

Univerzita Karlova v Praze

Filozofická fakulta

Ústav informačních studií a knihovnictví

Studia nových médií

Diplomová práce

Bc. Petra Frühaufová

Sociální aspekty hraní na sociálních sítích

Social aspects of social network gaming

Poděkování

Ráda bych poděkovala Mgr. Vítu Šislerovi, Ph.D. za odborné vedení a cenné rady, které mi při zpracování práce poskytl. Dále děkuji své rodině a příteli za obrovskou trpělivost a pomoc. V neposlední řadě děkuji přátelům za pochopení a podporu.

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně, že jsem řádně citovala všechny použité prameny a literaturu a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 30. července 2014

.....
Petra Frühaufová

Abstrakt

Diplomová práce nazvaná „Sociální aspekty hraní na sociálních sítích“ se zaměřuje na aktuálně velmi diskutované téma současné digitální éry. V úvodní části představuje definice souvisejících termínů, objasňuje vágnost pojmu hra na sociálních sítích a uvádí několik možných dělení těchto her. V neposlední řadě zmiňuje i vývoj daného jevu, jehož existence je patrná teprve ve 21. století. Prostřední část reflektuje nazírání her na sociálních sítích pohledem dosavadních výzkumů ve světě a zobrazuje rozsah hraní pomocí aktuálních statistik.

Empirická část diplomové práce zahrnuje představení metodologie, která byla stanovena na základě studia dostupné literatury tak, aby dosáhla stanovených cílů práce. Těmi se rozumí jednak vytvoření charakteristiky hráče na sociálních sítích a zjištění jeho hráčského stylu, zadruhé pak prozkoumání vlivu motivace hráče na jeho herní aktivitu. Výzkum je prováděn na vybraném vzorku české populace pomocí dotazníkového šetření. Výsledky jsou dále konfrontovány s výsledky zahraničních výzkumů pro větší komplexnost získaného obrazu o hrách na sociálních sítích. V závěru je zaznamenána autorčina reflexe výzkumu a jsou naznačeny oblasti vhodné pro další zkoumání.

Klíčová slova

dotazníkové šetření, hraní na Facebooku, motivace hráčů, sociální hra, sociální sítě, hry na sociálních sítích

Abstract

The thesis entitled "Social aspects of gaming on social networks" focuses on the currently much discussed topic of contemporary digital era. The introductory section presents definitions of related terms, explains the vagueness of the concept of the game on the social networks and presents several possible partitions of these games. Finally, it mentions the development of the phenomenon, whose existence is evident only in the 21st century. The middle part reflects the perception of games on social networks in the perspective of current research in the world and displays a range of gaming using the current statistics.

The empirical part of the thesis includes the performance of methodology, which was laid down, by studying the available literature, to achieve the set objectives of this work. These goals are firstly, to establish player's features and find his gaming (on social network) style and, secondly, to investigate the influence of motivation on the player's gaming activity. Research is conducted on a sample of Czech population using questionnaires. The results are compared with the results of the international research for the greater complexity of the obtained image of the games on social networks. In the conclusion there are summary of the author's research and then the obvious recommendations for further research.

Keywords

Facebook gaming, investigative examination by questionnaire, network games, social game players' motivation, social games, social networks

Obsah

Předmluva	9
1 Uvedení do problematiky her a sociálních sítí	12
1.1 Vymezení pojmů	12
1.2 Historie her na sociálních sítích	16
1.3 Typologie her na sociálních sítích	22
2 Přehled relevantních výzkumů k dané problematice	28
3 Metodologie výzkumu	33
3.1 Definování výzkumného problému	33
3.2 Výběr metody výzkumu	33
3.3 Formulace výzkumných hypotéz a jejich operacionalizace	34
3.4 Představení techniky sběru dat a výzkumného vzorku	36
3.5 Popis realizace výzkumu	36
4 Analýza výsledků výzkumu	38
4.1 Demografická data respondentů	38
4.2 Pohlaví, věk a hraní na SS	39
4.3 Počet přátel na SS a frekvence hraní	41
4.4 Pohlaví a typ hry na SS	42
4.5 Proč lidé nehrají na SS?	43
4.6 Proč lidé hrají na SS?	47
4.7 Motivace a aktivita ve hře na SS	48
5 Diskuze	50
5.1 Závěrečné vyhodnocení hypotéz	50
5.2 Charakteristika hráče na SS v ČR	50
5.3 Limity a omezení výzkumu	51
5.4 Komparace výsledných dat s relevantními výzkumy	51
5.5 Doporučení pro další výzkum	55

Závěr	56
Seznam použité literatury	58
Seznam tabulek a grafů	70
Seznam obrázků	71
Seznam příloh	72

Seznam použitých zkratk

- API - Application Programming Interface (rozhraní pro programování aplikací)
- BH – browser hra
- CATI - Computer Assited Telephone Interviewing (telefonní počítačové dotazování)
- CG – Casual Game (příležitostně hraná hra/ oddychová hra)
- F2P – Free-To-Play game (online hra hratelná zdarma)
- FB – Facebook
- GPS – Global Position Systém (systém pro určení zeměpisné polohy)
- IM – Instant Messaging
- MAU – Monthly Active Users („aktivní“ měsíční návštěvnost)
- MMORPG - Massively Multi-Player Online Role-Playing Games
- MUD – Multi-User Dungeon Game
- OG – Online Game (online hra)
- OH – online hra
- OSN – Online Social Network (sociální síť)
- PC – Personal Computer (počítač)
- RPG – Role-Playing Game (hra s hraním rolí)
- SG – Social Game (sociální hra)
- SH – sociální hra
- SNG – Social Network Game (hra na sociální síti)
- SNS / SN – Social Network Site / Social Network (sociální síť)
- SS – sociální síť

Předmluva

Tematika hraní počítačových her mne zajímala již od útlého věku a postupně se tato primárně volnočasová a relaxační záležitost pro mne stala předmětem podrobného zkoumání a zjišťování různých nenápadných souvislostí. Již má bakalářská práce, kterou jsem obhájila na Pedagogické fakultě Univerzity Hradec Králové, se zabývala problematikou hraní akčních počítačových her u dětí. I přes značně rozšířený mýtus o negativních vlivech tohoto typu her na děti se v orientačním šetření neprokázalo jejich výrazné ohrožení¹. Abychom nemuseli podléhat mylným domněnkám, je potřeba i u počítačových her znát veškeré okolnosti, které se jich týkají. Tuto potřebu naplňuje vědecká disciplína - herní studia („game studies“)² zkoumající hry z hlediska designu, dále zkoumá hráče a jejich styl hraní a v neposlední řadě i vliv počítačových her na společnost (hry jako součást kultury). Velmi důležité je v tomto oboru pružně reagovat na vývoj nových technologií a zachycovat nové fenomény v herním světě.

Jedním z nových fenoménů herního světa posledních sedmi let je hraní na sociálních sítích. Můj zájem o sociální sítě trvá již delší dobu (téměř od počátku jejich nejistého vstupu do životů českých uživatelů³) a rozvinulo ho i samotné navazující magisterské studium oboru „Studia nových médií“ na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy. Díky tomu jsem rozmach herních aplikací na Facebooku a podobných sociálních sítích mohla sledovat dlouhodobě, osobně hry prověřovat a zachycovat jejich ohlasy u svých přátel i ve světě médií. Za tu dobu se výrazně změnily principy fungování sociálních sítí⁴, jejich „herní“ marketing (vztah k herním vývojářům) a také se proměnil/zkvalitnil design samotných her následkem vyšších nároků hráčů. Vzhledem k výše zmíněným skutečnostem jsem, i přes očividnou náročnost

¹ Podrobnější závěry daného šetření viz Frühaufová (2008).

² Herní studia ve světě zastřešuje především Digital Games Research Association (DiGRA), dále existuje mnoho akademických časopisů zaměřených jen na herní tematiku (např. Game Studies, Games and Culture či SAGE Simulation and Gaming). Každoročně se v mnoha zemích pořádají odborné konference (v tomto roce se uskuteční např. Central and Eastern European Game Studie Conference - CEEGS 2014 přímo v ČR, v Brně, a vystoupí na ní zakladatel oboru games studies - Espen Aarseth). V ČR je zájem o tento fenomén na akademické půdě značně omezený, většina odborníků na herní studia je soustředěna kolem organizace MU Games Studies zastřešenou Masarykovou univerzitou v Brně (gamestudies.cz), dále kolem studijního oboru Studia nových médií na FF UK v Praze (ff.novamedia.cuni.cz) a skupiny AMIS na Matematicko-fyzikální fakultě UK v Praze (<http://artemis.ms.mff.cuni.cz/main/tiki-index.php?page=About>). Propagaci videoher si dala za cíl i Asociace herního průmyslu České a Slovenské republiky, která také mapuje herní scénu a herní průmysl obou zemí.

³ Zajímavý článek o prvních zkušenostech s Facebookem v ČR viz např. Bednář (2006) a Antoš (2007).

⁴ Pro ilustraci např. služba Google+, sociální síť společnosti Google, po několika měsících od spuštění zavedla pro své uživatele možnost hrát hry (od srpna 2011). Vzhledem k možnosti hrát ty samé hry již předtím i na Facebooku, byly však po dvou letech (v červnu 2013) veškeré hry na Google+ zrušeny.

zpracování aktuálního tématu, svou diplomovou práci rozhodla věnovat tomuto často diskutovanému a lehce kontroverznímu fenoménu současné digitální éry.

Tato práce si klade za cíl zmapovat sociální aspekty hraní na sociálních sítích se zaměřením na výskyt tohoto jevu v České republice. Přestože ani ve světě není tato problematika předmětem rozsáhlého zkoumání velkého množství odborníků, je především od roku 2010 patrný nárůst výzkumů, průzkumů trhu, tematicky zaměřených konferencí a vzniku akademických i vědeckých institucí zabývajících se hraním na sociálních sítích. Bohužel v českém prostředí zatím neexistuje specificky zaměřená instituce či pracoviště, které by se dané problematice věnovaly, a dokonce nelze dohledat ani odbornou literaturu, která by se věnovala čistě tomuto jevu se zacílením na české prostředí. Proto bylo při psaní této práce využíváno pouze zahraničních odborných zdrojů, a to především elektronických, za využití komerčně (licenčně) dostupných elektronických databází⁵. Čeští autoři píší o rozebíraných hrách pouze na úrovni populárně-vědecké až populární⁶, okrajově se o hrách zmiňují pouze některé diplomové či bakalářské práce⁷.

Teoretická část práce je zaměřená obecně na fenomén hraní na sociálních sítích celosvětově. Nejprve je představena terminologie potřebná pro vyjasnění relevantních pojmů, dále je zmíněna historie her na sociálních sítích (propojená velmi úzce s vývojem sociálních sítí) a typologie her i jejich hráčů. Nadto je zde rozebrán přehled relevantních výzkumů (jen zahraničních) a statistik (tentokrát s charakteristikou situace v zahraničí i v České republice). Z přehledu pak vychází hlavní část práce, pro kterou byl stanoven výzkumný problém „Objasnit sociální aspekty hraní sociálních her“ se dvěma výzkumnými otázkami „Jaký je vztah mezi charakteristikou hráče na sociálních sítích a jeho hráčským stylem?“ a „Jak motivace k hraní na sociálních sítích ovlivňuje tendenci hráče k určité herní aktivitě?“, které budou řešeny průřezovou studií - výběrovým dotazníkovým šetřením zacíleným na českou populaci, resp. její výběrový vzorek. V závěru práce jsou zanalyzovány výsledky výzkumu, jež budou také srovnány s uvedenými relevantními výzkumy.

⁵ K jejich bezplatnému přístupu bylo využíváno Portálu elektronických zdrojů Univerzity Karlovy (<http://pez.cuni.cz>).

⁶ Např. je to Antoš (2007), Bednář (2006), Černá a Černý (2012), Dočekal (2009 a 2014), Boom sociální síť Facebook nekončí, na konci roku ji bude využívat miliarda lidí (2010), Kálal (2014), Leierová (2010), Michl (2013), Statistika sociálních sítí (2013), Tolték (2011), Zach (2013), Zynga ruší plány na provozování Real-Money her v Americe (2013),

⁷ Jedná se např. o tyto práce: Stáňa (2013), Šemberová (2011), Velikovský (2012), Pavlásek (2012), Musilová (2012).

Pro potřeby této diplomové práce byla zvolena metoda citování v textu pomocí prvního údaje záznamu a data vydání (tzv. Harvardský styl). Bibliografické reference citované literatury jsou v závěrečném seznamu literatury řazeny abecedně dle prvního údaje v záznamu. Záznamy byly vytvořeny v souladu s pravidly uvedenými v českém překladu mezinárodní normy ISO 690:2010⁸. Celkový rozsah diplomové práce je 72 stran.

⁸ Konkrétně viz metodický materiál Bratková (2011) a citační generátor Citace.com (Krčál, 2014).

1 Uvedení do problematiky her a sociálních sítí

Rozkvět her na sociálních sítích se pojí se začátkem 21. století a jejich vědecké zkoumání je stále ještě v počátcích - chybí přesná a neměnná definice i jednotné a nezavádějící označení těchto her. Nejprve se tedy tato práce zaměří na předložení výčtu možných označení pro daný herní fenomén, dále bude potřeba vyjasnit, co všechno se dá v rámci něj pojímat. Pro vytvoření komplexnější představy bude také nastíněn historický vývoj sociálních sítí orientovaných na hry. V závěru této kapitoly budou dané hry roztrženy dle několika úhlů pohledu.

1.1 Vymezení pojmů

V zahraniční literatuře existuje několik významově podobných termínů, které se vážou ke zde probírané tematice, v první řadě si však musíme vymežit pojem „social network“ (SN), příp. „social network site“ (SNS), který v češtině překládáme jako „sociální síť“ (SS)⁹. Dle definice oxfordského slovníku se jedná zaprvé o „*sít' sociálních interakcí a osobních vztahů*“¹⁰ a za druhé o „*speciálně zaměřené webové stránky nebo jiné aplikace, které umožňují uživatelům vzájemně komunikovat pomocí zveřejňování informací, komentářů, zpráv, obrázků atd.*“ (Definition of social network in English, 2014). Oproti tomu slovník oborově zaměřený na výpočetní techniku již SS pojímá jen jako „*jakoukoliv webovou stránku navrženou pro používání vícero uživateli k publikování jejich vlastního obsahu*“ (Social network, 2006). Takovýto typ popisuje Gjoka et al. (2008)¹¹ „*jako přirozené rozšíření internetových aplikací vytvářejících vztahy mezi uživateli, jako jsou e-mail a IM*“ („instant messaging“, např. ICQ či Miranda) a nadto ještě zdůrazňuje benefit SS v umožnění uživatelům vytvářet a sdílet různé druhy informací na svých virtuálních profilech, které se váží k jejich reálnému životu. To však postupem vývoje SS s sebou nese hrozbu v otázkách bezpečnosti osobních údajů a soukromí, zobrazování nevhodného obsahu a internetovou šikanu („cyber bullying“). V neposlední řadě Boyd a Ellison (2007) rozšiřuje definici SS

⁹ Sociální síť jsou blíže zkoumány a popsány např. viz Boyd a Ellison (2007), Gjoka (2008), Boyd (2009), Fischer (2010).

¹⁰ Tato definice odkazuje na Dijkovu (2006) a Castellsovu (např. 2004, s. 3) „network society“ („síťovou společnost“), jejíž „*sociální struktura je založena na zpracování informací mikrotechnologickými komunikačními technologiemi. ... Síť je sada vzájemně propojených uzlů. ... Síť nemá střed, jen uzly.*“ Van Dijk v této společnosti vidí nový typ internetové společnosti a vyděluje ji oproti společnosti masové.

¹¹ V této práci je dokonce použit termín „Online Social Network“ (OSN) a ještě více upřesněn slovem „web-based“.

o možnost vytvářet a spravovat seznamy svých přátel a o hledisko zveřejnění či nezveřejnění osobního profilu na SS.

Dalším pojmem, který již popisuje hraní, je „network game“ („síťová hra“). Užívá ho např. Lecky-Thompson (2009, s. 13), který popisuje význam slova network a „síťovost“ her dvěma způsoby: buď jde o hraní „po síti“ s více hráči (v reálném čase i asynchronně) nebo o hraní samostatné (single-player), ale s využitím sítě jako informačního kanálu. Ve své práci však pojem network game používá jako nadřazený těmto druhům her - Multi-User Dungeon Games (MUD - textová počítačová hra pro více hráčů), arkády, Massively Multi - Player Online Role-Playing Games (MMORPG - grafická počítačová hra pro více hráčů založená na principu hraní rolí), hra hrané na webu (Web and “Through the Browser” Games).

Výstižnější tedy bude v této práci užívat pojem „social network game“ (SNG) neboli „hra na SS“, který se dotýká již přímo „her stvořených pro hraní na nějaké již fungující sociální síti“ (Chen 2009). Díky velké oblibě daných her, tlaku ze strany hráčů na SS i potřebě vývojářů her pro SS víc vydělávat se tento styl hraní přenesl ze SS i na jiné webové stránky¹² (podobnost s online hrami, většinou se však i zde propojuje hra s účtem na některé SS) a na mobilní telefony (smartphony) či tablety, pro které se pro účely této diplomové práce využije termín „social game“ - SG („sociální hry“ - SH). SH se liší tím, že na rozdíl od klasických online her, ve kterých je zapotřebí navazovat vztahy s neznámými lidmi, jsou primárně nastaveny pro využívání aktuálních reálných přátel či známých. Navíc je možnost zapojení do hry mnoha spoluhráčů většinou hlavním cílem úspěchu v SH, proto jsou hráči „nuceni“ udržovat tzv. „weak ties“ - povrchní „přátelské“ vztahy, které v reálném životě neexistují nebo jsou značně oslabené. Jaké principy jsou dále charakteristické pro SH? Dle O’Neilla (2008), Chena (2009) i Lautmana a Currana (2012) jsou to tyto faktory:

- *Turn-based* – SH se dají hrát na určité etapy/kola, hráči se střídají v herních tazích. Každý hráč tedy musí při hraní počítat i se změnami v dalším vývoji hry díky zapojení spoluhráčů. Více či méně se pak tento rys projevuje ve většině SH (např. ve hře Texas Hold’em Poker je tento prvek hodně výrazný).

¹² Příkladem jsou třeba weby společností, které vyvíjejí SH, jako je Arkadium (<http://www.arkadium.com/>), Zynga (<https://zynga.com/>), King (<https://king.com/>) a také česká vývojářská firma Geewa (<http://www.geewa.com>). Na všech těchto webech podávajících informace o dané společnosti lze také přímo spustit hraní her bez nutnosti přesměrování na Facebook či jinam. Jen na webu firmy King je potřeba se napřed zaregistrovat uvedením své e-mailové adresy.

- *Awareness of others' actions in games* – možnost sledování postupu ve hře u ostatních hráčů je hlavním katalyzátorem SH. Např. oznámení o zalití záhonku ve hře FarmVille bude obdařeného hráče jistě podněcovat k oplacení dobrého skutku.
- *Casual gaming* – SH jsou především pro hráče, kteří nemůžou ani nechtějí věnovat hraní 24 hodin denně, a raději si co chvíli “odskočí” k vybudování nového obchodu ve hře CityVille či upečení nového pokrmu daného úkolem ve hře CastleVille a přeruší tak pracovní soustředění či zkrátí nudnou chvíli.
- *Multiplayer* – podmínka zapojení více hráčů (jedno zda dvou či dvou stovek) je pro SH esenciální
- *Based on Social Platforms* – u většiny SH je jejich propojení se sociální platformou, která hráčům dodá možnost komunikovat své hraní, herní úspěch i herní žádosti s ostatními hráči, taktéž signifikantní.

Masová obliba SH je dána především jejich přístupností - jsou většinou vystavěny na základě jednoduché herní mechaniky¹³, bez nutnosti větších technických a technologických nároků (bez ohrožení grafické podoby a kvality hraní) - postačí jen počítač (PC) a připojení k internetu, není zapotřebí mnoho volného času a speciálních znalostí hráčů (můžou hrát všechny věkové generace, i bez předchozí zkušenosti s hraním na PC). Dále se sociální hry tak jako většina her vyznačují jistou mírou návykovosti - hraní pomáhá potlačit stres, dává pocítit radost z úspěchů a navíc je u nich zásadní sociální rozměr - při hraní není nikdo „sám“ a nabízí se i možnost hraním udržovat styk s krátkodobě či dlouhodobě vzdálenými kamarády či příbuznými. SH přímo vybízejí k socializačním aktivitám (zvat přátele ke hře, oznamovat svůj postup do další úrovně, prosit o jistý herní prvek nutný k posunu ve hře, navštěvovat přátele v jejich herním prostoru a pomáhat jim při hraní apod.).

Nakonec ještě stručně k dalším novějším a v dnešním světě hodně populárním druhům počítačových her s prvkem „sociální“ interakce.

¹³ Järvinen (2010b) používá výraz „clickability“, který popisuje příznačnou činnost při hraní SH. Pracovní definice tohoto výrazu je „rutinní, ale stále ještě příjemná činnost vykonávaná v rámci plnění herních úkolů/aktivit, za pomoci myše, a intuitivně reagující na zpětnou vazbu UI, během jediného herního sezení na SS (potažmo na Facebooku). Bogost (2010) tuto herní mechaniku zparodoval vytvořením absurdní hry „Cow Clicker“. Výčet fungujících herních principů v úspěšné SH - na příkladu FarmVille - oproti tomu přibližuje Lautman a Curran (2012).

„Casual game“¹⁴ - CG (příležitostně hrané/oddychové hry). CG můžeme pojímat jako vyjádření četnosti hraní her (tj. příležitostná hra - hraní jen občas) nebo jako druh hry (oddychové hry - hraní bez většího přemýšlení). Nejznámější CG je Bejeweeled a např. hry na SS arkádového typu, puzzle (skládačky) a slovní hry (trivia).

