Čím sa prisudzuje kvalita života životnému štandardu, ktorý neznamená len komfort.

Ľudia očakávajú, že ich peniaze súčasne zbavia pocitov nedostatočnosti a sociálnej neprijateľnosti. Prinesú im vplyv a úctu. Umožnia život v bezpečí, pohodlí a komforte. Preto sa nemožno čudovať, že tento predpokladaný všeliek je tak mocným stimulom. Bohatstvo a úspech sa stali dôležitejšie ako sloboda a autentický život (Hnilica, 2005).

1.2.1 Význam ako hodnotová orientácia

Materializmus negatívne súvisí s kvalitou života. Čím viac sú jedinci materialistickejší, tým menej sú spokojní so svojimi životmi (Hnilica, 2010). V tom sa zhodujú autori Marsha L. Richinsová, Ronald F. Inglehart a Russel Belk (Rendlová, 2006).

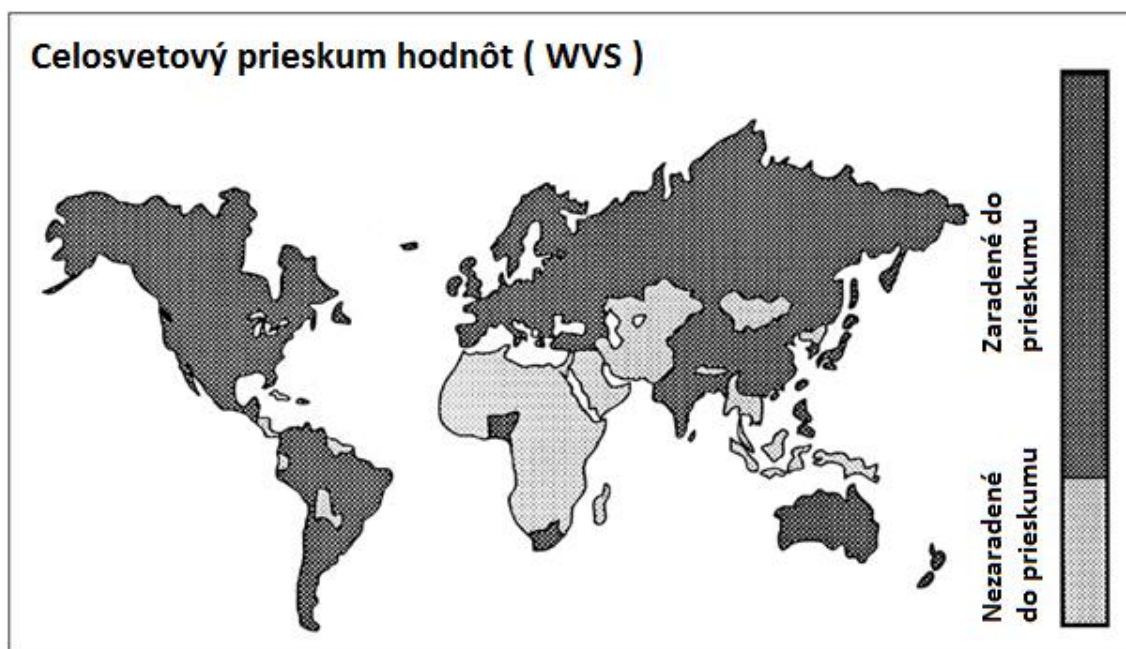
1.2.1.1 Ronald F. Inglehart

Rastúce množstvo dôkazov naznačuje hlboko zakorenené zmeny vo svete. Tieto zmeny sa zdajú byť pretvorené ekonomickým, politickým a spoločenským životom v spoločnostiach po celom svete. Najdôležitejšie množstvo dôkazov pochádza z Celosvetového prieskumu hodnôt (World Values Surveys – WVS). V rokoch 1981, 1990 a 1995 boli namerané hodnoty a presvedčenia na verejnosti vo všetkých 6 kontinentoch. Zrealizovaný prieskum preskúmal viac ako 60 spoločností predstavujúcich 75 percent svetovej populácie. Pokrýva celú škálu variácií. Od spoločností s príjmami nižšími ako 300 dolárov za rok, až po spoločnosti s príjmami stokrát vyššími na osobu. Toto jedinečné prešetrenie ukázalo silné väzby medzi vierami jednotlivcov a charakteristikami ich spoločností.

WVS objavilo vzor systematických zmien hodnôt a motivácií medzi týmito modernými priemyselnými spoločnosťami. Tieto zmeny odrážajú ekonomické a technologické zmeny, ktorými sa enormne znížila

pravdepodobnosť, že ľudia predčasne zomrú od hladu alebo choroby (Inglehart, 2000).

Obrázok č. 1: Celosvetový prieskum hodnôt WVS



Inglehart odlišuje **materialistické** a **postmaterialistické hodnoty**. Materialistické sa zameriavajú na potrebu bezpečia. Tá predstavuje najmä fyzické bezpečie, ekonomické zabezpečenie a sociálnu hierarchiu. Potreba sebavyjadrenia a spolupatričnosť súvisia s postmaterialistickými hodnotami (Rendlová 2006).

Vplyv nedostatku

U jednotlivcov sú rôzne ciele v rôznych poradiach v hierarchií. V centre pozornosti sú tie, ktoré patria k neuspokojeným potrebám. Po tom ako sú tieto potreby naplnené, pokračuje sa k vyšším potrebám. Inglehart vo svojej koncepcii vychádzal z hierarchického usporiadania potrieb A.Maslowa.

Abraham Maslow sa najskôr zaujímal o behaviorizmus. Robil štúdie, ktoré sa týkali sexuality primátov a dominancie. Keď sa mu narodil dieta odklonil sa od spomínaného behaviorizmu. Podotkol, že žiadny človek, ktorý pozoruje dieta

nemôže byť behaviorista. Psychoanalýza mala miesto v jeho ovplyvnení. Nakoniec sa ale stal kritikom psychoanalytickej teórie motivácie a vytvoril si svoju vlastnú teóriu – hierarchia potrieb. Rozdelenie tohto systému stúpa od základných biologických resp. fyziologických potrieb ku zložitejším motívom. Tie vyššie postavené v pyramíde majú svoju dôležitosť len vtedy ak dochádza k uspokojeniu základných potrieb. Potreby, ktoré sú na jednej úrovni, musia byť aspoň čiastočne uspokojené, aby sa nasledujúce potreby stali determinantmi konania. Ak je ťažké získať jedlo a bezpečie, ďalšie potreby majú v tom momente malý význam. Až keď sú základné potreby uspokojené, má jedinec silu a čas venovať sa estetickým a intelektuálnym záležitostiam. Teda v spoločnostiach, kde sa musí bojovať o jedlo nemá podstatný význam veda a umenie. Seba-realizácia je najvyšší motív, ktorý možno uspokojiť až po všetkých ostatných potrebách. Medz sebarealizujúcich sa ľudí pokladal Abrahama Lincolna, Thomasa Jeffersona, Eleanor Rooseveltovu, Barucha Spinozu, Alberta Einsteina,...

Prechodné okamihy sebarealizácie inak nazývané vrcholné zážitky, sú charakterizované šťastím a naplnením. Sú dočasné a spontánne. Môžu mať rôznu intenzitu a vyskytovať sa v rôznych súvislostiach. Napr. uvedomovanie si prírody, intímny vzťah s druhými ľuďmi, estetické vnemy, účasť na športovej akcii, tvorivá činnosť a mnohé ďalšie. Vysokoškolskí študenti, keď mali popísať dané vrcholné zážitky, hovorili o celistvosti, dokonalosti, uvedomovaní, nenutenosti, nezávislosti, hodnotách krásy, dobroty a pravdy (Atkinson, 2003).

Obrázok č. 2: Maslowova pyramída potrieb



Povojnová generácia v Západnej Európe by mala mať rozdielne priority hodnôt ako staršia generácia. Nakoľko vyrastala v oveľa bezpečnejších a istejších podmienkach. Koncom druhej svetovej vojny dosiahli vyspelé priemyslové spoločnosti oveľa vyšší príjem ako kedykoľvek predtým. S vývojom sociálneho štátu vznikla aj populácia, ktorá nežije v biede a ekonomickej neistote. Dochádza k postupnej zmene. Oveľa viac sa do popredia dostávajú potreby ako spolupatričnosť, sebvýjadrenie a zúčastnenosť v spoločnosti. Generácia, ktorá zažila 1.svetovú vojnu, veľkú krízu alebo 2.svetovú vojnu dáva prednosť fyzickému a ekonomickému bezpečiu. Naopak mladšia generácia dáva prednosť sebvýjadreniu a kvalite života.

Súčasný ekonomický rozvoj má dôležitý význam. Prikladá sa význam krátkodobým zmenám a vplyvom períod. Obdobie prosperity vedie k rastu postmaterialistických hodnôt. Ekonomický úpadok a obdobie nedostatku má

opačný efekt. Hlavnou príčinou týchto zmien je inflácia. I ďalšie faktory môžu ovplyvňovať krátkodobé zmeny v hodnotovej hierarchii (vysoká nezamestnanosť, politický terorizmus, politické udalosti). Inflácia má oveľa väčší vplyv ako iné krátkodobé faktory (Rendlová, 2006).

1.2.1.2 Russel Belk

Podľa historickej analýzy sa vzory šťastia tzn. materializmu predstavujú prostredníctvom konzumácie. Prvýkrát sa objavili na Západe - v 15-16. storočí v Európe, 18.storočí v Anglicku, 19.storočí vo Francúzsku a 19-20.storočí v Amerike. Historici nemusia súhlasiť s týmito presnými, časovými ohraničeniami. No súhlasia s rozvojom v priemyselnom a po-priemyselnom rozmachu (Belk, 1985). Vysoká miera spotreby sa vyskytovala vo všetkých spoločnostiach. Avšak v posledných rokoch sa stala masovým javom. Súvisí to i s nárastom platov a dostupnosti rôznorodých výrobkov. (Rendlová, 2006). Napríklad vzhľadom k tomu, že Američania majú vysoké príjmy a nízke dane, svedčí o ich povesti materialistov o kúsok viac. Belk (1985) dopĺňa, že spotrebiteľ prikladá nesmiernu dôležitosť k pozemskému majetku. Najvyššie úrovne materializmu prezrádzajú centralitu týchto majetkov v živote človeka. Z čoho sa predpokladá, že poskytujú najväčšie zdroje spokojnosti a nespokojnosti. Svoju úlohu tu zohrávajú aj kultúrne faktory. Všetky veľké, svetové náboženstvá nabádajú k asketizmu (odriekanie životného pohodlia a životných radostí – zdržanlivosť, striedmosť,...) a kritizujú nestriedmy životný štýl. (Rendlová, 2006; Ivanová – Šalingová, Maníková, 1979).

1. Jednou z otázok, ktorou sa Belk zaoberá je, či je materializmus pozitívna alebo negatívna črta. Argumenty vyhlasujúce, že materializmus je negatívna črta sú najčastejšie. Ale Csikszentmihalyi a Rochberg – Halton predpokladajú, že materializmus nemusí byť nevyhnutne dobrý alebo zlý. Pri očakávaní, že opakom materializmu je askéza. Je dôležité poukázať na psychopatológiu masochizmu, seba-nenávisti, mentálnej anorexie a ďalších seba-deštruktívnych nutkaní, ktoré môžu byť základom úmyselného obetovania vlastnej túžby od materiálnych zdrojov spokojnosti. Na druhej strane,

materialistické rysy ako chamtivosť, lakomstvo a závisť môžu byť tiež patologické. Môžu do viesť skôr k ľudskej biede ako ku šťastiu. Belk uvádza významnú negatívnu koreláciu medzi závisťou, nešťachetnosťou, majetníctvom a spokojnosťou, šťastím v živote.

2. Druhá otázka je spojená s marketingom, ktorý vytvára a prehĺbuje materializmus. Belk zistil nárast použitia luxusných a potešenie vyvolávajúcich článkov v americkom bulvári za posledných 80 rokov. Aj keď nie je možné tento rast dokázať, že trh spôsobuje zvyšovanie materializmu. Je nemožné poprieť, že podporuje a posilňuje túto vlastnosť.

3. Tretia otázka týkajúca sa materializmu je, či materializmus je egoistická vlastnosť. Teda či sa stavia proti altruizmu a prosociálnemu správaniu. Predpokladá sa, že egoizmus a altruizmus sú viazané dohromady. No hľadanie osobnej identity prostredníctvom konzumácie, viedlo amerických spotrebiteľov k zdôrazneniu egoizmu na úkor altruizmu. Waterman pripúšťa, že altruizmus a egoizmus nie sú v protiklade. Je zrejmé, že altruistické správanie je egoisticky motivované. Sociobiológia približuje pojem recipročného altruizmu (Belk, 1985).

Významný sociobiológ Robert Trivers vyslovil predpoklad, že existuje evolučná, základná, medziľudská spolupráca. Nemusí sa týkať iba príbuzných ľudí. Prežiť sa darí skôr na základe kooperácie s inými ľuďmi. Kde nie je miesto pre súťaživosť a individualizmus. Táto vzájomná kooperácia vznikla u našich predkov na základe prirodzeného výberu. Teda tendencia k spolupráci, ktorá sa prejavuje už spomínaným recipročným altruizmom (Plháková, 2003).

Prosociálny pohľad spotreby v rodinnej oblasti

Spotreba môže byť jeden zo zostávajúcich cieľov rodiny, ktorý ju spája a dáva jej zmysel. Materializmus môže nahrádzať stratenú pospolitosť. Rôzne značky, štýly a spotrebné ciele ponúka moderná spoločnosť. Bez nich by spoločnosti niečo chýbalo.

4. Štvrtá otázka sa týka materializmu a jeho vplyvu na medziľudské vzťahy. Pri výchove detí bolo zdôraznené, že na vyvolanie požadovaného správania sa využíva materiál. A to v podobe jedla, darčiekov, hračiek...

Tieto spotrebné položky ako odmeny, môžu povzbudiť materialistické motivácie. Použitie takýchto obdobných modifikátorov správania symbolizuje odmietnutie alebo udelenie lásky. Všeobecnou praxou bol napadnutý i dôvod dávať vianočné darčeky deťom. Avšak globálne dávať dar oznamuje pozitívny symbolický význam. V súvislosti s problematikou používania spotrebných predmetov ako odmien, je otázka, či je poskytnutie hmotných statkov adekvátnou náhradou za priamy medziľudský prejav lásky. Predpokladá sa, že peniaze, tovar a informácie sú všeobecne nedostatočné kompenzácie za príjem lásky.

