

**Západočeská univerzita v Plzni**

**Fakulta filozofická**

**Bakalářská práce**

**Komunikace v prostředí nových technologií**

**– role sociálních sítí v komunikaci**

**Monika Wanková**

**Západočeská univerzita v Plzni**

**Fakulta filozofická**

Katedra filozofie

**Studijní program Humanitní studia**

**Studijní obor Humanistika**

**Bakalářská práce**

**Komunikace v prostředí nových technologií**

**– role sociálních sítí v komunikaci**

**Monika Wanková**

*Vedoucí práce:*

PhDr. Vladimír Havlík, CSc.

Katedra filozofie

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2015

Prohlašuji, že jsem práci zpracovala samostatně a použila jen uvedených pramenů a literatury.

*Plzeň, duben 2015*

.....

## **Obsah**

<b>1</b>	<b>ÚVOD</b> .....	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>KOMUNIKACE</b> .....	<b>3</b>
<b>2.1</b>	<b>Definice</b> .....	<b>3</b>
<b>2.2</b>	<b>Účel lidského komunikování a motivace k němu</b> .....	<b>3</b>
<b>2.3</b>	<b>Druhy komunikace</b> .....	<b>5</b>
2.3.1	Přímá a nepřímá komunikace .....	5
2.3.2	Verbální a neverbální komunikace.....	6
<b>2.4</b>	<b>Sociální komunikace</b> .....	<b>7</b>
2.4.1	Vymezení pojmu sociální interakce .....	9
<b>2.5</b>	<b>Mediální komunikace</b> .....	<b>10</b>
<b>3</b>	<b>SOCIÁLNÍ SÍTĚ</b> .....	<b>12</b>
<b>3.1</b>	<b>Definice</b> .....	<b>12</b>
<b>3.2</b>	<b>Historie internetových sociálních sítí</b> .....	<b>13</b>
<b>3.3</b>	<b>Příklady sociálních sítí</b> .....	<b>14</b>
3.3.1	Facebook .....	14
3.3.2	Twitter .....	16
3.3.3	LinkedIn .....	17
3.3.4	Myspace.....	18
<b>3.4</b>	<b>Využití sociálních sítí</b> .....	<b>18</b>
3.4.1	V podnikání .....	18
3.4.2	V politice .....	20
3.4.3	V soukromém životě .....	20

<b>3.5 Rizika</b> .....	<b>22</b>
3.5.1 Rizika pro jednotlivce .....	22
3.5.1.1 Kyberšikana.....	23
3.5.1.1.1 Formy kyberšikany .....	24
3.5.1.2 Kybergrooming .....	25
3.5.1.2.1 Kybersex.....	26
3.5.1.3 Zveřejněná osobní data .....	26
3.5.1.4 Závislost na sociálních sítích .....	26
3.5.2 Rizika pro společnosti .....	28
<b>4 KYBERPROSTOR</b> .....	<b>30</b>
<b>4.1 Pojem „virtuální“ a virtuální realita</b> .....	<b>30</b>
<b>4.2 Definice kyberprostoru</b> .....	<b>30</b>
<b>4.3 Disinhibice</b> .....	<b>31</b>
4.3.1 Anonymita .....	32
4.3.2 Neviditelnost .....	33
4.3.3 Zpožděné reakce.....	33
4.3.4 Solipsystická introjekce.....	34
4.3.5 Disociativní představivost.....	34
4.3.6 Minimalizace statusu a autority.....	34
<b>5 INTERNETOVÁ KOMUNIKACE</b> .....	<b>36</b>
<b>5.1 Definice internetové komunikace</b> .....	<b>36</b>
<b>5.2 Typy on-line komunikace</b> .....	<b>36</b>
5.2.1 Typy internetové komunikace na základě způsobu podání informace. 36	
5.2.2 Synchronní a asynchronní .....	37
<b>5.3 Specifické rysy komunikace v prostředí internetu</b> .....	<b>37</b>
5.3.1 Multiplicita: komunikace s více lidmi najednou .....	37

5.3.2	Okamžikost komunikování a výhoda času na rozmyšlenou.....	38
5.3.3	Povrchnost.....	38
5.3.4	Potřeba sdružovat se.....	39
<b>5.4</b>	<b>Jazykové proměny.....</b>	<b>39</b>
5.4.1	Zjednodušené a záměrné deformované vyjadřování.....	40
5.4.2	Šifrování emocí a neverbální sdělování.....	43
5.4.3	Převrácení lineární posloupnosti a diskuse na internetu.....	44
<b>5.5</b>	<b>Vliv internetu na komunikaci.....</b>	<b>45</b>
<b>6</b>	<b>ETIKA INTERNETOVÉ KOMUNIKACE.....</b>	<b>46</b>
<b>7</b>	<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>50</b>
<b>8</b>	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A PRAMENŮ.....</b>	<b>52</b>
<b>8.1</b>	<b>Tištěné dokumenty.....</b>	<b>52</b>
<b>8.2</b>	<b>Internetové dokumenty.....</b>	<b>57</b>
<b>9</b>	<b>RESUMÉ.....</b>	<b>61</b>

## 1 ÚVOD

Pro vypracování bakalářské práce jsem si zvolila téma „*Komunikace v prostředí nových technologií – role sociálních sítí v komunikaci*“. Toto téma jsem si vybrala z několika důvodů. Jedním z nich je ten, že jsem sama uživatelkou internetu a komunikuji pomocí sociálních sítí několikrát denně, ať už v osobním životě či v podnikání. Dalším důvodem bylo to, že tato problematika je v současném světě velmi aktuální a jen těžce se dá najít člověk, který není uživatelem některé ze sociálních sítí. Pro mnoho lidí se dokonce stává nezbytností, ať už v jejich profesním, či osobním životě. Ti, kteří ještě v současnosti internetu nevyužívají, se tomu budou muset brzo naučit, protože v budoucnosti se bez něho neobejdou.

Pokud mluvíme konkrétně o sociálních sítích, tak rozhodně nejdou popřít jejich obrovské přínosy do společenského života. Jejich prostřednictvím se může člověk seznamovat s lidmi z celého světa, může si vytvořit svůj vlastní profil, a tím si vytváří v podstatě také svou virtuální identitu. Sociální sítě nám nabízejí možnosti stát se tím, kým chceme být. Pro některé lidi bývá tato možnost velkou výhodou, ale pro některé to způsobuje také riziko. Sociální sítě nám neslouží jen k seznámení, ale také ke komunikaci s ostatními lidmi.

Na začátku své práce se věnuji definici samotné komunikace a jejím druhům. Přes sociální a mediální komunikaci se dostávám k další kapitole, kde pojednávám o fenoménu dnešní doby, jímž jsou sociální sítě. Soustředím se zde jak na jejich definici a historii, tak postupně jmenuji různé typy nejznámějších sociálních sítí. V dalších podkapitolách se zmiňuji o jejich celkovém využití jak v osobním životě, v politice, tak v podnikání; tak o jejich rizicích. V nadcházející kapitole představuji problematiku kyberprostoru a poukazuji na jeho úzké spojení s virtuální realitou. Od kyberprostoru postupuji ke kapitole zabývající se internetovou komunikací, kde pojednávám o typech této komunikace, jejich specifických rysech a také jazykovým proměnám. Poslední kapitola nesoucí název „Etika

internetové komunikace“ nám dodává přehled, jak by měla naše komunikace v prostředí nových technologií vypadat a čím bychom se měli řídit.

Cílem této práce je podat ucelenou představu o komunikaci v prostředí nových technologií a seznámit čtenáře s výhodami těchto nových, stále se rozvíjejících technologií, ale také představit jejich negativní stranu. Komunikace přes sociální sítě je jednoznačně jednou z mnoha výhod, které tyto nové technologie nabízejí. Pro velké množství lidí je právě internetová komunikace snazší než komunikace v reálném světě a člověk se může snadno schovat za svou virtuální identitu. Mnoho uživatelů sociálních sítí si ale neuvědomuje, jak nebezpečné mohou být aspekty anonymity a záměny identity. Neuvědomují si, jak mohou být některé osoby nebezpečné a jak mohou využít informací, které o sobě sdílíme.

## 2 KOMUNIKACE

### 2.1 Definice

Jednotlivé vědní obory chápou pojem komunikace různě podle svého zaměření a podle stupně přesnosti, jaký je v dané oblasti obvyklý. Existuje proto řada definic tohoto termínu. Pro účely obecného studia komunikace ve společnosti a zejména pro potřeby popisu soudobé mediální komunikace je mimořádně vhodná následující definice:

Komunikace je přenos informace pomocí znakového systému, uskutečňovaný mezi lidmi přímo nebo pomocí technicko-organizačních prostředků. Samotný název pojmu je odvozen od latinského substantiva *communicatio*, které v základním významu znamená sdělení nebo sdílení. Jako odborný termín komunikační vědy má ovšem přesnější význam, daný právě uvedenou definicí.<sup>1</sup>

*„Proces komunikace je nezbytnou podmínkou a předpokladem existence a fungování všech organismů a soustav, které se skládají z jednotlivých, relativně samostatných prvků. Smyslem, účelem a funkcí komunikace je sdílení něčeho společného (komunikace, ze slova communis = společný). Obsahem procesu komunikace je přenos a výměna informací, tj. schopnost člověka vyměňovat si, zaznamenávat, obnovovat a šířit informace.“<sup>2</sup>*

### 2.2 Účel lidského komunikování a motivace k němu

Každá komunikační výměna plní zpravidla jednu či více funkcí. Zrealizováním této funkce dostává komunikace svůj smysl, účel, což znamená, že pro člověka nabývá jistého významu. Díky komunikaci může člověk informovat, instruovat, přesvědčit, vyjednat, pobavit, kontaktovat se, předvést se. Mezi pět hlavních funkcí našeho komunikování patří:

- informativní funkce – předání, oznámení či prohlášení informace;
- instruktivní funkce – poskytnutí návodu či receptu, naučení, vysvětlení;
- přesvědčovací funkce – ovlivnění, pokus (po)změnit druhému člověku jeho názor, manipulování;
- vyjednávací funkce – řešení či vyřešení, dohodnutí;
- zábavná funkce – pobavení sebe i druhých, odreagování.<sup>3</sup>

V procesu komunikace je také důležitá motivace, která je každému člověku přirozená. Míra motivace závisí na tom, jak na nás okolí působí. Existuje spousta faktorů, které můžou naši potřebu komunikovat ovlivňovat. Jedná například o vzájemné sympatie, či spříznění s druhým člověkem, zda mu dobře rozumíme, ale i třeba to jak se zrovna cítíme. Typy motivace jsou následující:

- motivace kognitivní – jedinec chce druhému člověku něco sdělit, podělit se s ním o své myšlenky, které se nám právě „honí“ hlavou;
- motivace zjišťovací a orientační – jedinec využívá dotazů, aby se lépe orientoval v názorovém světě druhého člověka či v určitém tématu;
- motivace sdružovací – jedinec chce navázat s druhým člověkem vztah a uspokojit tak svoji potřebu kontaktu, která je přirozená každému lidskému jedinci;
- motivace sebestvrzovací – jedinec se pokouší prostřednictvím kontaktu s druhými lidmi v sobě nalézt a upevnit vlastní identitu;
- motivace adaptační – jedinec prostřednictvím komunikačního procesu vysílá svoji roli, potvrzuje ji a přizpůsobuje rolovým stereotypům;

---

<sup>1</sup> MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*, s. 11-12.

<sup>2</sup> POLÁKOVÁ, Eva a kol. *Efektivní sociálně-mediální komunikace*, s. 11.

<sup>3</sup> VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*, s. 31.

- motivace „přesilová“ – jedinec chce na sebe upozornit, prostřednictvím čehož předpokládá, že získá obdiv a úctu;
- motivace požitkářská – jedinec využívá komunikaci k zahnání nudy, odreagování či odpočinku;
- motivace existenciální – jedinec prostřednictvím komunikace dosahuje životní spokojenosti, tento typ v sobě zahrnuje i ty předchozí.<sup>4</sup>

Jednotlivé funkce komunikace nám napovídají, za jakým účelem je komunikace provozována, resp. z jakého důvodu. Motivace ke komunikaci poukazuje na skrytou funkci komunikace, tedy určuje, s jakými skrytými motivy člověk komunikuje. Motivace může být zaměřena subjektivně, z osobního hlediska, tato zahrnuje individuální potřeby jedince, ale i objektivně, tedy existuje nezávisle na subjektivním mínění či chtění. Objektivní motivací je poslední výše uvedený druh, motivace existenciální, která souvisí se základní lidskou potřebou komunikovat, což je nejobecnější motiv ke komunikaci vůbec.