„Free-to-play game“ - F2P („free-to-play hra“)¹⁵ je hra, která se dá zdarma stáhnout i hrát či jen zdarma hrát bez nutnosti stažení. K tomu se váže i pojem „freemium“. Tyto hry pak profitují ze situace, že si po oblíbení dané hry bude hráč chtít zahrát hry další i za peníze, nebo se ve hře objevuje virtuální zboží/měna, která se dá získat jen směnou za reálné peníze. Podobné je to i u SH, kde existují 2 druhy virtuální měny. Klasická (běžná měna, která se dá získat plněním úkolů) a speciální (vzácná měna, která se dá získat jedině směnou za reálné peníze). Role vzácné virtuální měny se velmi odlišuje od možnosti využití běžné měny. Dává hráčům možnost dokoupit si spoluhráče, nezbytné vzácné předměty ve hře či předměty, které jsou graficky kvalitněji zpracované (hráči si je kupují z estetického hlediska, protože se jim líbí), a také obejít jinak zdlouhavé a těžké úkoly ve hře.

„Browser game“ („browser hra“ - BH) je hraná přímo ve webovém prohlížeči, takže není zapotřebí žádné instalace herního softwaru. Aktuálně se jedná o velmi populární typ počítačových her, který se dá charakterizovat podobně jako SH, ale hraná mimo SS a mobilní zařízení. Tím pádem tedy postrádají aspekt sociální interakce. Příkladem jsou hry dostupné na herních portálech (Superhry.cz, Zahraj.cz aj.).

Dalo by se říci, že stejný typ her se dá označit jako „Online game“ - OG („online hra“ - OH) kombinuje hraní prostřednictvím internetové platformy (podobně jako BH) a některé prvky SH. Přitom zde však chybí důraz na hromadění přátel jako u SH, neboť jejich pomoc (především v rámci vyšších celků jako jsou gildy/družiny/skupiny/týmy) není pro postup ve hře nezbytně nutná, jen zajišťuje lepší ochranu před nepřáteli a vyšší šanci na úspěch a odměnu při útočení. Příkladem jsou hry MMORPG (World of Warcraft apod.).

Posledním zde definovaným termínem je „social casino game“ (druh hazardních SH), kterému se váže termín „social gambling“¹⁶ (hraní hazardních sociálních her), který

¹⁴ Detailně jsou CG rozebrány viz Juul (2012), dále např. také Cheng (2011) a Di Loreto a Gouaich (2010).

¹⁵ Tento typ her podrobněji představen viz Alha et al. (2014).

¹⁶ K této tematice např. Owens (2010) ve své polemice seznamuje se zásadními body této tematiky, Parke et al. (2012) přináší vyčerpávající studii zaměřenou na „social gambling“ ve Velké Británii, podobně informuje i Social Gaming White Paper (2012) a Gainsbury, Russell a Hing (2014) provádějí srovnání austral. hráčů hazardních her na internetu a v tradičních kasinech v reálném světě.

se od pojmu „social gaming“ liší především zdůrazněním negativní konotace. Jedná se totiž o tzv. problematické hraní (mezi které patří i závislost na hraní¹⁷), které se vyznačuje hraním o reálné peníze, hráči tedy nevkládají a poté nepřicházejí či nevyhrávají virtuální peníze. Mackin (2014) upozorňuje na velké nebezpečí prolínání herního trhu, kdy se stírají rozdíly mezi tradičním hazardem v „offline“ světě, „social/online“ hazardem a SH, neboť tradiční vývojářské společnosti¹⁸ SH díky lákavým možnostem vyšších výnosů zaměřují aktuálně svou pozornost i na hry hazardní („social gambling“) a oproti tomu tradiční provozovatelé online kasin (např. Casino. cz či bwin.party) zase pro nalákání většího počtu „gamblerů“ umožňují hrát i SH. Stírání rozdílů hazardu a hraní „pro zábavu“ je hrozbou především u dětských hráčů. Na tuto hrozbu upozorňuje mj. Elvy (2010), který uvádí, že většina problémových gamblerů je mladší 30 let a snadná dostupnost hazardních her na internetu počet těchto uživatelů jen zvětšuje. Elvy zde dále zavádí pojem „pseudo-gambling“ a označuje jím SH typu poker, „slot machina“, bingo, blackjack apod. Většina lidí tyto hry pojímá jako nezávadné, ale existence stejných žetonů jako v hazardních hrách navozuje stejný pocit drahocennosti u hráčů - „pseudogamblerů“.

1.2 Historie her na sociálních sítích¹⁹

Vznik her na SS (podrobně je toto zachyceno na Obrázku viz Příloha 3) je samozřejmě spjat s vývojem v oblasti sociálních sítí²⁰, ten však vzhledem k zaměření diplomové práce zde podrobněji nebude uváděn. Od roku 1997, kdy byla spuštěna první SS - Six Degrees, do roku 2007 byly hry na SS většinou vzácností a prvek hravosti především zahrnovala samotná sociální interakce mezi uživateli těchto SS (např. pozvání reálných přátel na SS pomocí zpráv, zaslání zpráv přátelům v rámci SS, posílání v rámci SS virtuálních „dárků“, zvolenými

¹⁷ Problematika závislosti na hraní OH viz např. Smith (2013) rozebírá dopady hraní na Facebooku, patologické hráčství u MMORPG ve vztahu k osobní identitě zkoumá v ČR Ledabyl (2007), Riegrová (2013) zjišťuje vliv četnosti hraní na PC na životní styl a longitudinální kvalitativně-quantitativní studii v oblasti zkoumání českých hráčů online her (typ MMO her) velkého rozsahu je i výzkum prováděný týmem Institutu výzkumu dětí, mládeže a rodiny dětí pod záštitou FSS MU Brno - tzv. „Cyberteam“ (Studie MMOG, 2013-2014).

¹⁸ Příkladem je gigant na poli SH, Zynga, který na počátku roku 2012 avizoval rozšíření „Zynga Poker“ o možnost hraní s reálnými penězi. V r. 2013 však oznámil, že plány na provozování tzv. real-money her ruší pro americký trh, dále se zde soustředí jen na SH. Na britském trhu přesto dál pokračuje v testování real-money herních produktů - hra „Zynga Plus Poker“ (Zynga ruší plány na provozování Real-Money her v Americe, 2013).

¹⁹ Více k této tematice viz Dočekal (2009), Popkin (2009), série článků v čsp. TechCrunch od Arringtona a Tampella (Tragedy Of The Social Gaming Commons: A Blueprint For Change, 2009), Leierová (2010), Boom sociální sítě Facebook nekončí, na konci roku ji bude využívat miliarda lidí (2010), Mehta (2010), Järvinen (2010a), Richard Bartle: “Social games aren’t social” (2011), Snider (2012), Goble (2012), Kálal (2013), Doughty (2013), Alexander (2013).

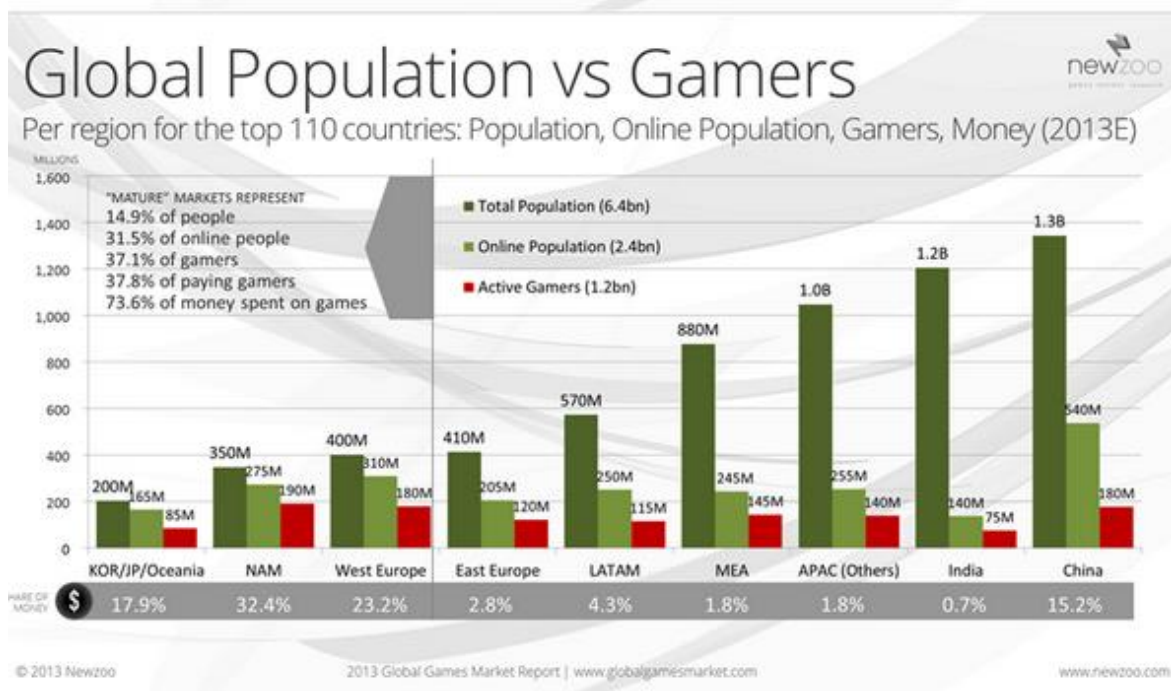
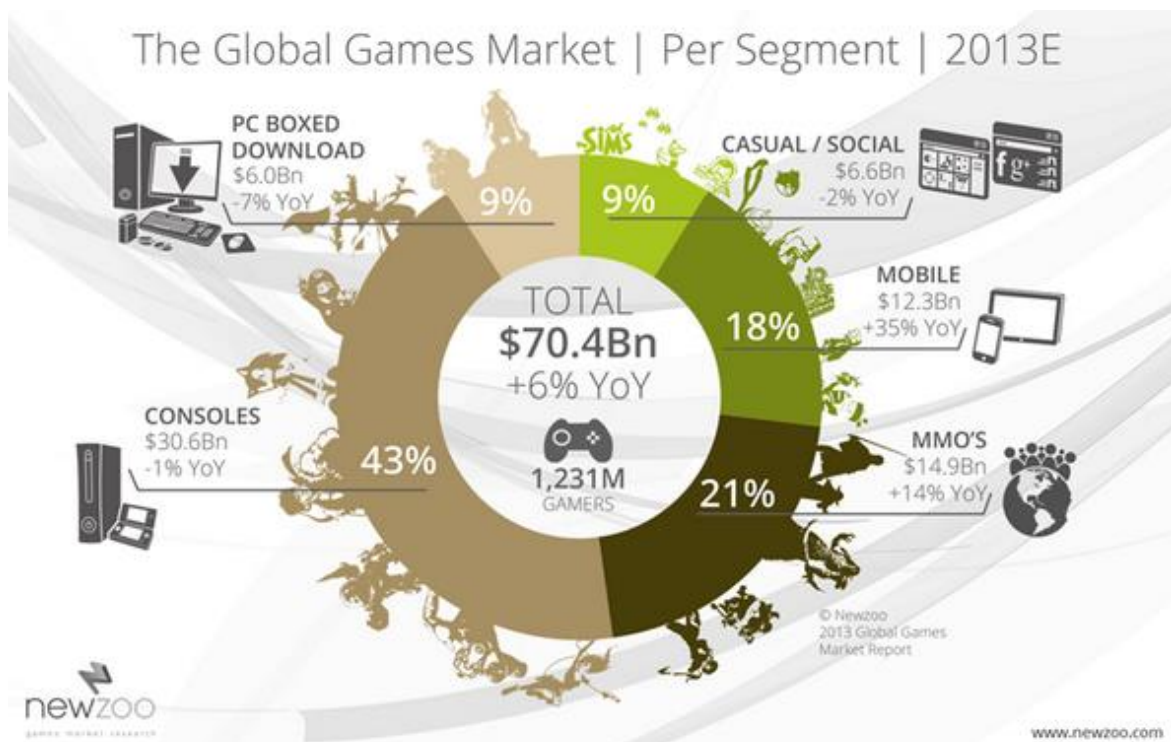
²⁰ K historii SS se vztahuje např. Goble (2012), v teoretické části své DP řeší historii i popis fungování SS Šemberová (2011), rozsáhlejší pohled na historii SS ve světě přináší Boyd a Ellison (2007).

z daného výběru obrázků znázorňujících květiny, srdíčka, zvířata, nápoje či potraviny apod., a v neposlední řadě i předávání si „polibků“, „šňouchanců“, „kousanců“, či jiných virtuálních přátelských aktivit). Poté se začaly objevovat jednoduché „flash“ hry, hrané již v odděleném herním prostředí, ale stále integrovaném v rámci SS. Díky jednoduché hratelnosti a snadné přístupnosti daných her se jejich hraní stalo oblíbeným způsobem trávení volného času u milionů lidí na celém světě. Dalším stupněm vývoje bylo oddělení herního prostředí od vlastního prostoru SS a vznikla tak možnost zapojení dalších (třetích) stran, herních společností. Důležitým a integrujícím prvkem však bylo propojení hry a SS prostřednictvím osobního profilu hráče - uživatele SS. Vstup třetích stran mezi SS a její uživatele nastolil otázku bezpečnosti osobních údajů, neboť třetí strany tak začaly získávat údaje hráčů svých her. Díky informacím o hráčích mohou sice lépe vyvíjet své hry, ale většinou jsou tyto údaje použity pro účely marketingové - možnost přesného zacílení reklamního sdělení se tím výrazně zvýšila a hry na SS se tak staly významnou součástí marketingových kampaní²¹. Rozvoj herního trhu²², včetně trhu sociálních her, je přehledně zobrazen viz Obrázek 1 níže (rozdělen do dvou částí pro lepší zobrazení).



²¹ K marketingovým kampaním realizovaným prostřednictvím sociálních her více např. Pavlásek (2012).

²² Žebříčky top her na sociálních sítích a herních vývojářských firm lze najít např. na těchto webových stránkách (Inside Social Games - <http://www.insidesocialgames.com/>, AppData - www.appdata.com, Facebook statistiky - <https://newsroom.fb.com/>, <https://developers.facebook.com/products/games/>).



Obrázek 1 Global Games Market Report (Newzoo, 2013)

Nyní se zaměříme na pokračování vývoje dalších „herních“ SS. Každá se totiž s možností začlenit do svého obsahu hry vypořádávala jinak. Uvedeme si zde příklady těch SS, které jsou celosvětově nejvíce a nejdéle známé:

- *Habbo* - tato finská SS vnikla jako Habbo Hotel již v roce 2000 a je opět ukázkou pojmání SS jako virtuálního herního světa, v tomto případě hotelu. Klasické SH

zde byly spuštěny až po zkrácení názvu SS na Habbo v roce 2006. Hraní bylo však na Habbo možné jen do r. 2009, kdy proběhl redesign SS a po něm se mezi lety 2011 až 2012 některé SH opět na Habbo objevily. SH se zde dají dělit na oficiální - např. sněhová koulovaná, skoky, přetlačovaná - a hry neoficiální. Habbo je oblíbená převážně u teenagerů, Čechy je opět užívaná jen sporadicky.

- *Gaia Online* - vznikla primárně jako komunitní fórum pro fanoušky anime a podobných žánrů v roce 2003 pod jiným názvem. Od roku 2005 nabízí i možnost hraní tematických SH (především jde o „flash“ minihry, jako třeba puzzle, rybolov aj., ale existuje zde i rozsáhlá MMORPG s tematikou „anime“ hra nazvaná „zOMG“). Tato SS je populární pro svou výjimečnost mezi SS - jedná se o jakousi virtuální společnost „Gainaů“, uživatelů této SS, kteří mají vlastní avatary pohybující se „světem“ SS a také je zde užívána speciální virtuální měna „Gaia Gold“. V ČR je tato SS málo známá, ale existuje zde oficiální československá „guilda“ se 78 členy.
- *MySpace* - vznikla především jako hudební SS v srpnu 2003 a před nástupem Facebooku (FB) byla jednou z největších SS, oblibu získala především na severoamerickém kontinentě. Hry jeho obsah obohatily v roce 2008, aby zvýšily počet uživatelů, ale ten nikdy nepředčil počet uživatelů FB. Po změně majitele (od Roberta Murdocha ho koupil Justin Timberlake) v lednu 2013 prošel design SS MySpace velkou změnou a vydělil se z řady FB podobných SS. Znemožnil hraní SH a opět se vrátil ke svému původnímu zaměření, tj. hudbě.
- *Facebook (FB)* - celosvětově nejpopulárnější a i v ČR nejnavštěvovanější SS založená především na sociální interakci svých uživatelů vznikla v roce 2004 jako soukromá SS využívaná vysokoškolskými studenty v USA, ale v roce 2006 již byla zpřístupněna pro celý svět. Hry postupně FB přidával a upravoval od roku 2007, kdy byla FB platforma (API platforma²³) zpřístupněna dalším společností (třetí straně) a umožnila tak vznik nových aplikací, které byly vytvořeny mimo FB, ale byly s ním propojeny přes uživatelské profily. SH byly ze začátku tvořeny různými kvízy, testy a jednoduchými arkádami. Postupně se však jejich kvalita a nároky na grafiku zvyšovaly, takže dnes jsou na FB hratelné i zdařilé kopie RPG her či složitých strategií. V roce 2012 bylo spuštěno speciální „AppCenter“, které představovalo možnost oddělit aplikace od klasického obsahu FB a letos

²³ Podrobněji rozebírá např. Nazir et al. (2010) či Omori a Felinto (2012).

(v červenci 2014) se vydělilo samostatné herní centrum „Games“ („Hry“), kde je uveden přehled všech hratelných SH rozdělených dle žánrů, přehled hraných SH jednotlivým uživatelem a přehled aktivit uživatele i jeho FB přátel.

- *Google+* - byla spuštěna společností Google 28. června 2011. Doplnění o herní kanál bylo provedeno později, 11. srpna 2011, a mezi SH převažovaly ty, které již byly hratelné i na Facebooku (od společností Zynga, Rovio, Electronic Arts, PopCap, Wooga aj.). Novinkou bylo oddělení „herního streamu“ (tedy oznámení a zpráv týkajících se hraní) od klasického streamu s profilem, kruhy přátel a fotografiemi. To umožnilo hráčům „neotravovat“ své „přátele“ herními informacemi na jejich „zdi“ (což se stávalo na FB). I přes jistý úspěch (cca 200 mil. hráčů) se herní kanál z *Google+* vytratil k 30. červnu 2013. Aktuálně je možné v rámci jiné služby Google Play, sloužící jako online distribuční cesta, jen stahovat aplikace na mobilní telefon (vč. některých SH).

Aktuální popularitu nejnavštěvovanějších sociálních sítí shrnuje článek Top 15 Most Popular Social Networking Sites (2014) takto:

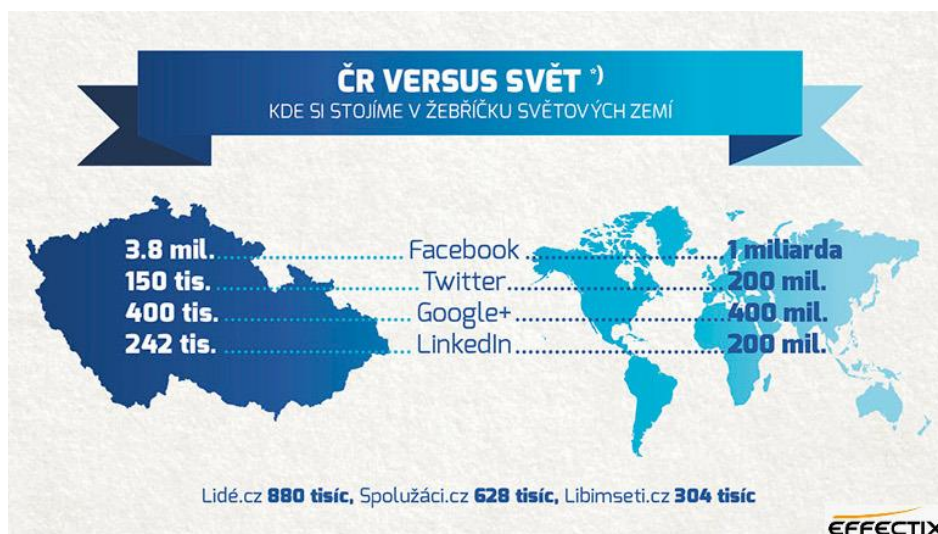
1. Facebook (MAU - 900,000,000)
2. Twitter (MAU - 310,000,000)
3. LinkedIn (MAU - 255,000,000)
4. Pinterest (MAU - 250,000,000)
5. *Google+* (MAU - 120,000,000)

Pro porovnání je uveden přehled světově nejnavštěvovanějších stránek, který se vztahuje k roku 2009 (viz Obrázek 2).