5. Posledná otázka zahrňujúca materializmus je, či prispieva k posilneniu a udržaniu pozitívnej vlastnej identity. V štúdiách cena vlastníctva – majetky, boli vysoko hodnotené niektorými jednotlivcami ale nie všetkými. Na základe štúdií je tiež preukázateľné, že majetky majú terapeutickú hodnotu pre seniorov i duševne chorých. Taktiež rôzne prechodné predmety vrátane ochranných prikrývk. Ktoré zdá sa posilňujú sebavedomie u dojčiat, tým že su nimi oddelené od svojich matiek.

Nie je jasné, či kupovanie vecí pre seba a ostatných úspešne pôsobí na oblasť sebaúcty. A tiež nie je jasné, či pri ľuďoch viac a menej materialistický má vplyv nálada na spotrebu (Belk, 1985).

Sebectvo

Je definované ako sklon a tendencia udržať si kontrolu alebo vlastníctvo niekoho majetku. Majetok je vnímaný ako primárne hmatateľný. Môže však obsahovať aj určité skúsenosti (napr. minuloročná dovolenka, bol som tam, spravil som toto...), hmotný majetok (napr. peniaze, kontrakty, pozemky,...) či iné osoby (kontrola nad ľudskou existenciou – môj zamestnávateľ, dieťa,...).

Sebectvo úzko súvisí s nenásytnosťou. A je určené vzťahom jednotlivca k objektom pred alebo po ich nadobudnutí. Tento rozdiel zodpovedá freudovskej teórií, ktorá spája chamtivosť ústnej frustrácie v priebehu dojčenia a posadnutosť na análnu frustráciu počas nočníkového tréningu.

Koncepčná doména sebectva zahŕňa obavy o stratu majetku. Túžba po väčšej kontrole vlastníctva než kontrola prenájmu, lízingu, pôžičky a sklon ukladať

a udržať majetok. Vzhľadom k tomu, že skúsenosti sú považované za potencionálne majetky, býva tendencia ich zhmatať. Zväčša prostredníctvom suvenírov, fotografií a ďalšie pamiatky, ktoré možno preukázateľne vlastníť. Túžba riadiť niečo prostredie sa zdá byť pomerne silná v západných štátoch pričom sebeckosť býva tolerovaná všade.

Nešľachetnosť

Definuje sa ako neochota dať majetok do akcií alebo ho zdieľať s ostatnými. Belk naznačuje, že sebeckosť a nešľachetnosť sú dve odlišné črty. Koncepcná doména nešľachetnosti je už spomínaná neochota zdieľať majetok s ostatnými, neochota požičiavať alebo darovať majetok ostatným a negatívne postoje voči charite.

Nešľachetnosť sa môže javiť ako založená iba na egoistickej sebeckosti. Iné dôkazy naznačujú, že veľkorysosť je s najväčšou pravdepodobnosťou medzi tými, ktorí už si zvykli na seba ako na hodných dávať a prijímať. Belk tým približuje negatívnu koreláciu medzi nešľachetnosťou a šťastím. Avšak aj štedrosť sa môže stať nefunkčnou a patologickou.

Závisť

Je definovaná ako nevoľa a zlá vôľa na nadradenosť (inej osoby – v šťastí, úspechu, povesti či pozícií držania sa niečoho žiadúceho). Závisť by sa mala odlišovať od žiarlivosti. Závisť sa zameriava na majetok niekoho iného, pričom žiarlivosť sa zameriava na vlastné majetky. Ak je niekoho kamarát považovaný za sexuálny majetok, je to výsledok vlastnosti sexuálnej žiarlivosti.

Závisť je konštrukt, ktorý zahŕňa túžbu po majetku druhých, či už sa jedná o objekty, zážitky alebo osoby. Taktiež závislivý človek neznáša tých, ktorí vlastnia požadované majetky. Kým závisť bola niekedy považovaná za prospešnú vlastnosť, ktorá motivuje usilujúco získať požadovaný objekt. No tradične je vnímaná ako deštruktívna vlastnosť. V extrémnych prípadoch vedie k vandalizmu, vraždám, podpaľáčstvu, krádežiam a cudzoložstvu. Takéto prípadne negatívne dôsledky závisť nie sú vylúčené ani zo súčasného ponímania (Belk, 1985).

1.2.1.3 Marsha L. Richinsová

Materializmus je podľa Marshy L. Richinsovej a Dawsona z roku 1992 hodnotovou orientáciou. Podľa ktorej človek kladie význam na získavanie a vlastníenie materiálnych statkov. Patria sem i formy správania nutných a potrebných k dosiahnutiu žiaducich cieľových stavov.

Materializmus rozdeľujú na 3 dimenzie:

1. **Šťastie** – pre dosiahnutie šťastia a spokojnosti sú nevyhnutné statky a ich získavanie.
2. **Úspech** – materialisti majú sklon posudzovať svoju úspešnosť a hodnotu, rovnako ako hodnotu iných, podľa množstva a kvality nadobudnutých statkov. Svoje majetky si cenia skôr pre peniaze, ktoré stoja, ako pre uspokojenie, ktoré poskytujú.
3. **Centralita** – dôraz získavania a vlastníenia objektov na úplný vrchol svojho hodnotového rebríčka.

Spotrebiteľské hodnoty sú zdrojom problémov pre filozofov a sociálnu kritiku.

Materializmus má 2 druhy spotrebiteľov.

- „Prestížny spotrebiteľ“ - prízemný, nevzdelaný, nechápavý, nenásytný, s pevnou vôľou ale zle nastavenými hodnotami. Pracujúci dlhé hodiny. Ušetrené peniaze míňa na čokoľvek (obsesívna túžba). Prestíž vlastniť dobré stereo, počítač, kuchynský robot či videorekordér.
- Pokročilejší stav spotrebiteľa. Charakter a hodnoty jedinca sú v istom zmysle zrútené. V tejto etape už nie je posadnutá honba za vecami. Hlúpa zhovievavosť – problémom už nie je vlastniť dobré stereo, počítač...
Ale predpoklad je, že všetky hodnoty sú obsiahnuté a rastú z týchto objektov v podobe narcizmu, nevinnej túžby po objektoch a skúsenosti z potešenia.

Spotrebiteľská kultúra má predstavu, že tovar je prostriedkom ku šťastiu. Presadzujú držanie a interakcie s tovarom. Nepredpokladajú dosiahnuť spokojnosť v živote náboženstvom, sociálnou interakciou alebo žitím jednoduchého života.

Média vs. Materializmus

Mnoho kritikov sa domnieva, že reklama zvyšuje materializmus medzi ľuďmi. Reklama ovplyvňuje ľudí v tom, že hľadajú životný zmysel v kupovaní produktov. Spotrebiteľia sa po pozretí reklamy môžu cítiť neustále nespokojní, nespokojní, úzkostní, nudiaci sa. Média v tomto zmysle propagujú produkty nie s cieľom podporiť spotrebu ale spôsob života. Kritici argumentujú pre a proti, potencionálne škodlivému účinku reklamy na materializmus. Avšak neexistuje takmer žiadny empirický výskum na túto tému. Existuje veľa výskumov o účinnosti reklamy – ktoré média sú najúčinnnejšie, koľko opakovaní je najúčinnnejších, porovnávania. No takmer žiadny empirický výskum účinkov reklamy na spoločnosť. (Richins, 1987).

Spotreba vs. Materializmus

Vysoká materialistická hodnotová orientácia u ľudí spôsobuje, že získavanie a spotreba sú pre nich nevyhnutné pre ich spokojnosť v živote. M. L. Richinsová spravila v roku 1992 k tejto tématike výskum. Bol konkrétne zameraný, či v krátkom časovom rozpätí spotreba zvyšuje pozitívne pocity u materialistov. Respondenti napr. odpovedali či im nákupy robia radosť. Aké majú pocity počas nákupov a týždeň po nich. Avšak štúdia nepreukázala rozdiel v emóciách medzi viac a menej materialisticky orientovanými (Benáková, 2015).

MVS

Richinsová spolu s Dawsonom vytvorili škálu materialistických hodnôt – MVS v roku 1992. Na meranie materializmu u spotrebiteľov. Bola použitá v mnohých štúdiách hlavne v Spojených štátoch amerických. O materializmus je naďalej veľký záujem. Najmä v školskej oblasti a vo verejnej politike. Od spomínaného roku 1992, bolo vykonaných viac ako 100 empirických štúdií materializmu a množstvo článkov v bulvárnej tlači.

MVS vznikol ako kratší merací nástroj. A tým dáva priestor výskumníkom k dodatočným opatreniam iných konštruktov v tomto meracom nástroji. Ako autori uvádzajú v mnohých výskumných prácach materializmus nebol hlavný

konštrukt záujmu. Ale výskumníci by mali dať tejto primárnej premennej priestor.

Význam je pripisovaný vlastníctvu, obstarávaniu hmotných statkov ako hlavným životným cieľom či materiálne hodnoty ako žiadúce stavy.

Škála bola zostrojená v anglickom jazyku a pôvodná verzia má 18 položiek, v ktorej sú 3 hlavné položky záujmu (šťastie, úspech, centralita).

Šťastie

Materialisti nevlastnia nikdy toľko majetku, aby mohli byť šťastní. Čím viac majú, tým viac by potrebovali, aby boli spokojní. Na každé zlepšenie materiálnej situácie reagujú zvýšením úsilím. Preto ich materiálne ambície sú zdrojom neustálej relatívnej deprivácie.

Úspech

Materialistickí jedinci používajú majetok na sociálne zrovnávanie. Majú tendenciu porovnávať sa smerom nahor. Teda s osobami, ktoré majú vyšší status, prestíž, sú bohatší. Materialisti sa na rozdiel od menej materialistickejších ľudí porovnávajú s bohatými ľuďmi, ako ich prezentujú média. Výsledky tohto porovnávania majú negatívne dôsledky na subjektívnu kvalitu života – horšie subjektívne zdravie, pocity závidosti a nespravodlivosti, nespokojnosť, ako i na objektívne zdravie

Centralita

Zaradenie materialistických hodnôt na vrch hodnotového rebríčka má za následok, že sú iné hodnoty, ktoré súvisia úzko s kvalitou života, odsunuté nabok. Medzi tieto spomínané a zabudnuté hodnoty patria hlavne sloboda, interpersonálne vzťahy a sebaaktualizácia (Hnilica, 2005).

2 KVALITA ŽIVOTA

„Kvalita života (quality of life) vyjadrenie pocitu životného „šťastia“ ; k najvšeobecnejším znakom patria sebestačnosť pri obsluhu vlastnej osoby a pohyblivosť; psychol. ako miera seberealizácie a duševnej harmónie teda miera životnej spokojnosti a nespokojnosti; sociolog. pocity a životná úroveň špeciálnych skupín, ako sú starí ľudia, príslušníci etnických a iných minorít ako hľadisko ich možností voľby; lék. na akej úrovni a s akým obmedzením žijú ľudia s chronickými chorobami ako je bronchiálna asthma, Parkinsonova choroba, choroby kardiovaskulárna, geriatrické choroby a mnohé iné, ako hľadisko obmedzenia slobody; individuálne kvalitu života zvyšuje, predovšetkým v starobe, plánované telesné a duševné činnosti, aktívny životný štýl (Hartl, Hartlová, 2009, s.284).“

Výskumy o kvalite života nemajú presné počiatky v rámci vedeckej literatúry (Heřmanová, 2012).

Kvalita život podľa Payna z roku 2005 má prvé zmienky okolo 20.storočia. Jej vývoj súvisí s úvahami o ekonomickom vývoji a v úlohách štátu materiálne zabezpečiť nižšie spoločenské vrstvy.

Ako uvádza Křívohlavý z roku 2001, Etika Nikomachova od Aristotela je prvá práca zaoberajúca sa otázkou kvality života. Približuje v 10 častiach: 1. Stupnicu účelu, najvyššie dobro, blaženosť. 2. Mravnú cnosť, priradenosť a zvyk. 3. Dobrovoľnosť a donútenie. 4. Štedrosť, marnotratnosť a lakomstvo. 5. Spravodlivosť. 6. Správny úsudok. 7. Zdržanlivosť a nezdržanlivosť – názory o rozkoši. 8. Priateľstvo a jeho druhy 9. Osvedčenie a potreba priateľstva. 10. Význam slasti, vymedzenie blaženosti, dôležitosť zákonodarstvá pre mravný život (Aristoteles, 2011).

Už desaťročia je v spoločenských vedách a v medicíne predmetom skúmania kvalita života (QOL). Subjektívna stránka je často v psychológii označovaná ako šťastie, well-being, subjektívny well-being alebo psychologický well-being. Súčasťou sú komponenty ako kladné emócie, záporné emócie, spokojnosť s jednotlivými oblasťmi života a spokojnosť so životom ako celkom.

Prvé dve komponenty predstavujú afektívnu komponentu kvality života a druhé dve komponentu kognitívnu (Hnilica et al., 2010).

2.1 Psychológia a kvalita života

Predmetom psychológie je človek a jeho správanie. Súvisia s ňou duševné procesy, postoje a ich vzájomné interakcie, ktoré súvisia s kvalitou života. Snažia sa klásť doraz na jedincovú spokojnosť a pocity šťastia. Tento pocit je veľmi ťažké definovať. Je individuálny, premenený v čase a mieste. Kvalitu života možno chápať ako prežívanie životného uspokojenia a prevládanie kladného emocionálneho afektu nad negatívnym. Najroziashlejší psychologický prístup je subjektívna spokojnosť so životom (subjective well-being). Kladné prevládanie emócií nad zápornými i tak sa dá nazvať spomínaná kvalita života. V jej hodnotení hrá veľkú rolu osobnosť jedinca. V posledných desaťročiach sa meranie kvality života zameriava na stanovenie si cieľov u človeka. Dosahovanie cieľov a smerovanie cieľov celého života. Je veľmi ťažké hodnotiť kvalitu cieľov nášho života. I to do akej miery sú zmysluplné a perspektívne pre nás. Otázky zmysluplnosti nášho konania sú nielen otázkou psychológov ale aj filozofov. V psychológii sa poukazuje nielen na hodnoty samostatné ale i systém. Hierarchia hodnôt sa môže dopĺňovať, prekrývať, prechádzať jedna cez druhú alebo sa navzájom vylučovať. V takom prípade dochádza ku konfliktom hodnôt, čo môže viesť k zhoršeniu kvality života (Mellenová, 2010).