## 2.3 Druhy komunikace

### 2.3.1 Přímá a nepřímá komunikace

Komunikace může probíhat přímo mezi komunikujícími (přímá interpersonální komunikace) nebo nepřímo, zprostředkovaně pomocí technicko-organizačních prostředků. Toto dělení je přímo součástí definice komunikace z důvodu uvedených výše (viz. 2.1).<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*, s 32-35.

<sup>5</sup> MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*, s. 19.

Komunikační řetězec přímé komunikace je tvořen pouze komunikátorem a komunikantem, ať už jde o jednotlivce nebo skupiny; nic jiného kromě lidských osob není ke přímé komunikaci zapotřebí.<sup>6</sup>

Naproti tomu u nepřímé komunikace, kde nedostačuje obsah komunikačních prostředků (kanálů) vlastních člověku, přistupuje nějaký technický prostředek, ve složitějších případech zajištěný organizační strukturou. Tento prostředek, nutný pro nepřímou komunikaci, se nazývá obecně (komunikační) médium. Příkladem média je popsaný či potištěný papír, notový záznam, telefon, televize, atp. Je třeba ihned dodat, že v běžné řeči se pod pojmem médium zpravidla rozumí nikoli toto vše – tedy nikoliv každý prostředek nepřímé komunikace, nýbrž stále častěji pouze hromadný sdělovací prostředek.<sup>7</sup>

### 2.3.2 Verbální a neverbální komunikace

Verbální komunikace je taková, jejíž znakový systém je založen na slovech. Veškerá ostatní komunikace, u níž tomu tak není, je neverbální. Toto rozlišení je zásadně důležité, protože odpovídá přístupu několika dalších vědních oborů a vytváří tak spojovací článek komunikační vědy k nim a zároveň vystihuje významné odlišnosti dvou typů komunikace.<sup>8</sup>

Je podstatné, že rozlišení verbální a neverbální komunikace znamená mnohem více než prosté označení komunikačního kanálu. Verbální komunikace zdaleka neprobíhá jen pomocí pronášených a slyšených slov: patří do ní samozřejmě i písmo včetně např. Braillova<sup>9</sup>, dále znakování neslyšících a další se slovy spojené způsoby komunikace.<sup>10</sup>

---

<sup>6</sup> Tamtéž.

<sup>7</sup> Tamtéž.

<sup>8</sup> MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*, s. 20.

<sup>9</sup> Braillovo písmo je speciální druh písma, resp. systému psaní, určeného pro nevidomé, slabozraké a se zbytky zraku.

<sup>10</sup> Tamtéž.

Neverbální komunikace zahrnuje širokou oblast toho, co signalizujeme bez slov či spolu se slovy jako doprovod slovní komunikace. Neverbálně komunikujeme:

- gesty, pohyby hlavou a dalšími pohyby těla;
- postoji těla;
- výrazy tváře (mimikou);
- pohledy očí;
- volbou a změnami vzdálenosti a zaujímáním pozice v prostoru (přibližováním se a oddalováním se);
- tělesným kontaktem (dotyky);
- tónem hlasu a dalšími neverbálními aspekty řeči
- oblečením, zdobností, fyzickými a jinými aspekty vlastního zjevu.<sup>11</sup>

Rozhodující je, že sdělení, které vysíláte, někdo nějakým způsobem přijímá. Jestliže gestikulujete někde o samotě a nikdo vás nevidí, nejde podle názorů většiny teoretiků o komunikaci. Totéž samozřejmě platí o verbálních sděleních. Pokud pronášíte nějakou řeč a nikdo ji neslyší, nedochází ke komunikaci.<sup>12</sup>

## 2.4 Sociální komunikace

Komunikace objektivně vždy mezilidskou sociální interakcí, jak plyne ze znění navržené definice. Ve skutečnosti není sociální komunikace druhem komunikace, nýbrž je to způsob nazírání na komunikaci. Termín sociální komunikace se používá, jde-li o účel a výsledek komunikace, ať už jde o komunikaci mezi

---

<sup>11</sup> VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*, s 81.

<sup>12</sup> DE VITO, JOSEPH A. *Základy mezilidské komunikace*, s 152.

jedinci, jedincem a skupinou či institucí nebo mezi skupinami či institucemi navzájem.<sup>13</sup>

*„Člověk je svou povahou tvor společenský. Sociálně komunikační procesy jsou podmínkou a předpokladem existence jakéhokoli lidského společenství“.*<sup>14</sup>

Pro lepší porozumění pojmu je důležité vysvětlit si, co jednotlivá slova znamenají. Co je to komunikace již bylo vysvětleno výše. Nyní vyvstává otázka, co znamená pojem sociální? Pojmem sociální označujeme něco společenského, týkajícího se společnosti.

Vývoj lidské komunikace je spojen s objevováním stále nových způsobů komunikace od mimoslovní komunikace pomocí gest a mimiky přes ústní podání, obraz, písemný projev, tisk a rozhlas až k televizi a internetu. Vývoj lidské komunikace se dá periodizovat podle převažujícího způsobu komunikace v daném období – rozlišuje se pět základních epoch ve vývoji lidské komunikace:

- epocha signálů,
- epocha mluvení a jazyka,
- epocha psaní,
- epocha tisku,
- epocha elektronické komunikace.<sup>15</sup>

Tyto epochy nepředstavují střídání jednotlivých způsobů komunikace, nýbrž jejich přidávání ke stávajícím komunikačním možnostem uživatelů. V každé následující epoše se tak v nejrůznější podobě a s nejrůznější funkcí uchovávají média z předcházejících epoch.<sup>16</sup>

<sup>13</sup> MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*, s. 35.

<sup>14</sup> CEJPEK, J. *Informace, komunikace a myšlení: úvod do informační vědy*, s. 47.

<sup>15</sup> MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*, s. 29.

<sup>16</sup> DEFLEUR, Melvin L. a Sandra J. BALL-ROKEACH. *Teorie masové komunikace*, s. 98.

V dnešní době většina lidí tráví velkou část svého času u počítače - internet je součástí každodenního života dospívajících pubescentů. Život bez něj si již nedovedou představit. Slouží jim pro získávání informací, jako zdroj zábavy nebo jako komunikační prostředek. V této souvislosti je důležité zmínit, že 75% dětí v Evropě ve věku 9-16 let používá internet ke komunikaci.<sup>17</sup> Dá se říct, že fenomén počítačů, internetu a i sociálních sítí ovládá svět. Počítač a internet se pro mnoho lidí stal neodmyslitelnou součástí jejich života i prostředníkem pro jejich komunikaci. O tom, jak moc tato doba, doba elektronické komunikace, zasáhla dnešní mladou generaci, vypovídá i fakt, že dosti těžko byste u nás hledali mladistvého, který se ještě nesetkal s formou elektronické komunikace. Užívání elektronické komunikace se stává jednou z klíčových charakteristik dnešní doby.

#### 2.4.1 Vymezení pojmu sociální interakce

Pojmy sociální interakce a sociální komunikace jsou si velmi blízké. Podle některých zdrojů je sociální interakce nadřazeným pojmem sociální komunikace, podle jiných je sociální komunikaci projevem sociální interakce.

Pokud bychom měli zjednodušeně definovat sociální interakci, tak bychom řekli, že je to vzájemné působení jedné osoby na druhou. „Sociální interakce je základem socializace člověka“<sup>18</sup>. V našich životech má důležitou roli, jelikož „má klíčový význam pro vytvoření základních lidských charakteristik jako je vědomí sebe sama, myšlení, řeč, prožívání, sebehodnocení atd.“<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> LIVINGSTONE, S., HADDON, L., GÖRZIG, A., ÓLAFSSON, K. *EU Kids online final report* [online]. © září 2011 [cit. 27. března 2013]. Dostupné z WWW: [http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20\(2009-11\)/EUKidsOnlineIIReports/Final%20report.pdf](http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20(2009-11)/EUKidsOnlineIIReports/Final%20report.pdf), s. 14.

<sup>18</sup> KOMÁRKOVÁ, Růžena; SLAMĚNÍK, Ivan; VÝROST, Jozef; aj. *Aplikovaná sociální psychologie III: sociálně psychologický výcvik*, s. 61.

<sup>19</sup> KOMÁRKOVÁ, Růžena; SLAMĚNÍK, Ivan; VÝROST, Jozef; aj. *Aplikovaná sociální psychologie III: sociálně psychologický výcvik*, s. 61.

Sociální interakce se může realizovat buďto v pozitivní nebo negativní podobě. V pozitivní podobě se jedná o koakci a kooperaci, v té negativní potom o rivalitu a soutěžení.

Koakce je forma sociální interakce, při které jedinci vykonávají individuální nezávislou práci ve skupině bez kompetice, rivality a kooperace.<sup>20</sup> Kooperace znamená, že členové skupiny spolupracují při dosahování určitého cíle a necítí přitom rivalitu a ani nesoutěží. Můžeme to nazvat společnou cestou ke společnému cíli.<sup>21</sup> Rivalita je forma sociální interakce, při které se jedinci „snaží zvýšit nejen svoje dosavadní výsledky, ale zároveň se snaží snížit zásluhy partnera, resp. všech ostatních“.<sup>22</sup> Kompetice nebo také soutěžení se od rivality liší tím, že jeho cílem není být první, ale zvýšit výkon a tak překonat jiné osoby ve skupině. Každý člen skupiny usiluje o maximální výkon, ale v zájmu co nejlepších výsledků celé skupiny.<sup>23</sup>

## 2.5 Mediální komunikace

Vedle obecného pojetí sociální komunikace (a důsledků tohoto pojetí pro výklad masové a mediální komunikace) má zásadní význam i přístup ke klíčovému pojmu „médiu“.<sup>24</sup>

„Výraz *médium* pochází z latiny a znamená prostředek, prostředníka, zprostředkující činitel – tedy to, co něco zprostředkovává, co zajišťuje prostředí, v němž se něco odehrává. Právě obory, které se věnují různým projevům mezilidské, sociální komunikace, označují pojem *médium/média* to, co zprostředkovává

<sup>20</sup> KOHOUTEK, Rudolf. *Základy užité psychologie*, s. 205.

<sup>21</sup> ŘEZÁČ, Jaroslav. *Sociální psychologie*, s. 86.

<sup>22</sup> KOHOUTEK, Rudolf. *Základy užité psychologie*, s. 205.

<sup>23</sup> ŘEZÁČ, Jaroslav. *Sociální psychologie*, s. 87.

<sup>24</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*, s. 36.

někomu nějaké sdělení (pomáhá vyjádřit vůli, zprostředkovává poznatek či zkušenost, nabízí názor, baví, apod.), tedy médium komunikační.“<sup>25</sup>

*„Skutečnost že masová média jsou technicky schopna překonávat komunikační omezení daná časem a prostorem (jak jsme na to zvyklí z interpersonální komunikace), ale neznamená, že jsou dostupná všem. ... rysem mediální komunikace je skutečnost, že médiovaná sdělení jsou zvláštním druhem zboží. ... Takže můžeme v zásadě chápat moderní média jako specializovaný průmysl zaměřený na to, aby nabízel výrobky, které kultivují (tedy uspokojují a současně formují) poptávku po nejruznějších informacích, zábavních obsazeních a dalších komoditách“<sup>26</sup>*

---

<sup>25</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*, s. 36.

<sup>26</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*, s. 36.

## 3 SOCIÁLNÍ SÍTĚ

### 3.1 Definice

Sociologie definuje sociální síť jako propojenou skupinu lidí, kteří se navzájem ovlivňují, přičemž mohou (ale nemusí) být příbuzní. Sociální síť se tvoří na základě společných zájmů, rodinných vazeb nebo z jiných více pragmatických důvodů, jako je např. ekonomický, politický či kulturní zájem.<sup>27</sup>

Jasná definice termínu sociální sítě založené na webových technologiích:

Sociální síť je služba založená na webových technologiích, která nabízí jedincům používajícím takovou síť 3 možnosti:

- Vybudovat v rámci této sítě veřejný či polo-veřejný profil uživatele.
- Definovat seznam dalších uživatelů v rámci této sítě, se kterými je daný jedinec propojen. Povaha a pojmenování těchto propojení se mohou v různých sítích lišit.
- Síť umožní uživatelům zobrazit a procházet seznam uživatelů, s nimiž jsou spojeni a zároveň procházet tyto seznamy i u jiných uživatelů.<sup>28</sup>

Sociální sítě otvírají možnost sdílení informací a komunikace s ostatními lidmi. Usnadňují vyhledávání přátel a informací o nich. Internetové sociální sítě tak přenášejí do digitálního prostředí vazby z reálného světa. Díky masové rozšířenosti a provázanosti tyto sítě představují obrovský potenciál, který reklama, propagace a jiná prezentace komerčního sektoru.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup> PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální sítě*, s. 125.

<sup>28</sup> PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální sítě*, s. 130-131.

<sup>29</sup> PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální sítě*, s. 127.