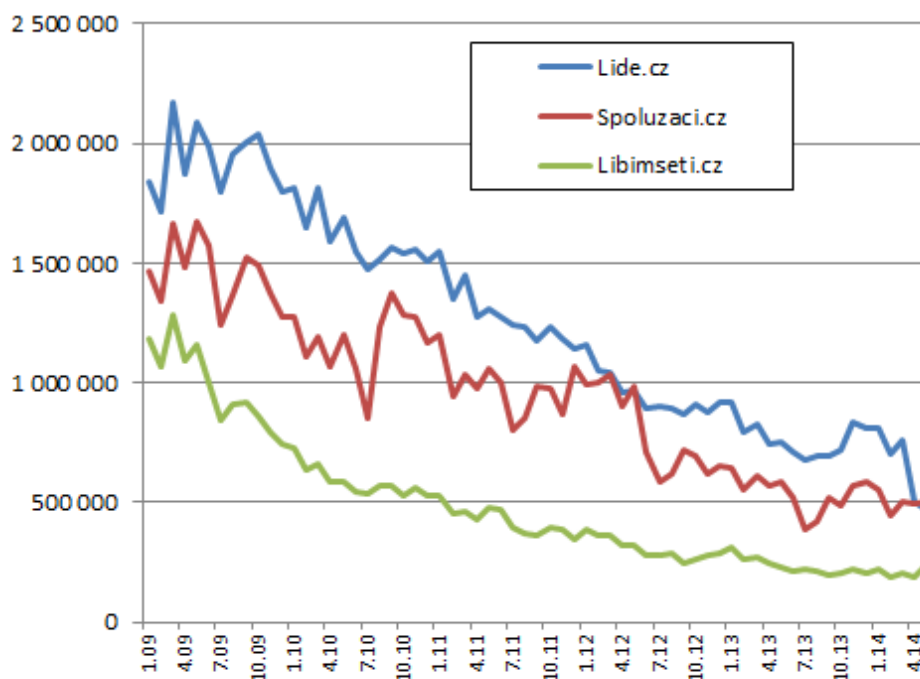
Obrázek 2 Top Websites By Traffic (Schroeder, 2010)

V České republice je stav návštěvnosti sociálních sítí v roce 2013 ve srovnání se stavem ve světě znázorněn na Obrázku 3.



Obrázek 3 ČR versus svět - počet uživatelů sociálních sítí v roce 2013 (Statistiky sociálních sítí, 2013)

Do roku 2009 byla konkrétně v českém prostředí nejoblíbenější sociální síť Lidé.cz, následovaná SS Spolužáci.cz a Libimseti.cz. Jejich rozvoj zastavil rozmach Facebooku a jiných podobných celosvětových SS (znázorněno na Obrázku 4). Možným důvodem také mimo jiné mohl být fakt, že na těchto původních českých SS nešlo hrát hry jako na FB.



Obrázek 4 Počet uživatelů českých sociálních sítí za měsíc od roku 2009 (Dočekal, 2014)

Budoucnost SH je propojená především s hraním na mobilních zařízeních (hl. smartphonech)²⁴. Zavedení nových technologií, jako například „location-based gaming“, vnáší do hraní nový rozměr vzhledem k možnosti využití informací o poloze uživatele mobilního telefonu prostřednictvím GPS informací ze satelitů. Již se také objevují reálné možnosti využití principu tzv. „augmented reality“ v SH, což by je ještě více propojilo s naším reálným světem.²⁵

1.3 Typologie her na sociálních sítích

Hry na SS můžeme dělit dle různých aspektů a ve většině případů se jedná o obdobu dělení her počítačových. Zde budou uvedena jen ta, která pojímají kategorie her na SS jinak než je běžné u tradičních PC her. Rossi (2009) člení SH do dvou kategorií:

- *Dovednostní/znalostní hry* - hráči plní úkony, za které získávají body a jejich úspěchy jsou dále zveřejňovány v rámci žebříčku nejúspěšnějších hráčů (s největším počtem bodů) přímo v herní aplikaci i (nebo jen) na SS. Tento prvek podporuje soutěživost mezi spoluhráči. V tomto případě je postavení hráče ve hře hlavním hnacím rysem daného typu hry a hráč je i přes nedostatek zábavy puzen k hraní, aby předehnal své „přátele“ a umístil se na vrcholu žebříčku „top“ hráčů. Příkladem těchto her jsou „Geo Challenge“, „Word Challenge“, „Bowling Buddies“ a „Who Has The Biggest Brain?“.
- *Ryze sociální hry* - hlavním herním prvkem druhého typu her je řízení či správa nějakého prostředí či tvora. Příkladem jsou hry jako „Restaurant City“ (náplní hry je zařízení a provoz restaurace) a „Pet Society“ (hráč se stará o zvoleného domácího mazlíčka). V obou těchto hrách je sociální interakce přítomna již v jejich herní mechanice, protože hráči si musí navzájem pomáhat, aby mohli ve hře pokročit dále (výš). „Přátelé“ zde tedy nefigurují jako konkurenti a SS v těchto hrách funguje jako nezbytná „zásobárna“ dalších pomáhajících „přátel“. To znamená, že čím víc „přátel“ hráči mají, tím víc odměn ve hře získají. Tento typ her je více oblíbený u žen, které mají raději hry založené více na dialozích a vztazích než na akcích jako muži (Sung et al., 2010 In: Omori a Felinto, 2012).

²⁴ K tomu se váže např. práce autora Lien (2013), který popisuje rozmach hraní SH na mobilních telefonech a v souladu s představiteli několika herních studií nastavuje limity tohoto hraní.

²⁵ K tomu se vztahuje např. zpráva o koupi „Oculus VR“ SS Facebook (Sutter, 2014)

V ryze sociálních hrách jsou prvořadě tzv. „sociální emoce“, které Chena (2009) tvoří soutěživost, zálibení, láska, závist a hrdost.

Pokud se zaměříme na samotné hráče na SS, zjistíme, jak různě lidé hry na SS vnímají²⁶. Překvapivě i u her na SS se občas hodí dělení hráčů zmiňovaných v této souvislosti např. viz Kirman a Lawson (2009) či Chen (2009):

- *Hardcore hráči* - vykazují vysoké zapojení do hry (nedají se od hraní tak snadno odradit a vyrušit), hraní věnují velké množství času a často bez větších přestávek a dosahují tedy i vyšších cílů a větších úspěchů ve hře. U hraní na SS jsou tito hráči v menšině, ale můžeme je vysledovat např. u hry FarmVille.
- *Casual hráči* - oproti dříve uvedeným tráví u hraní na SS kratší dobu, mnohdy se k hraní vrací po delší době a nepravidelně a nejsou do hry tak „zabraní“. Tito hráči na SS převažují.

Nyní bude nastíněna typologie hráčů dle prováděných sociálních aktivit (Kirman, 2010), které hráče kategorizují do 4 archetypů:

- „*Evangelista*“ - vytváří daleko více sociálních interakcí, než sám dostává, oslovuje ve hře i ne moc sociálně aktivní hráče, téměř vždy oplatí „laskavost“ spoluhráčů, evangelisty jsou všichni náruživí („hardcore“) a často interagující hráči.
- „*Prominent*“ - komunikuje (interaguje) jen s malou skupinkou „přátel“ ve hře, zřídka odpovídá na žádosti/oznámení od cizích hráčů mimo jeho skupinku, neupřednostňuje reálné přátele, především příležitostný hráč (casual).
- „*Zdráhavec*“ - zřídka zahajuje interakci s ostatními hráči, téměř vždy opětuje „laskavost“ spoluhráčů, pokud je pobídnut ve hře, stane se „evangelistou“.
- „*Samotář*“ - nikdy nezahajuje interakci se spoluhráči, téměř nikdy „laskavost“ ostatních neopětuje, pokud je pobídnut ve hře, stane se „zdráhavcem“.

Životní cyklus hráčů na SH se dá naznačit takto:

samotář → zdráhavec ↔ evangelista ↔ prominent

²⁶ Další možnosti nazírání na typy hráčů na SS viz Leggatt (2011), Wohn a Lee (2013).

Kirman z toho vyvozuje, že hry na SS jsou ovlivněné pravidlem síly/moci. Každá hra tak může být rozštěpena pomocí výše uvedených archetypů. Hráči na SS předvádějí různé styly hraní v různých fázích svého hraní/života. Proto by hry měly být navrhovány s ohledem na chování ve hře a ne s ohledem na typy lidí.

Chen (2009) také upozorňuje na rozdílné typy hraní na SS, pokud našimi spoluhráči budou přátelé z reálného světa a pokud jimi budou neznámí online „přátelé“. Při hraní s reálnými přáteli se zvýší touha po uznání a sebevyjádření. Dále rovněž uvádí, že původní nastavení způsobu hry je možné změnit samotnými hráči, což se stalo ve hře „PackRat“, ve které šlo o kradení karet ostatním hráčům (tedy tzv. zero-sum sběratelská hra)²⁷. Nikdo totiž nechtěl riskovat, že se na něj jeho „přítel“ za krádež rozhněvá. Díky zviditelnění provedených herních aktivit u ostatních hráčů / spoluhráčů se změnil způsob strategického myšlení u hráčů na SS.

Na SS se dá hrát i jistý druh RPG her, který je ale oproti PC verzi ochuzen o podstatnou herní aktivitu. Jako příklad poslouží hra „Mafia Wars“, ve které veškeré činnosti mafiánů (tj. krádež, vražda, podvod, vydírání aj.) provede hráč pouhým kliknutím na políčko „Do Job“ („Proveď práci“). Ve hře pak naštěstí zůstalo (a stalo se tak hlavní náplní hry) rozmýšlení strategie, kdy a jakou práci provést, a možnost obměňovat inventář zbraní, aut apod.

Velmi rozšířené je přesvědčení o „sociálním“ rozměru her, včetně těch hraných na sociálních sítích, kdy hra dokáže zapůsobit svým příběhem či herní mechanikou na člověka a přimět ho k nějaké činnosti prospěšné pro okolní prostředí i ostatní lidi. Toto přesvědčení vychází z principu gamifikace a hry nazýváme jako „games for change“²⁸. Konkrétně se třeba v určité hře může nakoupená virtuální měna darovat na reálný charitativní projekt²⁹. Michl (2013) tento rozměr sociálních her komentuje takto: *„Lidé tráví u počítače velké množství času zbytečně a bez vyššího smyslu, obzvláště to pak platí o hraní jednoduchých sociálních her. Nabídka toho, že pár kliků myši může dát tomuto jednání ospravedlnění, je velmi lákavá. Pokud mají tito uživatelé napojenou na herní účet kreditní kartu, je navíc extrémně*

²⁷ Tzn., že jednání jednoho hráče vždy ovlivní i druhého hráče (1. hráč kartu nemá a 2. hráč jí má, poté 1. hráč kartu 2. hráči ukradne a pak tedy 1. hráč bude mít kartu a 2. hráč nebude mít nic).

²⁸ Podrobněji viz www.gamesforchange.org.

²⁹ Příkladem může být třeba hra WeTopia na Facebooku, jejíž hráči pomohli dětem na Haiti získat pitnou vodu a možnost chodit do školy či nechat se prohlédnout lékařem. Na Haiti směřovaly i peníze od hráčů FarmVille, kteří tak přispívali k překonávání zdejší povodňové katastrofy mezi lety 2009 a 2010. Hra Joy Kingdom, taktéž na Facebooku, se zase zaměřuje na podporu zvířat v útulcích.

jednoduchá. Je to jediné dobře pro takto podporované neziskové organizace a vlastně i pro životaschopnost průmyslu sociálních her.“ „Social games for change³⁰“ propaguje i McGonigal (2011), která vytváří hry zlepšující reálné životy lidí a řešící reálné světové problémy. Mimo jiné v roce 2010 spustila speciální sociální síť Gameful (<http://gameful.org/>) pro ty, kteří chtějí hraním změnit svět.

Dalším příkladem je i využití interaktivity a zábavnosti her v prostředí sociálních sítí³¹ (potažmo sociálních médií³²) k vytvoření herní vzdělávací sítě („Learning Games Network“ (Stidwill (2013). Dokonce Söbke, Corredor a Kornadt (2013), kteří zkoumali příspěvky hráčů FarmVille na jedné z herních wiki za použití kvalitativní analýzy, zjistili, že hráči používají při promýšlení herních strategií i složitější matematickovědecké operace (jako jsou matematické modelování a metody automatizovaného rozhodování). Chik (2011) také zdůrazňuje přednosti her a sociálních sítí ve výuce a nadto, díky svému výzkumu postojů a zkušeností s těmito prvky u učitelů anglického jazyka z Hong Kongu, ještě vyzdvihuje nutnost lepšího poznání a rozvoj ve využívání nových médií přímo u samotných učitelů.

V závěru bude ještě zmíněno žánrové dělení her používané na nejrozsáhlejší SS i s uvedením daných zástupců z řad současných FB her:

- Akční hry - „Marvel: Avengers Alliance“, „Zombie Lane“, „Shadow Fight“, „Social Wars“.
- Adventury / RPG hry - „Royal Story“, „Dragon City“, „Monster Legends“.
- Arkády - „Angry Birds“, „Bubble Witch Saga“, „Papa Pear Saga“, „Diamond Dash“.
- „Kasina“ / karetní hry - „Slotomania“, „Caesars Casino“, „Bingo Blitz“, „Solitaire Arena“, „Poker Texas Hold'em“, „UNO and Friends“.
- Hry zaměřené na hledání předmětů - „Criminal Case“, „Pearl's Peril“, „Hidden Chronicles“.
- Skládačky / puzzle - „Pig and Dragon“, „Diamond Digger“, „Candy Crush“, „Monster Busters“, „Bejeweled Blitz“.

30 Jejich zakotvení na sociální síti Facebook zkoumali prostřednictvím hry FrontierVille i Whitson a Dormann (2011) a došli k tomu, že i přes některá nebezpečí spojená s podvody a úniky osobních dat uživatelů Facebooku je tato platforma vhodná pro „games for change“ díky své schopnosti zaujmout miliony lidí po celém světě.

31 V ČR na tuto možnost upozorňují např. Černá a Černý (2012).

32 Kupříkladu Hampacherová (2013) se v ČR pokusila prověřit efektivitu výukové simulace u studentů středních škol.

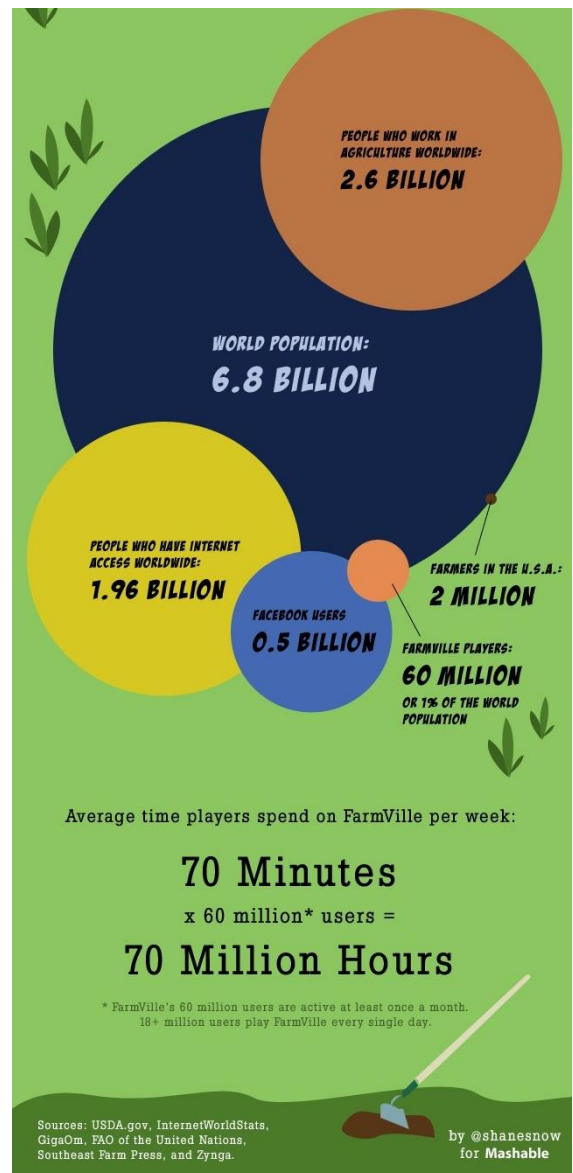
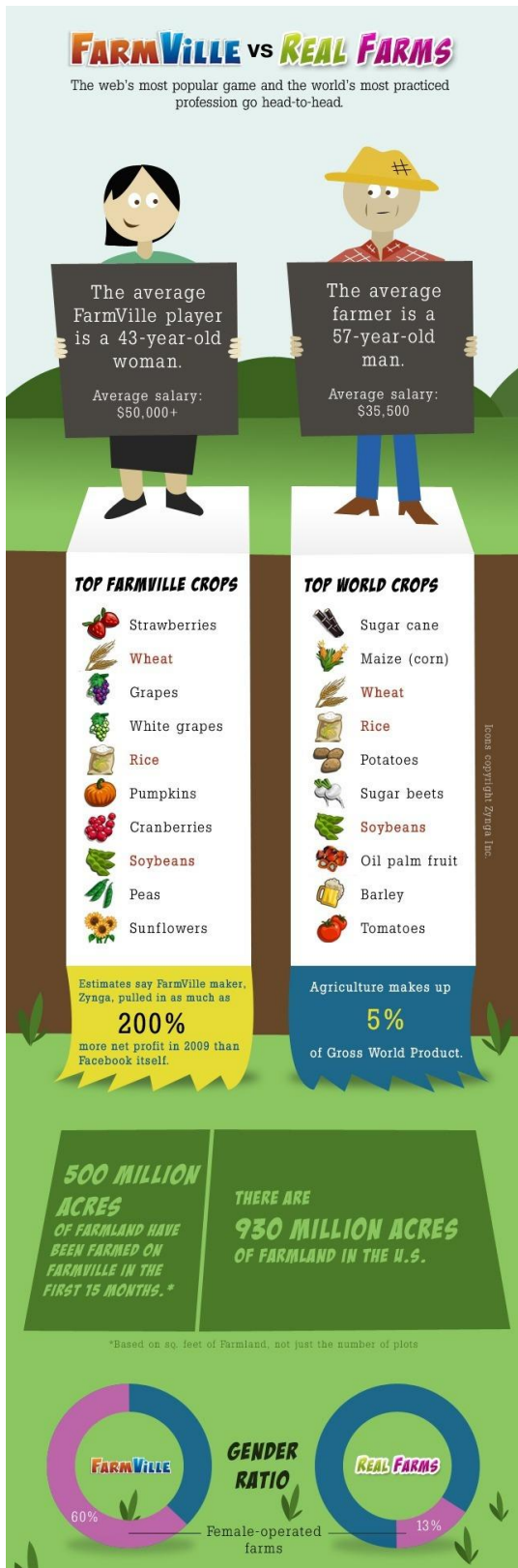
- Simulátory - „Country Life“, „CastleVille“, „FarmVille“, „Kitchen Scramble“.
- Sportovní hry - „Pool Live Pro“, „Car Stories“, „Top Eleven: Be a Football Manager“.
- Strategie - „Game of Thrones“, „The Tribes and Castles“, „Throne Rush“, „Emporia“.
- Slovní hry / kvízy - „Logo Game“, „Trivia Quiz“, „Scrabble“.

Výše uvedené dělení bylo v červenci 2014 náhle změněno vzhledem k vytvoření samostatného herního centra³³ a aktuální podoba dělení her je obohacena o nadřazené 4 kategorie, které dále obsahují již zmíněné herní žánry takto:

- *Hry pro náročné („Core“)* - Akční, Adventury, Strategické, Sport.
- *Kasino („Casino“)* - Karetní, Kasino.
- *Neformální („Casual“)* - Arkádové, Skrytý objekt, Hlavalamy, Simulátory.
- *Rodina („Family“)* - Deskové, Rodina, Vědomostní, Slovní.

Úvodní část práce byla věnována teoretickému nadefinování problematiky hraní na SS. Nejdříve byly vyjasněny termíny, se kterými se v práci dále operuje, a pro zajímavost zmíněny i v poslední době se hojně rozvíjející varianty SH (zajímavá ukázka světově nejhranější hry FarmVille ve srovnání s předlohou simulace – farmařením v USA viz Obrázek 5 níže). Následovalo představení stručné historie her na SS prostřednictvím popisu vývoje nejvyužívanějších SS a jejich někdy dosti variabilnímu přístupu k SH. V neposlední řadě bylo i s odkazy na jiné odborné práce prezentováno několik typů dělení her na SS i jejich hráčů a dále byl popsán i druh her na SS, které jsou spojovány s pozitivními účinky na životní prostředí, populaci lidí i celý svět.

³³ Nová podoba herního centra „Games“ na FB spolu ukázkou „Game Feeds“ viz Příloha 4.



Obrázek 5 FarmVille vs. Real Farms (Snow, 2010)

2 Přehled relevantních výzkumů k dané problematice

V této kapitole bude předložen výběr a stručné zhodnocení dosud publikovaných výzkumů vztahujících se k tematice především her na SS, potažmo SH. Výběru předcházely průzkumy relevantní literatury a zvážení její vhodnosti pro účely praktické části této diplomové práce³⁴. Následně bude v další části práce na tento výběr navázáno - výsledky těchto výzkumů slouží jako teoretická východiska pro stanovení výzkumných hypotéz.

S hraním her, včetně těch na SS, je spojen termín „eskapismus“, který zdůrazňuje rozlišení mezi reálným světem (pracovní povinnosti) a světem virtuálním (zábava ve spojení se čtením knih, sledováním televize či hraním na PC). Warmelink, Harteveld a Mayer (2009) se detailněji zaměřují na pochopení významu eskapismu jako motivačního činitele u hráčů PC her a konkrétně i hráčů tzv. „multiplayer“ her (hry hrané více hráči, mezi které se dají zahrnout i hry na SS). Prostřednictvím metody „focus groups“ u aktivních hráčů PC her a hráčů multiplayer her zjišťovali nejprve dotazníkovým šetřením jejich názory a postoje k hraní PC her (pomocí Likertovy metody škálování) a následně, prostřednictvím e-mailové „diskuze“ k zachování větší anonymnosti, ověřovali, zda eskapismus je opravdu motivací k hraní PC her. Výsledky výzkumu shrnuli autoři vytvořením 8 diskurzů vztahujících se k eskapismu:

1. Eskapismus má terapeutický účinek.
2. Eskapismus funguje jako nálepka/označení s negativním významem.
3. Eskapismus je neškodná zábava.
4. Eskapismus slouží jako únik z deprimující reality.
5. Eskapismus umožňuje být někým jiným a být kdekoliv.