2.1.1 Spokojnosť so životom

Ed Diener z roku 1999 hovorí, že rast v oblasti subjektívnej spokojnosti so životom (subjective well-being) odráža väčšie spoločenské trendy v oblasti hodnoty jedinca. Dôležitú úlohu zohrávajú subjektívne názory v hodnotení života. A uznanie, že spokojnosť so životom obsahuje pozitívne prvky, ktoré presahujú ekonomickú prosperitu.

Vedecké výskumy z tejto oblasti približujú, že sa zaoberajú viac negatívnymi stavmi než pozitívnymi. Tento pomer sa odráža 17 ku 1 prípadu.

Výskumníci zaoberajúci sa subjektívnou spokojnosťou so životom približujú, že pozitívne stimuly sú dôležité taktiež ako vyhnutie sa utrpeniu. Preto sa zaoberajú celou škálou spokojnosti od biedy až po eufóriu. Významnosť tu zohrávajú aj sociálne ukazovatele. Ľudia reagujú rôzne na rovnaké okolnosti. A výskumníci hodnotia podmienky na základe ich jedinečných očakávaní, hodnôt a predchádzajúcich skúseností. Hoci štatistiky o výške príjmov a trestnej činnosti sú dôležité pre diskusie o kvalite života, subjektívny prvok je zásadný. Drvivá väčšina vysokoškolských študentov po celom svete považujú šťastie a životnú spokojnosť za nesmierne dôležité. Mnohí respondenti vo výskumoch veria, že šťastie je dôležitejšie než peniaze. Navyše, šťastní ľudia sú posudzovaní, že majú viac žiadúcejší život než nešťastní ľudia. Snažiť sa byť dobrými teda lepšími ľuďmi. To je pravdepodobnosť pre prijatie do neba. Avšak len málo ľudí by mohlo namietať, že subjektívna spokojnosť so životom je jediná ingrediencia dobrého života.

Komponenty subjektívnej spokojnosti so životom

Subjektívna spokojnosť so životom je široká kategória javov. Zahŕňa ľudské emocionálne reakcie a globálne úsudky životnej spokojnosti. Každý komponent treba chápať ako jedinečný. No navzájom často tieto komponenty korelujú (Diener,1999).

Tabuľka č. 1: Komponenty subjektívnej spokojnosti so životom

Komponenty subjektívnej spokojnosti so životom			
Pozitívny vplyv	Negatívny vplyv	Spokojnosť so životom	Uspokojenie
Radosť	Vina a hanba	Túžba zmeniť život	Práca
Eufória	Smútok	Spokojnosť s aktual. životom	Rodina
Sebaspokojnosť	Úzkosť a strach	Spokojnosť s minulosťou	Zdravie, voľný čas
Náklonnosť	Stres	Spokojnosť s budúcnosťou	Financie
Šťastie	Depresia	Upínanie sa na niečí život	Sebauvedomenie
Extáza	Závisť		

2.1.2 Šťastie

Carlson z roku 2014, uvádza ako si vytvoriť vlastné šťastie. Niektorí ľudia ako by mali od nepamäti viac šťastia. No pri bližšom pohľade sa dostávajú na povrch informácie, že si ho vytvorili vo veľkej miere sami. Šťastie je spojované s úspechom. A ľudia, ktorí majú šťastie sú si v niektorých ohľadoch veľmi podobní. Spomínaní ľudia sa stávajú do pozície, v ktorej majú šťastie. Vkladajú sa do života, pomáhajú iným a sú i ochotní pomoc prijať.

Autor uvádza, že mal šťastie napr.:

- na finančnom kurze na Pepperdinskej univerzite. Jeho priatelia nedokázali uveriť, že daný kurz dal za A. Pretože všetko nasvedčovalo tomu, že by si zaslúžil prinajlepšom ohodnotenie B. No nevedeli, že za daným profesorom chodieval, keď bol v kancelárii každý deň. A žiadal ho o pomoc. Profesor vedel, že sa snažil a mal potrebné vedomosti. A tak získal konečné ohodnotenie A. Keby však neprejavoval takú túžbu učiť sa, malo by to iný záver. Profesor, by ho nepoznal a oveľa menej by mu záležalo na tom, akú známku dostane. Chcel, aby dosiahol úspech.

- ako ďalšie príklady šťastia pre neho boli, že sa dostal do rádii a televíznych šou v rôznych častiach Ameriky, kde propagoval svoju prácu. Kým ostatní sa sťažovali na to, že ich nepovýšia, alebo čakali, kedy zazvoní telefón, on mal plné ruky práce. Rozosielal knihy, propagačné materiály pre tlač a prezentoval svoje myšlienky producentom po celej krajine. Niekedy i viackrát denne celé a celé mesiace. Hovorí, že veľkú časť tohto šťastia si vytváral sám, tým že dával ľuďom na vedomie pripravenosti a ochotu mať šťastie.

Mal jedného známeho, o ktorom sa hovorilo, že ten má také šťastie. Informácie ako (príchod do kancelárie ešte predtým, ako väčšina ľudí len vstávala z postele; pamätanie dátumu narodenia svojho šéfa a jeho detí; ochota ospravedlniť sa, keď nemal pravdu; priznávanie zásluh ostatným, i keď boli len jeho; poďakovanie iným, keď sa k nemu zachovali pekne; vytrvalosť po tom, čo už ostatní to vzdali) ostali v úzadí.

Vytvoriť si vlastné šťastie, Carlson prirovnáva k vysadeniu si záhradky v ideálnom prostredí. Poskytnúť najlepšiu pôdu, vodu, slnečné svetlo a rastové podmienky. Ak sa však neposkytnú spomínané veci, stále môže vyrásť skvelá úroda. Ale šance na to budú omnoho menšie.

Křivohlavý z roku 2013 uvádza, že termínom ako je šťastie sa v posledných 30 rokoch zaoberajú odborníci v pozitívnej psychológii.

Pojem šťastia rozdeľuje na 3 oblasti:

1. Filozofické poňatie šťastia (eudaimonia, ctnosti, kultúrny kontext)
2. Horizontálne poňatie šťastia (hédonické šťastie, spirituálna oblasť, vplyv – práce, vzťahy medzi ľuďmi, vek, osobnosť, peniaze a životné udalosti)
3. Vertikálne poňatie šťastia (autentické šťastie – M.E.P. Seligman; totálne blaho, flourish- dozrieť; totálne zaujatie – flow – Mihaly Csikszentmihalyi; zážitok – zmysluplného, účelného a dobrého prežitia života)

3 FACEBOOK

U počítačov trávime čas, ktorý sa neustále predlžuje. Stal sa súčasťou vybavenia každej priemernej domácnosti. I komunikácia s ňou – miesto toho, aby sme išli zaklopať k susedom, natiahli sa po telefón, využívame toto vybavenie čoraz častejšie. Starí rodičia usadajú k počítačom, spúšťajú internet, učia sa posilať e-maily. Je to prvý z mnoho krokov, ktoré musia spraviť aby ostali v kontakte s generáciou svojich vnukov (Kulhánková, Čamek, 2010).

3.1 Kde?

V polovici 90.rokov 20.storočia v USA sa začali rozvíjať sociálne siete. Na začiatku to bol fenomén najmä medzi študentmi, aby mohli medzi sebou rýchlo komunikovať – objavili sa prvé stránky s profilmi a skupiny priateľov. Medzi dnes najpopulárnejšie patria Facebook, MySpace, LinkedIn a Hi5 (Kulhánková, Čamek, 2010).

Hi5

Sociálna sieť vytvorená na spoznávanie nových ľudí ako uvádza hlavná stránka. V prevádzke od roku 2003. Jej hlavné myšlienky sú vytvorenie si sociálneho okolia resp. hľadanie si nových priateľov a hranie hier. Zaujímavosťou je aplikácia „Stretni ma“, ktorá obsahuje 2 tlačítka – nie a áno. Je to forma rýchleho zoznámenia, kde sa vám premietajú profily užívateľov. No a ak vás niekto zaujme stlačíte tlačítka áno a začína konverzácia.

Zvieratá je hra tejto siete. Nemá nič spoločné s výchovou a kŕmením mačiek a psov. Namiesto toho si kupujete si kupujete priateľov i cudzincov s Hi5 peniazmi. Je to v podstate zbytočná hra nazývaný „zabíjač času“.

Twitter

Sociálna sieť, ktorej hlavným cieľom je, aby ľudia mohli vyjadriť svoje myšlienky okamžite. Žiadne ďalšie siete nevyužívajú naplno rýchlosť a bezprostrednosť ako Twitter. Poskytuje najrýchlejšie informácie o celebritách, aktualizácie priateľov i dôležité spravodajstvo. Na vytvorenie si účtu na tejto

sociálnej sieti nie je žiadny vekový limit na rozdiel od iných. Udržiava si celosvetové publikum a nevykazuje žiadne známky straty obľúbenosti a popularity.

LinkedIn

Sociálna sieť zameraná na kariéru. Ľudia si tu vytvárajú profil a sumarizujú doterajšie profesné povolania. Je to skvelý nástroj na skontaktovanie sa s obchodnými partnermi! Pomocou vytvoreného profilu sa môže užívateľ skontaktovať s klientmi či potencionálnymi klientmi. Je tu možnosť hľadať si prácu, obchodovať či pripravovať špeciálne prezentácie. S využitím vyhľadávača sa môžete jednoducho spojiť so známymi, kolegami či bývalými kolegami.

MySpace

Je využívaná hlavne na marketing v hudobnom priemysle – speváci, speváčky a hudobné skupiny. Svoje miesto tu majú herci, herečky, modelky a filmoví producenti. Túto sieť využívajú i vlastníci malých podnikov ako lacný zdroj reklamy, a budovania vzťahov s potencionálnymi zákazníkmi.

Squidoo

Zakladateľom je Seth Godin. Je to sociálna sieť založená na tematických blokoch a vedomostiach ľudí. Online lenses = filtrované tematické bloky. Každý človek je v niečom odborník. Preto táto sociálna sieť dáva priestor pre každého, kto sa chce podeliť o skúsenosti a vedomosti. Obsahuje rôzne kategórie napr.: rodina a deti, vzťahy a rodina, jedlo a varenie, zvieratá, móda a krása, svadby, autá, internet.

Facebook

Najrozšírenejšia sociálna sieť na svete. Užívatelia si vytvoria osobný profil, a pomocou žiadostí o priateľstvo poslaných i prijatých si rozširujú okruh kamarátov. Následne potom prebieha komunikácia či zapájanie sa do skupín – záujmových, pracovných, školských,...

Súčasťou siete sú hry, zdieľanie aktuálnych pocitov, fotografií a videí, vyplňanie kvízov (Adamcová, 2012).

Obrázok č. 3: Facebook login



Zaradenie Facebooku vo svete

V marci roku 2009 robila spoločnosť Nielsen prieskum. Bola v ňom dokázaná prevratná zmena. Po prvý raz užívatelia internetu v celej histórii strávili viac času na sociálnych sieťach ako na emailoch.

Globálny rast Facebooku je veľmi obťažné v tejto dobe zachytiť. Jeseň 2006 bola rozhodujúca. Vtedy sa do siete pridali používatelia i mimo radov študentov. Začalo prúdiť množstvo anglicky hovoriacich ľudí. Prvá časť roku 2008 sa niesla v znamení nového projektu, ktorý spočíval v preklade stránky. Už koncom daného roka sa mohol využívať v 35 jazykoch. Globalizácia v začiatkoch tohto projektu spôsobila, že 70 percent zo 145 miliónov aktívnych používateľov, ktorých Facebook mal, bolo z krajín mimo USA. V súčasnej dobe má táto mimoriadne obľúbená sieť viac používateľov ako Google. Významné štatistiky sú hlavne v Kanade, Nórsku, Hongkongu, Veľkej Británii, Čile, Izraeli, Bahamy

či Islande. Facebook je sociálnou sieťou číslo jeden i v Bruneji, Malajzii, Kambodži a Singapore. K ďalšej dôveryhodnej štatistike patrí, že v polovici roku 2008 bolo slovo Facebook v Google prehliadači častejšie vyhľadávané ako slovo sex.

Facebook má svoj sieťový efekt – tzn. ak začne komunikačná platforma rásť, môže sa jej rast ešte zrýchliť. Stane sa trhom, kde víťaz berie všetko. Ľudia sa budú registrovať a využívať komunikačný prostriedok, ktorý využíva najväčší počet iných ľudí. Zuckerbergovým cieľom bolo prekonať všetky ostatné sociálne siete. Kdekoľvek sa „nachádzal“ snažil sa získať si používateľov a stať sa v tejto krajine štandardom. Bol však presvedčený, že tento cieľ sa dá buď dosiahnuť alebo to skončiť. Žiadna tretia možnosť v jeho prípade neexistovala.

Sociálne siete majú v niektorých kľúčových krajinách viac používateľov ako Facebook. Patrí tu: Čína, Japonsko, Brazília, Kórea, Rusko,... Miestny hráč ovláda väčšinu z týchto krajín. Zuckerberg má svoju filozofiu. Kde tvrdí, že je potreba spraviť zo sveta otvorenejšie miesto. Nie je to však vec, ktorá sa udeje zo dňa na deň. Môže to trvať aj 10 či 15 rokov.

Snaží sa vybudovať najlepší a najzrozumiteľnejší produkt. Ľuďom by mal umožniť zdieľať informácie tým najjednoduchším spôsobom.

K Facebooku priťahuje ľudí na celom svete ešte jedna dôležitá charakteristika – možnosť vidieť len svojich priateľov. Nakoľko je táto sieť založená na skutočnej identite svojich používateľov. Tým sa odlišuje od ostatných sietí. To prispelo k popularite Facebooku.

Zuckerberg o úspechu tejto sociálnej siete hovorí, že ak sa dá ľuďom iný spôsob ako vymieňať informácie, zmení to ich životy. Táto sieť sa priradzuje ako rozhodne americká. Dokonca aj keď na používateľov mimo USA nie vždy tak pôsobí. V USA ľudia šíria transparentnosť a určitú slobodu prejavu. Avšak v niektorých iných krajinách to neplatí. V Saudskej Arábii otec prichytil ako jeho dcéra komunikuje na tejto sociálnej sieti s inými mužmi. Za čo ju zabil. Užívatelia v Spojených arabských emirátoch začali vytvárať rôzne protestné skupiny. V mediach to boli skupiny ako „Gulf Air Sucks“ či „Boycott Dubai’s

Delphinariums“. Pri skupine ako „Lesbičky v Dubaji“ sa vláda pokúsila Facebook zakázať. Vlády mnohých krajín sa snažia prísť na to ako si poradiť s užívateľmi, ktorí tuto slobodu zneužívajú. V čom má Facebook vlastnú špecifickú stratégiu. Odmieta akýkoľvek obsah, ktorý podporuje nenávisť, násilie a porušovanie zákona. Transparentnosť v americkom duchu sa nie vždy dá dobre preniesť aj do iných častí sveta. Mnohé kultúry vo všeobecnosti však vítajú možnosť odhaliť o sebe viac informácií.