### 3.2 Historie internetových sociálních sítí

Myšlenka sociálních sítí není žádnou novinkou. Už v roce 1968 v eseji nazvané Počítač coby komunikační zařízení se J. C. R. Licklider a Robert W. Taylor ptají: „*Jak budou internetové interaktivní komunity vypadat? Většinou budou sestávat z geograficky oddělených členů, občas seskupených do malých jednotek a občas pracujících samostatně. Nebude se jedna o komunity, které seskupuje místo, nýbrž společný zájem. ...Nebudeme posílat dopisy ani telegramy. Jednoduše si zvolíme lidi, s nimiž budeme sdílet soubory.*“<sup>30</sup>

Éra moderních sociálních sítí začala na počátku roku 1997. Právě tehdy spustil začínající server sixdegrees.com v New Yorku průlomovou službu stavějící na skutečných jménech. Sixdegrees byla první internetovou firmou, jež se pokusila zmapovat skutečné vztahy mezi živými lidmi, kteří používali svá občanská jména – a předběhla svou dobu. Její název (angl. šest stupňů) uvádí diskutabilní princip, podle nějž jsou všichni na Zemi propojeni širokým řetězcem vztahů, začínajícím u nejbližších přátel a pokračujícím na další „stupeň“ – kamarádi přátel – a tak dále až do šestého „stupně“.<sup>31</sup>

Mezi lety 1997 a 2001 vznikla řada nástrojů kombinujících prvky sociální sítě na bázi sounáležitosti s etnickou skupinou. Mezi nejznámější patří AsianAvenue, BlackPlanet a MiGente. Všechny umožňovaly uživatelům vytvářet osobní, profesní či seznamovací profily.<sup>32</sup>

Další vlna sociálních sítí započala s nástupem Ryze.com, který vznikl v roce 2001 se rozšiřujícím vlivem podnikových sítí. Friendster vstoupil na trh v roce 2002 jako sociální doplněk Ryze. Vznikl v přímé konkurenci on-line seznamky Match.com.<sup>33</sup>

<sup>30</sup> KIRKPATRICK, David. *Pod vlivem Facebooku: příběh z nitra společnosti, která spojuje svět*, s. 59.

<sup>31</sup> KIRKPATRICK, David. *Pod vlivem Facebooku: příběh z nitra společnosti, která spojuje svět*, s. 60-61.

<sup>32</sup> PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální sítě*, s. 132.

<sup>33</sup> PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální sítě*, s. 133.

O rok později, tedy v roce 2003, vstoupili na trh další dnešní oblíbené stránky jako např. LinkedIn a MySpace. V roce 2004 byl spuštěn Facebook – v první fázi se jednalo o sociální systém určený výhradně pro studenty Harvardské univerzity, teprve až po roce 2005 byl přístupný pro všechny ostatní. V roce 2006 se rozjíždí Twitter a mezi další oblíbené servery patří např. Foursquare (2009) či Google+ (2011).<sup>34</sup>

### 3.3 Příklady sociálních sítí

Dnešní sociální sítě jsou skutečným fenoménem. Mají miliony členů a už se neomezují jen na studenty, i když je jich tam stále téměř polovina. Dříve probíhala zprostředkovaná komunikace prostřednictvím mailu, telefonu či SMS. Ve velké míře nahrazují sociální sítě i Skype (který nahradil dříve hojně používané ICQ). Ten zůstává využíván hlavně tam, kde lze komunikovat i s použitím kamery a nejde jenom o textovou nebo čistě hlasovou komunikaci. Ale i Skype, který už vlastně uživatelům nabízel z komunikace skoro všechno, v poslední době vytlačuje Facebook.<sup>35</sup>

#### 3.3.1 Facebook

Facebook je největší sociální síť na světě, a také v České Republice zaujímá mezi sociálními sítěmi prvenství, proto je dnešní doba označovaná jako "éra Facebooku".

Registrace je umožněna komukoliv, kdo uvede věk nad 13 let. Výsledkem je, že české děti v páté třídě základní školy už jsou běžně na Facebooku. V šesté a sedmé třídě je výjimkou, aby dítě účet (profil) na Facebooku nemělo, ačkoliv je

---

<sup>34</sup> PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální sítě*, s. 133-134.

<sup>35</sup> ECKERTOVÁ, Lenka a Daniel DOČEKAL. *Bezpečnost dětí na internetu: rádce zodpovědného rodiče*, s. 27.

povoleno jej používat od zmíněných třinácti let věku. V drtivé většině případů takto malé děti navíc používají Facebook bez vědomí a dohled rodičů – je běžné, že jejich rodiče profil na Facebooku nemají a vůbec se o něj nezajímají.<sup>36</sup>

Facebook byl založen v roce 2004 studentem Harvardské univerzity Markem Zuckerbergem. Původně byl vymyšlen jako komunikační nástroj, který měl sloužit studentům Harvardu. Pokud někdo nebyl studentem Harvardu, tak se na tuto sociální síť nepřipojil, přičemž pro studenty bylo nutné uvést pravé jméno a vložit fotografii, čímž se Facebook stal exkluzivním, neboť nově zajišťoval, že lidé zde byli opravdu těmi, za něž se vydávali. Facebook se šířil velmi rychle a Zuckerberga žádali studenti z jiných škol, aby tuto službu zprovoznil i u nich. Do projektu se následně zapojili investoři a Zuckerberg ukončil školu, aby se mohl plně věnovat rozvoji Facebooku.<sup>37</sup> Facebook se rychle začal šířit celosvětově, mezi všechny věkové skupiny. V roce 2008 již celková doba, kterou uživatelé strávili na Facebooku, převýšila dobu strávenou na e-mailu, a tak se z Facebooku stal celosvětový fenomén.<sup>38</sup>

*„Dej mi Facebook“* – tak právě těmito s jistotu řečenými slovy povětšinou končí konverzace s lidmi, které jsme dlouho neviděli či které jsme právě potkali. Nikdo se vás již nebude ptát na vaší korespondenční adresu pro dopisování nebo na vaše telefonní číslo, ale právě na onen Facebook.<sup>39</sup>

*„Stavebním kamenem Facebooku jsou přátelé, přátelství na rozdíl od sociálních sítí typu Twitter lze navázat pouze symetricky, to znamená, že pokud přátelství nepotvrdíte buď vy, nebo druhá strana, nebude navázáno a ani jeden z vás neuvidí příspěvky toho druhého“.*<sup>40</sup> Díky funkci přátel jsou sociální sítě pro své

<sup>36</sup> ECKERTOVÁ, Lenka a Daniel DOČEKAL. *Bezpečnost dětí na internetu: rádce zodpovědného rodiče*, s. 28-29.

<sup>37</sup> KIRKPATRICK, David. *Pod vlivem Facebooku: příběh z nitra společnosti, která spojuje svět*, s. 25-39.

<sup>38</sup> KIRKPATRICK, David. *Pod vlivem Facebooku: příběh z nitra společnosti, která spojuje svět*, s. 239.

<sup>39</sup> DĚDÍČEK, Dominik. *Facebook: jednoduše*, s. 7.

<sup>40</sup> Tamtéž.

uživatelé zajímavé. Mohou s nimi sdílet různé obsahy, odkazy, seznamovat se, či komunikovat.

Hlavní myšlenka sociální sítě leží v aktivitě jejích uživatelů. Profily, fotky, videa, vzkazy na zdi, to všechno měly i předchozí sociální sítě, které nakonec odumřely. Jenže Facebook přidal novou funkci a tou byl kanál „Vybraných příspěvků“ (News Feed). Příspěvky slouží k zobrazování aktuálních informací přátel. Když někdo z přátel přidá na Facebook novou fotku nebo vzkaz, na vaší stránce se o této aktualizaci zobrazí informace.<sup>41</sup>

### 3.3.2 Twitter

*„Welcome to Twitter. Connet wih your friends – and other fascinating people. Get in-the-moment updates on the things that interest you. And watch events unfold, in real time, from every angle.“* nebo česky *„Vítejte na Twitteru. Buďte v kontaktu se svými přáteli – a dalšími fascinujícími lidmi. Dostávejte okamžité aktualizace o věcech, které vás zajímají. A sledujte události v reálném čase, ze všech úhlů.“* Tato věta přivítá každého uživatele Twitteru, před přechodem do virtuálního světa.

Twitter.com je webová stránka, jejíž provozovatel je soukromá kalifornská společnost Twitter, Inc. Jedná se o mobilní sociální síť a mikroblogovací službu, kde každý uživatel si píše svůj vlastní blog pomocí krátkých (max 140 znaků) vzkazů – tzv. tweetů. Tyto vzkazy se zobrazují na stránce uživatele, který je jejich autorem, a zároveň na stránkách uživatelů, kteří jsou jeho odběratelé (followers). Tweety jsou přístupné komukoli, ale lze je také omezit jen na odběratele.<sup>42</sup>

<sup>41</sup> KULHÁNKOVÁ, Hana a Jakub ČAMEK. *Fenomén Facebook*, s. 9.

<sup>42</sup> PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální sítě*, s. 145.

Využitelnost Twitteru ve veřejné komunikaci je oproti Facebooku omezená, ale přesto se jedná o službu, o které bychom měli přinejmenším vědět. Nedo- statkem Twitteru pro komunikaci je relativně menší počet uživatelů v České Re- publice. To ale neznamená, že by Twitter využitelný nebyl, speciálně pokud jde o oslovování specifických skupin lidí.<sup>43</sup>

### 3.3.3 LinkedIn

LinkedIn patří mezi první generaci sociálních sítí. Jedná se o síť zaměře- nou na sdílení kontaktů mezi profesionály z různých oborů. Na této síti je možné sdílet reference, informace o zaměstnání, profesním statutu, kolezích. Lze také diskutovat odborná témata ve specializovaných skupinách.<sup>44</sup>

LinkedIn se tedy svým posláním trochu liší od Facebooku i Twitteru. „*Pos- láním LinkedIn je propojovat profesionály na celém světě, aby mohli být produk- tivnější a úspěšnější ve své kariéře. Připojením na LinkedIn dostanete přístup k obrovské síti lidí, pracovních příležitostí, zpráv a informací, které vám pomo- hou být ještě lepší v tom, co děláte*“.<sup>45</sup> Síť byla vytvořena již v roce 2002, spouš- těna byla až v roce 2003. Dnes má již přes 200 miliónů uživatelů, a rozšířila se do 200 zemí z celého světa. I u nás její oblíbenost stále roste. Stále více manažerů ji využívá při vyhledávání potenciálních zaměstnanců.<sup>46</sup>

Jelikož se jedná o sociální síť, i zde si může uživatel hledat další uživatele a přidávat si je, vytvářet virtuální přátelství. Síť by ale neměla sloužit jako se- znamka, nýbrž spíše sdružovat lidí podobných profesi a pomáhat jim například při předávání zkušeností „kolegům“.

<sup>43</sup> BEDNÁŘ, Vojtěch. *Marketing na sociálních sítích: prosad'te se na facebooku a twitteru*, s. 30.

<sup>44</sup> BEDNÁŘ, Vojtěch. *Marketing na sociálních sítích: prosad'te se na facebooku a twitteru*, s. 30.

<sup>45</sup> *LinkedIn/about*. [online]. [cit. 2015-03-09]. Dostupné z: <http://www.linkedin.com/about-us>

<sup>46</sup> Tamtéž.

### 3.3.4 Myspace

Internetová sociální síť Myspace (dříve psána MySpace) byla v polovině minulého desetiletí lídrem sociálních sítí ve světě. Zaměřuje se na hudbu, filmy, hry a různá témata k diskuzím ohledně aktuálního dění ve světě hudby, filmu či televize. Funkčně je Myspace podobný s Facebookem, umožňuje však navíc i přehrávání hudby, tvorby playlistů, a její nakupování přes Apple iTunes nebo Amazon MP3. Na síti Myspace jsou i profily filmařů, herců, hudebníků, kapel a jiných celebrit. Obecně se Myspace staví do pozice „alternativní“ a „kreativní“ sítě pro mladé.<sup>47</sup>

## 3.4 Využití sociálních sítí

### 3.4.1 V podnikání

Sociální sítě mohou být používány k celé řadě aktivit souvisejících s marketingem.<sup>48</sup> Těmi nejvýznamnějšími jsou:

- Informování o značce. Seznamování lidí, kteří se doposud nesetkali. Vytváření obecného povědomí.
- Předprodejní podpora produktu, nebo služby. Inzerce produktu, seznamování lidí s jeho vlastnostmi.
- Přesvědčování potencionálních klientů o výhodách produktu. Argumentace podporující jejich ochotu nakupovat.
- Poprodejní podpora. Řešení potíží a komunikace se stávajícími klienty. Servis produktu.

<sup>47</sup> PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální sítě*, s. 153.