³⁴ V rešerši bylo využíváno pro vyhledání relevantní literatury např. webové stránky Národní knihovny ČR, dále webového vyhledavače Google Scholar a vyhledávače v rámci Portálu elektronických zdrojů Univerzity Karlovy. Dále bylo využíváno např. těchto databází: IEEEExplore, ScienceDirect, ACM Digital, SAGE Publications, SpringerLink, Mary Ann Liebert, ebrary, Taylor & Francis Online, Emerald Insight, Wiley Online Library. Akademické práce byly vyhledávány prostřednictvím systému vyhledávání závěrečných prací dostupného z webových stránek jednotlivých vysokých škol. V neposlední řadě byly zdroje informací hledány i prostřednictvím webové služby shromažďující různé prezentace online – SlideShare.net. Zadávaným pojmem, který byl ve výše uvedených databázích hledán, byl např.: „sociální sítě a hry“, „sociální hra“, „hraní na sociálních sítích“, „hry na sociálních sítích“, „social gaming“, „social network game“, „social network gaming“, „network gaming“, „network game research“, „social network survey“ apod.

6. Eskapismus je všudypřítomný.
7. Eskapismus je spojený s naruživým hraním hraničícím se závislostí.
8. Eskapismus je spojený s osamělostí.

Na základě těchto diskurzů tedy můžeme vyvodit, že problematika eskapismu ztrácí na své důležitosti, její pojetí je různé a v souvislosti s hraním na SS, jakožto společenskou aktivitou, nemůže být uplatněna. Tyto hry se stávají čím dál tím víc napodobeninou reálného světa, jsou zde reální přátelé, se kterými se dá reálně komunikovat, aktivity ve hrách na SS ovlivňují vztahy v reálném světě apod. Přesto lidé stále, jak podotýkají v závěru i Warmelink, Harteveld a Mayer, hrají, aby unikli problémům.

Di Loreto a Gouaïch (2010) se ve své práci zaměřují na důvody masové obliby her na FB. K tomu, aby zjistili, jaké stimuly vedou k hraní těchto her, provedli analýzu 208 FB aplikací (her) za použití kategorií stanovených psychologem Murrayem a dále i dotazníkové šetření u 96 uživatelů FB. Výsledkem bylo sestavení přehledu klíčových herních prvků, ke kterým autoři doplnili hlavní stimuly pro jejich provedení, za přispění teorie psychologických potřeb definovaných Murrayem³⁵. Ze studie vyplynulo, že ač každá hra (každý žánr) na FB „probouzí“ jiné stimuly k hraní, motivací jsou pro hráče těchto her faktory osobnostní (vnitřní touhy hráče) i situační (prostředí hry na FB i samotná propojenost této SS ve hře). Pokud tedy situační faktory hry na SS zapříčiní uspokojení vnitřních potřeb/tužeb hráčů, pak vzrůstá obliba a úspěšnost dané hry. Výzkum také potvrdil větší oblibu her s herními prvky, které vedou ke spolupráci s ostatními hráči (dávání dáreků, návštěvy herních prostor, směňování předmětů ve hře apod.) než s těmi, které nutí hráče mezi sebou soupeřit (vyzývání na souboj, žebříček nejúspěšnějších hráčů apod.).

Výzkum agentury „Saatchi & Saatchi S“ provedený v roce 2011 (Engagement Unleashed: Gamification for Business, Brands, and Loyalty, 2011) u amerického obyvatelstva ve věku 18-44 let měl velkou výhodu v tom, že polovinu respondentů tvořily ženy a polovinu muži, díky tomu bylo možné objektivně vysledovat, zda se SH zabývají opravdu častěji ženy, jak bylo již některými studiemi vysledováno. Respondenti vyplňovali online dotazník, který primárně zkoumal jejich vztah k reklamě při hraní SH, pro potřeby této práce přinesl i přesto důležitá zjištění:

³⁵ Jedná se konkrétně o tyto potřeby: touha po materialistických potřebách, touha po moci, touha po náklonnosti, touha spojená se ctižádostí, touha být informován a informovat.

- Denně hraje SH 54 % mužů a 46 % žen.
- V práci nikdy SH nehraje 53 % respondentů.
- Hru „Texas Hold'em Poker“ hraje 72 % mužů.
- 33 % respondentů (ve věku 18-24 let) hraje SH, když mají „špatný den“.
- 48 % respondentů (ve věku 35-44 let) hraje SH, protože je to uklidňuje.

Celkový počet respondentů byl 2004, a přestože v porovnání s počtem obyvatel USA nelze tento vzorek pokládat za reprezentativní, mohou být výsledky výzkumu využitelné pro stanovení výzkumných hypotéz v této práci.

Výzkumná společnost „Information Solutions Group“ prováděla výzkum hráčů SH v roce 2011 hned pro dvě herní společnosti - „PopCap Games“ (Information Solutions Group, 2011) a „Kabam“. Nás však bude zajímat první zmíněná studie. Společnost „PopCap Games“ zajímali respondenti z Velké Británie (400 respondentů) a USA (801 respondentů), u kterých byl již podobný výzkum proveden v roce 2010. Ve výsledcích je patrné, že ženy (58 % VB, 54 % USA) tentokrát převažují v hraní SH nad muži (42 % VB, 46 % USA). Průměrný věk hráče SH je ve VB 35,5 a v USA 41,2 a má tendenci dál klesat. Mezi hráči SH jsou zastoupeny nejvíce ženy nad 50 let (36 %), poté se objevuje kategorie muži pod 29 let (34 %). Hráči ve VB hrají SH nejčastěji 1-2 roky, v USA jsou to více než 3 roky. SH hraje minimálně jednou za den 36 % Britů a 44 % Američanů. Hraní SH kvůli uvolnění stresu uvádí 38 % Britů a 44 % Američanů. Nejčastěji pak SH hrají respondenti na FB (95 % VB, 89 % USA). Nejčastěji hrají obě národnosti hru „FarmVille“, mezi muži je opět častěji hrána hra „Texas Hold'em Poker“ - 26 % ku 15 % hraní u žen.

Motivace hráčů na SS zajímala také trojici autorů Lee, Lee a Choi (2012), jež se zaměřili na 324 studentů vysoké školy v USA, ať hrajících na SS (214 studentů) či nehrajících (110 studentů). Pro každou skupinu měli připravenou jinou podobu online dotazníku. Z výzkumu vyplynulo, že hlavními motivačními činiteli u her na SS je po zohlednění výsledků sociální interakce, sebevyjádření, hraní rolí/možnost být někdo jiný, eskapismus, zábava a soutěžení. Oproti motivaci k tradičním PC hrám zde přibyl činitel sebevyjádření, z čehož můžeme odvodit, že možnost zapůsobit na ostatní hráče je signifikantní právě pro hry na SS. Eskapismus se mezi všemi motivačními faktory objevil až na 4. místě dle četnosti odpovědí. Výzkum také dával do souvislosti motivaci a postoje k hraní na SS a motivaci a způsob hraní (výběr herních aktivit) na SS. Kupříkladu zasílání dárků je dle výsledků výzkumu v největší míře podníceno soutěživostí jako motivačním

činitelem. V neposlední řadě bylo zjišťováno, proč některé respondenty neláká hraní na SS. V největší míře byla zastoupena odpověď, že tito respondenti jsou otráveni/znuděni velkým počtem oznámení a zpráv z herních aplikací (28 % ze všech nehrajících studentů).

Phan a Chaparro (2013) zacílili svým výzkumem - pomocí online dotazníku - na způsoby užívání FB her současnými hráči i bývalými hráči a dále na objevení hlavních aspektů, které lidi k hraní na FB přivádí. Respondenty (287 lidí) byli z 69 % ženy (31 % muži) a z 29 % aktivní hráči (71 % již hraní na FB ukončilo), jejich průměrný věk se pohyboval kolem 22 let. Největším impulsem pro zahájení hraní na FB byla nuda (28 %) a pozvání od přátel (26 %). Nuda byla současně i nejčastější důvod, proč respondenti hrát přestali - přestala je hra bavit (34 %). Dalším důvodem pro ukončení hraní bylo velké množství času, který hraní zabíralo (20 %). 16 % respondentů uvedlo, že se jim na FB hrách líbila možnost útěku z reálného světa (eskapismus), více respondentů (u obojího 17 %) uvedlo možnost zabavení se a sociální interakce.

Domahidi, Festl a Quandt (2014) si jako výzkumný problém vybrali sociální začlenění hráčů SH v reálném světě a kvalitu vztahů mezi spoluhráči „přáteli“ v SH. Pomocí několika vln telefonických rozhovorů (metoda dotazování CATI) provedených v Německu získali potřebný vzorek hráčů PC her (2213 hráčů) a z nich pak ještě vydělili hráče SH (39 % z celého vzorku hráčů, tj. 849). Kontrolní skupinou bylo 287 „nehračů“. U hráčů SH zjistili například, že minimálně 4 přátele z reálného světa si hráči převedou i do světa virtuálního (v rámci SH), naopak jen 3 „přátele“ ze světa virtuálního si převedou do reálného světa (tj. vidají se osobně). Již 60 % hráčů se se svými online „přáteli“ setkalo i v reálném světě. Nepotvrdilo se jim zvýšení počtu offline přátel na základě hraní SH, všechny 3 zkoumané skupiny (hráči SH, nehračů SH a nehračů všech PC her) vykazovaly obdobné počty reálných přátel. Hlavním přínosem výzkumu tedy bylo potvrzení závislosti mezi sociálně zdatnějšími a „chtivějšími“ hráči SH a vyšším počtem obou typů přátel (pokud jsou hráči motivováni spoluprací, snáze si z online „přátel“ dělají přátele v reálném světě a naopak).

Telefonický průzkum u australských obyvatel nad 18 let zrealizovali Gainsbury, Russell a Hing (2014). Cílem studie bylo najít hráče hazardních her v kamenných kasinech (nalezi 849 těchto respondentů) i na internetu (nalezi 1161 respondentů). Získali tak pro své online dotazníkové šetření 2010 gamblerů, u kterých dále zkoumali užívání SH typu „kasino“, kde nejsou využívány reálné peníze. Výlučně nehazardní SH hrálo 270 respondentů z celého

výzkumného vzorku. Závěry studie osvětlily, že průměrný hráč „kasino“ typu SH je mladší (věk cca 43 let a méně) a je to muž - 62 %. Ženy jsou zde v menšině - 38 %. Hazardní hráči dosahují průměrného věku cca 54 let a více. Zastoupení mužů představuje 51 %, žen je jen nepatrně méně - 49 %. Ženy pak v rámci SH hrají častěji bingo (které je více založené na sociální interakci) a hry podobající se herním strojům v kamenných hernách. Muži mají v oblibě ze SH poker (ten je tak nejoblíbenějším druhem všech „kasino“ SH). Alarmující je zjištění větší četnosti užívání ilegálních drog a většího počtu kuřáků u hráčů „kasino“ typu SH oproti hráčům hazardních her za peníze (v kamenných hernách i na internetu). U užívání alkoholu nebyl zjištěn významný rozdíl.

V této kapitole bylo přiblíženo osm zásadních studií a jejich výsledky, které byly využity při stanovení výzkumných hypotéz. Studie byly provedeny mezi lety 2009 a 2014 (v této době můžeme zaregistrovat největší počet realizovaných výzkumů této problematiky) a převážně se jedná o práce vědeckých či akademických pracovníků, jen ve dvou případech výzkum realizovali výzkumné agentury (jedna z nich byla prováděna pro potřeby herní vývojářské společnosti a druhá pro potřeby samotné výzkumné / marketingové společnosti). Z toho čtyři studie byly zacíleny na hraní online sociálních her, tři zkoumaly konkrétně problematiku hraní na SS (nejčastěji na FB) a jedna zkoumala jen hraní počítačových her a multiplayer her, ke kterým se však hraní na SS dá přirovnat. V závěrečné kapitole budou výsledky výše uvedených prací ze zahraničí porovnány s výsledky výzkumu českých respondentů.

3 Metodologie výzkumu

V této části práce bude popsána metodologie empirického výzkumu nastíněná teoreticky v předchozích kapitolách. Nejprve bude stanoven výzkumný problém, řešící problematiku hraní na sociálních sítích, a ten bude následně charakterizován dvěma výzkumnými otázkami. Dále bude představena metoda výzkumu. Dokonalé zhodnocení výzkumu bude zaručeno následnou formulací výzkumných hypotéz a jejich operacionalizováním. Poté bude následovat představení techniky sběru dat a v závěru bude charakterizován výzkumný vzorek.

3.1 Definování výzkumného problému

Jako hlavní výzkumný problém bylo definováno objasnění sociálních aspektů, které jsou spojeny s hraním na sociálních sítích. Konkrétně má praktická část diplomové práce přinést/formulovat znaky hraní na SS v českém prostředí, které zatím nebylo důkladně prozkoumáno z hlediska této problematiky.

Před započítím výzkumu byly naformulovány dvě výzkumné otázky, které jsou dále detailněji členěny ve výzkumných hypotézách. Jedná se tedy o tyto výzkumné otázky (VO):

VO1: Jaký je vztah mezi charakteristikami hráče na SS a jeho hráčským stylem?

VO2: Jak motivace k hraní na SS ovlivňuje tendenci hráče k určité herní aktivitě?

Vzhledem k průkopnické povaze tohoto výzkumu bude ještě přínosné zesumarizovat veškeré zjištěné znaky vztahující se k hraní na SS do podoby charakteristiky hráče na SS v českém prostředí.

3.2 Výběr metody výzkumu

Vzhledem k relativně velkému teoretickému zázemí k dané problematice ve světě a chybějícím statistikám v českém prostředí byl vybrán pro řešení výzkumného problému kvantitativní výzkum. Konkrétně se jedná o metodu průřezové studie („cross-sectional study“) s komparativním přesahem, který bude proveden v závěru práce srovnáním vybraných výsledků vlastního výzkumu s výsledky relevantních výzkumů zmíněných v předchozí kapitole.

3.3 Formulace výzkumných hypotéz a jejich operacionalizace

Na základě provedené analýzy relevantních a dostupných výzkumů bylo možné zformulovat šest dílčích výzkumných hypotéz, které konkretizují výzkumné otázky a umožní tak zacílit směřování výzkumu na relativně objektivně zhodnotitelné výstupy. Hypotézy vztahující se k VO1:

H1a: Na SS hrají nejčastěji ženy středního věku.

H1b: Uživatelé SS s nízkým počtem „přátel“ hrají méně frekventovaně.

H1c: Muži hrají častěji tzv. „kasino“ typ hry na SS než ženy.

H1d: Hlavním důvodem, proč lidé nehrají na SS, je jejich nezájem o hraní / vidí v tom ztrátu času.

Hypotézy vztahující se k VO2:

H2a: Lidé hrají na SS nejčastěji z důvodu potřeby odreagování / úniku z reality.

H2b: Hráči na SS motivováni potřebou spolupracovat posílají často „dárky“ svým „přátelům“ ve hře.

Následně byly tyto hypotézy operacionalizovány pro možnost ověření jejich platnosti v závěru diplomové práce.

Proměnné k H1a:

- nezávislá - věk, pohlaví => zjišťuje otázka v dotazníku č. 20 („Jaký je Váš věk?“) a 19 („Jaké je Vaše pohlaví?“)
- závislá - hraní na SS (ano/ne) => zjišťuje otázka v dotazníku č. 6 („Na jaké sociální síti hrajete hry?“)

Proměnné k H1b:

- nezávislá - počet „přátel“ na SS => zjišťuje otázka v dotazníku č. 3 („Kolik máte přátel na Vaší nejrozsáhlejší sociální síti?“)
- závislá - frekvence hraní => zjišťuje otázka v dotazníku č. 13 („Jak často hrajete na SS?“)

Proměnné k H1c:

- nezávislá - pohlaví => zjišťuje otázka v dotazníku č. 19 („Jaké je Vaše pohlaví?“)
- závislá - druhy hraných her na SS => zjišťuje otázka v dotazníku č. 15 - primárně („Jaký typ her na SS hrajete nejraději?“) a č. 10 a 11 pro potvrzení („Označte všechny hry, které jste již někdy hráli či aktuálně hrajete na SS.“ a „Pokud jste ve výše uvedených možnostech nenašli Vaši oblíbenou hru - hranou na sociálních sítích, můžete ji uvést zde.“)

Proměnné k H1d:

- nezávislá - hraní na SS => zjišťuje otázka v dotazníku č. 6 („Na jaké sociální síti hrajete hry?“)
- závislá - důvody „nehraní“ na SS => zjišťuje otázka v dotazníku č. 7 („Uveďte důvody, proč nehrajete na sociálních sítích. /Uveďte důvody, proč Vás neláká hraní na sociálních sítích.“)

Proměnné k H2a:

- nezávislá - hraní na SS => zjišťuje otázka v dotazníku č. 6 („Na jaké sociální síti hrajete hry?“)
- závislá - motivace k hraní na SS => zjišťuje otázka v dotazníku č. 16 („Co pro Vás představuje hraní na sociálních sítích?“)

Pro zjištění proměnné „motivace k hraní“ byla použita baterie otázek se škálovými odpověďmi. Bylo zde uvedeno osm motivačních faktorů a u každého bylo nutné označit míru souhlasu na čtyřstupňové škále (rozhodně souhlasím - spíše souhlasím - spíše nesouhlasím - rozhodně nesouhlasím). Takto byla odlišena i potřebná míra motivace každého respondenta.

Proměnné k H2b:

- nezávislá - motivace k hraní na SS => zjišťuje otázka v dotazníku č. 16 („Co pro Vás představuje hraní na sociálních sítích?“)
- závislá - prováděné herní aktivity => zjišťuje otázka v dotazníku č. 18 („Označte, jak často dané aktivity při hraní na SS provádíte.“)

Pro zjištění proměnné „prováděné herní aktivity“ byla použita baterie devíti otázek s možností označit míru četnosti prováděných aktivit v odpovědích na pětistupňové škále (často - někdy - nepravidelně - zřídka - nikdy). Z odpovědí se tak dá vyčíst nejen způsob hraní (herní aktivity) na SS, ale i míra jejich provádění.

3.4 Představení techniky sběru dat a výzkumného vzorku

Na základě statistických údajů ohledně počtu českých uživatelů, kteří užívají sociální sítě (profil na Facebooku má v ČR aktuálně 2,4 mil. lidí), a vzhledem k největšímu rozmachu hraní na FB bylo přistoupeno k technice sběru dat prostřednictvím online dotazníkového šetření (šířeno odkazem skrz Facebook). Takto byla zaručena velká pravděpodobnost zisku relevantních respondentů hrajících na SS. Dotazník byl sestaven autorkou speciálně pro tento výzkum - některé položky byly použity ze studií představených v předchozí kapitole. Konkrétně se jednalo o metodu prostého náhodného výběru výzkumného vzorku, dále podpořeného metodou sněhové koule („snowball sampling“).

3.5 Popis realizace výzkumu

Výzkum byl realizován prostřednictvím dotazníkové služby „Vyplňto.cz“ v období od 18. 7. 2014 do 23. 7. 2014. Před jeho ostrým spuštěním proběhl malý předvýzkum, který prověřil použitelnost a srozumitelnost konstrukce jednotlivých položek dotazníku. Finální podoba dotazníku byla dostupná z výše uvedeného odkazu (spolu s výsledky šetření) a je také součástí této práce (viz Příloha 1). Dotazník byl propagován samotným zveřejněním na webové stránce „Vyplňto.cz“, dále byl autorkou sdílen ve formě odkazu na webovou stránku obsahující dotazník (<http://hrani-na-socialnich-sitich-f.vyplnto.cz>), konkrétně na její FB „zdi“ a v rámci jejího profilu na sociální síti Google+. Vzhledem k průkopnickému šetření v této oblasti bylo zapotřebí oslovit co největší počet respondentů, a proto autorka ještě využila možnost zaslat odkaz svým FB „přátelům“ a pomocí e-mailu i přátelům - vždy s prosbou o šíření dotazníku dalším lidem. Respondenti tak pocházeli z celé ČR³⁶.

Celkem dotazník úspěšně (tzn., že všechny povinné otázky v dotazníku byly zodpovězeny) vyplnilo 502 respondentů. Návratnost dotazníku dosáhla 84 % (poměr

³⁶ Vzhledem k možnému prodloužení dotazníku, a tím pádem větší pravděpodobnosti neochotě respondentů dotazník vyplnit, byly položky dotazníku pečlivě zváženy a lokalizace oblasti původu respondentů nebyla do dotazníku zařazena. Přesto autorka ví, že původ cca poloviny respondentů je z malých obcí i krajských měst sídlících v Čechách, na Moravě i ve Slezsku.

zahájených a nedokončených dotazníků). Pro účely této diplomové práce je velikost celého výzkumného vzorku pro další analýzu dat dostatečně reprezentativní.

Výsledná data z dotazníku byla rozdělena dle jednotlivých proměnných u každé hypotézy zvlášť a zpracována za pomoci programu MS Excel (analýza souvislostí, tvorba tabulek a části grafů) a částečně i prostřednictvím dotazníkové služby Vyplňto.cz (tvorba části grafů).

Kapitola věnovaná metodologii propojila teoretickou část a přípravnou fázi výzkumu. Nejprve bylo nutné nadefinovat výzkumný problém („objasnění sociálních aspektů spojených s hraním na sociálních sítích“), řešený celkem dvěma výzkumnými otázkami (VO1: „Jaký je vztah mezi charakteristikami hráče na SS a jeho hráčským stylem?“ a VO2: „Jak motivace k hraní na SS ovlivňuje tendenci hráče k určité herní aktivitě?“). Následovalo popsání výběru metody a nezbytně nutné představení výzkumných hypotéz. Ty byly zkoumány technikou sběru dat – dotazníkovým šetřením – u respondentů získaných náhodným výběrem spojeným s metodou sněhové koule. V závěru byla popsána realizace online dotazníkového šetření prostřednictvím dotazníkové služby „Vyplňto.cz“.