Rast tejto populárnej siete vo svete nezodpovedá často americkej predstave. V USA je mnoho dospelých, ktorý túto sieť odmietajú. Alebo ich veľmi rýchlo omrzí. Avšak vo väčšine ostatných krajín ju používajú ľudia všetkých vekových kategórií. Spomínaná spoločnosť na prieskum Nielsen zaznamenala najväčší nárast užívateľov v zahraničí vo veku 35 do 49 rokov. Facebook sa javí ako odraz situácií vo svete. Ženy tvoria viac než polovicu používateľov tejto sociálnej siete. Okrem krajín v Afrike a Strednom východe, kde sú ich práva patrične obmedzené.

Niektoré krajiny považujú za dôležité možnosti, ktoré poskytuje Facebook pre jednotlivcov. Na Strednom východe patria k mimoriadne aktívnym užívateľom mladí vzdelaní ľudia. Zväčša majú jedny z najprepracovanejších profilov. V tejto oblasti je málo príležitosti na prezentáciu. Takže prevláda sloboda prejaviť sa oveľa viac online ako v reálnom živote. K týmto krajinám neodmysliteľne patrí Turecko i Čile.

Silní rivali existujú i proti Facebooku ako celosvetovo obľúbenej sociálnej sieti. Zápas o dominanciu nepatrí však MySpace. Aj keď je pod vedením Zuckerbergovho bývalého zástupcu pre záležitosti bežnej prevádzky spoločnosti – Owen Van Natt.

Väčšie starosti robí sociálna sieť **Mixi**, ktorá má svoju vedúcu pozíciu v Japonsku.

Veľký náskok má i **Orkut** v Brazílii a dlhý čas viedol i v Indii.

Sociálna sieť **Friendster** bola v USA odignorovaná. No veľkú prekážku zohrávala v juhovýchodnej Ázii. V polovici roka 2009 sa na nej nachádzalo 90

percent zo 105 miliónov používateľov. Na konci tohto samého roka však Facebook na plnej čiare prevalcoval Friendster. Tým sa stal webovou stránkou číslo jeden v Malajzii, Indonézii a na Filipínach.

Xiaonei

Najväčší klon siete Facebook v Číne. Časom sa premenoval na Renren, čo v preklade znamená každý. Čím chcel prilákať širšie obyvateľstvo. V tom Čase 4.6.2009 bol Facebook vládou úplne zablokovaný. V tento deň bolo aj výročie masakru na námestí Tiananmen.

Facebook sa len postupne vyvíja, aby vyhovel požiadavkám užívateľov v jednotlivých krajinách. V Nemecku má dohodu s najvýznamnejším miestnym poskytovateľom e-mailových služieb. V Japonsku sociálna sieť zjednodušuje blogovanie a používanie prostredníctvom mobilných telefónov. Na Taiwane jeden z dôvodov popularity je hra Farmville. Takmer celý národ bol ňou posadnutý. Registrovali sa najmä kvôli tomu, aby sa do hrania mohli zapojiť. V Malajzii sa stal populárny hlavne medzi čínskou menšinou.

Veľkosť sociálnej siete Facebook je čím ďalej tým viac dôležitejšou výhodou. Finančná náročnosť tu zohráva svoju rolu, hlavne pri vytváraní dômyselných funkcií. Konkurencia sa zaujíma o ukradnutie softvéru Facebooku. To jej však v tejto dobe už nestačí. Nakoľko pri prerátaní vychádza na 1 používateľa Facebook lacnejšie pri údržbe i prevádzke. Čo sa zdá byť, z dlhodobého hľadiska výhodou. Zuckerberg sa drží pravidla, že rast je prvoradý a výnosy druhoradé. Mnohí toto tvrdenie považujú za naivné.

Vkontakte – ruský klon Facebooku je vlastníctvom holdingové spoločnosti Digital Sky. Investuje výhradne len do internetových spoločností.

Úspešná celosvetová expanzia Facebooku prináša pre svojho autora výzvy. Či už sú to technické alebo manažérske stránky. Táto sociálna sieť má 2 dátové centrá v Spojených štátoch. Je zaujímavé, že má používateľskú základňu aj v zámorí. Z čoho vyplýva vybudovanie ďalších drahých stredísk na servery i vytvorenie obchodnej infraštruktúry. Postupom času vzniklo zahraničné

ústredie v Dubline a obchodné miesta na celom svete (a stále pribúdajú). Každý človek na tejto planéte by mal používať Facebook. Takto si Mark predstavuje svoj cieľ. Pri ňom je dôležité neignorovať najväčšiu internetovú krajinu sveta Čínu. V krajine bola táto sieť zakázaná. Autor ostáva presvedčený, že nájde spôsob ako ju sprevádzkovať. Nezabúda ani na to, že bude potrebovať veľmi citlivý prístup. Predpokladaný úspech začína osobným úsilím. Spočíva v učení sa mandarínsky, čo je jeden z dialektov čínskeho jazyka.

Okrem Číny zostáva výzvou i Indonézia. Už v roku 2010 v novembri používalo túto sociálnu sieť 30 miliónov Indonézanov. (Kirkpatrick, 2011).

3.2 Kto?

3.2.1 Autor

Mark Zuckerberg

Narodil sa 14.5.1984 v New Yorku v USA. Je to syn zubára a praktickej doktorky. Od strednej školy bola jeho jedna z najväčších vášní programovanie. Vymyslel verziu hry Risk, hudobný prehrávač Synapse (dokázal pomocou umelej inteligencie rozpoznať hudobné preferencie svojho užívateľa), ba dokonca program pre komunikáciu pracovníkov v otcovej firme.

Course Match bola prvá sociálna sieť, ktorú vytvoril. Bola určená pre študentov, ktorí mohli pozerat' zmeny v rozvrhu a zloženie tried pre semináre. Facemash bola ďalšia sociálna sieť. Tá od októbra 2003 bola však zameraná na hodnotenie vzhľadu ostatnými užívateľmi – študentmi. Tento projekt zaznamenal famózný úspech. Pretože sa Zuckerberg dostal k databáze fotografií neoprávnene, bola táto sieť administrátormi univerzitného systému vypnutá. Po nej bolo jeho víziou vytvoriť takú sieť, kam by mohli ľudia zdieľať svoje fotografie, svoje pocity a vzájomne na seba reagovať.

Facebook vymyslel na študentskom kampuse na Harvarde spolu s dvomi kamarátmi – Dustinom Moskovitzom a Chrisom Hughesom. Pre študentov

univerzity bol spustený vo februári 2004. V októbri 2005 kúpil www.facebook.com a sieť sa rozšírila na ďalšie univerzity. Potom i na veľké spoločnosti a v auguste 2006 sa otvoril Facebook pre všetkých.

Jeho sláva začala nezávratnou rýchlosťou stúpať. Už v roku 2007 sa stal najmladším dolárovým miliardárom na svete. Rok 2010 sa stal Marko Osobnosťou roka podľa časopisu Time. Medzi 30 najbohatších ľudí sveta sa dostal v máji 2012. Jeho majetok dosahoval vtedy 19,1 miliardy dolárov, čo je v prepočte 384 miliárd českých korún. V tomto roku vstúpil Facebook i na burzu ale neúspešne. Od decembra 2014 Zuckerberg oznámil, že predá časť akcií Facebooku, aby mal na zaplatenie daní. Firma uviedla, že je ochotný predal 41,4 miliónov akcií a jeho podiel sa zníži na 56,1 percent z momentálnych 58,8 percent (Zuckerberg, 2015).

Novinky od autora Mark Zuckerberg, 31.12.2014:

„ Som preplnený nápadmi na budúročné osobné výzvy.

Pre spresnenie, každý rok prijmam výzvu na rozšírenie môjho rozhľadu a naučiť sa niečo o svete mimo moju prácu na Facebooku.

V minulých rokoch, niektoré z mojich výziev boli:

- *Naučiť sa hovoriť pekínskou čínštinou*
- *Stretnúť nového, jedného človeka, ktorý nepracuje na Facebooku každý deň*
- *Napísať pod'akovanie každý deň niekomu, kto spravil svet lepším*
- *Byť vegetariánom (alebo iba zjesť mäso, ak zabijem zviera sám)*
- *Nosiť kravatu každý deň*

Na našom poslednom Q&A, sa ma niekto spýtal, čo bude moja výzva na nový rok a povedal som, že by som bol rád za nápady z našej komunity.

Perspektíva Facebooku

David Kirkpartick (2011) hovorí, že Zuckerberg bude mať jednoznačne aj naďalej pozíciu autority pri riadení čoraz viac obľúbenejšej siete. Nejde len o ovládanie Facebooku ale i o rozvíjajúcu sa infraštruktúru celej planéty. Dúfa, že úspech sociálnej siete závisí od schopností nestratiť dôveru svojich užívateľov. Snaží sa riadiť sociálnu sieť spravodlivo (otvorený a transparentný dialóg). Spomínaný novinár približuje, že pre tohto mladého riaditeľa bolo vždy najdôležitejšie presadzovať úprimnú transparentnosť. I zdieľanie čo najväčšieho množstva informácií, a tým premeniť Facebook na miesto profitujúceho podnikania.

Kirkpartick sa Zuckerberga raz spýtal, či sa neobáva, že sa Facebook dostane do finančných problémov. Na to mu povedal, že dôležitosť bude zohrávať udržanie alebo koniec spoločnosti. Momentálne sa však takýmito obavami nezaobera a všetko je v poriadku.

Autorova túžba uprednostňovať otvorenosť a čestnosť pred ziskami hovorí o tom, že dokáže odsúvať do úzadia svoje vlastné pôžitky. Či možno je Facebookom tak nadšený, že žiadne iné veci nie sú pre neho podstatné.

Markova snaha dosahovať rast a nie peňažný zisk však neoslabila finančné vyhliadky Facebooku. Mark Andreessen, člen správnej rady vidí v tejto oblasti presne takú perspektívu ako ktokoľvek iný – po finančnej stránke je to skutočne len otázka správneho načasovania.

Pre Zuckerberga je Andreessen dôležitá osoba z jeho úzkeho okruhu ľudí. Pravidelne sa na neho obracia so žiadosťou o radu. Jeho názory zohrávajú dôležitú úlohu. Andreessen uvádza, že je potreba rozširovať sieť. S čím sú spojené ale i ďalšie investície. Tento názor predložil na jeseň 2009 vo vestibule hotela v Silicon Valley.

Aktívnych užívateľov Facebooku je okolo 300 miliónov. Teda spoločnosť minula približne dolár na každého aktívneho používateľa. Vybuodovala tým biznis, do ktorého je zapojený celý svet. Svetová značka, ktorá má skutočnú moc,

príťažlivosť, efekty sietí, vlastný výskum a vývoj, konkurenčnú výhodu a plány na technológie budúcnosti, ktoré nahradia tie súčasné.

M. Andreessen približuje, že existuje potencional na získanie päťsto miliónov aktívnych používateľov alebo jednej miliardy ba dokonca dvoch miliárd. A mienanie jedného doláru na každého z nich, aby ich získal, považuje za samozrejmosť.

S Zuckerbergom pracujú jeho mentori a radcovia ako:

Eduard Saverin – kamarát zo školy, ktorý už má nejaké skúsenosti s podnikaním

Sean Parker – založil si sám svoju spoločnosť a vedel ako komunikovať s finančníkmi

Don Graham – riadil jednu z najväčších mediálnych spoločností v krajine

Jim Breyer – dostal sa do rady, keď spoločnosť Accel investovala do Thefacebooku

Peter Thiel – dostal sa do rady v roku 2004, keď investoval 500000 dolárov

Mark Andreessen

Steve Jobs

Andreessen hovorí o Zuckerbergovom spôsobe riadenia spoločnosti, že mu to ide dobre. Tvrdí, že budovať stabilnú technologickú spoločnosť dokáže len veľmi silný líder. Prirovnáva ho k Billovi Gatesovi, Jeffovi Bezosovi či k slávnemu Jobsovi.

Facebook ako najúspešnejšia vec alebo sa naň zabudne a vymizne?

Smerovanie k väčšej transparentnosti by sa mohlo stať trendom, čo by poviedlo k zmenám. Pri tejto otázke si väčšina ľudí predstaví niečo negatívne (víziu sveta, ktorý je pod dozorom; centralizáciu moci). Avšak Zuckerberg dopĺňa, že smerovanie k väčšej transparentnosti je nevyhnutné.

Napr.: Google, ktorý získava informácie predovšetkým vďaka tomu, že sleduje, čo sa deje. Inak nazývané „preliezanie“. Preliezajú web, kde získavajú

informácie a pridávajú ich do vlastných systémov. Chcú vytvoriť mapy, tak pošlú autá do ulíc. Z nich potom ľudia fotia skoro každý jeden dom pre systém Street View. A aby mohli poskytovať zacielenú reklamu, zbierajú požadované informácie do profilov svojich používateľov. Následne sledujú prostredníctvom cookies na DoubleClick a AdSense, kam chodia. Takto si vytvoria ucelené profily a vedia, čo koho zaujíma. Je to skvelá spoločnosť no ak sa to dostane do extrému, je to desivé.

Facebook a Google vedú stupňujúci konkurenčný boj (bojú o podiel na online trhu). I napriek tomu, že táto situácia sa dá vyriešiť niekoľkými spôsobmi. Najideálnejšia varianta by bola možnosť zmierenia. Dohoda či spojenectvo by umožnilo, aby sa údaje z oboch spoločností premiešali. No Zuckerbergov ani Thielov postoj tomu nie je naklonený. Skôr Google má stále záujem kúpiť Facebook. Ale tento gigant vo vyhľadávaní informácií čoraz viac naráža na pravidlá regulačnej a protimonopolovej politiky. Tým sa rozsah zmien, ktoré by mohla spoločnosť po kúpe Facebooku veľmi rýchlo znižuje. Predpokladaný scenár je taký, že Facebooku bude v boji s Googlom využívať Microsoft. Urobil to aj vtedy, keď si ho vybral za investora.

Facebook nechránil **údaje o používateľovi** vždy dôkladne. Spoločnosť urobila postupom času niekoľko nesprávnych rozhodnutí pri zavádzaní Noviniek. Paľba kritiky bola najintenzívnejšia koncom roku 2009. Dôvodom bolo intenzívne odporúčanie na sieti svojim užívateľom možnosť nastavenia súkromia na kategóriu všetkých.