<sup>48</sup> Marketing pochází z anglického slova market neboli trh a koncovky -ing, která v angličtině zpravidla vyjadřuje děj, pohyb, akci a je to činnost, soubor institucí a procesů pro vytváření, komunikování, dodávání a výměnu nabídek, které mají hodnotu pro zákazníky, klienty, partnery a společnost jako celek.

- Budování uživatelské komunity. Dlouhodobá komunikace s klienty a podpora klientů při komunikaci navzájem.
- Řešení problémů a krizová komunikace.<sup>49</sup>

Stručně řečeno můžeme tyto možnosti vyjádřit třemi hlavními kategoriemi:

- Navázání kontaktu s klientem.
- Přesvědčení klienta ke koupi, k propagaci značky, nebo ke komunikaci s okolím o značce a o produktu.
- Poprodejní podpora a dlouhodobá komunikace s klientem.<sup>50</sup>

Správní obchodníci jsou tam, kde jsou jejich stávající i potenciální zákazníci. Kromě reklamních kampaní má firma např. na Facebooku obrovskou a nevídanou příležitost komunikovat se svými současnými a potenciálními zákazníky, a tak budovat jejich loajalitu a budit jejich zájem. Další přínosy, které sociální sítě poskytují jednotlivým firmám, jsou např. tyto:

- obrovský okruh potenciálních zákazníků
- účinnější zacílení reklamy na cílovou skupinu
- díky zacílení reklamy pak snížení marketingových nákladů s efektivnějším využitím rozpočtu
- pružné a rychlé obměny reklamního sdělení podle dalšího členění cílové skupiny bez dalších nákladů
- přesné měření dopadu reklamy na různé části cílové skupiny
- jednoduché řízení nákladů na reklamu

---

<sup>49</sup> BEDNÁŘ, Vojtěch. *Marketing na sociálních sítích: prosad'te se na facebooku a twitteru*, s 28.

<sup>50</sup> BEDNÁŘ, Vojtěch. *Marketing na sociálních sítích: prosad'te se na facebooku a twitteru*, s 28.

- průhledné statistiky a přehledy o uživatelích a účinku reklamy
- budování loajality stávajících zákazníků
- využití virálního marketingu<sup>51</sup>
- zvýšení spokojenosti stávajících zákazníků<sup>52</sup>.

### 3.4.2 V politice

Sociální sítě jsou velice efektivním, ale zároveň velmi specifickým nástrojem politické komunikace. I když pokusy o jejich využití k těmto účelům existovaly již dříve, prvním skutečně úspěšným politikem, pro něhož byly sociální sítě klíčovým faktorem k úspěchu, se stal americký prezident Barack Obama. Ve své předvolební kampani dokázal díky nim zmobilizovat voliče, kteří by jinak zůstali pasivními, a sociálním sítím se tak připisuje nemalý podíl na úspěchu tohoto politika.<sup>53</sup>

Sociální sítě jsou v současnosti využívány velkým množstvím nejen politiků, ale i dalších veřejně známých veřejných osobností ke komunikaci s publikem. Do jisté míry mohou v tomto ohledu zastávat úlohu „fanklubů“ z reálného světa, současně jsou ale médiem sloužícím k oslovování nového publika.<sup>54</sup>

### 3.4.3 V soukromém životě

Internet je přeci místem sloužícím k objevování a prozkoumávání světa, místem, kde jsou nahromaděné veškeré informace. Internetová síť je ohromným učícím nástrojem. Informace a data, která potřebujeme, získáme na webu neuvě-

---

<sup>51</sup> Virální marketing je marketingová technika, která pro šíření komerčního sdělení využívá sociálních sítí.

<sup>52</sup> KULHÁNKOVÁ, Hana a Jakub ČAMEK. *Fenomén Facebook*, s. 77.

<sup>53</sup> BEDNÁŘ, Vojtěch. *Marketing na sociálních sítích: prosad'te se na facebooku a twitteru*, s 47.

<sup>54</sup> Tamtéž.

řitelně rychle – internet nám tudíž výrazně zjednodušuje život. A to i v mnoha dalších ohledech, než je hledání informací a dat – nakupování, hledání práce, mailování, skypování apod., či obecně udržování kontaktu s dalšími lidmi, kteří jsou nám na hony vzdáleni. Další pozitivní charakteristikou je možnost zábavy či relaxace. Obecně internet rozvíjí dětskou fantazii. V každodenním životě dětí a dospívajících může být internet rádcem – dítě si zjistí, co potřebuje, co chce znát, pochopit, přečte doporučení i recenze.<sup>55</sup>

Sociální sítě mají pro každého z nás mnoho výhod, již několik je jmenováno výše, ale pro jasnější upřesnění postačí toto shrnutí:

- Zůstat v kontaktu s velkou skupinou lidí - ať se jedná o rodinu, přátele, bývalé a stávající spolužáky, spolupracovníky nebo jen známé.
- Snadné a efektivní sdílení informací.
- Propojovat obsah z celého webu a tedy i získávat informace mimo sociální síť. Není potřeba brouzdat po webu a hledat, co zajímavého se kde událo. Stačí propojit se s dostatečným množstvím přátel nebo skupin a čekat, to nejzajímavější si vás najde samo.
- Snadný zisk přátel. Internet je plný stovek milionů jednotlivců, kteří se chtějí poznat s jinými lidmi, shromažďovat a sdílet svoje informace, znalosti a zkušenosti atd. Témata a zájmy na sociálních sítích jsou tak různorodé a bohaté jako celá naše společnost a dějiny člověka.
- Obrovskou flexibilitu a rozmanitost přístupu, která vyplývá již ze samotné podstaty internetu a umožňuje uživatelům přístup z celého světa v jakoukoliv dobu.

---

<sup>55</sup> KARÁSKOVÁ ULBERTOVÁ, Z. *Rodič, vychovatel a dítě na internetu* [online]. © 2012 [cit. 2015-03-10]. Sdružení linka bezpečí. Dostupné z: <http://www.vyzkum-mladez.cz/zprava/1378730032.pdf>, s. 53.

- Rovnocenné postavení uživatelů. Uživatel není zatížen svým vzhledem, věkem, rasou, výší příjmu a dalšími okolnostmi, které by ho mohly v reálném světě ovlivňovat.<sup>56</sup>

### 3.5 Rizika

Někdy je to skutečně tak snadné a někteří lidé se k nám dostanou blíže, než bychom chtěli. Překotný vývoj technologií v posledních několika letech znesnadňuje určit, co to ona blízkost vlastně znamená. Je to v podstatě lhostejné, jak to nazveme – internet, virtuální realita, online realita, kyberprostor. Ať už se rozhodneme pro kteroukoli z variant, víme, že se jedná o prostor mimo fyzickou realitu, který nám dává možnost neustálé propojenosti s ostatními a umožňuje nepřetržitý přístup k informacím. Tento prostor se nám stal do jisté míry přirozeným a málokdo ve vyspělém světě jej dnes nevyužívá alespoň částečně. Internet a technologie s ním související nepochybně změnily svět – ale přes jejich nesporné výhody a pozitivní dopad na kvalitu života mají i stinnou stránku v podobě určitých rizik. Ta mohou být jak v podstatě zanedbatelná, tak velmi závažná. Stejně jako můžeme být čtyřicet hodin denně nablízku svým blízkým a dostupní pro ně, tak můžeme být čtyřicet hodin denně z různých důvodů zranitelní.<sup>57</sup>

#### 3.5.1 Rizika pro jednotlivce

Z důvodů snahy nalézt přátele, spolužáky, známé či kolegy z práce zveřejňují uživatelé sociálních sítí ve svých profilech velké množství osobních údajů.

---

<sup>56</sup> Internet a vše kolem něj. *Výhody sociálních sítí* [online]. c2013 [cit. 2015-03-11]. Dostupné z: <http://kasv2013-cz.webnode.cz/socialni-site/vyhody-socialnich-siti/>

<sup>57</sup> ČERNÁ, Alena a kol. *Kyberšikana: Průvodce novým fenoménem*, s. 9.

Mnozí z nich si ani nedávají příliš mnoho práce s nastavením jejich ochrany a díky tomu se stávají snadným cílem krádeží takových informací.<sup>58</sup>

Uvolněné chování (ve smyslu ztráty zábrán) může být jak pozitivní, tak negativní. Pokud se díky komunikaci na internetu jedinec naučí lépe vyjadřovat své názory i emoce, a to beze strachu a srozumitelně, je to více než v pořádku. Na druhé straně – pokud „se utrhne ze řetězu“ a bude internetové sítě využívat k bezuzdnému napadání druhých, k extrémní kritice a hodnocení, k agresivitě či vulgarismům, je to už „za čárou“.<sup>59</sup>

#### 3.5.1.1 Kyberšikana

Kyberšikana je jedním z novějších způsobů šikany. Název vznikl z anglického názvu cyberbullying. Kyberšikana je záměrné agresivní chování, obtěžování, ubližování, posmívání se a ponižování oběti pomocí moderních komunikačních jako jsou internet či mobilní telefon.<sup>60</sup>

Kyberšikana se stejně jako klasická šikana vede záměrně, děje se opakovaně, zahrnuje především psychické násilí, oběť sice neutrpí žádné fyzické rány, nicméně v ní zůstávají rány psychické, které jsou velmi těžce léčitelné, člověk ztrácí pocit bezpečí, cítí se opuštěný, bezvýznamný a poníženy.

Tradiční šikana se děje tváří v tvář, jedná se o osobní přímý kontakt v prostoru např. zaměstnání, školy, zatímco kyberšikana se odehrává v prostoru, který není zcela konkrétní. Dalo by se říci, že oběť je mnohem více pronásledována než u tradiční šikany, vzhledem k tomu, že komunikační prostředky dnes

---

<sup>58</sup> KULHÁNKOVÁ, Hana a Jakub ČAMEK. *Fenomén Facebook*, s. 102.

<sup>59</sup> KARÁSKOVÁ ULBERTOVÁ, Z. *Rodič, vychovatel a dítě na internetu* [online]. © 2012 [cit. 2015-03-10]. Sdružení linka bezpečí. Dostupné z: <http://www.vyzkum-mladez.cz/zprava/1378730032.pdf>, s. 54.

<sup>60</sup> KOLÁŘ, M. *Nová cesta k léčbě šikany*, s. 84.

moderní člověk používá na každém kroku, může být obětí v podstatě pronásledována 24 hodin denně.

Dále bychom mohli říci, že agresor je od oběti dál, užívá pouze média a tím si udržuje od oběti určitý odstup. Kyberšikana může být vedena anonymně, aniž by obětí věděla, kdo je jejím agresorem. Agresor může předstírat falešnou identitu, používá přezdívky, neznámá čísla, jiné e-mailové adresy. Tím dochází k posílení šikany, jelikož nevíme, proti čemu se máme bránit a kdy či kde můžeme očekávat další útoky. Bohužel i jednorázový útok agresora může mít opakované působení na obětí, kdy se obětí neustále vrací k ponižujícím SMS zprávám či obrázkům na internetu. Je ale velmi důležité zmínit výzkumy Univerzity v Britské Kolumbii, které uvádějí, že až 95% případů kyberšikany je realizováno původně jako vtíp.<sup>61</sup>

#### 3.5.1.1.1 Formy kyberšikany

Formy kyberšikany lze v podstatě rozdělit do dvou podoblastí:

1. Jednotlivé projevy, tedy konkrétní způsoby, jakými k agresivnímu chování dochází:
  - Vydávání se za někoho jiného a krádež hesla
  - Vyloučení a ostrakizace
  - Flaming – prudká hádka mezi dvěma nebo více uživateli nějakého virtuálního komunikačního prostředí (diskusní fórum, chat apod.)
  - Kyberharašení – opakované zprávy zasílané agresorem
  - Kyberstalking – opakované zasílání zpráv obsahujících výhrůžky, útočná a zstrašující sdělení, součástí může být i vydírání

---

<sup>61</sup> SHAPKA, J., University of British Columbia. Cyberbullying and Bullying Are Not the Same [online]. © 13. dubna 2012 [cit. 10. dubna 2013]. Sciencedaily.com. Dostupné z WWW: <<http://www.sciencedaily.com/releases/2012/04/120413122202.htm>>.

- Pomlouvání
- Odhalení a podvádění – zveřejňování soukromých (osobních), tajných nebo intimních sdělení, které oběť nikdy nezamýšlela zveřejnit
- Happy slapping – může se jednat o fackování, bití, sexuální obtěžování či znásilnění, které je nahráváno, nejčastěji na mobilní telefon, a následně umístěno na internet

2. Místa na internetu či v mobilním telefonu, kde ke kyberšikaně dochází:

- Sociální sítě
- Online interaktivní hry
- Webové stránky
- Zprávy (SMS a MMS)
- Blogy
- Elektronická pošta (e-mail)
- Chatovací místnosti
- Internetové dotazníky, ankety<sup>62</sup>

### 3.5.1.2 Kybergrooming

Kybergrooming je termín označující chování uživatelů internetu, které má v dítěti vyvolat falešnou důvěru a připravit ho na schůzku, jejímž cílem je oběť pohlavně zneužít.