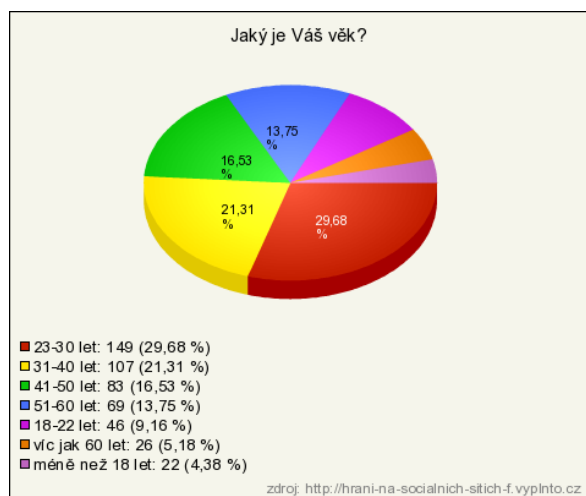
4 Analýza výsledků výzkumu

V této analytické části bude proveden rozbor získaných dat dotazníkovým šetřením v souvislosti se stanovenými hypotézami. Ty budou podrobeny testování a následně zhodnoceny jako potvrzené či nepotvrzené. V závěru popíšeme charakteristické znaky hráče na SS v českém prostředí, které vyplynuly z výzkumu popisovaného v této práci.

4.1 Demografická data respondentů

Demografické údaje byly zjišťovány otázkami č. 19 - 23. Respondentů dotazník vyplnilo 138 (z toho 15,94 % mužů hraje na SS, N=138) a respondentek 364 (z toho 20,33 % žen hraje na SS, N=364). Podíl žen tedy více než dvojnásobně převyšuje počet mužů. Věkové rozložení všech 502 respondentů je znázorněno viz Graf 1.

Nejčastěji jsou mezi nimi lidé ve věku 23 - 30 let (29,68 %) na druhém místě v počtu respondentů je věkové rozpětí 31 - 40 let (21,31 %). Nejméně respondentů se podařilo oslovit ve věku méně než 18 let (4,38 %) a starší 60 let (5,18 %). Důvodem malého počtu mladších respondentů je nemožnost založit si profil na sociálních sítích (konkrétně na nejčastější české SS) v mladším věku než 13 let. Věková hranice pro toto omezení byla původně nastavena dokonce až na 18 let. Respondenti starší 60 let jsou vzhledem k použití při sběru dat online dotazníku již od počátku znevýhodněni, nejsou často schopni práce na PC (po většinu svého života je neznali a nenaučili se je obsluhovat, dále pak jsou již často zdravotně omezení a neschopní tak fyzicky obsluhovat PC - špatná pohyblivost, nezájem o nová média, špatný zrak apod.).



Graf 1 Rozdělení respondentů dle věku (N=502)

V souvislosti s hraním na SS je nejčastěji respondent také ve věku 23 - 30 let (40,63 %, N=96), dále se u hráčů objevuje nejčastěji věk v rozmezí 31 - 40 let (16,67%, N=96). Nejméně hráčů je pak dle očekávání u lidí starších nad 41 let (dohromady tyto tři skupiny představují 13,54 %, N=96).

Členění respondentů dle jejich rodinného stavu je také široké. V manželství žije necelá polovina dotázaných (214), jedna čtvrtina má přítele či přítelkyni (129) a necelá jedna čtvrtina žije svobodně/bez závazků (108), rozvedených je jen 6,48 % (32), ostatní uvedli možnost jiné (vdovec/vdova/nechtěli uvést apod.).

Respondentů se středním vzděláním (33,47 %, N=502) bylo dotázáno relativně stejně jako magistrů/inženýrů (31,67 %, N=502). O polovinu méně respondentů pak uvádí bakalářské vzdělání jako nejvýše dosažené (15,94 %, N=502). Nejméně v dotazníku odpovídali absolventi VOŠ (7,97 %), ZŠ (6,18 %) a nejvýše/nejvíce vzdělaní lidé (4,78 %).

Z hlediska pracovního je nejvíce respondentů pracujících 368, konkrétně 49,39 % zaměstnaných na dobu neurčitou (N=502), 15,78 % na dobu určitou (N=502), na DPP/DPČ pracuje 2,25 % (N=502) a OSVČ 7,99 % (N=502). Studenti představovali druhou nejpočetnější skupinou respondentů (85) a nezaměstnaní druhou nejméně početnou skupinou (12). Na rodičovské dovolené právě „odpočívalo“ 23 respondentů.

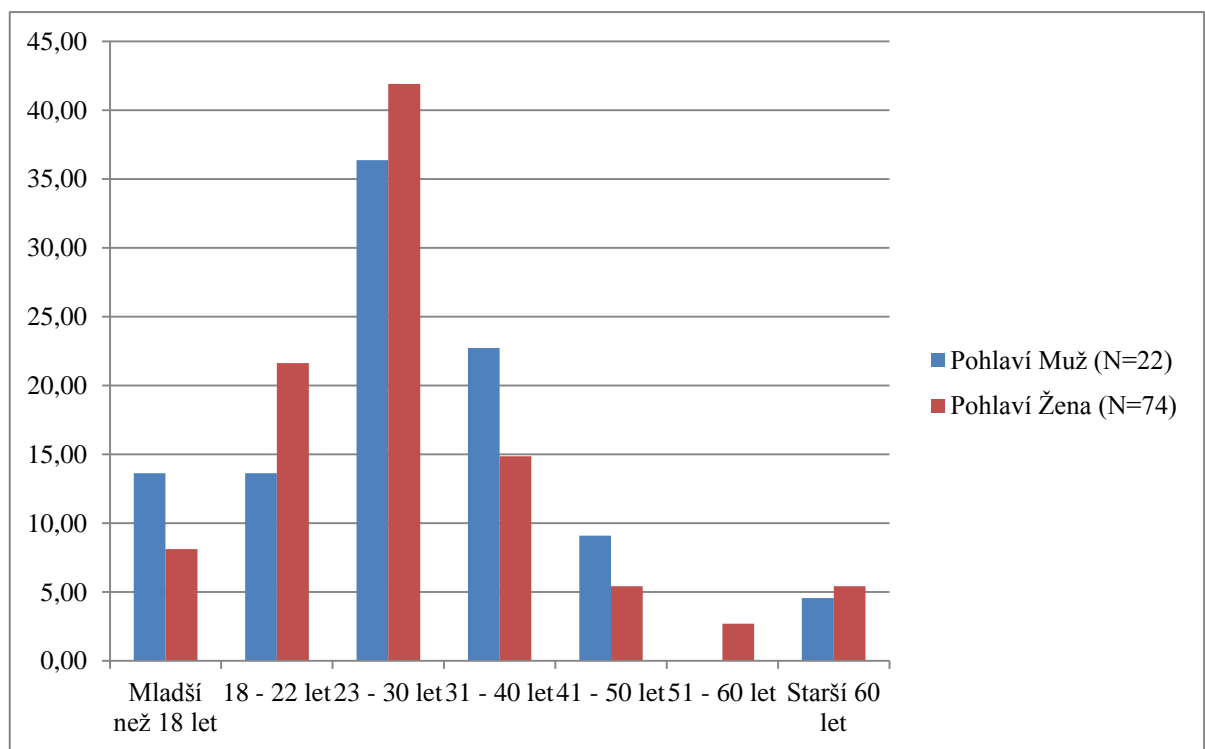
4.2 Pohlaví, věk a hraní na SS

Nyní se zaměříme na první hypotézu H1a: „Na SS hrají nejčastěji ženy středního věku“. Při její analýze využijeme data v Tabulce 1 (viz níže).

Tabulka 1 H1a: Na SS hrají nejčastěji ženy středního věku

Věková hranice	Pohlaví				Celkem (N=96)	
	Muž (N=22)		Žena (N=74)			
	počet	%	počet	%	počet	%
Mladší než 18 let	3	13,64	6	8,11	9	9,38
18 - 22 let	3	13,64	16	21,62	19	19,79
23 - 30 let	8	36,36	31	41,89	39	40,63
31 - 40 let	5	22,73	11	14,86	16	16,67
41 - 50 let	2	9,09	4	5,41	6	6,25
51 - 60 let	0	0,00	2	2,70	2	2,08
Starší 60 let	1	4,55	4	5,41	5	5,21
Celkem	22	100,00	74	100,00	96	100,00

Ačkoliv je ve výzkumném vzorku významná převaha žen a počet odpovědí není zcela validní, můžeme tento nedostatek eliminovat vycházením z procentuálního zastoupení mužů a žen v každé věkové kategorii zvlášť. Díky tomu zjistíme, že počet mužských hráčů převažuje nad hráčkami ve věkové kategorii do 18 let, se stoupajícím věkem dále převažují co do počtu ženy (ve věku 18 - 30 let), následuje opět převaha hráčů (věkové rozpětí 31 - 50 let) a v závěru života (nad 51 let) opět převládá počet hráček. Posledně zmiňovaný údaj je pravděpodobně zkreslen faktem, že statisticky se ženy dožívají vyššího věku než muži (v ekonomicky vyspělých zemích). Nejčetnější odpovědi ohledně hraní na SS byly zaznamenány ženami, překvapivě však ve věku 23-30 let (tj. vývojovému stadiu mladší dospělosti). Navíc další nejpočetnější kategorií žen je ještě mladší. Střední věk řadíme spíše k věkové kategorii 31 - 40 let. Proto můžeme konstatovat, že hypotézu H1a se nepodařilo potvrdit, ale vyvrátit. Správně bychom mohli konstatovat, že *na SS jsou nejčastějšími hráči ženy mladšího věku*. Názorně jsou výsledky zaznačené v Grafu 2 (viz níže), kde jsou na ose x zaznačeny věkové kategorie a na ose y je vidět procentuální zastoupení daného pohlaví v daném věkovém rozpětí.



Graf 2 H1a: Na SS hrají nejčastěji ženy středního věku

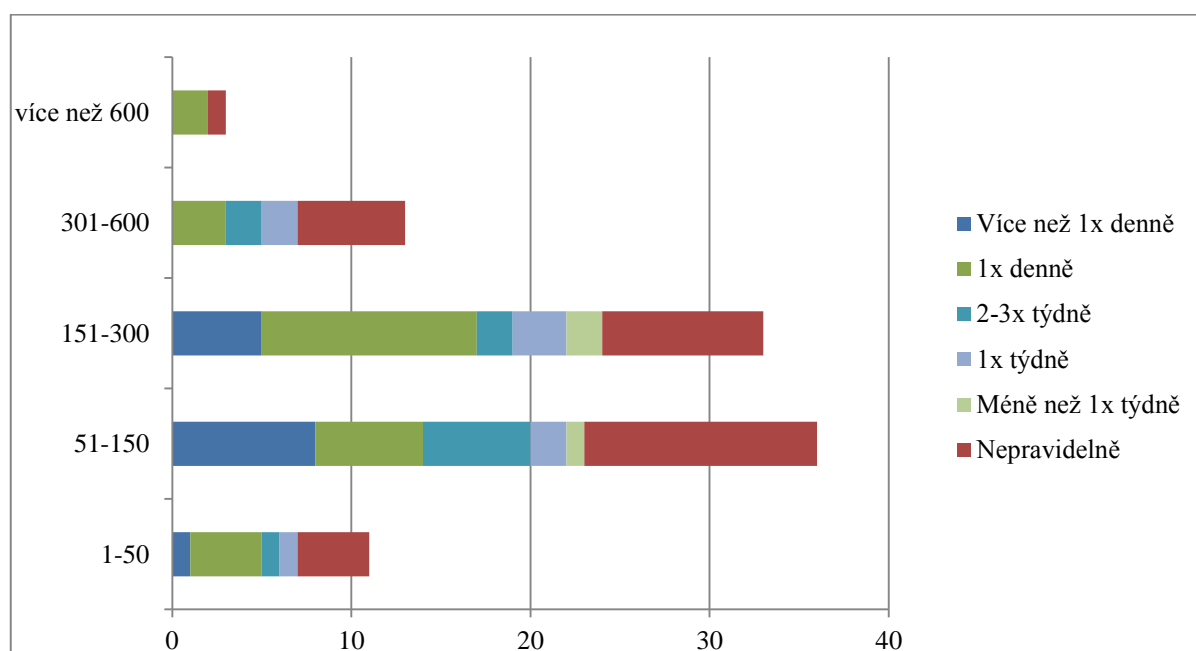
4.3 Počet přátel na SS a frekvence hraní

Při zkoumání frekvence hraní a počtu „přátel“ budeme vycházet z Tabulky 2 (viz níže). Počet online „přátel“ na SS, které hráči mohou využít jako případnou pomoc při hraní, je v největší míře zastoupen v rozsahu 51 - 150. Druhou nejvíce zastoupenou kategorií zjištěnou tímto výzkumem je okruh 151 - 300 „přátel“. Průměrně tedy má hráč na SS ve svém okruhu 150 „přátel“. To potvrzuje teorii tzv. Dunbarova čísla (cca 125 - 150 přátel), které definuje počet přátel v reálném životě, se kterými je člověk schopen ještě udržovat vztah a mít k nim důvěru (podobné závěry viz Šemberová, 2011). Více než 600 „přátel“ uvedli jen dva studenti ve věku pod 30 let, kteří na FB tráví více jak 7 hodin za den, a jedna pracující žena ve věku 51 - 60 let, která na FB tráví průměrně 4 - 5 hodin a hraje zde častěji než 1x denně. Naproti tomu nejméně „přátel“ mají hráči, kteří na SS tráví zhruba jednu hodinu denně (profil mají založený většinou 2 roky) a hrají cca 1x denně (dosti často nepravidelně). V otázce frekvence hraní na SS hráči označili nejčastěji nepravidelné hraní (34,38 %, N=96), což může být zapříčiněno neochotou respondentů hlouběji přemýšlet či vypovídat o svých zvycích při hraní na SS, mají tendenci volit odpovědi s průměrnými hodnotami. Pravděpodobné je také to, že díky nárazovosti hraní na SS (není potřeba hře věnovat najednou více času a není potřeba větší přípravy na hraní) neplánují hráči dopředu, kdy budou hrát, a tudíž využívají k hraní různé volné chvílky nepravidelně se vyskytující během dne i týdne. K tomu je dále zajímavé podotknout, že polovina hráčů hraje nejčastěji o víkendu - část týdne - a především večer (55,21 %, N=96) a odpoledne (38,54 %, N=96) - část dne. K hraní na SS je nejméně vhodné dopoledne (hraje často či někdy jen 27,08 %, N=96).

Tabulka 2 H1b: Uživatelé SS s nízkým počtem „přátel“ hrají méně frekventovaně

Frekvence hraní	Počet „přátel“ na SS (N=96)										
	1 - 50		51 - 150		151 - 300		301 - 600		více než 600		Celkem
	počet	%	počet	%	počet	%	počet	%	počet	%	
Více než 1x denně	1	9,09	8	22,22	5	15,15	0	0,00	0	0,00	14
1x denně	4	36,36	6	16,67	12	36,36	3	23,08	2	66,67	27
2-3x týdně	1	9,09	6	16,67	2	6,06	2	15,38	0	0,00	11
1x týdně	1	9,09	2	5,56	3	9,09	2	15,38	0	0,00	8
Méně než 1x týdně	0	0,00	1	2,78	2	6,06	0	0,00	0	0,00	3
Nepravidelně	4	36,36	13	36,11	9	27,27	6	46,15	1	33,33	33
Celkem	11	100,00	36	100,00	33	100,00	13	100,00	3	100,00	96

Pro ověření hypotézy jsou ještě výsledky zaznamenány přehledněji graficky (viz Graf 3). Na ose y je zaneseno rozpětí počtu „přátel“ a na ose x je poměrově znázorněna frekvence hraní udaná jednotlivými hráči. Z grafu vidíme, že čtenější hraní (více než 1x denně a 1x denně) vykazují hráči s okruhem „přátel“ vyšším než 51. Nejčastěji hrají respondenti „vlastníci“ 151 - 300 „přátel“. Oproti tomu u hráčů s menším počtem „přátel“ se nedá vysledovat vyšší zastoupení méně častého hraní (méně než 1x týdně a 1x týdně), spíše se také vyskytuje častěji u hráčů s počtem 151 - 300 „přátel“. Proto musíme konstatovat, že u H1b nemůžeme potvrdit vzájemnou regresi nižší frekvence hraní a nižšího počtu „přátel“ na SS.



Graf 3 H1b: Uživatelé SS s nízkým počtem „přátel“ hrají méně frekventovaně

4.4 Pohlaví a typ hry na SS

U této hypotézy (H1c: „Muži hrají častěji tzv. „kasino“ typ hry na SS než ženy.“) nebylo zjištěno průkazné množství hrajících respondentů, dostatečné pro její věrohodné ověření. Přesto zde uvedeme získaná data – viz Tabulka 3 níže.

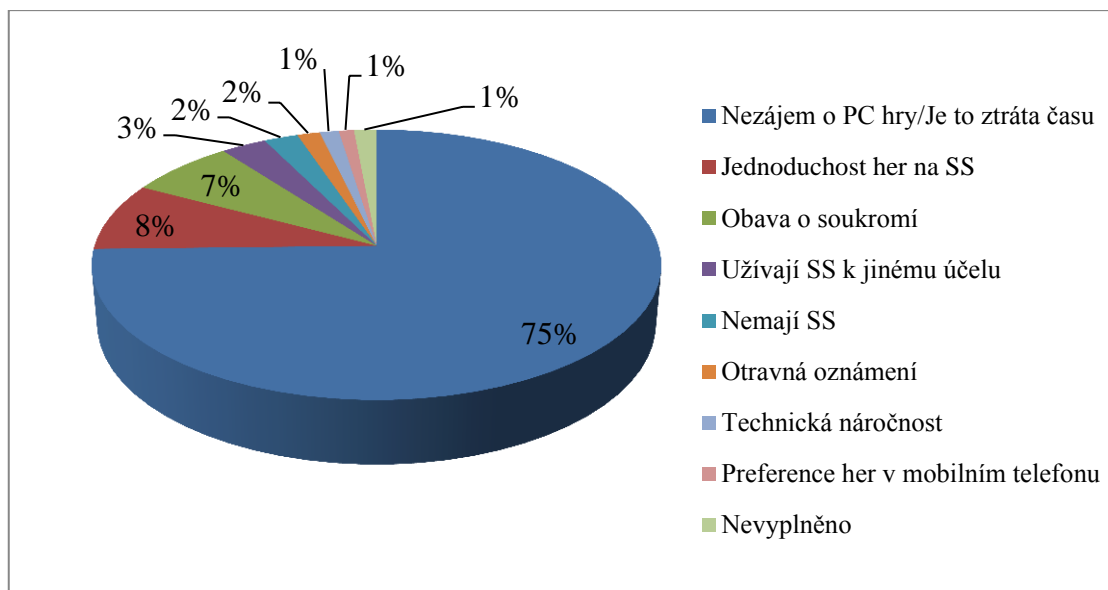
Tabulka 3 H1c: Muži hrají častěji tzv. „kasino“ typ hry na SS než ženy

Relevantní hry	Muž	Žena	Celkem
	počet	počet	počet
„Kasino“ typ hry	5	1	6
Texas Hold'em Poker	5 + 2	1 + 7	15
Bingo	0	1	1
Celkem - počet	7	9	22

Data pro hypotézu H1c byla získána otázkou, která zkoumala nejoblíbenější žánr hraných her na SS (viz první výsledkový řádek v tabulce), dále otázkou zahrnující výčet několika her na SS, ve které respondenti museli uvést ty hry, které hrají či někdy hráli (viz druhý výsledkový řádek v tabulce) a dále otázkou doplňující tu předchozí, ve které mohli hráči volně doplnit svou oblíbenou hru, která nebyla ve výčtu uvedena (viz třetí výsledkový řádek v tabulce). Jelikož se v otázce zjišťující hranost konkrétní hry Texas Hold'em Poker dublovaly některé odpovědi, je v tabulce rozdělen počet odpovědí na ty, které již zahrnuje řádek „Kasino typ hry“ a na nově získané u hry Texas Hold'em Poker. Celkově je tedy dosaženo vyšší četnosti hraní tzv. „kasino“ typu her u žen než u mužů. Vzhledem k již naznačenému nereprezentativnímu vzorku získaných dat, tedy nemůžeme hypotézu H1c i přes naznačené výsledky (statisticky nevýznamný rozdíl četnosti hraní u mužů a u žen) věrohodně vyvrátit.

4.5 Proč lidé nehrají na SS?

Otevřená otázka byla pro potvrzení hypotézy H1d: „Hlavním důvodem, proč lidé nehrají na SS, je jejich nezájem o hraní / vidí v tom ztrátu času.“ použita z toho důvodu, že autorka výzkumu nechtěla respondentům podvědomě podsouvat odpovědi. Díky tomu sice hrozila možnost, že ani jeden respondent neuvede důvod nehraní stanovený v hypotéze, autorka si však byla jista platností hypotézy vzhledem k jejímu osvědčení v několika předešlých výzkumech (např. Phan a Chaparro, 2013). Vzhledem k většímu zastoupení „nehráčů“ na SS mezi respondenty (80,88 %, N=502), jsou výsledky týkající se „nehráčů“ vysoce hodnověrné a mají velkou vypovídací hodnotu. Přehledné zobrazení výsledků k této hypotéze je vidět z Grafu 4, kde je četnost vyšetřených důvodů naznačena procentuálně (N=406).