Najhoršia vec, ktorá by sa mohla niekedy v budúcnosti Facebooku stať je, že **Zuckerberg stratí kontrolu**. Mohol by sa dostať tak do neželaných rúk a tým sa stať obrovským pozorovacím systémom. Facebook neustále však pokračuje v **zlepšovaní** svojich **nástrojov**. Umožňujú prehľadávať obsah siete. Momentálne možno prehľadávať všetky komerčné stránky ako i údaje, ktoré nie sú chránené nastaveniami.

Zuckerbergovi veľmi záleží na tom, aby Facebook zostal **neškodnou sieťou na internete** aj v celej spoločnosti. Spomína na to, že človek musí byť

dobry aby si získal dôveru ľudí. V minulosti ľudia neverili, že spoločnosti budú dobré. Čo sa podľa neho v tomto období mení. Približuje i **problematiku o predaji spoločnosti**. Sám seba sa pýtava, či robí tu najdôležitejšiu vec, ktorú môže robiť. Ak by odpoveď bola nie, spoločnosť by v tom prípade dosiahla postačujúcu úroveň a Mark v nej už nič nemusí robiť (Kirkpatrick, 2011).

Víziou je posilniť jednotlivca. „*Najdôležitejšou vecou, ktorú Facebook dokáže, je podľa neho to, že dáva ľuďom nástroje, ktoré im umožnia efektívnejšie komunikovať a mať úspech vo svete, v ktorom nás všetkých obklopuje stále viac informácií, a to bez ohľadu na to, čo robíme. Chce pomôcť, aby ľudia neboli ochromení, keď veľké inštitúcie tak v oblasti obchodu, ako aj štátnej správy, získavajú stále rozsiahlejšie zdroje v oblasti počítačov a informácií.*“

(Kirkpatrick, 2011, str. 291).

Facebook vykazuje nesmiernu **trvácnosť**. Od vzniku služby kritici predpokladali, že príde čoskoro o svoju atraktivitu a začne upadať. Od začínajúcich členov na Harvarde, po ďalšie vysoké školy mimo Brečtanovej ligy. Ďalší užívatelia – stredoškóiaci. A ďalší – svet dospelých. Sieť sa neustále rozrastala. Nestratila kolektívnu lojalnosť ani jednej zo spoločenských tried, vekových skupín či národností. Toto nemôže trvať naveky, ale zatiaľ sa neobjavil žiadny náznak na koniec tejto obľúbenej siete.

Zuckerbergovi veľmi záleží aby Facebook slúžil pre ľudí ako **most**. Snaží sa na ňom pracovať aby sa zmenil na námestie celosvetovej dediny. A udržať nadšenia množstva ľudí, ktorí sa prvotne pridali, aby mohli komunikovať s priateľmi, ostáva veľkou výzvou (Kirkpatrick, 2011).

3.2.2 Užívatelia

V začiatkoch to bolo už spomínané miesto používania najmä pre študentov. V súčasnosti využíva najrýchlejšie rastúcu sociálnu sieť Facebook k súkromným účelom už väčšina ľudí. No svoj úžitok prináša i podnikateľom. Registráciu na tejto sieti má už viac ako 3 milióny Čechov, čo je viac ako 30% všetkých obyvateľov (Severa, Krška, 2013).

Profily užívateľov sú základným stavebným materiálom sociálnej siete Facebook. Tvoria ich kontaktné údaje, informácie o vzdelaní, zamestnaní, informácie o záujmoch a záľubách, vzťahoch i rodinnom stave. Profily užívateľov sú pre ľudí nie pre firmy. Užívateľia tu môžu zdieľať svoje fotografie i pripravované udalosti (Kulhánková, Čamek, 2010).

3.3 Ako?

Profil v krokoch

1.časť - vytvorenie profilu

Hneď po otvorení www.facebook.com. Užívateľom sa môžete stať pokiaľ Vám bolo viac ako 13 rokov. Vyplňate textové polia – krsné meno, priezvisko a atd. Pokračovanie je tlačítkom Prihlásenie. Potom pokračuje bezpečnostná kontrola. Je to ochrana pred servermi, ktoré rozosielajú spamy. Používa sa preto skreslené písmo, ktoré stroj neprečíta. I sieť neotvorí a nemôže zneužiť emailové adresy zo siete načítané. Ak emailová adresa pred znakom @ pripomína adresu serveru, môže sa stať, že Facebook registráciu zatrhne. Najmenší problém majú užívateľia, ktorí majú vytvorenú adresu z mena alebo prezývky.

2.časť – nájsť priateľov.

Ak máte priateľov, ktorých emailová adresa je už zaregistrovaná na Facebooku, môžete ich automaticky vyhľadať zadaním emailu. A to kliknutím na tlačítko Nájsť priateľov. Najčastejšie využívané pri emailových adresách @gmail.com, @seznam.cz a @centrum.cz.

Pokiaľ nechcete vyhľadať priateľov v tom momente, môžete využiť- Preskočiť tento krok.

Informácie o profile

Máte možnosť ich zadať alebo preskočiť. Ak ich zadáte, zobrazia sa vám užívateľia, ktorí pri prihlasovaní do Facebooku zadali rovnaké informácie. A daní užívateľia sú vám navrhnutí ako priatelia.

Profilová fotka

Je posledným krokom. Je tu opäť možnosť preskočiť tento krok. Alebo nahrať fotku z počítača či vytvoriť aktuálnu momentku webovou kamerou. Pokračovanie tlačítkom – uložiť a pokračovať.

3.časť – potvrdenie registrácie a uvítacia stránka

Keď dokončíte postup (vytvorenia profilu, nájdenia priateľov, informácie o profile a profilovú fotku) bude vám na zadaný email odoslaný email. Na ktorý kliknete a váš účet sa definitívne aktivuje.

Uvítacia stránka = hlavná stránka. Pod posledným bodom na hlavnej stránke je daný popis akým spôsobom môžete kontrolovať ochranu svojich vlastných osobných údajov. V bode o Nastavení rozsahu informácií, ktoré zdieľate sú ukryté informácie v krátkych a výstižných textoch. Môžu ušetriť neskoršie trápenie s nechcenými pozvánkami od neznámych užívateľov (Kulhánková, Čamek, 2010).

Upozornenie: „A ďalšie „varovanie“ hned’ na začiatok. Facebook si všetky informácie, ktoré do neho zadávate, archivuje. Ani zmeny v nastaveniach či zrušenie účtu vám nepomôžu. I keď človek nijaké problémy v budúcnosti nepredpokláda (a väčšinou také nie je prečo), asi budete súhlasiť, že domáhať sa právnej ochrany v USA môže byť trochu nešikovné (Kulhánková, Čamek, 2010, s.19).“

Slovník užívateľov Facebooku

Aplikácie

V ľavom stĺpci ich tvoria aplikácie vyvinuté vývojármi služieb Facebook. Druhú časť funkcií sú komerčné hry ako napríklad Farmville, Mafia a ďalšie aplikácie.

Horná lišta

Aktívne ikony, textové pole pre vyhľadávanie vľavo a základná ponuka pre prácu s vašimi informáciami sú súčasťou tmavo-modrej lišty na hore.

Chat

Je to funkcia pre odosielanie krátkych textových správ. Je to podobné ako odosielanie SMS správ z mobilného telefónu.

Karty

Sú to kartotečné štítky či papierové zložky. Stránka Profil obsahuje 2 karty a to Nástenka a Informácie prípadne Fotky, pokiaľ ste načítali profilovú fotku. Rozdiel medzi kartami a záložkami je ten, že karty sú zaradené vodorovne vedľa seba.

Nastavenie súkromia

Skoro najdôležitejšia položka, ktorou nastavíte, čo všetko a komu sa bude zobrazovať váš profil či odkazy na hlavnej stránke vašich užívateľov Facebooku.

Obsah

Texty, fotografie, záznamy, videá, poznámky, odkazy. Jednoducho všetko, čo zdieľate na stránkach tejto sociálnej siete.

Offline

Označenie, že nie ste prítomný na internete.

Online

Pripojenie k internetu, ste k dispozícii na Facebooku.

Oznamovacie pole

Textový rámček na stránke profilu i hlavnej stránke. Slúži na vkladanie vášho „stavu“, čo máte práve na mysli. V ponuke sú napr.: Cítim sa (šťastne, bláznivo, fantasticky, skvele, milovaná, smutná,..) Pozerám (ČT24, Interstellar Movie, American Sniper,..), Čítam (Geography, Matematika, Anatomy,...), Počúvam (Rihanna – Diamonds, Kontrafakt, Beyonce, Adam Ďurica,...), Pijem (Pivo, Víno, Vodka,...), Jem (Sushi, Pizza, Milka,...), Hrám (The Sims 3, World of tanks, Tomb Raider, Sniper Elite V2, Battlefield Hardline,...) Cestujem do (Žilina, Porto – Portugalsko, Bratislava – Slovakia,...).

Ďalej je možné uviesť i fotografie, videá, udalosti, odkazy i polohu kde sa nachádzate.

Profil

Stránka užívateľa Facebooku, ktorú vidia ostatní jeho užívatelia/priatelia.

Rámček

V ľavom stĺpci profilu sú tzv. rámčeky. Sú to štvorce s oddelenými informáciami o priateľoch, fotkách či videách.

Rozbaľovacia ponuka

Je to akákoľvek ponuka, ktorá sa rozbalí po kliknutí na tlačidlo alebo odkaz.

Stĺpec

Profil i hlavná stránka sa skladajú z troch vertikálnych stĺpcov. Prostredný stĺpec býva najširší a je lemovaný po stranách dvoma užšími.

Tlačidlo – páči sa mi to

Čokoľvek, čo sa užívateľovi páči, môže označiť týmto tlačidlom. Čím vyjadruje svoj kladný názor. Donedávna to bolo len vyjadrenie stať sa fanúšikom nejakej firemnej stránky. Teraz je to globálne vyjadrenie názoru.

Záložka

Sú to položky, ktoré sa nachádzajú na hlavnej stránke. Na rozdiel od kariet sú zaradené zvisle pod sebou.

Zdieľanie

Všade na Facebooku sa hovorí o zdieľaní. Čo to vlastne je? Je to text, fotka, poznámka, s ktorou sa chcete podeliť so svojimi priateľmi (Kulhánková, Čamek, 2010).

Užitočné informácie pri používaní Facebooku:

1. Ak chcete zobrazit' všetkých svojich priateľov , kliknete na svoj Profil a tam Priatelia.
2. Užívateľom Facebooku môže byť len osoba staršia ako 13 rokov. Toto kritérium vychádza z určitej úrovne duševných znalostí spojených s týmto vekom.
3. Pokiaľ sa užívatelia Facebooku radi zhromažďujú v skupinách, môže byť jeden užívateľ členom maximálne 300 skupín.

4. Počet správcov skupiny/spoločnosti by malo byť viac, pre prípad unáhleného či neočakávaného odchodu jediného správcu.
5. Fotografie v albume môžu obsahovať maximálne 200 fotografií.
6. Viditeľnosť pri hľadaní je nastavenie súkromia na želaný okruh priateľov. Patrí sem napr. zobrazovanie profilovej fotografie.
7. Každá komerčná hra alebo aplikácia má svoje hodnotenie. Tvorí ju päť sivých hviezdíček. Čím viac hviezdíček, tým lepšie hodnotenie.
8. Vedieť nastaviť svoje súkromie na maximálnu ochranu, je dôležité naučiť i svojich facebook-ových priateľov. Ak je čo i len jeden priateľ otvorený, informácie o vás sa môžu šíriť ďalej. I napriek tomu, že vy ste ich viditeľnosť obmedzili.
9. Pokiaľ nejaká spoločnosť, firma alebo organizácia odkáže na svoj profil na Facebooku, ide o firemnú stránku na Facebooku.
10. Zásady ochrany osobných údajov služby Facebook nemajú žiadnu naväznosť na české zákony. Nakoľko ide o službu Spojených štátov amerických. Teda v prípade akéhokoľvek poškodenia z dôvodu krádeže osobných údajov, sa prípadný súdny spor rieši podľa príslušných federálnych a štátnych zákonov USA (Kulhánková, Čamek, 2010).

PRAKTICKÁ ČASŤ

4 VÝSKUM

4.1 Zdôvodnenie výskumu

Na Facebooku sa často dozvedáme o úspechoch iných ľudí, mnohokrát aj tých, ktorých ani moc dobre nepoznáme. Zdieľajú ich exotické dovolenky, navštívené pamätihodnosti, večere v drahých reštauráciách, práve zakúpené veci alebo jednoducho svoju "materiálnu spokojnosť", ktorú rôznymi spôsobmi dávajú najavo. Oveľa viac ľudí sa na Facebooku skôr chváli a dokazuje svoju prestíž, ako komunikuje. A tak pre užívateľa vzniká dojem, že sú ostatní úspešnejší a spokojnejší než oni sami. Preto tomuto novodobému fenoménu dnešnej doby prikladáme patričný význam.

4.2 Ciele výskumu

Cieľom práce je preskúmať vzťah materialistickej hodnotovej orientácie a kvality života u užívateľov Facebooku. Priniest' prehľad z aktuálnej, dostupnej, odbornej literatúry a výskumov.

4.3 Hypotézy

1. Predpokladáme, že čím sú viac materialistickejší užívatelia Facebooku, tým budú menej spokojní so svojím životom.
2. Predpokladáme, že užívatelia, ktorí publikujú príspevky, fotky, videá sú viac materialistickejší ako ostatné skupiny.
3. Predpokladáme, že užívatelia, ktorí publikujú 3 a viac príspevkov sú materialistickejší na rozdiel od ostatných skupín.
4. Predpokladáme, že užívatelia, ktorí publikujú 3 a viac príspevkov nie sú spokojní so životom ako ostatné skupiny.
5. Predpokladáme, že užívatelia, ktorí publikujú príspevky, fotky, videá nie sú spokojní so životom ako ostatné skupiny.

6. Predpokladáme, že užívatelia, ktorí publikujú životné udalosti (vzťahy, rodina, známi, kamaráti) nie sú spokojní so životom ako ostatné skupiny.

4.4 Výskumný súbor

Nášho výskumu sa zúčastnilo 125 užívateľov Facebooku. Vo veku od 16 rokov a viac.