Hlavním důvodem, proč děti tráví čas na chatu a sociálních serverech, bývá přání poznat nové přátele. Není snadné zjistit, ani pro dospělé, kdo má na internetu dobré úmysly a kdo ne.<sup>63</sup>

---

<sup>62</sup> ČERNÁ, Alena a kol. *Kyberšikana: Průvodce novým fenoménem*, s. 24-31.

<sup>63</sup> HULANOVÁ, L. *Internetová kriminalita páchaná na dětech*, s. 52.

#### 3.5.1.2.1 Kybersex

Kybersex je další nebezpečnou formou komunikační praktikou v kyberprostoru. Neexistuje jeho jednoznačná definice. Lze však říci, že se tak označuje on-line komunikace za účelem sexuálního vzrušení. Často se za kybersex považuje i vzájemné posílání zpráv sexuálního charakteru. Do této kategorie můžeme tak zařadit i „pouhé“ flirtování v chatovacích místnostech, na ICQ, Skypu, a dalších podobných serverech a programech, které využívají převážně mladí lidé.<sup>64</sup>

#### 3.5.1.3 Zveřejněná osobní data

Mnoho dětí uvádí své osobní údaje, jako je jméno, příjmení, adresa, škola, kterou navštěvují, a dokonce i číslo mobilního telefonu, bez jakéhokoliv nebezpečí. Všechny tyto informace jsou tak snadno přístupné pouhým kliknutím myši. Tyto stránky poskytují on-line predátorům naprosto přesné informace, které je dovedou až ke dveřím vytipovaného dítěte.<sup>65</sup>

#### 3.5.1.4 Závislost na sociálních sítích

Stejně jako existuje závislost na alkoholu, cigaretách, sexu, cvičení, existuje také závislost na sociálních sítích. Určení toho, co znamená být závislý na sociálních sítích a jakým způsobem se „závislý“ odlišuje od „běžného uživatele“, však není jednoduché.<sup>66</sup>

---

<sup>64</sup> HULANOVÁ, L. *Internetová kriminalita páchaná na dětech*, s. 55.

<sup>65</sup> HULANOVÁ, L. *Internetová kriminalita páchaná na dětech*, s. 94.

<sup>66</sup> ŠMAHEL, David. *Psychologie a internet: Děti dospělými, dospělí dětmi*, s. 141.

Závislost na internetu není zatím diagnostikovaná jako oficiální psychická nemoc, spousta odborníků už o ní ví a dokonce se jí i snaží léčit. Tedy o její existenci není pochyb a předpokládá se, že se mezi oficiální poruchy brzy dostane.<sup>67</sup>

Odborníci rozlišují 6 příznaků závislosti na internetu, které musí být všechny naplněny, aby se jednalo o skutečnou závislost:

- Důležitost – příslušná aktivita se stává nejdůležitější aktivitou v životě, ovládá jedincovo myšlení (myslí na online, když je offline), cítění (touha být online, nutkání) a chování (úpadek pracovní či školní morálky a vztahů např. s kamarády, většinu času totiž jedinec tráví jen na internetu).
- Změna nálady – pokud činnost, na níž jsme závislí, právě nevykonáváme, mění se nám nálada – nejsme schopni se řádně soustředit; po připojení na internet či po zobrazení určité webové stránky, cítíme najednou uvolnění a klid, nebo naopak vzrušení (např. u sociálních sítí) z toho, co je nového.
- Zvyšování tolerance – tolerance na určitou dávku látky nebo činnosti se zvyšuje, to znamená, že musíme být na sociálních sítích čím dál víc, aby nás to těšilo a dostavil se příslušný efekt.
- Abstinenční příznaky – po přerušení činnosti, na níž jsme závislí, se dostávají nepříjemné psychické či fyzické pocity.
- Konflikt – vzniká jak mezilidský konflikt (zanedbávání blízkých lidí díky internetu, následné hádky), tak vnitřní konflikt (rozhodování se mezi internetem a kdysi důležitější činností).
- Recidivy – recidivami se rozumí opětovné návraty do dřívějších stavů vyvolaných činnostmi, na níž jsme závislí, to znamená, že se při dalším kon-

---

<sup>67</sup> ECKERTOVÁ, Lenka a Daniel DOČEKAL. *Bezpečnost dětí na internetu: rádce zodpovědného rodiče*, s. 122.

taktu s předmětem naší závislosti dostaneme do již jednou zažívaného stavu podstatně rychleji než při prvním kontaktu.<sup>68</sup>

Nejvyšší riziko vzniku závislosti na internetu je u dětí a dospívajících, jelikož dnešní mladá generace tzv. digitálních domorodců je s internetem těsně spojena, využívají jej k soukromým i studijním účelům, pro dospívajícího je navíc nepředstavitelné nebyť na Facebooku, internet mívají i v mobilním telefonu a při činnostech online nebývají omezeni penězi, jako je tomu např. u patologického hráčství. Uvádí se, že závislostní chování na internetu má až 23% dospívajících v České Republice ve věku 12-15 let.<sup>69</sup>

### 3.5.2 Rizika pro společnosti

Sociální sítě (např. Facebook) jsou úžasným prostředkem ke komunikaci se stávajícími i potencionálními zákazníky a může posloužit jako nástroj propagace, prodeje, ale třeba i náboru nových zaměstnanců. Navíc jako firma se nemůžete bát úniku nových informací, které jsou pro běžné uživatele citlivé, jako jsou adresa či telefonní číslo. Při sdílení informací se však společnost vystavuje jiným druhům rizika. Například negativní komentáře, které se mohou na Stránce společnosti objevit, mohou někomu posloužit k rozdmýchání negativně zaměřené diskuze. Společnost či firma by se potom měli zaměřit na toho, kdo takové informace šíří, zda to není opakující se jev a nejedná se o někoho, kdo má na hanění určité společnosti či produktu nebo služby nějaký zájem (může se jednat o bývalého zaměstnance, bývalého partnera atd.).<sup>70</sup>

Je také velmi důležité přemýšlet o tom, kdo je vlastníkem informací týkající se určité značky, produktů či služeb, které se na Stránku sociálních sítí dostá-

<sup>68</sup> ŠMAHEL, David. *Psychologie a internet: Děti dospělými, dospělí dětmi*, s. 141-142.

<sup>69</sup> HÝBNEROVÁ, J. *Závislost na online prostředí* [online]. © 2012 [cit. 2015- 03- 10]. Sdružení linka bezpečí. Dostupné z: <http://www.vyzkum-mladez.cz/zprava/1378730032.pdf>, s. 46.

<sup>70</sup> KULHÁNKOVÁ, Hana a Jakub ČAMEK. *Fenomén Facebook*, s. 103.

vají prostřednictvím komunikace s ostatními uživateli. Jako příklad si uvedeme opět Facebook, který si nedělá na takový obsah sice žádné výslovné nároky, ale technicky řečeno je jeho vlastníkem, protože takový obsah vznikl v jeho aplikaci.<sup>71</sup>

V neposlední řadě je připomenout, že otevřenost sociálních sítí s sebou přináší šanci, že se o určité značce, produktu či službě zmíní zaměstnanci firmy a i bez zlého úmyslu mohou zveřejnit nesprávné informace nebo nevhodné fotografie či videa, které se negativně odrazí na pověsti firmy.<sup>72</sup>

---

<sup>71</sup> Tamtéž.

<sup>72</sup> Tamtéž.

## 4 KYBERPROSTOR

### 4.1 Pojem „virtuální“ a virtuální realita

Slovo „virtuální“ lze vykládat nejméně ve třech významech, ve smyslu spojeném s informatikou, v běžném smyslu a ve smyslu filozofickém. Obecně si myslíme, že věc může být buď skutečná, anebo virtuální, a že tedy nemůže mít obě vlastnosti. I když pojem virtuální nelze ukotvit na žádné časoprostorové souřadnici, přece jen je virtuální reálné, resp. to, co je virtuální, existuje, aniž je to zde přítomno.<sup>73</sup>

Nejobecněji bychom za virtuální realitu mohli považovat každé počítačem realizované prostředí. Jde o nové uživatelské rozhraní, které se snaží přiblížit počítačové prostředí té skutečnosti, kterou zachycujeme našimi smysly. Čím více je uživatel do této virtuální reality vtažen, tím větší je pocit zakoušení reality skutečné. Virtuální realita nabízí lidem novou formu mezilidských vztahů – vztahy zprostředkované výlučně technikou.<sup>74</sup>

### 4.2 Definice kyberprostoru

Civilizační schopnost tvořit informace se natolik zmnožila, že jejich prostřednictvím člověk vytváří umělou (virtuální) realitu. Vedle přirozeného časoprostoru vzniká jako produkt lidské civilizace kyberprostor. Člověk svou tělesnou schránkou existuje v přirozeném světě a svým vědomím vstupuje do kyberprostoru. Existence člověka se v digitální éře realizuje v přirozeném světě, na hranici virtuální reality a přirozeného světa a v kyberprostoru.<sup>75</sup>

---

<sup>73</sup> LÉVY, P. *Kyberkultura*, s. 44-45.

<sup>74</sup> SAK, Petr a kol. *Člověk a vzdělání v informační společnosti*, s. 252.

<sup>75</sup> Tamtéž, s. 29.

„Náš svět je nikde a všude, ale není to prostor, ve kterém žijí těla. Budujeme svět, do kterého může vstoupit každý – bez privilegií či předsudků, ať rasových, ekonomických, vojenských, či geografických.“<sup>76</sup>

Slovo „kyberprostor“ vymyslel v roce 1984 William Gibson ve sci-fi románu *Neuromancer*. Tento pojem zde označuje vesmír digitálních sítí, popsany jako bitevní pole mezi nadnárodními společnostmi, hrozba světových konfliktů, nová ekonomická a kulturní hranice. V románu využití kyberprostoru zavádí tajné informační pevnosti chráněné softwarovými<sup>77</sup> valy, ostrovy omývané oceány dat, které se proměňují a velkou rychlostí se vyměňují po celé planetě. Někteří hrdinové jsou schopni „fyzicky“ vstoupit do tohoto prostoru a prožívat v něm všemožná dobrodružství. Gibsonův kyberprostor umožňuje poznávat pohyblivou geografii informací, běžně neviditelnou. Termín byl okamžitě přejat uživateli a tvůrci digitálních sítí.<sup>78</sup>

### 4.3 Disinhibice

Je známo, že v kyberprostoru si lidé nesdělují věci, které si normálně sdělují v reálném světě. Rovněž se i odlišně od reálného světa „chovají“, vyjadřují.

Internet je charakteristický tím, že je prostředím bez zábran. Prostředí bez zábran (či chování bez zábran) je používáno jako volný překlad anglického „disinhibited environment“ (či „disinhibited behavior“). Termín disinhibice v komunikaci vyjadřuje zmíněné odložení zábran, ztrátu nebo překonání nesmělosti, plachosti a ostychu, v krajních podobách může jít až k obcházení tabu nebo zákazů, tedy o jistou odvázanost či nezávaznost na normy.<sup>79</sup>

<sup>76</sup> BARLOW, John P. *A Declaration of the Independence of Cyberspace* [online]. [cit. 2015-02-18]. Dostupné z [www: https://homes.eff.org/~barlow/](https://homes.eff.org/~barlow/)

<sup>77</sup> Software (též programové vybavení) je v informatice sada všech počítačových programů používaných v počítači, které provádějí nějakou činnost.

<sup>78</sup> LÉVY, P. *Kyberkultura*, s. 82-83.

<sup>79</sup> VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*, s. 272-273.