Graf 4 H1d: Hlavním důvodem, proč lidé nehrají na SS, je jejich nezájem o hraní / vidí v tom ztrátu času (N=406)

Vidíme v něm osm kategorií, které byly autorkou vytvořeny vzhledem k častému opakování některých důvodů, význam byl podobný, jen formulace každým respondentem v dotazníku byla proměnlivá. Navíc u šesti respondentů nebyl důvod vůbec formulován, či byla odpověď zcela irelevantní. Největší zastoupení mezi důvody, které odrazují od her na SS, má dle očekávání nezájem respondentů o hraní na PC obecně (303, N=406). Současně s tím je propojen názor, že hraní na SS je ztrátou času. Na základě těchto zjištění můžeme snadno prohlásit H1d za ověřenou a platnou. Konkrétně respondenti sdělovali toto³⁷:

„Nechci trávit svůj volný čas na žádné sociální síti hraním her. Svůj volný čas trávím aktivnějším způsobem.“

„Nehraji hry na SS ani jiné pc hry nebo hry ve virtualních prostředích, je to pro me ztrata casu. Hra je pro mne spojena s realnym prostredim a otazkou osobniho kontaktu, proto jsem ochotna hrat maximalne kolekt.sporty, kulecnik, karty apod.spolecenske hry.“

„příjemné chvíle ale potom, v dlouhodobém horizontu, pocit promarněného času“

„Pro mě je to ztráta času. Mám dvě malé děti a rad-či budu trávit čas s nimi než u počítače kde jsem jen když tam musím být.“

³⁷ Uváděné citace odpovědí respondentů jsou ponechány až na úpravu pravopisných chyb bez autorčina zásahu.

„Jednak z časových důvodů. Ale i při dostatku volného času znám mnohem lepší aktivity - četba, příroda, fotografování.“

V kategorii „Jednoduchost her na SS“, zastoupené 33 odpověďmi, jsou obsaženy např. tyto ukázky:

„nikdy me to nenapadlo hrat, proste mam rada klasiku jako unreal tournament, tomb raidery, atd... proste kdyz chci hrat, chci byt plne ponorena do hry, hrat neco v prohlizeci nepovazuju moc jako hru“

„Mám raději více propracované hry, hry na SS jsou většinou založené na velmi jednoduchých principech, které se neustále opakují...“

„Hrála jsem na FB, ale později to byla nuda a upadlo to. Některé hry zrušili, některé divně vylepšili.“

„Preferuji složitější hry. V hrách pro jednoho hráče mám rád například příběh, v multiplayer hrách potřebu nějakého "umu" (skillu), kdy není nejdůležitější strávit u hry co nejvíce času. Taky bych se asi styděl, kdyby přátelé viděli, že nějakou takovou hru hraju, případně kdybych je měl dokonce žádat o pomoc (viděl jsem farmville, jinak podobných her moc neznám).“

Třetí nejpočetnější kategorií je „Obava o soukromí“, kterou v důvodech zmínilo 28 nehrajících respondentů, ukázka zde:

„Sociální síť ve mě nebudí důvěru. Proč poskytovat někomu cizímu své údaje a data...“

„už bych nebyla anonymní... mým přátelům by se zobrazilo, co a jak a kdy hraji ;-)"

„Protože se tam předávají osobní informace, když do her vstoupím.“

„Nemám k nim důvěru.“

„Užívání sociálních sítí k jinému účelu“ uvedlo jako důvod pro nehraní 12 respondentů, vyjadřovali se o tom takto:

„Chodím tam komunikovat s přáteli, domlouvat akce, dívat se na fotky, ne hrát hry.“

„Nehraji vůbec žádné hry na Internetu. Facebook, jedinou sociální síť, kterou navštěvuji, využívám ke komunikaci a přehledu zpráv, které mě zajímají, a nechci na ní trávit

více času. Je to tedy především časový důvod, pokud bych neměla jiné zájmy, možná bych něco hrála. Myslím si ale také, že mnozí lidé díky hraní přestávají mít zájem o věci, které je dříve zajímaly - protože jednoduše čas věnují hrám.“

Důvodem může být také jen prosté nevlastnění profilu na sociálních sítích, což uvedlo 9 respondentů.

Následuje kategorie důvodů „Otravná oznámení“ zmíněná 6 respondenty. Uvádím příklad šířeji popsané odpovědi:

„1.) Většina her na sociálních sítích mne neoslovila svým obsahem

2.) Vadí mi, že hry jsou postaveny na modelu, který nutí hráče kvůli různým časovým limitům (dobíjení energie atd) se ke hře neustále vracet v pravidelných časových intervalech.

3.) Vadí mi, že hry zveřejňují příspěvky na zdi o tom, že hráč dosáhl další úrovně atd., také mi vadí pozvánky pro přátele, za které hráč dostává různé benefity. Ze zdi na FB se tak z původního informačního kanálu, kvůli kterému ho používám stává jen stoka příspěvků, které mě nezajímají a obtěžují.“

Překvapivým zjištěním jsou odpovědi vztahující se k „Technické náročnosti“ her na SS, kterou uvedlo 5 respondentů, přičemž právě hry na SS jsou pojímány jako jednoduché hry bez větších technických nároků na hráče. Příklady odpovědí:

„Mám raději plnohodnotné on-line hry, které nejsou spojeny se sociální sítí a nepotřebují proto tak velký výkon počítače (na Facebooku jsem kdysi hrát zkoušel, můj starší notebook se z toho hroutil).“

„Už jsem zkoušela a zpomalují mi počítač a zabírají hromadu času“

Čtyři respondenti také zmínili jako důvod nehraní „Preferenci her v mobilním telefonu“ – viz ukázky níže:

„Hraju na mobilu ;-). Na hraní SS nepotřebuji...“

„Vůbec nehraji hry na počítači, jen z dlouhé chvíle na mobilu, abych si zkrátila čekání apod.“

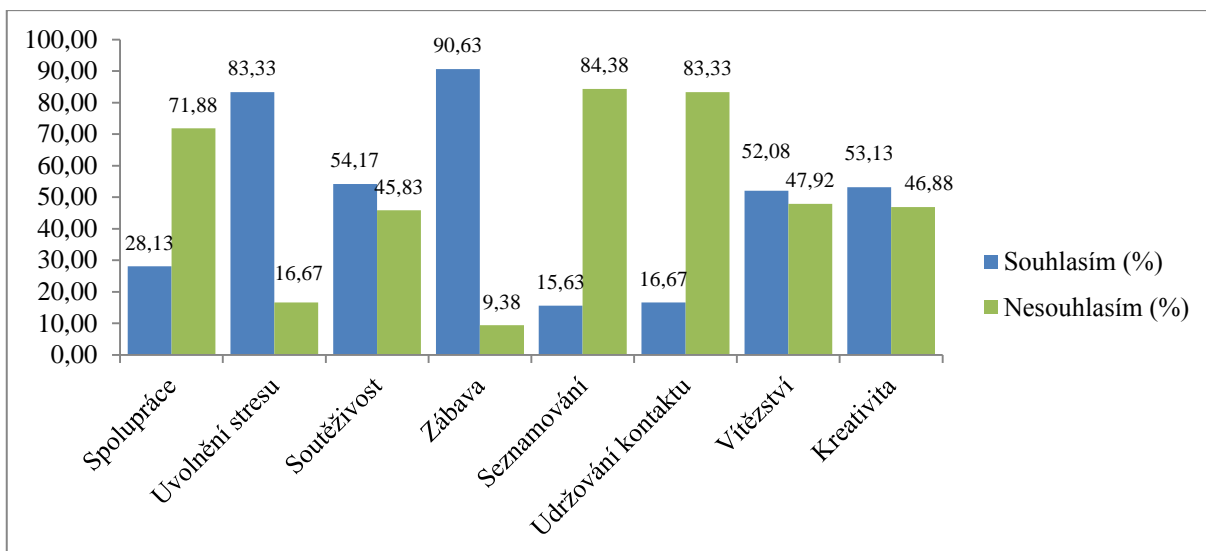
4.6 Proč lidé hrají na SS?

Kromě zdůvodnění averze vůči hraní na SS u nehrajících respondentů je také potřeba zjistit, jaké jsou tedy důvody obliby her na SS u jejich hráčů. V tomto případě byli respondenti nuceni zvolit z nabízených možností vysledovaných předchozími výzkumy (např. (Warmelink, Harteveld a Mayer, 2009, Engagement Unleashed: Gamification for Business, Brands, and Loyalty, 2011, Information Solutions Group, 2011). Navíc bylo po respondentech požadováno označení míry jejich (ne)souhlasu s daným motivačním faktorem. Rozložení četnosti počtu zvolených odpovědí zachycuje Tabulka 4 (zobrazená níže).

Tabulka 4 H2a: Lidé hrají na SS nejčastěji z důvodu potřeby odreagování / úniku z reality

Důvod hraní	Rozhodně souhlasím	Spíše souhlasím	Spíše nesouhlasím	Rozhodně nesouhlasím	Celkem
Spolupráce	7	20	42	27	96
Uvolnění stresu	27	53	13	3	96
Soutěživost	11	41	28	16	96
Zábava	33	54	7	2	96
Seznamování	5	10	24	57	96
Udržování kontaktu	4	12	32	48	96
Vítězství	13	37	30	16	96
Kreativita	10	41	32	13	96

Zajímavým zjištěním bylo např. četné popření hraní na SS kvůli touze po seznamování s novými lidmi (59,38 %, N=96) či udržování kontaktu s již známými lidmi (50 %, N=96). Tendenci spíše nesouhlasit s motivačním faktorem „Spolupráce“ uvedlo 43,75 % (N=96). Hypotéza (H2a), stanovená pro tuto oblast, formulovala toto: „Lidé hrají na SS nejčastěji z důvodu potřeby odreagování / úniku z reality“. Potřeba odreagování byla v otázce zastoupena jako „Zábava“, potřeba úniku z reality zase jako „Uvolnění stresu“. Aby bylo ověření hypotézy zcela přesvědčivé, bude uvedeno ještě procentuální rozložení odpovědí po sloučení obou souhlasů a obou podkategorií nesouhlasů (viz Graf 5 níže).



Graf 5 H2a: Lidé hrají na SS nejčastěji z důvodu potřeby odreagování / úniku z reality

Rozhodně odsouhlasili respondenti motivační faktor „Zábava“, která vede k hraní na SS 34,38 % (N=96). To potvrdili i spíše souhlasné odpovědi (56,25 %, N=96). Celkem tedy „Zábavu“ potvrdilo jako motivaci 90,63 % hrajících respondentů. Pro celkové potvrzení hypotézy H2a je potřeba ještě zhodnotit faktor „Uvolnění stresu“, který v četnosti figuroval po „Zábavě“ na druhém místě. Jeho odsouhlasení vyplynulo u 83,33 % hrajících respondentů. Pro potvrzení hypotézy je v neposlední řadě určující i nízké zastoupení nesouhlasu s oběma zkoumanými motivačními faktory.

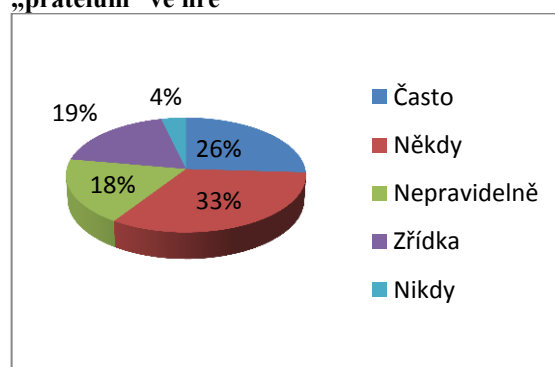
4.7 Motivace a aktivita ve hře na SS

Pro ověření hypotézy H2b: „Hráči na SS motivováni potřebou spolupracovat posílají často „dárky“ svým „přátelům“ ve hře.“ budou použity níže uvedená Tabulka 5 a grafické znázornění v Grafu 6.

Tabulka 5 H2b: Hráči na SS motivováni potřebou spolupracovat posílají často „dárky“ svým „přátelům“ ve hře

Frekvence pomáhání	Souhlasím		
	počet	%	kumul. %
Často	7	25,93	25,93
Někdy	9	33,33	59,26
Nepravidelně	5	18,52	77,78
Zřídka	5	18,52	96,30
Nikdy	1	3,70	100,00
Celkem	27	100,00	X

Graf 6 Hráči na SS motivováni potřebou spolupracovat posílají často „dárky“ svým „přátelům“ ve hře



V tabulce je srovnán počet odpovědí u frekvence herní aktivity - posílání „dárků“ – spolu s počtem souhlasných odpovědí vztahujících se k míře motivace „Spoluprací“ u hráčů na SS. Dále je zaznačena i relativní procentuální četnost a kumulativní relativní četnost. Díky poslední jmenované statistické jednotce a díky grafickému zpodobnění můžeme vyvodit závěr, že hypotéza H2b nebyla v tomto výzkumu potvrzena. Medián můžeme v tomto případě lokalizovat do položky frekvence „někdy, jako nejčteněji zastoupenou položku z hlediska míry frekvence zasílání „dárků“ ve hře na SS. Spolupracující hráči na SS posílají častěji dárky svým „přátelům“, ale vzhledem k malému zastoupení spolupracujících hráčů není možné toto tvrzení považovat v tomto výzkumu za reliabilní a validní.

Analytická část této diplomové práce přiblížila nejprve výzkumný vzorek na základě vyšetřených demografických údajů. Dále se věnovala jednotlivým výzkumným hypotézám a zkoumání určených proměnných, jestli jsou závislé proměnné v hypoteticky zformulovaných souvztažnostech. Finální zhodnocení hypotéz je pak uvedeno v další části této práce.

5 Diskuze

Následuje zhodnocení výzkumu se zaměřením na jeho limity a dále bude popsán hráč na SS s nejčastějšími znaky zjištěnými v dotazníkovém šetření. Následovat bude komparace s výsledky dosavadních výzkumů popsaných v kapitole 2 Přehled relevantních výzkumů k dané problematice. Zakončení této kapitoly bude věnováno doporučením pro další možné výzkumy zkoumané oblasti her a hraní.

5.1 Závěrečné vyhodnocení hypotéz

Pokud provedeme souhrn výsledků ověřování výzkumných hypotéz, dojdeme k těmto závěrům:

- H1a: „*Na SS hrají nejčastěji ženy středního věku.*“ – hypotéza byla vyvrácena, proto H1a nemůžeme verifikovat.
- H1b: „*Uživatelé SS s nízkým počtem „přátel“ hrají méně frekventovaně.*“ - hypotéze byla vyvrácena, proto H1b nemůžeme verifikovat.
- H1c: „*Muži hrají častěji tzv. „kasino“ typ hry na SS než ženy.*“ – hypotézu nebylo možné vzhledem k malému vzorku získaných dat věrohodně vyvrátit, proto H1c nemůžeme verifikovat.
- H1d: „*Hlavním důvodem, proč lidé nehrají na SS, je jejich nezájem o hraní / vidí v tom ztrátu času.*“ – hypotézu se podařilo potvrdit, proto H1d můžeme verifikovat.
- H2a: „*Lidé hrají na SS nejčastěji z důvodu potřeby odreagování / úniku z reality.*“ – hypotézu se podařilo potvrdit, proto H2a můžeme verifikovat.
- H2b: „*Hráči na SS motivováni potřebou spolupracovat posílají často „dárky“ svým „přátelům“ ve hře.*“ – hypotézu nebylo možné potvrdit, proto H2b nemůžeme verifikovat.

5.2 Charakteristika hráče na SS v ČR³⁸

Nyní přejdeme k charakterizování typického hráče na SS v českém prostředí. Předně má tato česká hráčka (27 let), žijící s přítelem, založen osobní profil na sociální síti Facebook od roku 2009. Na této SS stráví denně 2 hodiny a komunikuje s některými ze svých

³⁸ Grafy týkající se charakteristiky typické české hráčky na Facebooku – viz Příloha 2

125 přátel. Hraní na FB se věnuje doma a nepravidelně, ne při každém připojení na SS, většinou o víkendu a po večerech. Její oblíbenou hrou je FarmVille 2 a Candy Crush, nejraději hraje arkády, simulátory či skládačky. Při hraní někdy využívá své přátele z reálného světa a někdy hraje nejraději sama. Na FB hraje, protože jí tato činnost pomáhá uniknout od problémů reálného světa a zabavit se, občas ocení možnost uplatnit při hraní svou kreativitu, zasoutěžit si s přáteli a radovat se z výhry. Nejčastěji při hraní posílá „dárky“ svým „přátelům“, často je také využívá jako pomocníky při svém hraní a navštěvuje jejich herní prostor. Žádosti „přátelům“ téměř neposílá, ani neoznamuje své úspěchy ve hře. Zřídka se zajímá o hry hrané „přáteli“, navštěvuje herní fóra a „zdi“. Jen jednou zkusila nakoupit virtuální měnu výměnou za reálné peníze. Česká hráčka na FB má ukončenou střední školu a nyní již pracuje. Kromě hraní na FB ještě hraje hry na mobilním telefonu a krátí si tímto způsobem dlouhou chvíli při čekání.

5.3 Limity a omezení výzkumu

Proběhlý výzkum zaměřený na hraní na SS může být z jednoho úhlu pohledu zhodnocen jako nepřiliš úspěšný vzhledem k tomu, že hráčství na SS potvrdilo jen 19,12 % z celého výzkumného souboru (N=502). Pokud však propočítáme výskyt jen uživatelů FB v populaci z celé ČR, dojdeme zhruba k číslu 24 %. Z tohoto hlediska můžeme i takto „malý“ vzorek brát v potaz jako reprezentativní. Dále můžeme omezení výzkumu spatřovat v nepoměru mezi oslovenými respondentkami (72,51 %) k osloveným respondentům (27,49 %). Tento nepoměr mohl být patrně ošetřen přímým oslovováním respondentů autorkou, nicméně v konečné fázi vyplňování vždy závisí na ochotě respondentů se výzkumu zúčastnit a muži většinou vykazují menší ochotu sdělovat své názory. V rámci analýzy výsledků výzkumu bylo proto veškeré hodnocení přepočítáváno procentuálně tak, aby nepoměr mezi ženami a muži nebyl zavádějící. V neposlední řadě se nepodařilo plně verifikovat všechny výzkumné hypotézy (ověřena platnost jen u dvou ze šesti), což ale, vzhledem k neexistenci jiných výsledků výzkumu v českém prostředí a díky tomu vycházení z údajů platných v zahraničí, neznamená zároveň neúspěch tohoto výzkumu.

5.4 Komparace výsledných dat s relevantními výzkumy

Motivační faktor eskapismu představený ve studii Warmelink, Harteveld a Mayer (2009) charakterizovala klesající tendence v možnosti jeho využití při popisu hráčství na SS, neboť sociální charakter těchto her je v rozporu s eskapistickou touhou po úniku z reálného světa a samotě. V této diplomové práci bylo přesto potvrzeno více jak 80 % hráčů na SS,

že eskapismus není nic negativního, čemu by se vyhýbali. Naopak uvolnění a možnost zapomenout na problémy označují jako druhou nejčastější příčinu hraní na SS.

Soulad s výsledky získanými výzkumem dvojice Di Loreto a Gouaich (2010) nemůžeme v této diplomové práci věrohodně potvrdit. Jedna část dotazníkového šetření zaznamenala větší oblibu herních aktivit, které podněcují hráče na SS ke spolupráci. Nejčastější zastoupení v aktivitách při hraní na SS bylo zjištěno v míře často u těchto aktivit:

- Zasílání „dárků“ svým „přátelům“ (20,83 %, N=96).
- Sdílení žádostí o předměty ve hře (13,54 %, N=96).
- Využívání pomoci „přátel“ (13,54 %, N=96).
- Návštěva herního prostoru „přátel“ (6,25 %, N=96).

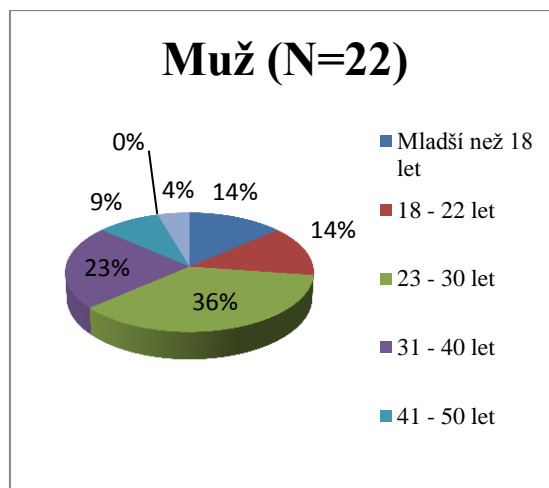
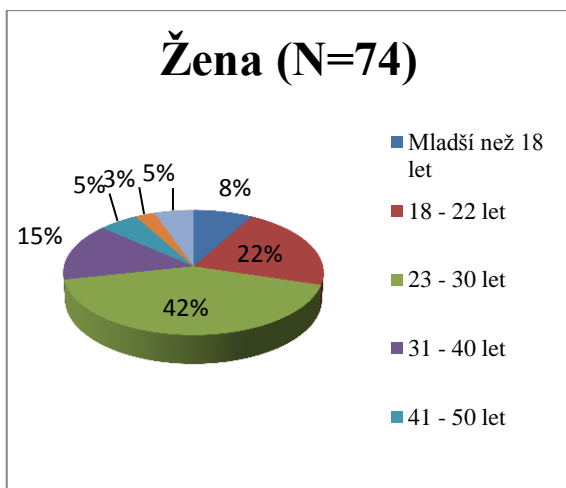
Druhá část na druhou stranu potvrdila častější motivování hráčů na SS soutěživostí (54,17 %, N=96) než spoluprací (28 %, N=96).