Tabuľka č. 2: Rozdelenie podľa pohlavia

Rozdelenie podľa pohlavia	
Pohlavie	Počet
Muž	38
Žena	87
Total	125

4.5 Merací nástroj

Ako merací nástroj bol použitý dotazník tvorený 3 časťami:

1. časť bola zameraná na demografické údaje - vek a pohlavie. Zároveň 2 otázky zamerané na sociálnu sieť Facebook: otvorenú otázku „Čo považuješ za posledné 3 mesiace za najzaujímavejší príspevok na Facebooku?“ a poloopenú otázku „Aké príspevky publikuješ?“.

2. časť – Kvalita života – použitá Škála spokojnosti so životom (SWLS – Satisfaction With Life Scale; Diener et al., 1985). Ide o päť položkovú škálu pozostávajúcu zo 7-bodovej stupnice, pričom 1 znamená rozhodne nesúhlasím a 7 rozhodne súhlasím. Daná škála vyjadruje celkovú spokojnosť so životom (Hnilica, 2005).

30 – 35 extrémna spokojnosť

Respondenti, ktorí dosiahli toto skóre, milujú svoje životy. Pociťujú, že všetko ide ako má. Ich životy nie sú dokonalé. Majú však pocity, že veci sú tak dobré ako im ich život ponúka. Rast a výzva môžu byť jedným z dôvodov, prečo je respondent spokojný. Pre väčšinu ľudí v tomto bodovom skóre je život

příjemní. A hlavné domény života sú na dobrej úrovni – rodina, priatelia, škola/práca voľný čas, osobný rozvoj.

25-29 spokojnosť

Jedinci, ktorí dosiahli toto skóre majú radi svoje životy. Pociťujú, že veci idú dobre. Samozrejme, že ich životy nie sú dokonalé. Ale majú pocit, že veci idú väčšinou tak ako majú. Rast a výzva je jeden z dôvodov, prečo je jedinec spokojný. Hlavné domény života idú dobre (rodina, priatelia, škola/práca voľný čas, osobný rozvoj). Človek môže čerpať motiváciu z oblasti nespokojnosti.

20-24 mierne spokojný

Priemerná životná spokojnosť v ekonomicky vyspelých krajinách je v tomto rozsahu. Väčšina ľudí je všeobecne spokojná. Majú niektoré oblasti, kde by sa to dalo zlepšiť. Niektorí jedinci majú skóre v tejto časti, pretože sú vo všeobecnosti spokojní, ale potrebujú určité zlepšenia v každej oblasti. Iní respondenti v tomto rozsahu, sú spokojní so životom ale majú jednu alebo dve oblasti, v ktorých by si priať veľké zlepšenie. Akokoľvek, respondenti v mierke by chceli prejsť na vyššiu úroveň tým, že vykonajú nejaké životné zmeny.

20 neutrál

15-19 mierne nespokojný

Ľudia, ktorí dosiahnu tento rozsah majú zvyčajne malé ale významné problémy v niekoľkých oblastiach ich života. Alebo majú mnoho oblastí, ktoré sú v poriadku, no jedna značne problematická oblasť. Ak sa osoba dočasne dostala do tejto miery spokojnosti z vyššej úrovne kvôli nedávnym udalostiam, zvyčajne sa to časom zlepší a spokojnosť sa bude pohybovať späť nahor. Na druhej strane, ak je osoba chronicky mierne nespokojná v mnohých oblastiach života, niektoré zmeny môžu byť v poriadku. Niekedy človek očakáva príliš veľa, a niekedy je potrebné zmeniť život. Aj keď dočasná nespokojnosť je bežná a normálna. Chronická nespokojnosť v celej rade životných oblastí, vyzýva k zamysleniu. Niektorí ľudia môžu získať motiváciu z malej úrovne nespokojnosti.

10 – 14 nespokojnosť

Ľudia v tomto rozsahu skóre sú v podstate nespokojní so svojim životom. Majú niekoľko oblastí, v ktorých to nie je moc dobré. Či jednu alebo dve oblasti, v ktorých sa im darí veľmi zle. Ak je životná nespokojnosť reakciou na nedávne udalosti (úmrtie, rozvod, veľký problém v práci) respondent sa s pravdepodobnosťou vráti do vyššej úrovne spokojnosti. Ak však nízka úroveň spokojnosti je chronická, zmeny sú v poriadku. V postojoch, spôsoboch myslenia, a pravdepodobne i v životných činnostiach.

Nízka úroveň spokojnosti so životom v tejto miere pretrvávajúca, môže znamenať, že veci idú zle a treba životné zmeny. Navyše človek s nízkou mierou životnej spokojnosti v tomto rozsahu, niekedy nefunguje dobre. Pretože nešťastie slúži ako pomätenosť. Porozprávať sa s kamarátom, farárom, poradcom, alebo iným odborníkom často pomáha respondentovi uberať sa správnym smerom. Aj keď pozitívna zmena je v rukách jedinca.

5 – 9 veľká nespokojnosť

Jedinci, ktorí dosiahnu toto skóre sú zvyčajne veľmi nespokojní so svojim súčasným životom. V niektorých prípadoch je to reakcia na nedávne zlé udalosti, ako odovolenie alebo nezamestnanosť. V iných prípadoch je to odpoveď chronického problému, ako alkoholizmus alebo iná závislosť. V ďalších prípadoch krajnej nespokojnosti je to reakcia na niečo zlé napr. v poslednej dobe strata milovaného človeka. Nespokojnosť v takejto úrovni je často kvôli nespokojnosti v mnohých oblastiach života. Nech už dôvod úrovne veľkej nespokojnosti akýkoľvek, môže pomôcť pomoc druhých – priateľ, člen rodiny, poradiť sa s členom duchovenstva, pomoc psychológa alebo iného odborníka. Ak je táto nespokojnosť chronická, človek potrebuje zmenu a často ostatní môžu pomôcť.

3. časť – Materializmus – použitá **Škála materialistických hodnôt** (MVS - Materialistic Values Scale; Richins, 2004).

Šťastie

14. Vlastním len veci, ktoré potrebujem k životu.
15. Môj život by bol lepší keby som vlastnil niekoľko vecí, ktoré nemám.
16. Nebol by som šťastnejší, keby som vlastnil lepšie veci.
17. Bol by som radšej, keby som si mohol dovoliť kúpiť viac vecí.
18. Vadí mi, že si nemôžem dovoliť kúpiť si veci, ktoré by som chcel.

Úspech

1. Obdivujem ľudí, ktorí vlastnia drahé domy, autá a oblečenie.
2. Jeden z najvýznamnejších úspechov v živote je získavanie hmotného majetku.
3. Neprikláňam sa, že známkou úspechu je mať množstvo hmotného majetku.
4. Veci, ktoré vlastním vypovedajú o tom ako som v živote úspešný.
5. Rád vlastním veci, ktoré vzbudzujú u ľudí obdiv.
6. Nevenujem veľkú pozornosť veciam, ktoré vlastnia iní ľudia.

Centralita

7. Kupujem iba veci, ktoré potrebujem.
8. Snažím sa žiť jednoduchý život, čo sa týka hmotných vecí.
9. Veci, ktoré vlastním nie sú pre mňa najdôležitejšie.
10. Rád utrácam peniaze za veci, ktoré nie sú pre mňa praktické.
11. Kupovanie vecí mi prináša potešenie.
12. Mám rád okolo seba luxusné veci.
13. Kladiem menší dôraz na materiálne veci ako na ľudí, ktorých poznám.

4.6 Postup zhromažďovania dát

Pri zbere dát sme využili snowball technique inak nazývaný i lavínový výber (Ferjenčík, 2010). Aby sme sa dostali k väčšiemu počtu dostupných užívateľov využili sme formu správ, zdieľania na vlastnej, priateľských a skupinových nástenkách. Zber dát sa uskutočnil v mesiacoch február, marec 2015.

4.7 Výsledky

4.7.1 Vyhodnotenie hypotéz

Reliabilita

SWLS: alfa = 0,766; korelácie sú v rozpätí 0,142 do 0,635

MVS: alfa = 0,773; korelácie sú v rozpätí -0,184 do 0,628.

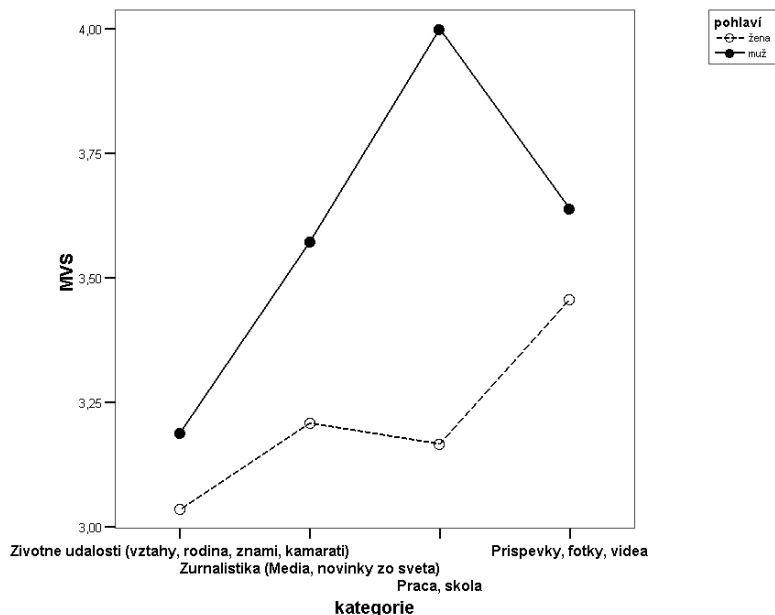
Tom a Wewe udávajú v oboch prípadoch úplne rovnaké kategórie, tj. ICC = 1,00.

1. Predpokladáme, že čím sú viac materialistickejší užívatelia Facebooku, tým budú menej spokojní so svojími životmi.

Korelácia MVS a SWLS: **-0,183; p < 0,05** – **čím viac sú užívatelia Facebooku materialistickejší, tým menej sú spokojní so svojími životmi.**

2. Predpokladáme, že užívatelia, ktorý publikujú príspevky, fotky, videá sú viac materialistickejší ako ostatné skupiny.

Graf č. 4: MVS - kategória 1



Tabuľka č. 3: Závislá premenná MVS – príspevky, fotky, videa

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Observed Power(a)
Model	4,603(b)	7	,658	1,240	,289	,505
kat1	1,942	3	,647	1,221	,307	,318
sex	1,379	1	1,379	2,601	,110	,358
kat1 * sex	,441	3	,147	,278	,841	,101
Error	48,243	91	,530			
Total	52,846	98				

a Computed using alpha = ,05

b R Squared = ,087 (Adjusted R Squared = ,017)

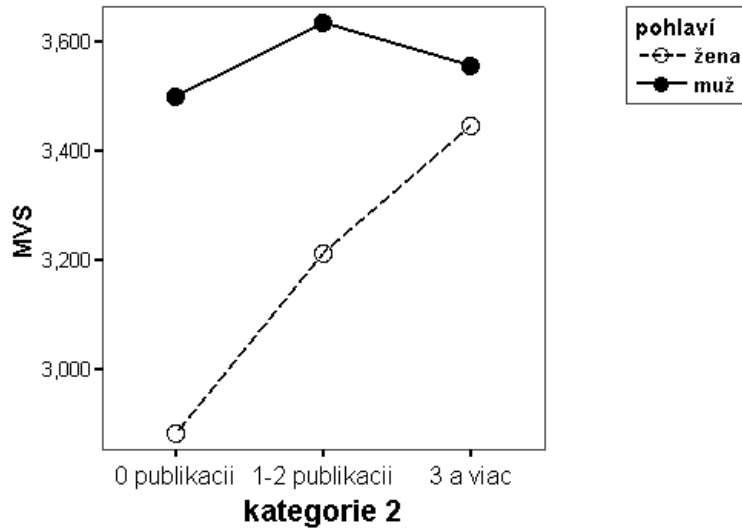
štatisticky nevýznamné

Test rozdielu medzi krajnými pólmi (Životné udalosti vs. Príspevky, fotky, videa):

$t(53) = 2,10; p < 0,05.$

3. Predpokladáme, že užívatelia, ktorí publikujú 3 a viac príspevkov sú materialistickejší na rozdiel od ostatných skupín.

Graf č. 2: MVS - kategória 2



Tabuľka č. 4: Závislá premenná MVS vo vzťahu k publikáciám

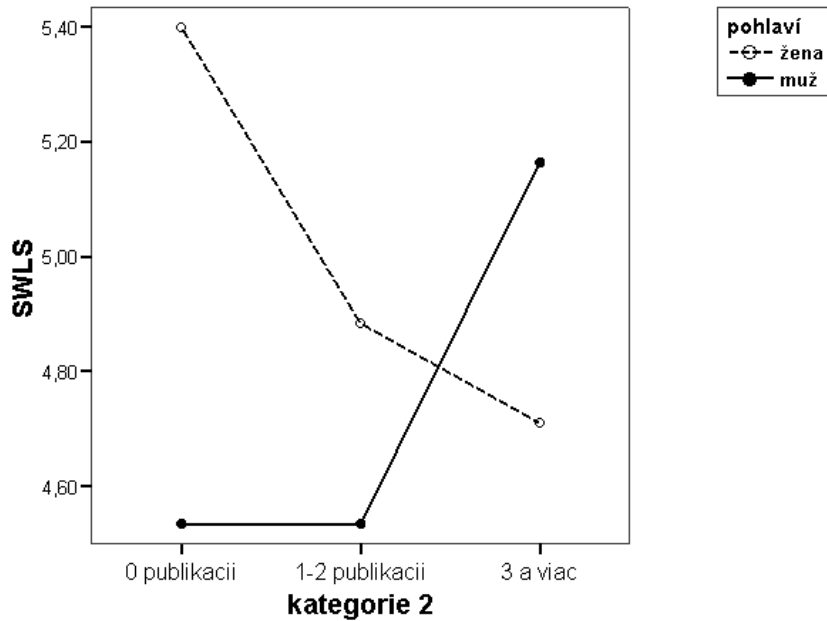
Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Observed Power(a)
Model	6,478(b)	6	1,080	2,300	,039	,781
age	1,104	1	1,104	2,353	,128	,331
k1	,494	2	,247	,526	,592	,135
sex	2,290	1	2,290	4,879	,029	,591
k1 * sex	,822	2	,411	,876	,419	,198
Error	55,384	118	,469			
Total	61,863	124				

a Computed using alpha = ,05

b R Squared = ,105 (Adjusted R Squared = ,059)