Disinhibice může fungovat ve dvou zdánlivě protichůdných směrech. Někdy lidé sdílejí velmi osobní věci sami o sobě. Odhalují tak své tajné emoce, obavy, přání. Ukazují až neobvyklé činy laskavosti a velkorysosti, někdy dokonce jdou na pomoc ostatním. Toto disinhibované chování můžeme nazvat příznivým.<sup>80</sup>

Nicméně, disinhibované chování není vždy jen laskavé. Určitě každý z nás již byl svědkem hrubého jazyka, tvrdé kritiky, vzteku, nenávisti, dokonce i výhrůžek. Lidé dokonce navštěvují tmavá podsvětí internetu – stránky, kde najdou pornografii, zločiny a násilí. Jsou to místa, které by v reálném životě nikdy neprozkoumali. Tomuto směru můžeme říkat toxická disinhibice.<sup>81</sup>

Na disinhibici se při on-line komunikaci podílí šest hlavních faktorů:

#### 4.3.1 Anonymita

Anonymita (angl. anonymity) je v internetové komunikaci velmi častým jevem. Samozřejmě ne nepřekonatelným. V dnešní době není problém si zjistit e-mail druhého člověka, či místo jeho připojení, a tak ho částečně, či úplně anonymity zbavit. Uživatelé mohou vystupovat pod nepravými jmény a právě to disinhibici zesiluje. Uživatelé nemusí své chování ztotožňovat a dávat do kontextu s tím, kdo a čím ve skutečnosti jsou. To znamená, že pokud dávají průchod nepřátelským pocitům, hrubému a vulgárnímu chování, nemusí za toto chování brát odpovědnost.<sup>82</sup> Anonymita chrání a zároveň vytváří bezpečnější podmínky pro vnější projevy, zapojení se do diskuze, pro vyslovení odvážných názorů, pro výkřiky, atd. Právě v anonymitě je náš projev smělejší, disinhibovaný, chováme se někdy jako „utržení z řetězu“.<sup>83</sup>

<sup>80</sup> SULLER, J. The Online Disinhibition Effect. *CYBERPSYCHOLOGY & BEHAVIOR* [online]. 2004, vol. 7, no. 3., pp. 321 [cit. 2015-03-13]. Dostupné z: <http://www.samblackman.org/Articles/Suler.pdf>.

<sup>81</sup> Tamtéž.

<sup>82</sup> SULLER, J. The Online Disinhibition Effect. *CYBERPSYCHOLOGY & BEHAVIOR* [online]. 2004, vol. 7, no. 3., pp. 322 [cit. 2015-03-13]. Dostupné z: <http://www.samblackman.org/Articles/Suler.pdf>.

<sup>83</sup> VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*, s. 275.

### 4.3.2 Neviditelnost

Neviditelnost (angl. invisibility) – na mnoha sociálních sítích se uživatelé navzájem nemohou vidět. V dnešní době už jsou dokonce i způsoby jak zůstat před ostatními neviditelnými. Důležité je zmínit, že pojmy anonymita a neviditelnost se sice překrývají, ale shodné určitě nejsou. Příkladem je třeba komunikace s našimi přáteli, známými, pro něž nejsme anonymní, ale v tu chvíli nejsme ani viditelní a slyšitelní. A právě tato neviditelnost disinhibici zesiluje. Zajímavý je příklad v psychoanalýze, když psychoanalytik sedí za pacientem tak, aby pacient neměl možnost pozorovat psychoanalyticky reakce. Pokud je pacient nevidí, může volně vyjadřovat, co si přeje, aniž by se musel dívat na reakce druhého člověka v místnosti. Rovněž i ve vztazích lidé občas odvrací od druhého oči, pokud mu říkají něco osobního, či emočního.<sup>84</sup>

### 4.3.3 Zpožděné reakce

Zpožděné reakce (angl. asynchronicity) jsou součástí každé on-line komunikace. Lidé spolu nekomunikují v reálném čase. Mohou čekat na odpověď minuty, hodiny, dny nebo dokonce i týdny. A právě tento čas, tato prodleva při odpovědích, může způsobovat a zesilovat disinhibici. Snad každý člověk někdy přemýšlel nad tím, co by řekl jinak, pokud by měl více času na odpověď.<sup>85</sup>

---

<sup>84</sup> SULLER, J. The Online Disinhibition Effect. *CYBERPSYCHOLOGY & BEHAVIOR* [online]. 2004, vol. 7, no. 3., pp. 322 [cit. 2015-03-13]. Dostupné z: <http://www.samblackman.org/Articles/Suler.pdf>.

<sup>85</sup> SULLER, J. The Online Disinhibition Effect. *CYBERPSYCHOLOGY & BEHAVIOR* [online]. 2004, vol. 7, no. 3., pp. 322-323 [cit. 2015-03-13]. Dostupné z: <http://www.samblackman.org/Articles/Suler.pdf>.

#### 4.3.4 Solipsystmatická introjekce

Solipsystmatická<sup>86</sup> introjekce<sup>87</sup> (angl. solipsistic introjection) – je zde ve významu takovém, že svět kyberprostoru, ve kterém se odehrává naše komunikace, je pouze v naší hlavě a vychází především z nedostatku podnětů, které jsou přítomny v komunikaci v reálném světě. Pokud komunikujeme textově a jsme v kontaktu s druhou osobou pouze prostřednictvím monitoru, můžeme čtení textu, či zpráv, které nám druhá osoba zasílá, vnímat jako hlas v naší hlavě. Jako by osoba, s kterou komunikujeme, byla vložena do naší psychiky, neboli došlo k introjekci.<sup>88</sup>

#### 4.3.5 Disociativní představivost

Disociativní představivost (angl. dissociative imagination) je nulová zodpovědnost. Někteří uživatelé internetu považují své internetové Já, postavu, kterou vytvořili v kyberprostoru, za někoho jiného, tak proč nést za ni zodpovědnost v reálném světě. Vše považují za hru, která končí, jakmile vypnou počítač.<sup>89</sup>

#### 4.3.6 Minimalizace statusu a autority

Minimalizace statusu a autority (angl. minimization of status and authority) – je v internetové komunikaci další významnou odlišností od reálného světa. Příčinou zvýšení disinhibice je zde to, že lidé mají ve skutečném světě strach se před autoritativní osobou svobodně vyjadřovat. Mají strach z projevu nelibosti, zesměšnění, zamítnutí, nepochopení, případného trestu. Jsou více formální. Při ko-

---

<sup>86</sup> Solipsismus je přesvědčení, že vnější svět existuje jen v našem vědomí a jediná jistota je osobní zkušenost.

<sup>87</sup> Introjekce v psychoanalýze znamená, že je to obranný mechanismus, přisuzování si vlastností, které člověku zjevně scházejí; též obecně přijímání a přebírání cizích názorů a motivů za vlastní.

<sup>88</sup> SULLER, J. The Online Disinhibition Effect. *CYBERPSYCHOLOGY & BEHAVIOR* [online]. 2004, vol. 7, no. 3., pp. 323 [cit. 2015-03-13]. Dostupné z: <http://www.samblackman.org/Articles/Suler.pdf>.

<sup>89</sup> KOVÁŘOVÁ, Veronika a Kamil KOPECKÝ. Fenomén – Disinhibiční efekt. *E-bezpečí* [online]. 2012 [cit. 2015-03-09]. Dostupné z: <http://www.e-bezpeci.cz/index.php/temata/dali-rizika/485-fenomen-disinhibicni-efekt>.

munikaci v kyberprostoru však cítí komunikaci rovnocennou, s pocitem minimální autoritativnosti. Jsou schopni mluvit více otevřeně, chovat se méně formálně.<sup>90</sup>

---

<sup>90</sup> SULLER, J. The Online Disinhibition Effect. *CYBERPSYCHOLOGY & BEHAVIOR* [online]. 2004, vol. 7, no. 3., pp. 324 [cit. 2015-03-13]. Dostupné z: <http://www.samblackman.org/Articles/Suler.pdf>.

## 5 INTERNETOVÁ KOMUNIKACE

### 5.1 Definice internetové komunikace

Na základě uvedených aspektů týkajících se mezilidské komunikace lze internetovou komunikaci definovat jako způsob dorozumívání se, který je nutně podmíněn technickým nástroji.

### 5.2 Typy on-line komunikace

#### 5.2.1 Typy internetové komunikace na základě způsobu podání informace

Kromě dělení internetové komunikace na synchronní a asynchronní typ lze roztrždit tento způsob komunikace na základě toho, jakým médiem (formou) dochází ke sdělení:

- textový typ – momentálně pravděpodobně většina komunikace on-line – e-mail, „e-mailové konference“<sup>91</sup>, chaty, atd.,
- obrazový typ – posílání obrázků, web,
- zvukový typ – zasílání zvukových nahrávek, různé programy pro přenos hlasu,
- multimediální typ – kombinace textu, obrazu a zvuku – web, „videokonference“<sup>92 93</sup>.

Toto dělení podává vlastně informaci o tom, které smysly jsou prostřednictvím virtuální komunikace využívány.

---

<sup>91</sup> E-mailová konference funguje tak, že e-mailové zprávy zaslané z e-mailové adresy člena konference na určitou e-mailovou adresu jsou automaticky rozesílány všem členům, kteří jsou registrováni v příslušné diskusní skupině.

<sup>92</sup> Videokonference představuje moderní způsob multimediální komunikace umožňuje současný přenos zvuku, obrazu a dat mezi dvěma i více účastníky.

<sup>93</sup> ŠMAHEL, David. *Psychologie a internet: Děti dospělými, dospělí dětmi*, s. 101.

## 5.2.2 Synchronní a asynchronní

Komunikaci on-line, tedy prostřednictvím internetu můžeme dělit na synchronní a asynchronní, přičemž synchronní je taková, kdy musí být komunikující strany připojeny k internetu ve stejný okamžik – tedy komunikují spolu ve stejnou dobu. Zpráva, kterou sděluje jedna strana druhé, se okamžitě objevuje na obrazovce protější strany. V tomto případě říkáme, že komunikujeme v reálném čase nebo také „on-line“. Příkladem tohoto typu jsou chaty, diskusní skupiny, apod.<sup>94</sup>

U asynchronní není vyžadované současné on-line připojení, to znamená, že si komunikační strany obvykle „vzvednou“ zprávu až po tom, co se připojí k internetu. Příkladem takové komunikace je e-mail, e-mailové konference, webové nástěnky, apod.<sup>95</sup>

Toto dělení však není striktní, ve většině případů je možné příslušný nástroj zařadit do obou typů. Především novější nástroje komunikace jsou totiž značně univerzální a umožňují používat všechny typy komunikace. Například v programu ICQ<sup>96</sup> je možné komunikovat synchronně i asynchronně a zároveň také komunikovat pomocí textu, obrazu i zvuku. Je pouze na uživateli, který způsob komunikace zvolí.<sup>97</sup>

## 5.3 Specifické rysy komunikace v prostředí internetu

### 5.3.1 Multiplicita: komunikace s více lidmi najednou

Tato výhoda dokonce předstihla uváděné disinhibiční výhody (anonymitu a svobodu vyjadřování). Řada uživatelů komunikačních prostředí (třeba na vždy) preferuje a vyhledává komunikování s více lidmi najednou. Mohou chatovat na-

<sup>94</sup> ŠMAHEL, David. *Psychologie a internet: Děti dospělými, dospělí dětmi*, s. 102.

<sup>95</sup> ŠMAHEL, David. *Psychologie a internet: Děti dospělými, dospělí dětmi*, s. 102.

<sup>96</sup> ICQ, celým názvem I Seek You, je volně dostupný program umožňující komunikaci mezi uživateli v reálném čase.

příklad se šesti lidmi, k tomu mít otevřeno okno ICQ (nebo několik oken) a dopisovat si s partnerkou. O každé nové došlé zprávě jsou informováni buď zvukovým znamením nebo, nebo blikajícím jménem na spodní liště obrazovky apod.<sup>98</sup>

### 5.3.2 Okamžikost komunikování a výhoda času na rozmyšlenou

Při komunikování prostřednictvím nových technologií vidíme psychologický tlak na okamžikost. Týká se to i očekávání, jež jsou spojena s odezvou na SMS nebo na prozvonění mobilním telefonem: technologie mění způsoby komunikování a mimo jiné „tlačí“ na zkrácení lhůt mezi obdržetím zprávy a odpovědí. Někde je očekávaná bezprostřední reakce ihned a tím dochází k produkování řady nepromyšlených, neodkládaných zpráv. Z řady z nich je poznat spěch (slovosled, překlapy).<sup>99</sup>

Zároveň se komunikující nechtějí vzdát a zřejmě se ani nevzdají výhod rozmyšlení a svobodného pozdržení odpovědi (angl. *delayed response*). Dochází tak až k paradoxní koexistenci dvou tendencí (zdá se, že obě vyhovují komunikačním potřebám člověka): ve virtuálním prostředí se toleruje výrazně delší latence<sup>100</sup> mezi sdělením a odpovědí než v prostředí reálném.<sup>101</sup>

### 5.3.3 Povrchnost

V dnešní době stále ještě přežívá chápání internetového komunikování jako povrchnějšího než komunikace tváří v tvář. Ale čím více hodin stráví člověk na internetu, tím se stává tento názor na povrchnost virtuálního prostředí méně častý. Vypadá to, že z obeznámenosti a návyku plyne změna názoru. Úzce spolu

<sup>97</sup> ŠMAHEL, David. *Psychologie a internet: Děti dospělými, dospělí dětmi*, s. 103.

<sup>98</sup> VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*, s. 276-277.

<sup>99</sup> VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*, s. 277-278.

<sup>100</sup> Latence vyjadřuje v dálkové komunikaci zpoždění signálu.