Z průzkumu u amerického obyvatelstva v rámci studie Engagement Unleashed: Gamification for Business, Brands, and Loyalty (2011) bylo v druhé kapitole této práce vyznačeno několik zajímavých údajů, které budou srovnány s výsledky proběhlého dotazníkového šetření.

- Denně hraje na SS 23 % mužů (54 % v USA) a 77 % žen (46 % v USA).
- V práci hraje na SS 10 % respondentů (47 % v USA).
- Hru „Texas Hold'em Poker“ hraje 7 % mužů (72 % v USA).
- 90 % hrajících respondentů spojuje hraní na SS se zábavou (33 % v USA hraje, když má „špatný den“).
- Více jak 80 % hráčů na SS se hraním uvolňuje (48 % v USA hraje kvůli uklidnění).

Ve studii Information Solutions Group, (2011) došlo, kromě výše rozebraných výsledků vztahujících se k pohlaví hráčů na SS, ke zjištěním (ty budou uvedeny v závorce), které porovnáme s aktuálním výzkumem.

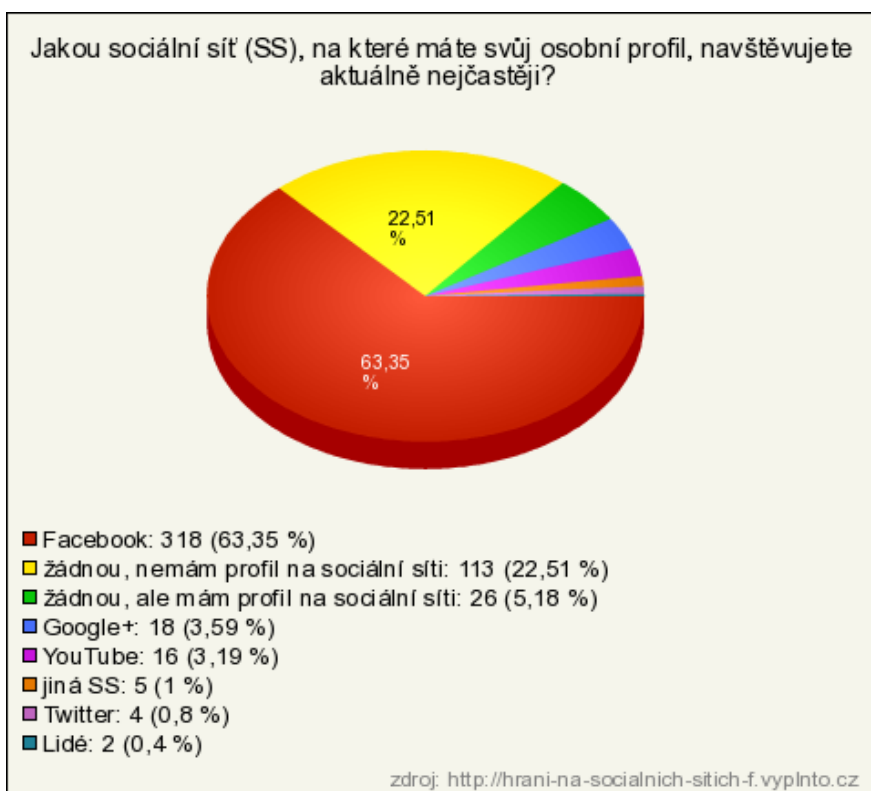
- Průměrný věk hráče na SS je 27 let (35,5 let ve VB, 41,2 v USA).
- Mezi hráči jsou zastoupeny nejvíce ženy ve věku 23 – 30 let a na druhém místě figurují ženy 18 – 22 let – viz Graf 7 a 8 (celkem jsou nejvíce zastoupeny ženy nad 50 let, na druhém místě muži pod 29 let).



Graf 7 Věkové rozpětí hráček na SS

Graf 8 Věkové rozpětí hráčů na SS

- Minimálně 1x za den hraje 43 % (36 % ve VB, 44 % v USA).
- Nejčastěji hrají respondenti na FB 88 % - viz Graf 9 (95 % ve VB, 89 % v USA).
- Nejčastěji hrají respondenti hru „FarmVille 2“ (stejně jako v obou zemích).



Graf 9 Přehled aktuálně nejnavštěvovanějších SS

K jiným než výše uvedeným závěrům, ke kterým došli Lee, Lee a Choi (2012) při zacílení na motivaci hráčů na SS, připojují zjištění z českého prostředí dále:

- Hlavní motivační činitelé u her na SS:
 - 1) Zábava (Sociální interakce – spolupráce)
 - 2) Uvolnění stresu – eskapismus (Sebevyjádření – kreativita)
 - 3) Soutěživost (Hraní rolí / možnost být někdo jiný)
 - 4) Kreativita (Eskapismus)
 - 5) Vítězství (Zábava)
 - 6) Spolupráce (Soutěživost)
 - 7) Udržování kontaktu
 - 8) Seznamování
- Zasílání „dárků“ je v největší míře podníceno „Zábavou“ (u studentů v USA je nejčastěji podníceno soutěživostí).
- Důvodem, proč respondenty neláká hraní na SS, je nezájem o PC hry (u studentů v USA je to „otrávenost“ velkým počtem oznámení a zpráv z herních aplikací).

Komparace s výsledky studie zkoumající způsob hraní na FB vytvořené dvojicí Phan a Chaparro (2013) nebude více popsána, neboť zjištění této dvojice popsané v kapitole 2 se týkají údajů, jež jsou zahrnuty v komparaci u předchozích výzkumů.

Domahidi, Festl a Quandt (2014) zkoumali vztah hráčů SH a jejich přátel, online i reálných. Výzkum v této diplomové práci zjistil v souvislosti se studií provedenou v Německu jediné zjištění vhodné ke komparaci. Hráči motivovaní spoluprací mají nejčastěji ve svém okruhu 51 – 150 přátel, na druhém místě v četnosti figuruje rozpětí počtu přátel 151 - 300. Z toho je patrné, že v českém prostředí není možné potvrdit propojení vyššího počtu přátel s motivačním faktorem „Spolupráce“.

Vzhledem k nízké oblíbenosti „kasino“ typu her ve zkoumaném vzorku české populace nelze věrohodně porovnat výsledky se studií autorů Gainsbury, Russell a Hing (2014). Nejčastějším hráčem tohoto typu her v českém výzkumu jsou ženy ve věku 18 - 22 let. Nejčastější věková kategorie mužů hrajících dané hry je 23 – 30 let. V Austrálii jsou oproti tomu nejčastějšími hráči muži mladší než 43 let.

5.5 Doporučení pro další výzkum

Na základě provedeného výzkumu bylo zjištěno několik oblastí vhodných k podrobnějšímu prozkoumání, které vzhledem k omezenému rozsahu možností diplomové práce nemohly být detailněji prozkoumány.

Především by bylo vhodné více se zaměřit na hraní na SS prostřednictvím mobilních zařízení, které ve světě zaznamenává aktuálně velký rozmach a i v ČR se rozmáhá používání těchto zařízení k využívání internetu (a roztváří se počet vlastníků smartphonů). Dále je zajímavou oblastí pro výzkum problematika nákupu virtuální měny a předmětů, vhodné by bylo zejména vše zkoumat z pohledu bezpečnosti transakcí. Okrajovou, ale neméně důležitou oblastí jsou hazardní sociální hry vyskytující se na SS. Přínosem by byl výzkum zaměřený na povědomí mladších hráčů na SS o nebezpečnosti těchto hazardních her. V otázce bezpečnosti je prostor pro další zkoumání otevřen v problematice zneužívání osobních údajů či existenci rizikového chování při hraní na SS. Ohledně samotného způsobu hraní nebylo v tomto výzkumu možné zaměřit se na fenomén „falešných profilů“ a vnímání projevů reklamy spojených s hraním na SS.

Další oblastí, která může být ještě blíže charakterizována, jsou i samotní hráči na SS. V této práci nebyl prostor pro zjištění místa bydliště, profesního zaměření, výše příjmu či podrobnější popsání rodinných poměrů (např. zda mají děti a kolik jich mají) hráčů.

Doporučila bych dalším výzkumníkům ještě několikrát prozkoumat situaci v ČR kvantitativně a následně samozřejmě i různými kvalitativními výzkumnými metodami.

Kapitola věnovaná diskuzi o výsledcích výzkumu nejprve sesumarizovala výsledky ověřování výzkumných hypotéz. Dále charakterizovala typického hráče na SS prostřednictvím výsledků zjištěných většinou otázek zahrnutých v dotazníkovém šetření. Nechybí zde ani uvedení limitů provedeného výzkumu. Následně je dán prostor komparaci výsledků studií rozepsaných v kapitole 2 se získanými výsledky z výzkumu v českém prostředí. V závěru tato kapitola naznačila možné směřování dalšího výzkumu a doporučení pro další zkoumání tematiky hraní na SS.

Závěr

Cílem této diplomové práce bylo zmapovat sociální aspekty hraní na sociálních sítích se zaměřením na výskyt tohoto jevu v ČR.

Teoretická část k dosažení tohoto cíle přispěla nadefinováním důležitých pojmů vztahujícím se ke hrám objevujícím se na sociálních sítích. Dále nastíněním stručné historie her i rozvoje s nimi spojených sociálních sítí a popsáním několika možných typologií daných her a jejich hráčů. Část věnovaná souhrnu vybraných relevantních výzkumů ze zahraničí umožnila v další části, která byla věnována metodologickému zakotvení výzkumu realizovanému v rámci této diplomové práce, formulovat šest výzkumných hypotéz.

V praktické části této diplomové práce byla postupně provedena analýza dat získaných dotazníkovým šetřením se zaměřením na jejich souvislost s výzkumnými otázkami, respektive výzkumnými hypotézami. Jen část hypotéz se podařilo potvrdit a bylo tak možné je verifikovat. Více k souhrnnému výsledku ověření hypotéz níže:

- H1a (*„Na SS hrají nejčastěji ženy středního věku.“*) nebylo možné verifikovat.
- H1b (*„Uživatelé SS s nízkým počtem „přátel“ hrají méně frekventovaně.“*) nebylo možné verifikovat.
- H1c (*„Muži hrají častěji tzv. „kasino“ typ hry na SS než ženy.“*) nebylo možné verifikovat.
- H1d (*„Hlavním důvodem, proč lidé nehrají na SS, je jejich nezájem o hraní / vidí v tom ztrátu času.“*) byla verifikována.
- H2a (*„Lidé hrají na SS nejčastěji z důvodu potřeby odreagování / úniku z reality.“*) byla verifikována.
- H2b (*„Hráči na SS motivováni potřebou spolupracovat posílají často „dárky“ svým „přátelům“ ve hře.“*) nebylo možné verifikovat.

Při následném propojení se stanovenými výzkumnými otázkami můžeme v rámci VO1 (*„Jaký je vztah mezi charakteristikami hráče na SS a jeho hráčským stylem?“*) potvrdit vztah vzájemné závislosti mezi nezájmem o hraní na PC a názorem chápajícím hraní na SS jako ztrátu času a mezi nehraním na SS. Kromě toho se ještě v rámci výzkumu podařilo sestavit charakteristiku typického českého hráče na SS, potažmo hráčky. Další hypotézy nebylo možné verifikovat vzhledem ke statisticky nevýznamným výsledným datům. V rámci VO2

(„*Jak motivace k hraní na SS ovlivňuje tendenci hráče k určité herní aktivitě?*“) můžeme potvrdit vzájemnou závislost mezi hraním na SS a potřebou odreagovat se / uniknout z reality.

Jak bylo naznačeno již v Předmluvě k této diplomové práci, výzkum aktuální problematiky hraní na sociálních sítích v českém prostředí nebyl nikterak jednoduchý, autorka se musela vypořádat s několika úskalími vyplývajícími z průkopnického charakteru výzkumu, z neexistence českých výzkumů a teoretických prací z této oblasti, nejednotnosti terminologie a definice relevantních pojmů atd. Přesto byl výzkum pozoruhodný již samotným rozsahem i stratifikací výzkumného souboru. Získaná data z odpovědí nehrající většiny respondentů je tak možno považovat za vysoce průkazná. Dále bylo unikátním získání velké míry respondentů staršího věku, díky tomu je možné z výsledků vyvodit prvotní předpoklady pro další výzkum zaměřený na obyvatele celé ČR.

Rozhodně si tato práce nekladla za cíl přinést obecně použitelné závěry v problematice hraní na SS. Z hlediska průkopnického výzkumu dané problematiky v českém prostředí je tato diplomová práce i přes své limity, kterých si je autorka vědoma, přínosem pro další následné výzkumy v tomto směru. Současně autorka doufá, že zájem o tuto oblast bude i ve vědeckých a akademických kruzích v příštích letech výrazně stoupat.

Seznam použité literatury

- FRÜHAUFOVÁ, Petra. 2008. *Hraní akčních počítačových her jako sociálně patologický jev*. Hradec Králové. 76 s. Bakalářská práce. Univerzita Hradec Králové, Pedagogická fakulta, Katedra sociální patologie a sociologie.
- A brief History of Social Games 3100BC-2010AD. 2010. *Radoff.com* [online]. 2010 [cit. 2014-07-24]. Dostupné z: <http://Radoff.com>
- ALEXANDER, Leigh. 2013. With the luster of social games gone, what now? In: *Gamasutra: The Art & Business of Making Games* [online]. New York: UBM Tech, 4 November 2013 [cit. 2014-07-21]. Dostupné z: http://www.gamasutra.com/view/feature/203912/with_the_luster_of_social_games_.php
- ALHA, Kati et al. 2014. Free-to-Play Games: Professionals' Perspectives. In: *Gotland Game Conference 2014* [online]. Visby: Proceedings of Nordic DiGRA, 2014 [cit. 2014-07-22]. Dostupné z: http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/nordicdigra2014_submission_8.pdf
- ANTOŠ, David. 2007. Je Facebook „nový Google“? In: *Lupa.cz* [online]. Praha: Internet Info, 2007-06-28 [cit. 2014-07-20]. ISSN 1213-0702. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/je-facebook-novy-google/>
- BEDNÁŘ, Vojtěch. 2006. Facebook: exkluzivní fenomén. In: *Lupa.cz* [online]. Praha: Internet Info, 2006-06-06 [cit. 2014-07-20]. ISSN 1213-0702. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/facebook-exkluzivni-fenomen/>
- BOGOST, Ian. 2010. Cow Clicker: The Making of Obsession. In: *Ian Bogost* [online]. July 21, 2010 [cit. 2014-07-25]. Dostupné z: http://bogost.com/blog/cow_clicker_1/
- Boom sociální sítě Facebook nekončí, na konci roku ji bude využívat miliarda lidí. 2010. In: *Regiony24.cz* [online]. Frýdek-Místek: WWW design, 26. 8. 2010, 18:12:59 [cit. 2014-07-23]. Dostupné z: <http://cesky-krumlov.regiony24.cz/62-95843-boom-socialni-site-facebook-nekonci--na-konci-roku-ji-bude-vyuzivat-miliarda-lidi>

- BOYD, Danah M. a Nicole B. ELLISON. 2007. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* [online]. vol. 13, issue 1, s. 210-230 [cit. 2014-07-23]. ISSN 10836101. DOI: 10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x. Dostupné ze systému Wiley Online Library (DOI): <http://doi.wiley.com/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- BOYD, Dannah M. 2009. Would the real social network please stand up?. In: *Dannah boyd-apopenia: making connections where none previously existed* [online]. Dannah Boyd, July 28, 2009 [cit. 2014-07-24]. Dostupné z: http://www.zephoria.org/thoughts/archives/2009/07/28/would_the_real.html
- BRATKOVÁ, Eva. 2011. *Citování informačních zdrojů a tvorba bibliografických referencí podle mezinárodní normy ISO 690:2010*. [online]. Verze 1.0. Praha: Ústav informačních studií a knihovnictví FF UK v Praze, ©2011- [cit. 2014-07-20]. 58 s. Dostupný také z: http://texty.jinonice.cuni.cz/studijni-texty/bratkova-eva/bratkova_07.pdf/view
- CASTELLS, Manuel (ed.). 2004. *The network society: a cross-cultural perspective*. Northampton, MA: Edward Elgar Pub., xx, 464 p. ISBN 18-437-6505-5.
- ČERNÁ, Monika a Michal ČERNÝ. Gamifikace (nejen) v sociálních sítích. In: *Metodický portál RVP.CZ* [online]. Praha: Národním ústavem pro vzdělávání, 2012-05-23 [cit. 2014-07-24]. Dostupné z: <http://clanky.rvp.cz/clanek/k/g/15589/GAMIFIKACE-NEJEN-V-SOCIALNICH-SITICH.html/>
- Definition of social network in English. 2014. In: *Oxford Dictionaries: Language matters* [online]. Oxford: Oxford University Press, ©2014 [cit. 2014-07-21]. Dostupné z: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/social-network>
- DI LORETO, Ines a Abdelkader GOUAÏCH. 2010. Social Casual Games Success is not so Casual. In: *Word Journal Of The International Linguistic Association 2004* [online]. Montpellier: Laboratoire d'Informatique de Robotique et de Microélectronique de Montpellier, Jeudi 27 Mai 2010, 12:23:15, dernière modification le : Jeudi 27 Mai 2010, 15:57:12 [cit. 2014-07-22]. Dostupné z: <http://hal-lirmm.ccsd.cnrs.fr/lirmm-00486934>
- DIJK, Jan van. 2006. *The network society: social aspects of new media*. 2nd ed. Thousand Oaks (CA): Sage Publications, vii, 292 p. ISBN 14-129-0868-X.

- DOČEKAL, Daniel. 2009. Facebook - ráj pro podvodníky aneb společenské hry vládnou světu. In: *Lupa.cz* [online]. Praha: Internet Info, 16. 11. 2009, 6:30 [cit. 2014-07-23]. ISSN 1213-0702. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/facebook-raj-pro-podvodniky-aneb-hry-vladnou/>
- DOČEKAL, Daniel. 2014. Jak to pokračuje s Lidé.cz po redesignu. A co další české sociální sítě?. In: *POOH.CZ* [online]. Daniel Dočekal, 2014-06-01 [cit. 2014-07-24]. Dostupné z: <http://www.pooh.cz/pooh/a.asp?a=2018311>
- DOMAHIDI, Emese, Ruth FESTL a Thorsten QUANDT. 2014. To dwell among gamers: Investigating the relationship between social online game use and gaming-related friendships. In: *Computers in Human Behavior* [online]. 2014, s. 107-115 [cit. 2014-06-29]. ISSN 07475632. DOI: 10.1016/j.chb.2014.02.023. Dostupné z: <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0747563214000831>
- DOUGHTY, Mark et al. 2013. Are You The Farmer? Understanding social game player motivation and sustainability. In: *CHI 2011, May 7–12, 2011, Vancouver, BC, Canada* [online]. Social Game Studies, September 16, 2013 [cit. 2014-07-22]. Dostupné z: https://dl.dropboxusercontent.com/u/220532/CHI2011_Social-Games-Workshop-Papers/Doughty%20-%20Are%20you%20the%20Farmer.pdf
- ELVY, Allana. 2010. Pseudo-gambling facilitated by social networking: youth may be at risk. In: *2010 International Gambling Conference- Gambling in the 21st Century* [online]. Auckland: The Problem Gambling Foundation of New Zealand [cit. 2014-07-23]. Dostupné z: <https://www.yumpu.com/en/document/view/3341728/pseudo-gambling-facilitated-gambling-facilitated-by-social-networking>
- Engagement Unleashed: Gamification for Business, Brands, and Loyalty. 2011. In: *SlideShare* [online]. San Francisco: Saatchi & Saatchi S, June 2011 [cit. 2014-07-23]. Dostupné z: http://www.slideshare.net/Saatchi_S/gamification-study
- FISHER, Richard. Generation f: How Facebook is changing our lives. In: *New Scientist* [online]. 10 July 2010, vol. 207, issue 2768, s. 39-41 [cit. 2014-07-23]. ISSN 02624079. DOI: 10.1016/S0262-4079(10)61687-9. Dostupné komerčně ze systému ScienceDirect: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0262407910616879>
- GAINSBURY, Sally M., Alex RUSSELL a Nerilee HING. 2014. An investigation of social casino gaming among land-based and Internet gamblers: A comparison of socio-

- demographic characteristics, gambling and co-morbidities. In: *Computers in Human Behavior* [online]. April 2014, vol. 33, s. 126-135 [cit. 2014-06-21]. ISSN 07475632. DOI: 10.1016/j.chb.2014.01.031. Dostupné komerčně ze systému ScienceDirect: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563214000363>
- Games for Change* [online]. New York: Games for Change, ©2014 [cit. 2014-07-24]. Dostupné z: <http://www.gamesforchange.org/>
- GJOKA, Minas et al. 2008. Poking facebook: Characterization of OSN Applications. In: *Proceedings of the first workshop on Online social networks - WOSP '08* [online]. New York (USA): ACM Press, 2008, s. 31- [cit. 2014-07-23]. ISBN 9781605581828. DOI: 10.1145/1397735.1397743. Dostupné komerčně ze systému ACM Digital Library: <http://portal.acm.org/citation.cfm?doid=1397735.1397743>
- GOBLE, Gordon. 2012. The History of Social Networking. In: *Digital Trends* [online]. Portland: Designtecnica Corporation, September 6, 2012 [cit. 2014-07-23]. Dostupné z: <http://www.digitaltrends.com/features/the-history-of-social-networking/#!bfz4NJ>
- HAMPACHEROVÁ, Monika. 2013. *Nová média jako nástroj motivace studentů ke vzdělávání* [online]. Praha [cit. 2014-07-24]. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/108948/>. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví, Studia nových médií.
- CHEN, Sande. 2009. The Social Network Game Boom. In: *Gamasutra : The Art & Business of Making Games* [online]. New York: UBM Tech, April 29, 2009 [cit. 2014-07-21]. Dostupné z : http://www.gamasutra.com/view/feature/4009/the_social_network_game_boom.php
- CHENG, KW. 2011. Casual gaming. [online]. Amsterdam: VU University, Faculty of Sciences, January 28, 2011 [cit. 2014-07-22]. Dostupné z: <http://www.few.vu.nl/~eliens/project/@archive/vrml-reference/@archive/student/ba-CS/casual-games.pdf>
- CHIK, Alice. 2011. Digital gaming and social networking: English teachers' perceptions, attitudes and experiences. In: *Pedagogies: An International Journal* [online]. 2011-04-20, s. 154-166 [cit. 2014-07-24]. ISSN 1554480x. DOI:

10.1080/1554480X.2011.554625. Dostupné komerčně ze systému Taylor & Francis Online: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1554480X.2011.554625>

INFORMATION SOLUTIONS GROUP. 2011. Social gaming research. In: *PopCap Games* [online]. Seattle: PopCap Games, September 2011 [cit. 2014-07-11]. Dostupné z: http://www.infosolutionsgroup.com/pdfs/2011_PopCap_Social_Gaming_Research_Results.pdf.