4. Predpokladáme, že užívatelia, ktorí publikujú 3 a viac príspevkov nie sú spokojní so životom.

Graf č. 3: SWLS - kategória 2



Tabuľka č. 5: Závislá premenná SWLS – 3 a viac príspevkov

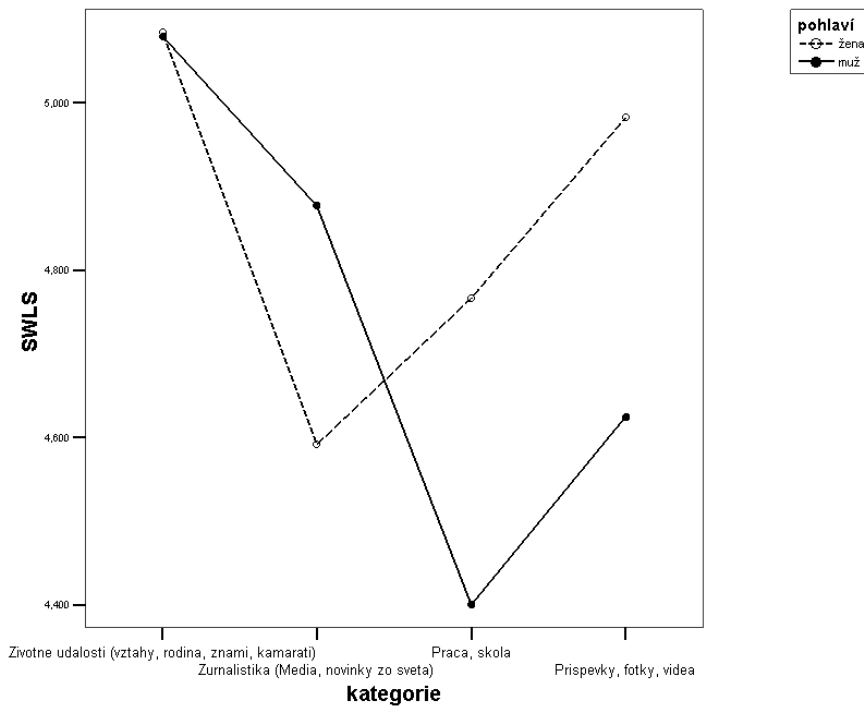
Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Observed Power(a)
Model	7,360(b)	6	1,227	1,063	,389	,406
age	,582	1	,582	,505	,479	,109
sex	1,021	1	1,021	,884	,349	,154
k1	1,388	2	,694	,601	,550	,148
sex * k1	4,918	2	2,459	2,131	,123	,430
Error	136,177	118	1,154			
Total	143,537	124				

a Computed using alpha = ,05

b R Squared = ,051 (Adjusted R Squared = ,003)

5. Predpokladáme, že užívatelia, ktorí publikujú príspevky, fotky, videá nie sú spokojní so životom.
6. Predpokladáme, že užívatelia, ktorí publikujú životné udalosti (vzťahy, rodina, známi, kamaráti) nie sú spokojní so životom.

Graf č. 4: SWLS – kategória 1



Tabuľka č. 6: Závislá premenná SWLS

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Observed Power(a)
Model	4,770(b)	8	,596	,529	,832	,232
age	,799	1	,799	,709	,402	,132
kat1	1,461	3	,487	,432	,731	,133
sex	,123	1	,123	,109	,742	,062
kat1 * sex	1,613	3	,538	,477	,699	,143
Error	101,417	90	1,127			
Total	106,187	98				

a Computed using alpha = ,05

b R Squared = ,045 (Adjusted R Squared = -,040)

ZÁVER

Táto diplomová práca poukazuje či má vplyv materialistická hodnotová orientácia na kvalitu života u užívateľov Facebooku.

V teoretickej časti sa autorka zamýšľa nad históriou materializmu, nad materialistickou hodnotovou orientáciou z pohľadu viacerých autorov. Ďalej približuje kvalitu života a jej formy. Posledná oblasť v teoretickej časti sa venuje populárnej sociálnej sieti Facebook.

Praktická časť diplomovej práce je venovaná výskumu. Vzorka respondentov bola 125 užívateľov Facebooku nad 16 rokov. Táto spomínaná, populárna, sociálna sieť je prostriedok odkiaľ sa dozvedáme o úspechoch iných ľudí. Mnohokrát aj tých, ktorých ani moc dobre nepoznáme. Zdieľajú ich exotické dovolenky, navštívené pamätihodnosti, večere v drahých reštauráciách, práve zakúpené veci alebo jednoducho svoju "materiálnu spokojnosť", ktorú rôznymi spôsobmi dávajú najavo. Oveľa viac ľudí sa na Facebooku skôr chváli a dokazuje svoju prestíž, ako komunikuje. A tak pre užívateľa vzniká dojem, že sú ostatní úspešnejší a spokojnejší než oni sami. Preto tomuto novodobému fenoménu dnešnej doby prikladá autorka patričný význam.

Výzkum preukázal, že i na tomto vzorku platí, že čím viac sú jedinci materialistickejší tým menej sú spokojní so svojimi životmi. Ostatné hypotézy nepotvrdili svoju významnosť (Predpokladáme, že užívatelia, ktorí publikujú príspevky, fotky, videá sú viac materialistickejší ako ostatné skupiny; Predpokladáme, že užívatelia, ktorí publikujú 3 a viac príspevkov sú materialistickejší na rozdiel od ostatných skupín; Predpokladáme, že užívatelia, ktorí publikujú 3 a viac príspevkov nie sú spokojní so životom; Predpokladáme, že užívatelia, ktorí publikujú príspevky, fotky, videá nie sú spokojní so životom. Predpokladáme, že užívatelia, ktorí publikujú životné udalosti - vzťahy, rodina, známami, kamaráti - nie sú spokojní so životom).

Autorka považuje spracovanie svojej diplomovej práce za veľmi inšpirujúce. Aj napriek nevýznamnosti stanovených hypotéz pokladá túto oblasť za zaujímavú na ďalšie výskumy. I preskúmanie prípadných, vynárajúcich sa súvislostí.

LITERATÚRA

- ARISTOTELES, *Etika Nikomachova*. Bratislava: Kalligram, 2011, 296 s. ISBN 9788081014178.
- ATKINSON, R.L. *Psychologie*. 2. vyd. Praha: Portál, 2003, 752 s. ISBN 80-7178-640-3.
- BELK, R. W. Materialism: Trait Aspects of Living in the Material World. *The Journal of Consumer Research*. 1985, Vol. 12, No.3, s. 265 - 280. ISSN 00935301.
- CARLSON, R. *Netrápte sa pre peniaze*. Bratislava: Eastone Books, 2014. 252 s. ISBN 978-80-8109-254-1.
- DIENER, E. *Subjective well-being: Three decades of progress*. 1999, Psychological Bulletin 125, s.276-302.
- FERJENČÍK, J. *Úvod do metodológie psychologického výskumu*. Praha: Portál, 2000. 256 s. ISBN 80-7178-367-6.
- FROMM, E. *Mít nebo být*. Prel.Vlastislava Žihlová. Praha: Naše vojsko, 1992. 176 s. ISBN 80-206-0181-3.
- HARTL, P. a HARTLOVÁ, H. *Psychologický slovník*. 2. vyd. Praha: Portál, 2009, 776 s. ISBN 978-80-7367-569-1.
- HEŘMANOVÁ, E. *Koncepty, teorie a měření kvality života*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2012, ISBN 978-80-7419-106-0.
- HNILICA, K. Vlivy materialistické hodnotové orientace na spokojenost se životem. *Československá psychologie*. 2005, roč. 49, č.5, s. 385-398. ISSN 0009-062X.
- HNILICA, K. et al. Vlivy sociálního statusu a materialistické hodnotové orientace na spokojenost se životem studentů středních škol. *Pedagogika*. 2010, roč. 60, 61-72 s.
- INGLEHART, R.: Globalization and postmodern values. *The Washington Quarterly* (Winter), 2000, 215-228 s.

- INGLEHART, R., FLANAGAN, C. S. Value change in industrial societies. *American Political Science Review* 81,1987. 1289-1319 s.
- IVANOVÁ – ŠALINGOVÁ M., MANÍKOVÁ Z. *Slovník cudzích slov*. Martin: SNP, 1979. ISBN 80-08-00006-6.
- KIRKPATRICK, D. *Facebook efekt*. Prel. Edina HORVÁTHOVÁ. Bratislava: Eastone Books, 2010. ISBN 978-80-8109-188-9.
- KŘIVOHLAVÝ, J. *Psychologie pocitů štěstí*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4436-0.
- KULHÁNKOVÁ, H., ČAMEK J. Fenomén Facebook Kladno: BigOak, 2010. ISBN 978-80-904764-0-0.
- LAJČIAKOVÁ, P. a TABAČKOVÁ, K. 2010. *Ako spracovať výskum*. Ružomberok: Verbum, 2010. 180 s. ISBN 978-80-8084-537-7.
- PÁLEŠ, E. *Angelologie dějin 1*. Bratislava: Sophia, 2004. 480s. ISBN 8096804553.
- PAYNE, J. *Kvalita života a zdraví*. Praha: Triton, 2005. 630s. ISBN 80-7254-657-0.
- PLHÁKOVÁ, A. *Učebnice obecné psychologie*. Praha: Academia, 2003. ISBN 978-80-200-1499-3.
- RICHINS, M. L. Media, Materialism and Human Happiness. *Advances in Consumer Research*. 1987, Vol. 14, p. 352-356. ISSN 0098-9258.
- RICHINS, M. L. a. DAWSON, S. A. Consumer Values Orientation for Materialism and Its Measurement: Scale Development and Validation. *Journal of Consumer Research*. 1992, Vol. 19, No. 3, p. 303-316. ISSN 0093-530.
- RICHINS, M. L., McKEAGE, K. K. R. a. NAJJAR, D. An Exploration of Materialism and Consumption-Related Affect. *Advances in Consumer Research*. 1992, Vol.19, p.229-236. ISSN 0098-9258.
- RICHINS, M. L. The Material Values Scale: Measurement Properties and Development of a Short Form. *Journal of Consumer Research* 31. 2004, 209-219 s.

SEVERA, M., KRŠKA, L. *Černá ovce facebooku*. Havlíčkův Brod:
Economicus, 2013. ISBN 978-80-905214-3-8

Závěrečné práce

BENÁKOVÁ, A. *Vliv materialistické hodnotové orientace na výběr životního partnera*. Diplomová práce. Praha, 2015. Pražská vysoká škola psychosociálních studií. 78s. Vedoucí: PhDr. Karel Hnilica, CSc.

RENDLOVÁ, M. *Materialistická hodnotová orientace a kvalita života*. Diplomová práce. Praha, 2006. Univerzita Karlova. Filosofická fakulta. Katedra kulturologie. 83s. Vedoucí: PhDr. Karel Hnilica, CSc.

MELLENOVÁ, Z. *Kvalita života účastníků kombinovaného studia andragogiky*. Diplomová práce. Olomouc, 2010. Univerzita Palackého. Filosofická fakulta. Katedra sociologie a andragogiky. 63s. Vedoucí: PhDr. Veronika Chmelařová

Internetové citácie

- BUGÁR, J.[online] 2008. [cit. 2015-07-29]. Dostupné z:
<http://philpapers.org/s/Jozef%20Bug%C3%A1r>
- ZUCKERBERG, M. G.[online] 2014. [cit. 2014-12-31]. Dostupné z:
<https://www.facebook.com/zuck?fref=ts>
- ZUCKERBERG, M. G.[online] 2015. [cit. 2015-07-30]. Dostupné z:
<http://www.biography.com/people/mark-zuckerberg-507402>

PRÍLOHA

Príloha A: Dotazník

Vplyv materialistickej hodnotovej orientácie na kvalitu života u užívateľov Facebooku

Milý/á respondent/ka,

volám sa Veronika Horecká a som študentkou 5. ročníka odboru psychológie na Pražskej vysokej škole psychosociálnych štúdií v Prahe. A týmto by som Ťa chcela veľmi pekne poprosiť o vyplnenie daného dotazníka k mojej diplomovej práci. Prosím o úprimné a pravdivé odpovede.

Pohlavie:

Muž

Žena

Vek:

I. Čo považuješ za posledné 3 mesiace za najzaujímavejší príspevok na Facebooku?

II. Aké príspevky publikuješ?

Môžeš zaškrtnúť viaceré možnosti.

- a) navštívené pamätihodnosti, mestá, krajiny
- b) navštívené hudobné akcie (koncerty, festivaly, muzikály, opery,...)
- c) exotické dovolenky
- d) zakúpené veci

- e) vyskúšané drahé jedlá
- f) navštívené reštaurácie a hotely
- g) dosiahnuté tituly (vzdelanie + súťaže), certifikáty,...
- h) Iné:

1) Môj spôsob života sa skoro úplne zhoduje s mojím ideálom.

- a) Rozhodne nesúhlasím
- b) Nesúhlasím
- c) Mierne nesúhlasím
- d) Nevieť sa rozhodnúť
- e) Mierne súhlasím
- f) Súhlasím
- g) Rozhodne súhlasím

2) Podmienky môjho života sú vynikajúce.

- a) Rozhodne nesúhlasím
- b) Nesúhlasím
- c) Mierne nesúhlasím
- d) Nevieť sa rozhodnúť
- e) Mierne súhlasím
- f) Súhlasím
- g) Rozhodne súhlasím

3) Som so svojím životom spokojný/á.

- a) Rozhodne nesúhlasím
- b) Nesúhlasím
- c) Mierne nesúhlasím
- d) Nevieľ sa rozhodnúť
- e) Mierne súhlasím
- f) Súhlasím
- g) Rozhodne súhlasím

4) Dostal/a som od života skoro všetko, čo som chcel/a.

- a) Rozhodne nesúhlasím
- b) Nesúhlasím
- c) Mierne nesúhlasím
- d) Nevieľ sa rozhodnúť
- e) Mierne súhlasím
- f) Súhlasím
- g) Rozhodne súhlasím

5) Keby som mohol/a žiť svoj život znovu, skoro nič by som nemenil/a.