<sup>101</sup> VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*, s. 278.

související také povrchnost a multiplicita: část multiplicitně komunikujících adolescentů preferuje zároveň virtuální komunikaci (jako nepovrchní) a naopak.<sup>102</sup>

#### 5.3.4 Potřeba sdružovat se

Některé detaily ze života, nemoci, z rodinných a partnerských vztahů svěťovaná v internetové komunikaci jsou velmi intimního charakteru, a přesto je můžeme v různých diskuzích zaznamenat. Ke specifickým internetové komunikace patří fakt, že v případě mnoha osobních potíží se virtuální prostředí stává bezpečnější pro intimní svěření. Uživatelé hledají někoho, s kým by mohli sdílet své trápení, zažít pocit pochopení, neodsouzení, nacházejí zde podporu, pocíťovaný zájem a dokonce i jistou podobu lásky. Komunikace o problému jim přináší úlevu.<sup>103</sup>

Dnes se už poměrně často můžeme setkat s různými stránkami, které oslovují specifické uživatele internetu. Mohou to být například rodiče handicapovaných dětí, onkologické pacienty, oběti domácího násilí a jiné. Zde si svěřují své životní příběhy, dávají si rady a cítí jakousi sounáležitost s lidmi, kteří mají stejné problémy. Kdo jiný by je mohl více chápat, než člověk, který si prožil totéž.

## 5.4 Jazykové proměny

Jazyk jakožto hlavní prostředek jakéhokoli typu komunikace prochází v internetové komunikaci změnami. Ty mohou být různého charakteru, jako např. syntaktické, sémantické, kompoziční, stylistické a gramatické, tak i velmi četné

---

<sup>102</sup> VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*, s. 278.

<sup>103</sup> VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*, s. 279.

jsou překlepy, které se ve většině případů neopravují, ale i netradiční využití jazykových prostředků apod.<sup>104</sup>

#### 5.4.1 Zjednodušené a záměrné deformované vyjadřování

Zjednodušené sdělování v prostředí internetu poznamenává jazyk syntakticky a sémanticky, kompozičně i stylově. Většinu jazykových proměn vysvětluje úspora času, zrychlení výměny informací a odklon od jazykové krásy ke komunikační utilitárnosti. Hledáme-li hlubší psychologické příčiny a souvislosti zprimitivnění jazyka, můžeme předpokládat, že k ochuzování možností jazyka dochází:

- když účastníci reagují rychle, bez promýšlení, bez korektur;
- když si účastníci osvojují společně sdílený jazyk s omezenou slovní zásobou, jež jim stačí, a v tomto směru se ovlivňují navzájem;
- když mají komunikující nedostatečně kultivovanou slovní zásobu;
- když jazyk využívají jako „gesta“, výrazu odporu a vymezení se vůči konformním uživatelům spisovného či knižního jazyka.<sup>105</sup>

Internetem se šíří deformování pravopisu typu „tlaxate wo nicem, xce to...“, apod. Lze to vysvětlit důvody ekonomickými, neboť nový pravopis je rychlejší: „x“ namísto „ch“ znamená použít jednoho úhozu místo dvou, respektuje vynechávání háčeků a čárek a urychluje komunikaci z klávesnic, které nemají tyto hlásky a znaky předepsány atd. Roli zde však hraje i odpor ke konvenci.<sup>106</sup>

Některým výrazům často se vyskytujícím v prostředí internetové komunikace se začalo říkat internetismy. Médium samo si buduje svůj „organismus“, svůj jazyk, svou strukturu (ve skutečnosti to spíše dělají uživatelé).

Některé internetismy jsou akronymy, ty zahrnují zkratky slov a vět, prostřednictvím kterých se chce komunikátor v rámci internetové komunikace vyjád-

<sup>104</sup> KOPECKÝ, K.. *Moderní trendy v elektronické komunikaci*, s. 59.

<sup>105</sup> VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*, s. 281.

<sup>106</sup> VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*, s. 281.

řit. Akronymy jsou využívány k projevování emocí a pocitů, ale i na rozdíl od zmíněných emotikony slouží i jako prostá sdělení. Jako první byly využívány v angličtině, ve které jsou dnes velmi rozšířené, spadají do její neformální části, a proto také z ní i v českém prostředí vycházejí. Nutno dodat, že na českých chattech vznikají české varianty akronymů: ILY (I love you – Miluji Tě), LOL (Laughing out loudly – Směji se nahlas), ATB (All the best – Všechno nejlepší). Zkracují se ustálená sousloví, například se píše ASAP (as soon as possible – co nejdříve, doslova: tak rychle, jak je to možné).

Zkracování se rozšířilo i při psaní smsk. Je evidentní, že se internetová a sms-komunikace ovlivňují. Například esemeska anglické školačky: „*My smmr hols wr CWOT. B4, we used 2go2 NY 2C my bro, his GF & thr 3 :- kids FTF, ILNY, it's a gr8 plc.*“ – ve zprávě je jen 8 slov a ty jsou podtržena. Do smsky byla zhuštěna tato zpráva: „*My summer holidays were a complete waste of time. Before, we used to go to New York to see my brother, his girlfriend and their three screaming kids face to face. I love New York. It's a great place.*“<sup>107</sup>

Mezi další specifické rysy internetové komunikace v prostředí webového chatu lze zařadit vynechávání diakritiky. V psaném jazyce mimice a gestice odpovídá interpunkce, volba typu písma, grafické rozvržení textu.<sup>108</sup> Užívání nových slovních tvarů a zvláštní podobu mají také věty (repliky) komunikujících, které jsou často krátké, neukončené a s narušeným slovosledem. Kromě toho, že replika ve většině případů začíná malým písmenem, zcela v podstatě vymizelo užívání interpunkční tečky pro ukončení věty. Pokud jsou repliky nějakým způsobem vůbec zakončeny, využívá se hojně vykřičník, otazník nebo pro otevřenost repliky také tři tečky. U replik delšího rozsahu je velmi hojná absence jakéhokoli interpunkčního znaménka. Kladení interpunkčních znamének, pokud už jsou po-

<sup>107</sup> VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*, s. 281-282.

<sup>108</sup> KRAUS, Jiří. *Jazyk v proměnách komunikačních médiích*, s. 13.

užity, se stává spíše subjektivní záležitostí a málokdy odpovídají pravidlům českého pravopisu.<sup>109</sup>

Internetová komunikace v prostředí webového chatu postrádá nonverbální komunikaci, prozodické prostředky řeči (důraz, tempo řeči a barva hlasu) a paraverbální prostředky (různé dlouhé pauzy, hlasitost řeči atd.), které se dají alespoň mírně nahradit. V rámci internetové komunikace v prostředí webového chatu právě k tomuto slouží repliky, ve kterých alternují malá a velké písmena. Mohou sloužit k různým konotacím. Uvedme např. zvýšení hlasu, křičení, rozčilení, apel, popěvek, výčitku, výhrůžku, ale i radostný „výkřik“ apod. Pokud však uživatel chatu zveřejňuje repliky psané celkově pouze velkými písmeny, může být na tento fakt upozorněn ostatními uživateli, a pokud nedojde k nápravě, uživatel může být z chatující místnosti vyhozen, jelikož se jedná o porušování netikety.<sup>110</sup>

S psáním velkým písmen v replikách na chatu úzce souvisí také iterace neboli dloužení znaků. Tento specifický rys internetové komunikace v prostředí webového chatu pak vystihuje výslovnost a znázorňuje zvukovou realizaci výpovědi, tedy důraz a intonaci repliky.<sup>111</sup> Iteraci se může vyskytovat jako pravidelně, tak i nepravidelně většinou v pozdravech, v citoslovcích a citoslovečných slovech. *„Nejčastěji se zmnožují koncové samohlásky nebo samohlásky v koncových slabikách slov. Sugeruje se tak jejich prodloužená výslovnost, hlasová intenzita, emfatický intonační průběh jako složky celkového expresivního zvukového průběhu většinou kontaktních výpovědí, které mají podobu nejrůznějších zvolání a výkřiků.“*<sup>112</sup> Textová replika díky iteraci tak posiluje svůj charakter mluvnosti.

Další podstatnou specifikací je slang v internetové komunikaci. Podstatou slangu je jazyková hra, vynalézavost, originalita, neobvyklý a nápaditý výraz se sklonem k vtipu a nadsázce. Jde o pojmenování, tvořená na základě metafory,

<sup>109</sup> JANDOVÁ, E. *Spisovnost a nespisovnost v komunikaci na chatu*, s. 72-73.

<sup>110</sup> JANDOVÁ, E. *Čeština na WWW chatu*, s. 35-36.

<sup>111</sup> JANDOVÁ, E. *Čeština na WWW chatu*, s. 35-36.

<sup>112</sup> Tamtéž, s. 36.

zkráceniny slov nebo nápadné překroucení, většinou obecněji nesrozumitelné. Jazyk slangu je uvolněný, neformální, představuje široké možnosti pro tvorbu nových slov, trefných spojení. Slang vychází z toho, jak se uživatel sítě ve své anonymitě stylizuje a jakou roli přebírá. Mezi nejpoužívanější termíny patří například slovo lama. V českém prostředí se běžně výrazu lama rozumí osoba, která je označována jako začátečník, nebo uživatel obtěžující zkušenější začátečnickými dotazy, ale i v souvislosti se sebekritikou: „Já jsem lama!“, když se nám něco nepovede.

#### 5.4.2 Šifrování emocí a neverbální sdělování

Slovní sdělení v síti bývají při neformální interakci doprovázena někdy dohodnutými značkami, které zaznamenávají emoční rozpoložení účastníka - nebo chtějí něco (zpravidla emočního) způsobit u příjemce: obveselit ho, pozlobit ... Dnes již existuje rozsáhlý soubor těchto šifer prozrazující odvěkou potřebu komunikovat i „nevyslovitelné“. Řada softwarových prostředí určených především k chatování nabízí obrázkové „smajlíky“. Člověk tak může vyjádřit neverbální obsah, sdělovat emoční a vztahové obsahy – takříkajíc ihned, instantně. Instantnost komunikace patří ke klíčovým znakům internetové komunikace. Smajlíky nebo emotikony (ikony pro emoce) rozšiřují komplexnost slovního sdělování dvou neviditelných osob a přibližují ji alespoň o krok komunikaci tváří v tvář. V budoucnu lze očekávat přenos obrazových dat – například snímání obličeje komunikujících. Zdá se, že potřebujeme také vidět, nejenom číst. Že vidění komunikujícího při komunikaci (toho, jak se tváří) patří k postrádaným potřebám.<sup>113</sup>

Přehled některých používaných šifer neboli emotikony, smajlíci:

:-) úsměv, to je „legrace“, „neber to vážně“, „ber to s humorem“

:-(( pláč, smůla, „to jsi dopadl“, „dostal jsi mě“, „problém“

<sup>113</sup> VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*, s. 282-283.

8:-) uvažuješ jako dítě (tzv. holčička s mašlí)

;-) tento vzkaz ber s rezervou (tzv. mrknutí)

(:-& zlobím se

(:-: velký smutek

[O!O] překvapení, “to valíš oči”.<sup>114</sup>

Existují dva typy emotikon. Textové emotikony, které „vznikají kombinací různých znaků tzv. ASCII (*The American Standard Code of Information Interchange*) tabulky<sup>115</sup>, se používají v rámci počítačové a mobilní komunikace,<sup>116</sup> jsou profesně staršími. Druhý typ smajlíků představují emotikony grafické, obrázkové. Ty bývají často kreslené nebo animované a jejich užití je pro chatujícího jednodušší. Nemusí se zadávat pomocí neučených znaků, nýbrž stačí na zvoleného smajlíka pouze kliknout a již bude do repliky zasazen. Příslušný list emotikon si může v prostředí chatu každý uživatel zvolit podle vlastních preferencí, taktéž může smajlíky postupně obměňovat.<sup>117</sup>

#### 5.4.3 Převrácení lineární posloupnosti a diskuse na internetu

Internet je multijevištěm paralelismu, souběhů dat, faktů, let letopočtů, který v mnoha směrech ruší cit pro chronologii, nebo ho i zcela převrátí.<sup>118</sup>

Příkladem jsou toho „diskusní fóra“, ve kterých jsou příspěvky řazeny tak, jak za sebou přicházejí. Běžné je tedy probírat se komunikačním řetězcem od posledního, nejčerstvějšího příspěvku ke starším. V případě diskusí čteme paradoxně odzadu: nejdříve to, co je poslední. Uplatňuje se zde preference čerstvého, nejnovějšího. Poslední se stává „předním“ sdělením, „prvním“ před všemi, má

<sup>114</sup> VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*, s. 283.

<sup>115</sup> Ve standardní tabulce se nachází 128-255 neabecedních znaků v základní variantě.

<sup>116</sup> KOPECKÝ, K.: *Moderní trendy v elektronické komunikaci*, s. 59.

