

Ovlivňuje Facebook konzumaci alkoholu u vysokoškolských studentů?



Když se řekne vysokoškolský život, většina lidí si představí mladého člověka, který dny tráví na přednáškách a noci propíjí s kamarády. Právě tato představa alkohol popíjejícího studenta je doprovázena velkou řadou studií. Jedním z významných přínosů je zjištění, že na vysokoškoláka má vliv i to, jak vnímá požívání alkoholu druhými. Pokud bychom byli studentem, který je obklopen kamarády, kteří lidově řečeno „píjí první ligu“, pak bychom se na popíjení alkoholu dívali jako na naprosto běžnou věc a alkohol by se stal součástí našich večerních plánů. Samozřejmě na nás nemusí naši přátelé (a jejich alkoholové návyky) působit přímo, respektive nemusíme je vidět popíjet alkohol a přesto existují způsoby, jakými nás ovlivňují.

Ano, jedná se o sociální sítě, které v dnešní době ovládají internetový svět. Stejně jak byla kdysi populární konverzace přes ICQ, tak je dnes oblíbené používání stránek jako Facebook či Twitter. Tyto stránky „povýšily“ komunikaci z pouhých slov a emotikonů na sdílení videí a fotek přímo na účtu uživatele. Je tedy možné, že by konzumace alkoholu vysokoškoláků byla ovlivňována jejich přáteli na Facebooku?

Právě tohle je otázka, kterou řeší americká studie Fournierové a Clarkea. Konkrétně se zabývají vztahem mezi materiálem vystaveným na Facebooku, který obsahuje zmínky o alkoholu, a požíváním alkoholu. Dále se autoři zaměřují na to, jak studenti vnímají požívání alkoholu svých přátel dle toho, jaký materiál jejich přátelé vystavují na svém účtu.

Studentům kurzu úvodu do psychologie, kteří se zúčastní výzkumu, byly nabídnuty kredity navíc. Konečný počet odvážlivců, kterým nevadilo monitorování jejich Facebookových účtů, byl 68 (19 mužů a 49 žen). Jelikož se jednalo o studenty vysoké školy, byl zde značný věkový rozdíl, který se pohyboval od 18 do 40 let. Studenti nejprve vyplnili dotazník obsahující otázky na demografii, používání Facebooku, účastníkově požívání alkoholu a také na to, jak vnímají požívání alkoholu u svých přátel na Facebooku. Následně si museli na svém účtu „přidat do přátel“ výzkumníka, aby mu umožnili přístup k požadovaným datům (příspěvky na zdi a fotky). Účet každého dobrovolníka byl prohlížen nezávisle dvěma výzkumníky.

Podle výsledků výzkumu je větší množství vystaveného materiálu obsahující alkohol spojen s častějším pitím většího množství alkoholu. Zajímavým zjištěním je, že studenti, kteří uvedli častější

požívání alkoholu, měli za to, že jejich Facebookoví přátelé pili více alkoholu, než tomu bylo ve skutečnosti. Objevil se zde tedy vliv vnímání požívání alkoholu u druhých lidí na vlastní konzumaci alkoholu u účastníků výzkumu.

Rodiče vysokoškoláků může alespoň trochu uklidnit zjištění, že u účastníků, kteří nemohli legálně pít, bylo množství vystaveného materiálu obsahující alkohol menší, než u účastníků nad 21 let. Ovšem může to být dáno tím, že účastníci pod 21 let nevystavovali takový materiál prostě proto, aby jej výzkumníci neviděli.

Ať již tomu bylo skutečně tak nebo ne, výsledky studie naznačují, že vysokoškoláci jsou vystaveni velkému množství materiálu spojeného s alkoholem. Vzhledem ke skutečnosti, že více než 90 % vysokoškoláků používá sociální sítě, pak je velká možnost ovlivnění myšlení a chování studentů vystaveným materiálem na těchto sítích. Samozřejmě je zapotřebí dalšího zkoumání s větším počtem účastníků a také s lepším definováním pojmu „přítel“, jelikož přítel na Facebooku může být i člověk, kterého jsme v životě neviděli, a nemusí nás tedy nijak ovlivňovat.

Fournier, A.K, & Clarke, S. (2011). Do College Students use Facebook to Communicate about Alcohol? An Analysis of Student Profile Pages. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 5(2), article 2. <http://cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2011121702&article=2>

Líbí se mi styl, jakým píšete. Vaše práce patří k těm lepším, které jsem četla. Ovšem odstavec, kde prezentujete výsledky výzkumu by si zasloužil doplnění a zpřesnění.

Prosím o přepracování textu v duchu uvedených komentářů.