- a) Rozhodne nesúhlasím
- b) Nesúhlasím
- c) Mierne nesúhlasím
- d) Nevieľ sa rozhodnúť
- e) Mierne súhlasím

f) Súhlasím

g) Rozhodne súhlasím

1. Obdivujem ľudí, ktorí vlastnia drahé domy, autá a oblečenie.

a) Rozhodne nesúhlasím

b) Nesúhlasím

c) Mierne nesúhlasím

d) Nevieť sa rozhodnúť

e) Mierne súhlasím

f) Súhlasím

g) Rozhodne súhlasím

2. Jeden z najvýznamnejších úspechov v živote je získavanie hmotného majetku.

a) Rozhodne nesúhlasím

b) Nesúhlasím

c) Mierne nesúhlasím

d) Nevieť sa rozhodnúť

e) Mierne súhlasím

f) Súhlasím

g) Rozhodne súhlasím

3. Neprikláňam sa, že známkou úspechu je mať množstvo hmotného majetku.

a) Rozhodne nesúhlasím

- b) Nesúhlasím
- c) Mierne nesúhlasím
- d) Nevieľ sa rozhodnúť
- e) Mierne súhlasím
- f) Súhlasím
- g) Rozhodne súhlasím

4. Veci, ktoré vlastným vypovedajú o tom ako som v živote úspešný.

- a) Rozhodne nesúhlasím
- b) Nesúhlasím
- c) Mierne nesúhlasím
- d) Nevieľ sa rozhodnúť
- e) Mierne súhlasím
- f) Súhlasím
- g) Rozhodne súhlasím

5. Rád vlastným veci, ktoré vzbudzujú u ľudí obdiv.

- a) Rozhodne nesúhlasím
- b) Nesúhlasím
- c) Mierne nesúhlasím
- d) Nevieľ sa rozhodnúť
- e) Mierne súhlasím
- f) Súhlasím

g) Rozhodne súhlasím

6. Nevenujem veľkú pozornosť veciam, ktoré vlastní iní ľudia.

a) Rozhodne nesúhlasím

b) Nesúhlasím

c) Mierne nesúhlasím

d) Nevieť sa rozhodnúť

e) Mierne súhlasím

f) Súhlasím

g) Rozhodne súhlasím

7. Kupujem iba veci, ktoré potrebujem.

a) Rozhodne nesúhlasím

b) Nesúhlasím

c) Mierne nesúhlasím

d) Nevieť sa rozhodnúť

e) Mierne súhlasím

f) Súhlasím

g) Rozhodne súhlasím

8. Snažím sa žiť jednoduchý život, čo sa týka hmotných vecí.

a) Rozhodne nesúhlasím

b) Nesúhlasím

c) Mierne nesúhlasím

- d) Nevieť sa rozhodnúť
- e) Mierne súhlasím
- f) Súhlasím
- g) Rozhodne súhlasím

9. Veci, ktoré vlastním nie sú pre mňa to najdôležitejšie.

- a) Rozhodne nesúhlasím
- b) Nesúhlasím
- c) Mierne nesúhlasím
- d) Nevieť sa rozhodnúť
- e) Mierne súhlasím
- f) Súhlasím
- g) Rozhodne súhlasím

10. Rád utrácam peniaze za veci, ktoré nie sú pre mňa praktické.

- a) Rozhodne nesúhlasím
- b) Nesúhlasím
- c) Mierne nesúhlasím
- d) Nevieť sa rozhodnúť
- e) Mierne súhlasím
- f) Súhlasím
- g) Rozhodne súhlasím

11. Kúpanie vecí mi prináša potešenie.

- a) Rozhodne nesúhlasím
- b) Nesúhlasím
- c) Mierne nesúhlasím
- d) Nevieľ sa rozhodnúť
- e) Mierne súhlasím
- f) Súhlasím
- g) Rozhodne súhlasím

12. Mám rád okolo seba luxusné veci.

- a) Rozhodne nesúhlasím
- b) Nesúhlasím
- c) Mierne nesúhlasím
- d) Nevieľ sa rozhodnúť
- e) Mierne súhlasím
- f) Súhlasím
- g) Rozhodne súhlasím

13. Kladiem menší dôraz na materiálne veci ako na ľuďi, ktorých poznám.

- a) Rozhodne nesúhlasím
- b) Nesúhlasím
- c) Mierne nesúhlasím
- d) Nevieľ sa rozhodnúť
- e) Mierne súhlasím

f) Súhlasím

g) Rozhodne súhlasím

14. Vlastním len veci, ktoré potrebujem k životu.

a) Rozhodne nesúhlasím

b) Nesúhlasím

c) Mierne nesúhlasím

d) Nevieť sa rozhodnúť

e) Mierne súhlasím

f) Súhlasím

g) Rozhodne súhlasím

15. Môj život by bol lepšÍ keby som vlastnil niekoľko veci, ktoré nemám.

a) Rozhodne nesúhlasím

b) Nesúhlasím

c) Mierne nesúhlasím

d) Nevieť sa rozhodnúť

e) Mierne súhlasím

f) Súhlasím

g) Rozhodne súhlasím

16. Nebol by som šťastnejšÍ keby som vlastnil lepšie veci.

a) Rozhodne nesúhlasím

b) Nesúhlasím

- c) Mierne nesúhlasím
- d) Nevieľ sa rozhodnúť
- e) Mierne súhlasím
- f) Súhlasím
- g) Rozhodne súhlasím

17. Bol by som radšej keby som si mohol dovoliť kúpiť viac vecí.

- a) Rozhodne nesúhlasím
- b) Nesúhlasím
- c) Mierne nesúhlasím
- d) Nevieľ sa rozhodnúť
- e) Mierne súhlasím
- f) Súhlasím
- g) Rozhodne súhlasím

18. Vadí mi, že si nemôžem dovoliť kúpiť si veci, ktoré by som chcel.

- a) Rozhodne nesúhlasím
- b) Nesúhlasím
- c) Mierne nesúhlasím
- d) Nevieľ sa rozhodnúť
- e) Mierne súhlasím
- f) Súhlasím
- g) Rozhodne súhlasím

Chcela by som Ti poďakovať za čas a námahu venovanú vyplneniu tohto dotazníka.

Miesto pre Tvoj komentár alebo špeciálne identifikačné údaje (email) ak Ťa zaujíma vyhodnotenie:

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Méno a priezvisko autorky: Veronika Horecká

Študijný program: NMgr.

Študijný odbor: Psychológia

Názov práce: Vplyv materialistickej hodnotovej orientácie na kvalitu života u užívateľov Facebooku

Počet strán (bez príloh): 67

Počet titulov slovenskej literatúry a prameňov: 21

Počet titulov zahraničnej literatúry a prameňov: 8

Počet internetových odkazov: 3

Vedúci práce: Doc. PhDr. Karel Hnilica, CSc.

Rok dokončenia práce: 2015

**Posudek vedoucího diplomové práce
na Pražské vysoké škole psychosociálních studií**

Jméno a příjmení studentky: Veronika Horecká

Obor studia: psychologie

Název práce: Vplyv materialistickej hodnotovej orientácie na kvalitu života užívateľov Facebooku

Vedoucí práce: doc. Karel Hnilica

Technické parametry práce:

Počet stránek textu (bez příloh): 67

Počet stránek příloh:

Počet titulů v seznamu literatury: 32

0**	1	2	3	4
-----	---	---	---	---

Výběr tématu

Závažnost tématu

	x			
--	---	--	--	--

Oborová přílehavost tématu

	x			
--	---	--	--	--

Originalita tématu a jeho zpracování

		x		
--	--	---	--	--

Formální zpracování

Jazykové vyjádření (respektování pravopisné normy, stylistické vyjadřování, zvládnutí odborné terminologie)

x				
---	--	--	--	--

Práce s odbornou literaturou a prameny (citace, parafráze, odkazy, dodržení norem pro citace, cizojazyčná literatura)

		x		
--	--	---	--	--

Formální zpracování (jasnost tématu, rozčlenění textu, průvodní aparát, poznámky, přílohy, grafická úprava)

	x			
--	---	--	--	--

Metody práce

Vhodnost a úroveň použitých metod

	x			
--	---	--	--	--

Využití výzkumných empirických metod

		x		
--	--	---	--	--

Využití praktických zkušeností

x				
---	--	--	--	--

Obsahová kritéria a přínos práce

Přístup autora k řešené problematice (samostatnost, iniciativa, spolupráce s vedoucím práce)

		x		
--	--	---	--	--

Naplnění cílů práce

	x			
--	---	--	--	--

Vyváženost teoretické a praktické části v daném tématu

	x			
--	---	--	--	--

** 0 – nehodnoceno; 1 – výborně; 2 – velmi dobře; 3 – dobře; 4 – neprospěl/a

Návaznost kapitol a subkapitol

	x			
--	---	--	--	--

Dosažené výsledky, odborný vklad, použitelnost výsledků v praxi

		x		
--	--	---	--	--

Vhodnost prezentace závěrů práce (publikace, referáty, apod.)

		x		
--	--	---	--	--

Otázky a náměty k diskusi při obhajobě:

V první, teoretické části uvádí autorka některé klíčové teorie materialismu a některá důležitá pojetí kvality života. Jde zpravidla o informace přejaté ze sekundárních zdrojů. Kromě toho zde zaujímají značnou část více méně redundantní informace o Facebooku.

Pro vlastní výzkum autorka vyvodila některé hypotézy. Například H1: Čím budou uživatelé Facebooku více materialističtí, tím budou méně spokojeni se svými životy. Jejího šetření se zúčastnilo celkem 125 respondentů.

Výsledky jsou v souladu s její první hypotézou, SWLS koreluje s MVS mírně negativně.

Otázka: Jak souvisí toto zjištění s intenzitou užívání Facebooku?

Celkové hodnocení práce (klady, nedostatky):

Práce splňuje požadavky kladené na tento typ prací.

Doporučení k obhajobě: doporučuji

Navrhovaná klasifikace: velmi dobře

Datum, podpis:

8. 9. 2015



doc. Karel Hnilica

**Posudek vedoucího/opponenta bakalářské/diplomové práce
na Pražské vysoké škole psychosociálních studií**

Jméno a příjmení studentky: Veronika Horecká
 Obor studia: Psychologie
 Název práce: Vplyv materialistickej hodnotovej orientácie
 na kvalitu života u užívateľov Facebooku

Vedoucí/oponent* práce: PhDr. Martin Kuška, Ph.D.

Technické parametry práce:

Počet stránek textu (bez příloh): 67?
 Počet stránek příloh: 11
 Počet titulů v seznamu literatury: 32

0**	1	2	3	4
-----	---	---	---	---

Výběr tématu

Závažnost tématu

		x		
--	--	---	--	--

Oborová přílehavost tématu

		x		
--	--	---	--	--

Originalita tématu a jeho zpracování

			x	
--	--	--	---	--

Formální zpracování

Jazykové vyjádření (respektování pravopisné normy, stylistické vyjadřování, zvládnutí odborné terminologie)

x				
---	--	--	--	--

Práce s odbornou literaturou a prameny (citace, parafráze, odkazy, dodržení norem pro citace, cizojazyčná literatura)

		x		
--	--	---	--	--

Formální zpracování (jasnost tématu, rozčlenění textu, průvodní aparát, poznámky, přílohy, grafická úprava)

		x		
--	--	---	--	--

Metody práce

Vhodnost a úroveň použitých metod

		x		
--	--	---	--	--

Využití výzkumných empirických metod

		x		
--	--	---	--	--

Využití praktických zkušeností

x				
---	--	--	--	--

Obsahová kritéria a přínos práce

Přístup autora k řešené problematice (samostatnost, iniciativa, spolupráce s vedoucím práce)

x				
---	--	--	--	--

Naplnění cílů práce

			x	
--	--	--	---	--

Vyváženost teoretické a praktické části v daném tématu

		x		
--	--	---	--	--

** 0 – nehodnoceno; 1 – výborně; 2 – velmi dobře; 3 – dobře; 4 – neprospěl/a

Návaznost kapitol a subkapitol

		x		
--	--	---	--	--

Dosažené výsledky, odborný vklad, použitelnost výsledků v praxi

			x	
--	--	--	---	--

Vhodnost prezentace závěrů práce (publikace, referáty, apod.)

			x	
--	--	--	---	--

Otázky a náměty k diskusi při obhajobě:

Autorka uvádí (dokonce 2x stejnou formulaci na s. 14 a 51): *Daleko více lidí se na Facebooku spíše chlubí a dokazuje svou prestiž, než komunikuje.* Výrok chápu tak, že autorka nepovažuje komunikování své prestiže a chlubení se za komunikaci, přičemž za komunikaci považuje něco jiného (nespecifikováno, co). Prosím o vysvětlení.

Výrok pokračuje: *A tak pro uživatele vzniká dojem, že jsou ostatní úspěšnější a spokojenější než oni sami.* Zde autorka vychází z jakých údajů či dat? Toto tvrzení mě dále vede k úvaze, zda sama diplomantka je spíše materialisticky orientovaná (navrhují pro zajímavost v čase do obhajoby administrovat sama sobě alespoň dotazník MVS) a uvedený výrok nereprezentuje její dojem, přičemž původ citované myšlenky je každopádně důležité uvést.

Celkové hodnocení práce (klady, nedostatky):

Předkládaná diplomová práce zpracovává tradiční společenskovední téma vlivu určité hodnotové orientace – v tomto případě materialistické – na kvalitu života konkrétní cílové skupiny, kterou jsou – pro oponenta překvapivě – uživatelé Facebooku. Překvapivě proto, že uživatele Facebooku nelze považovat za pravděpodobně nijak specifickou skupinu (téměř 1/3 penetrace v populaci ČR, tj. vč. nemluvňat a seniorů). Nerozumím důvodu konstrukce hypotéz 2. až 5., protože všichni uživatelé „publikují příspěvky, fotky, videa“ (s. 51). Další nedostatky: není zřejmá věková struktura výzkumného souboru; není zřejmé, zda šlo o české (dotazník je ve slovenštině...), slovenské či jiné respondenty; není zřejmé, k jakému časovému intervalu se vztahuje kritérium publikování více než 3 příspěvků - denně? Týdně? Za hodinu? Zcela postrádám diskusi a jakýkoliv komentář ke statistickým výstupům. Postrádám zdůvodnění typologie příspěvků v otázce II. (s. I-II Přílohy), zvláště body c) a e).

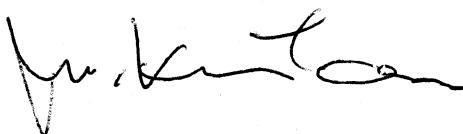
Kladně naopak hodnotím zmínění kvalitě života alternativních pojmů: štěstí a subjektivní spokojenosti se životem a též užití dotazníků SWLS a MVS.

Za naprosto zbytečné považuji s. 34-50, informující o Facebooku (a podobných sociálních sítích), přičemž diplomová práce o 62 stranách (bez příloh a literatury) začíná úvodem až na straně č. 14, tzn. celkový počet stran je 48, z čehož je celá 1/3 věnována, dle názoru oponenta, balastu (vč. např. obr. 3 na s. 36) či ještě většímu balastu (část 3.3, od s. 46).

Doporučení k obhajobě: doporučuji/~~nedoporučuji~~*

Navrhovaná klasifikace: dobře

Datum, podpis: 10. 9. 2015



* nehodící se, škrtněte