Inside Social Games [online]. New York: Mediabistro, ©2014 [cit. 2014-07-24]. Dostupné z: <http://www.insidesocialgames.com/>

JÄRVINEN, Aki. 2010a. The State of Social in Social Games. In: *Gamasutra: The Art & Business of Making Games* [online]. New York: UBM Tech, 19 October 2010 [cit. 2014-07-21]. Dostupné z: http://www.gamasutra.com/view/feature/134548/the_state_of_social_in_social_games.php

JÄRVINEN, Aki. 2010b. Clickability: A Design Concept for Social Games. In: *Gamasutra: The Art & Business of Making Games* [online]. New York: UBM Tech, 03/04/10, 02:59:00 am [cit. 2014-07-21]. Dostupné z: http://www.gamasutra.com/blogs/AkiJarvinen/20100304/4573/Clickability_A_Design_Concept_for_Social_Games.php

JUUL, Jesper. 2012. *A casual revolution: reinventing video games and their players*. Cambridge (Mass): MIT Press. ISBN 02-625-1739-6. Dostupné také z: <http://marzipa.files.wordpress.com/2011/08/a-casual-revolution-reinventing-video-games-and-their-players.pdf>

KÁLAL, David. 2014. Kam zmizela FarmVille?. In: *Manage Social* [online]. Praha: Manage Social, 13. červen 2014 [cit. 2014-07-23]. Dostupné z: <http://mngsocial.com/cs/blog/94-kam-zmizela-farmville>

KIRMAN, Ben a Shaun LAWSON. 2009. Hardcore Classification: Identifying Play Styles in Social Games Using Network Analysis. In: *Entertainment Computing – ICEC 2009: Lecture Notes in Computer Science* [online]. Springer Berlin Heidelberg, s. 246-251 [cit. 2014-07-23]. ISBN 9783642040511. DOI: 10.1007/978-3-642-04052-8_28. Dostupné také z:

http://www.academia.edu/2862019/Hardcore_Classification_identifying_play_styles_in_social_games_using_network_analysis

KIRMAN, Ben. 2010. Playful Clusters: Motivations and Social Structures in Social Games [online]. July 14, 2010 [cit. 2014-07-21]. Dostupné z: <http://socialgamestudies.org/post/810735012/playful-clusters-motivations-and-social-structures-in>

KRČÁL, Martin. 2014. *Citace.com* [online]. citace.com, ©2004-2014 [cit. 2014-07-21]. Dostupné z: <http://www.citacepro.com>

LAUTMAN, Roisin a Kevin CURRAN. 2012. The Rise of Gaming on Social Networks. In: *International journal of social networking and virtual communities* [online]. July 2012, vol. 1, no. 1, s. 1-6 [cit. 2014-07-23]. ISSN 2252-8784. Dostupné z: <http://www.iaesjournal.com/online/index.php/VirCom/article/view/477/920>

LECKY-THOMPSON, Guy W. 2009. *Fundamentals of network game development*. Boston (MA): Charles River Media, xvii, 316 p. ISBN 9781584505570. Dostupné také komerčně z ebrary: <http://site.ebrary.com/lib/alltitles/docDetail.action?docID=10333475&p00=fundamentals%20network%20game%20development>

LEDABYL, Ondřej. 2007. *Identita a závislost na online hrách*. Brno. Diplomová práce. Masarykova univerzita v Brně, Fakulta sociálních studií, Katedra psychologie.

LEE, Jieun, Mira LEE a In Hyok CHOI. 2012. Social Network Games Uncovered: Motivations and Their Attitudinal and Behavioral Outcomes. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* [online]. vol. 15, issue 12, s. 643-648 [cit. 2014-06-22]. DOI: 10.1089/cyber.2012.0093. Dostupné komerčně ze systému Mary Ann Liebert: <http://online.liebertpub.com/doi/abs/10.1089/cyber.2012.0093>

LEGGATT, Helen. 2011. RockYou reveals four social gamer personality types. In: *BizReport.com: News & Insight for Online Marketers* [online]. Copenhagen: BizReport, October 03, 2011 [cit. 2014-07-23]. Dostupné z: <http://www.bizreport.com/2011/10/rockyou-reveals-four-social-gamer-personality-types.html>

- LEIEROVÁ, Martina. 2010. Úřadům vadí ztráta soukromí, Facebook stahuje nejoblíbenější hru. In: *Lidovky.cz* [online]. Praha: MAFRA, 7. listopadu 2010, 10:50 [cit. 2014-07-23]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/uradum-vadi-ztrata-soukromi-facebook-stahuje-nejoblibenejsi-hru-ph1-/media.aspx?c=A101107_105035_In-media_mev
- LIEN, Tracey. 2013. Core gamers, mobile games and the origins of the midcore audience. In: *Polygon* [online]. Washington: Vox Media, Aug 09, 2013, 9:41a [cit. 2014-07-23]. Dostupné z: <http://www.polygon.com/2013/8/9/4604088/the-rise-of-midcore-gaming>
- MACKIN, Bob. Gambling's Next Generation: Facebook Users? In: *TheTyee.ca* [online]. The Tyee, 2 Feb 2014 [cit. 2014-07-21]. Dostupné z: <http://www.thetyee.ca/News/2014/02/02/Social-Gambling/>
- MCGONIGAL, Jane. 2011. Be a Gamer, Save the World. In: *The Wall Street Journal* [online]. Chicopee (MA): Dow Jones & Company, Jan. 22, 2011, 12:01 a.m. ET [cit. 2014-07-24]. Dostupné z: <http://online.wsj.com/news/articles/SB10001424052748704590704576092460302990884>
- MEHTA, Ravi. 2010. Why Games Are the Killer App for Social Networks. In: *Mashable* [online]. New York: Mashable, Aug 11, 2010 [cit. 2014-07-23]. Dostupné z: <http://mashable.com/2010/08/10/social-gaming-business/>
- MICHL, Petr. 2013. Hry na sociálních sítích pro lidi dobré vůle. In: *Marketing Journal.cz* [online]. Praha: Focus Agency, 2013-04-02 [cit. 2014-07-21]. Dostupné z: http://www.m-journal.cz/cs/internet/socialni-site/hry-na-socialnich-sitich-pro-lidi-dobre-vule__s416x9773.html
- MUSILOVÁ, Marta 2012. *Typologie uživatelů Facebooku*. [online]. Praha [cit. 2014-07-24]. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/100561/>. Bakalářská práce. Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta, Katedra sociologie.
- NAZIR, Atif et al. 2010. Ghostbusting Facebook: Detecting and Characterizing Phantom Profiles in Online Social Gaming Applications. In: *Academia.edu* [online]. Chicago: Proceedings of Workshop on Online Social Networks, 2010 [cit. 2014-07-23]. Dostupné z: http://www.academia.edu/249753/Ghostbusting_Facebook_Detecting_and_Characterizing_Phantom_Profiles_in_Online_Social_Gaming_Applications

- NEWZOO. 2013. Global Games Market Report [online]. Amsterdam: Newzoo [cit. 2014-07-21]. Dostupné z: <http://www.newzoo.com/trend-reports/global-games-report-infographic>
- OMORI, Marcel Toshio a Alan Salvany FELINTO. 2012. Analysis of Motivational Elements of Social Games: A Puzzle Match 3-Games Study Case. In: *International Journal of Computer Games Technology* [online]. 14 December 2012, vol. 2012, s. 1-10 [cit. 2014-06-23]. ISSN 16877047. DOI: 10.1155/2012/640725. Dostupné z: <http://www.hindawi.com/journals/ijcgt/2012/640725/>
- O'NEILL, Nick. 2008. What Exactly are Social Games? In: *Social Times: Your Social Media Source* [online]. New York: Mediabistro, July 31 2008, 9:56 PM [cit. 2014-07-21]. Dostupné z: http://socialtimes.com/social-games_b690
- OWENS, Martin D. 2010. Is I-Gaming Leaving Gambling Behind? New Social Media Vary the Formats and Business Models. In: *Gaming Law Review and Economics* [online]. December 2010, vol. 14, no. 10, s. 737-739 [cit. 2014-07-22]. ISSN 1097-5349. DOI: 10.1089/gltre.2010.141003. Dostupné komerčně ze systému Mary Ann Liebert: <http://online.liebertpub.com/doi/abs/10.1089/gltre.2010.141003?journalCode=glre>
- PARKE, Jonathan et al. 2012. Exploring Social Gambling: Scoping, Classification and Evidence Review. Final Report. In: *Gambling Commission* [online]. Birmingham: Gambling Commission, April 2012 [cit. 2014-07-22]. Dostupné z: <http://www.gamblingcommission.gov.uk/pdf/Exploring%20social%20gambling%20-%20scoping,%20classification%20and%20evidence%20review%20-%20May%202013.pdf>
- PAVLÁSEK, Petr. 2012. *Sociální sítě a jejich vliv na dnešní společnost*. Praha. Bakalářská práce. Bankovní institut vysoká škola, Katedra matematiky, statistiky a informačních technologií.
- PHAN, Mikki H. a Barbara S. CHAPARRO. 2013. User Perceptions of Facebook Games. In: *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society annual meeting: Sept. 30 - Oct. 4, 2013, San Diego, California, USA* [online]. San Diego: Proceedings of the Human Factors and Ergonomic Society, s. 1460-1464 [cit. 2014-06-21]. ISSN 15419312. DOI: 10.1177/1541931213571326. Dostupné komerčně ze systému SAGE Publications: <http://pro.sagepub.com/lookup/doi/10.1177/1541931213571326>

- POPKIN, Helen A. S. 2009. Facebook's fantasy games cost more than time: Games like 'FarmVille' and 'Pet Society' serve up players on a silver platter. In: *NBCNews.com* [online]. Redmond (WA): NBC News, 11/6/2009, 9:12:32 AM ET [cit. 2014-07-23]. Dostupné z: http://www.nbcnews.com/id/33626149/ns/technology_and_science-tech_and_gadgets/t/facebooks-fantasy-games-cost-more-time/
- RIEGROVÁ, Kateřina. 2013. *Závislost na online počítačových hrách: Má časté hraní vliv na životní styl hráčů?* Praha. Bakalářská práce. Univerzita Karlova v Praze, 1. lékařská fakulta.
- Richard Bartle: "Social games aren't social". 2011. In: *EDGE* [online]. Bath: Future Publishing, July 1 2011, 12:40pm [cit. 2014-07-23]. Dostupné z: <http://www.edge-online.com/features/richard-bartle-social-games-arent-social/>
- ROSSI, Luca. 2009. Playing Your Network: Gaming in Social Network Sites. In: *Proceedings of DiGRA 2009: Breaking New Ground: Innovation in Games, Play, Practice and Theory* [online]. London: DiGRA [cit. 2014-07-23]. Dostupné z: <http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/09287.20599.pdf>
- SCHROEDER, Stan. 2010. Facebook: Facts You Probably Didn't Know (infographic). *Mashable* [online]. New York: Mashable, May 13, 2010 [cit. 2014-07-24]. Dostupné z: <http://mashable.com/2010/05/13/facebook-facts-infographic/>
- SMITH, Stacey R. 2013. *The development and validation of the Problematic Online Gaming Scale (POGS): An analysis of Facebook gamers* [online]. Denton (Texas), August 2013 [cit. 2014-07-23]. Dostupné z: <http://hdl.handle.net/11274/276>. Dissertation. Texas Woman's University.
- SNIDER, Mike. 2012. Social online games face slowing growth. In: *USA TODAY.com* [online]. McLean (VA): USA TODAY, 5/10/2012, 7:29 AM [cit. 2014-07-23]. Dostupné z: <http://usatoday30.usatoday.com/tech/gaming/story/2012-05-09/social-games-momentum-slowing/54864858/1>
- SNOW, S. 2010. FarmVille vs. Real Farms. In: *Mashable* [online]. New York: Mashable 2010 [cit. 2014-07-24]. Dostupné z: <http://mashable.com/2010/09/10/farmville-vs-real-farms-infographic/>

- SÖBKE, Heinrich, Javier Alejandro CORREDOR, Oliver KORNADT. 2013. Learning, Reasoning and Modeling in Social Gaming. In: ZHIGENG, Pan, ed. *Transactions on edutainment X* [online]. Berlin, Heidelberg: Springer, p. 243-258 [cit. 2014-07-22]. ISBN 9783642379192. Dostupné také komerčně ze systému SpringerLink: http://rd.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-642-37919-2_15
- Social Gaming White Paper. 2012. In: *GamblingData* [online]. London: Gambling Compliance, 28 Sep, 2012 [cit. 2014-07-23]. Dostupné z: <http://www.gamblingdata.com/files/SocialgamingDataReportOct2012.pdf>
- Social network. 2006. In: *Free On-line Dictionary of Computing* [online]. Denis Howe, c1985-, last updated 20 Jul 2014, 10:03:57 GMT [cit. 2014-07-21]. Dostupné z: <http://foldoc.org/social+network>
- STÁŇA, Radomír. 2013 *Hraní počítačových online her na základních školách*. Brno. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Fakulta pedagogická, Katedra technické a informační výchovy.
- Statistiky sociálních sítí. 2013. *Effectix.com* [online]. Praha: Effectix.com, 2013-04-08 [cit. 2014-07-24]. Dostupné z: <http://www.doba-webova.com/>
- STIDWILL, Peter. 2013. Learning Games Network. *SlideShare* [online]. Serious Games Association, Aug 26, 2013 [cit. 2014-07-24]. Dostupné z: <http://www.slideshare.net/SeriousGamesAssoc/peter-stidwill-learning-games-network>
- STREITFELD, David. 2012. Zynga Seeks to Match Up Players for Online Games. *The New York Times* [online]. March 1, 2012, vol. 2012, March 2 [cit. 2014-07-23]. Dostupné z: http://www.nytimes.com/2012/03/02/technology/zynga-seeks-to-broaden-reach-with-new-gaming-platform.html?_r=4&scp=1&sq=vorhaus&st=cse&
- Studie MMOG*. 2013-2014 [online]. Brno: Cyberteam Institutu pro výzkum dětí, mládeže a rodiny, Fakulta sociálních studií Masarykovy univerzity v Brně, 2013-2014 [cit. 2014-07-25]. Dostupné z: <http://www.mmog.cz/>
- SUTTER, Rob. 2014. The (Virtual) Reality of Facebook's Future in Gaming. In: *Soshable* [online]. Social Media Marketing Blog, March 31, 2014 [cit. 2014-07-23]. Dostupné z: <http://soshable.com/the-virtual-reality-of-facebooks-future-in-gaming/>

- ŠEMBEROVÁ, Kristina. 2011. *Možnosti analýzy online sociálních sítí na příkladu výzkumu chování uživatelů Facebooku v závislosti na jejich temperamentu* [online]. Praha [cit. 2014-07-24]. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/100035/>. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví, Studia nových médií.
- TOLTĚK, Ivo. 2011. Jaký mají sociální hry marketingový potenciál? In: *Marketing Journal.cz* [online]. Praha: Focus Agency, 18. 1. 2011 [cit. 2014-07-21]. Dostupné z: http://www.m-journal.cz/cs/internet/jaky-maji-socialni-hry-marketingovy-potencial__s281x7703.html
- Top 15 Most Popular Social Networking Sites [online]. eBizMBA, June 28, 2014 [cit. 2014-07-21]. Dostupné z: <http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites>
- Tragedy Of The Social Gaming Commons: A Blueprint For Change. 2009. In: *TechCrunch* [online]. New York: AOL, Nov 3, 2009 [cit. 2014-07-23]. Dostupné z: <http://techcrunch.com/2009/11/03/tragedy-of-the-social-gaming-commons-a-blueprint-for-change/>
- VELIKOVSKÝ, Petr. 2012. *Advergaming in the Czech Republic*. Zlín. Bakalářská práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta humanitních studií, Ústav anglistiky a amerikanistiky.
- WARMELINK, Harald, Casper HARTEVELD a Igor MAYER. 2009. Press Enter or Escape to Play: Deconstructing Escapism in Multiplayer Gaming. In: *Proceedings of DiGRA 2009: Breaking New Ground: Innovation in Games, Play, Practice and Theory* [online]. London: Brunel University [cit. 2014-07-12]. Dostupné z: <http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/09287.04129.pdf>
- WHITSON, Jennifer R. a Claire DORMANN. 2011. Social gaming for change: Facebook unleashed. *First Monday* [online]. vol. 16, issue 10 [cit. 2014-06-29]. DOI: 10.5210/fm.v16i10.3578. Dostupné z: <http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/3578>
- WOHN, Donghee Y a Yu-Hao LEE. 2013. Players of facebook games and how they play. *Entertainment Computing* [online]. vol. 4, issue 3, s. 171-178 [cit. 2014-06-21]. DOI: 10.1016/j.entcom.2013.05.002. Dostupné komerčně z e systému ScienceDirect: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1875952113000062>

ZACH, Ondřej. 2013. NÁZOR: Boom sociálních her je u konce. Zůstala pachut' a hořkost. In: *BonusWeb.cz* [online]. Praha: MAFRA, 22. dubna 2013 [cit. 2014-07-23]. Dostupné z: http://bonusweb.idnes.cz/socialni-hry-trend-0ns-/Magazin.aspx?c=A130419_102000_bw-magazin_oz

Zynga ruší plány na provozování Real-Money her v Americe. 2013. In: *PokerNews.com* [online]. Vilnius: iBus Media, 26. červenec 2013 [cit. 2014-07-25]. Dostupné z: <http://cz.pokernews.com/zpravy/2013/07/zynga-rusi-plany-na-provozovani-real-money-her-v-americe-8515.htm>

Seznam tabulek a grafů

Tabulka 1 H1a: Na SS hrají nejčastěji ženy středního věku.....	39
Tabulka 2 H1b: Uživatelé SS s nízkým počtem „přátel“ hrají méně frekventovaně.....	41
Tabulka 3 H1c: Muži hrají častěji tzv. „kasino“ typ hry na SS než ženy.....	42
Tabulka 4 H2a: Lidé hrají na SS nejčastěji z důvodu potřeby odreagování / úniku z reality...47	
Tabulka 5 H2b: Hráči na SS motivováni potřebou spolupracovat posílají často „dárky“ svým „přátelům“ ve hře	48
Graf 1 Rozdělení respondentů dle věku.....	38
Graf 2 H1a: Na SS hrají nejčastěji ženy středního věku.....	40
Graf 3 H1b: Uživatelé SS s nízkým počtem „přátel“ hrají méně frekventovaně	42
Graf 4 H1d: Hlavním důvodem, proč lidé nehrají na SS, je jejich nezájem o hraní / vidí v tom ztrátu času	44
Graf 5 H2a: Lidé hrají na SS nejčastěji z důvodu potřeby odreagování / úniku z reality	48
Graf 6 H2b: Hráči na SS motivováni potřebou spolupracovat posílají často „dárky“ svým „přátelům“ ve hře.....	48
Graf 7 Věkové rozpětí hráček na SS.....	53
Graf 8 Věkové rozpětí hráčů na SS	53
Graf 9 Přehled aktuálně nejnavštěvovanějších SS.....	53
Graf 10 Prostředí, ve kterém čeští hráči hrají na SS	Příloha 2
Graf 11 Hry na SS hrané českými hráči	Příloha 2
Graf 12 Druh „přátel“, se kterými hrají čeští hráči na SS.....	Příloha 2
Graf 13 Frekvence hraní českých hráčů na SS	Příloha 2
Graf 14 Nejoblíbenější žánry her na SS u českých hráčů.....	Příloha 2

Seznam obrázků

Obrázek 1 Global Games Market Report	18
Obrázek 2 Top Websites By Traffic	20
Obrázek 3 ČR versus svět - počet uživatelů sociálních sítí v roce 2013	21
Obrázek 4 Počet uživatelů českých sociálních sítí za měsíc od roku 2009	21
Obrázek 5 FarmVille vs. Real Farms.....	27
Obrázek 6 A brief History of Social Games 3100BC-2010AD.....	Příloha 3
Obrázek 7 Nové herní centrum "Games" na FB	Příloha 4
Obrázek 8 „Games Feed“ - objevují se zde oznámení FB „přátel“ o jejich herních úspěších či žádostech	Příloha 4

Seznam příloh

Příloha 1: Dotazník - Hraní na sociálních sítích (Facebook hry)

Příloha 2: Grafy týkající se charakteristiky typické české hráčky na Facebooku

Příloha 3: A brief History of Social Games 3100BC-2010AD

Příloha 4: Ukázka nového herního centra na FB a propojení s profilem uživatele FB