<sup>117</sup> JANDOVÁ, E. *Čeština na WWW chatu*, s. 36-37.

přednost. Od nejnovějšího příspěvku jsou řazeny databáze, archivované články, apod. Ryze účelové řazení může poznamenat „hierarchizaci významnosti“ v naší mysli.<sup>119</sup>

## 5.5 Vliv internetu na komunikaci

Internet má na lidskou komunikaci zajisté vliv, tento vliv můžeme rozdělit na kladný a záporný. Za klady se dá považovat především „rychlost a možnost jednoduše předávat i graficky náročná data, kopírovat, dobírat se informačních zdrojů, dělit se o poznání a sdílet ho“.<sup>120</sup> Za negativní vlivy se dají považovat dopady „na kvalitu řeči a myšlení (ochuzování slovní zásoby, anglismy a expanze počítačové terminologie, roztěkanost, úsečnost atd.), dopadů na životní styl, zdravotní a psychický stav (hrozba „závislosti“) apod.“<sup>121</sup>

---

<sup>118</sup> VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*, s. 283.

<sup>119</sup> VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*, s. 283-284.

<sup>120</sup> VYBÍRAL, Z. *Psychologie lidské komunikace*, s. 153.

<sup>121</sup> VYBÍRAL, Z. *Psychologie lidské komunikace*, s. 151.

## 6 ETIKA INTERNETOVÉ KOMUNIKACE

Neboli také „*netiketa je slovo vzniklé spojením slov Net (angl. síť) a Etiketa (pravidla společenského chování, souhrn společenským zvyklostí a norem chování)*. Pojmem *netiketa* bývá označován souhrn doporučení pro slušné chování v síti... V dnešním moderním a komplexním pojetí už *netiketa* zahrnuje nejen komunikaci jednotlivých uživatelů nebo skupin uživatelů, nýbrž stanovuje i pravidla chování administrátorů, vystavovatelů obsahu,...a jiných subjektů fungujících v prostředí Internetu.“<sup>122</sup> Stejně tak jako jsou v našem reálném světě stanoveny různé mravnostní normy, je etika internetové komunikace snahou mnoha lidí stanovit podobné mravnostní normy chování i na internetu. Tyto normy by ve svém důsledku měly být pro většinu uživatelů přínosem.

Jedny z velmi často citovaných pravidel komunikace o deseti bodech jsou tyto:

### 1. Pamatuj si, že jsi člověk.

Když se komunikuje skrz internet, vše co vidíme, jsou obrazovky. Nemáme příležitost použít obličejové výrazy, gesta a tón hlasu, aby vyjádřili náš význam. Psaná slova jsou vše, co máme. A proto je lehké nesprávně interpretovat význam slov korespondenta. Velmi zastrašující je ovšem také to, jak jednoduché je zapomenout, že komunikujeme s člověkem, který má city jako my.<sup>123</sup>

### 2. Drž se na internetu stejných norem jako v reálném světě.

V reálném životě většina lidí dodržuje zákony, a to buď dispozicí, nebo proto, že se bojí přistihnutí. V kyberprostoru se šance na přistižení někdy zdají mizivé. A možná proto lidé někdy zapomínají, že tam na dru-

<sup>122</sup> POLÁKOVÁ, Eva, Lucia SPÁLOVÁ a Eva HÖFLEROVÁ. *Efektivní sociálně-mediální komunikace*, s. 174.

hé straně počítače je člověk, a tak si někteří myslí, že nižší úroveň etiky nebo vlastního chování je přijatelné v kyberprostoru.<sup>124</sup>

### 3. Víš, kde se v kyberprostoru právě nacházíš.

Netika se liší od domény<sup>125</sup> k doméně. Co je to naprosto přijatelné v jedné, může být velmi hrubý v jiné.<sup>126</sup>

### 4. Respektuj čas druhých.

Při odesílání e-mailu nebo přidání příspěvku do diskuze, bereme čas ostatním lidem. Je naší zodpovědností ujistit se, že čas, který stráví lidé čtením našeho příspěvku, není promarněný.<sup>127</sup>

### 5. Působ na druhé vždy nejlepším dojmem.

Důležité je využít výhody anonymity. Sociální sítě nám umožní poznat nové lidi, které bychom jinak nepoznali, a nikdo z nich nás nemusí vidět. Nebudeme odsuzováni za barvu naší pleti, očí, nebo vlasů, naší váhy, věku, nebo oblečení. Ale za co budeme souzeni, je kvalita našeho psaní.<sup>128</sup>

### 6. Poděl se s druhými o odborné znalosti.

Sdílení znalostí je zábava. Je to dlouhodobá tradice internetu. A to dělá svět lepším místem.<sup>129</sup>

### 7. Pomáhej držet „flame wars“<sup>130</sup> pod kontrolou.

---

<sup>123</sup> SHEA, Virginia. *Core Rules of Netiquette*. Educom Review. 1994, roč. 29, č. 5. Dostupné z: <https://net.educause.edu/apps/er/review/reviewArticles/29558.html>

<sup>124</sup> Tamtéž.

<sup>125</sup> Internetová doména (doménové jméno) je v informatice označení jednoznačného jména (identifikátoru) počítače nebo počítačové sítě, které jsou připojené do Internetu. Příkladem doménového jména je zápis [www.seznam.cz](http://www.seznam.cz) nebo [cs.wikipedia.org](http://cs.wikipedia.org).

<sup>126</sup> SHEA, Virginia. *Core Rules of Netiquette*. Educom Review. 1994, roč. 29, č. 5. Dostupné z: <https://net.educause.edu/apps/er/review/reviewArticles/29558.html>

<sup>127</sup> Tamtéž.

<sup>128</sup> Tamtéž.

<sup>129</sup> Tamtéž.

"Flaming" je to, co lidé dělají, když vyjadřují své silně držené názory, aniž by brzdili své emoce. Zakazuje netika „flaming“? Vůbec ne. Právě naopak, je to dlouhodobá tradice sociálních sítí. Ale co netika zakazuje, je, udržování tzv. „flame wars“.

#### 8. Respektuj soukromí druhých.

Samozřejmě, že by nás ani ve snu nenapadlo procházet šuplíky našich kolegů. Takže přirozeně nebudeme číst ani jejich e-maily.<sup>131</sup>

#### 9. Nezneužívej své moci.

Vědět víc než ostatní, nebo mít více moci než oni, nám nedává právo je využít. Například, systémoví administrátoři by nikdy neměli číst soukromé e-maily.<sup>132</sup>

#### 10. Odpouštěj druhým jejich chyby.<sup>133</sup>

Všichni byli jednou nováčci na sociálních sítích. Takže když někdo udělá chybu, je potřeba být shovívavý. Pokud se jedná o menší chyby, nemusíme nic říkat. I když si budeme něčím jistí, je lepší o tom nejprve dvakrát popřemýšlet, než hned zareagovat. Mít dobré mravy nám nedává povolení opravovat všechny ostatní.<sup>134</sup>

Existuje také další mnoho dalších souborů pravidel, pro ukázkou můžeme jmenovat ještě jeden, ale o jedenácti bodech:

##### 1. Nikdy o sobě neříkej nepravdivé věci.

---

<sup>130</sup> Flame war je (česky doslova plamenná válka, též svatá válka, příliš ohnivá diskuse apod.) je označení internetové diskuse, která překročila hranice pro účastníky přínosné výměny názorů a stala se hádkou.

<sup>131</sup> SHEA, Virginia. *Core Rules of Netiquette*. Educom Review. 1994, roč. 29, č. 5. Dostupné z: <https://net.educause.edu/apps/er/review/reviewArticles/29558.html>

<sup>132</sup> Tamtéž.

<sup>133</sup> Tamtéž.

<sup>134</sup> Tamtéž.

2. Nauč se, kdy přestat mluvit.
3. Nauč se, kdy začít mluvit.
4. Kontroluj si po sobě gramatiku.
5. Nechtěj od druhých, aby ti hned odpověděli na email.
6. Drž se tématu, které jsi začal na diskusním fóru.
7. Neužívej prostředky sloužící pro zasílání krátkých zpráv na dlouhá sdělení.
8. Pošli druhým zprávu, když se odhlašuješ z chatu.
9. Odejdi z chatu, pokud ho právě neužíváš.
10. Nikdy v emailu nepošlej nic, co bys nechtěl, aby věděla široká veřejnost.
11. Než pošleš email, tak si vše dobře rozmysli.<sup>135</sup>

---

<sup>135</sup> SULLIVAN, B. *Netiquette*. Computerworld.com.au. [online]. © 11. května 2002 [cit. 2015-03-11].  
Dostupné z: <http://www.computerworld.com.au/article/24760/netiquette/>

## 7 ZÁVĚR

Cílem této práce bylo podat ucelenou představu o komunikaci v prostředí nových technologií. Svou pozornost jsem zaměřila na oblast sociálních sítí, a jaký mají vliv na naši mezilidskou komunikaci.

V první kapitole jsem usilovala o vymezení pojmu komunikace, kde jsem shrnula nejen její druhy, ale zabývala jsem se také úzce spojenými pojmy, jako je sociální či mediální komunikace. V další části jsem se zaměřila na problematiku sociálních sítí, kde jsem se věnovala jejich celkové historii a shrnula příklady nejznámějších po celém světě. V současné době, době moderních komunikačních technologií, je velmi důležité zmínit množství pozitiv na téma sociální sítě, ale stejně tak je důležité mluvit o jejich negativech. Dle mého názoru, tak i s ohledem na negativa, které nám sociální sítě v rámci moderních komunikačních technologií přinesly, jsou jejich pozitivní stránky výrazně převažující. Musíme však přijmout i rizika a stinné stránky, být o nich informováni, a svoje zkušenosti v rámci možností včas předávat ostatním jako prevenci. Tyto jejich přínosy a rizika jsem rozvrhla do několika podkapitol a postupně se jimi dopracovala k následující kapitole pojednávající o kyberprostoru a virtuální identitě. Kyberprostor a virtuální realita jsou jedněmi z nejčastěji užívaných pojmů v oblasti nových informačních a komunikačních technologií. Osobně si nemyslím, že by virtuální svět měl negativní dopad na společenský život člověka. Sociální sítě jsou fenoménem dnešní doby a lidé tráví každý den v tomto prostředí několik hodin denně, aby chatovali se svými přáteli, sdíleli své myšlenky, nebo jen pozorovali co je u ostatních nového. Hlavní princip těchto služeb spočívá ve vlastní sebe prezentaci, a proto není žádným tajemstvím, že si většina lidí vytváří na sociálních sítích své lepší virtuální já. V kapitole internetové komunikace jsem se nejvíce zabývala specifickými rysy komunikace. Poslední kapitola pojednávala o tzv. netiketě, kde se čtenář

---

mohl dozvědět, jak by se měl správně chovat ve virtuálním prostředí, pokud zrovna komunikuje s druhým člověkem.

Jsem takového názoru, že sociální sítě, ať už nám slouží jako prostředek ke komunikaci, tak k čemukoliv jinému, jsou nástrojem pro snadnější život. Samozřejmě se ale musí stanovit pevná pravidla, jak daleko si je můžeme pustit do našeho reálného života, aby nám neuškodily. Můžou nás lehce stáhnout do jejich virtuálního světa, kde se necháme unést svou virtuální identitou. Je důležité, abychom toto nedopustili a zůstali jsme našimi skutečnými já.

Zatím nevíme, jakou roli budou mít sociální sítě v našich životech v budoucnu. Už v současnosti je dostupnost k těmto fenoménům opravdu snadná, většina lidí již má nějaký tablet, či „chytrý“ telefon, díky kterému se na tyto sociální sítě může připojit. A vidíme to na každém rohu, v tramvaji, ve škole, či na ulici potkáváme studenty, kteří i zakopávají, protože právě nahrávají své nejnovější statusy. Rozvoj těchto nových komunikačních prostředků se vyvíjí neskutečnou rychlostí a tak by bylo vhodné, kdyby se více mluvilo o jejich nástrahách a dalo se jim vyhnout.

Jsem velmi ráda, že jsem si zvolila toto téma k mé bakalářské práci, protože jak jsem již uvedla, sama jsem uživatelkou sociálních sítí a díky této práci jsem se dozvěděla spoustu informací o jejich využití, ale hlavně o rizicích, o kterých se mezi lidmi nemluví. Moje práce by se mohla použít i jako návod pro začátečníky sociálních sítí, připraví je na různá rizika a budou dopředu vědět co očekávat. Může ale přinést i nové informace těm, kteří jsou již v jejich prostředí zblhlí, a doposud neměli možnost, stejně jako já, se dozvědět například o jejich historii, nebo si doposud neuvědomili, jak mění naši komunikaci.

## 8 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A PRAMENŮ

### 8.1 Tištěné dokumenty

BEDNÁŘ, Vojtěch. *Marketing na sociálních sítích: prosad'te se na facebooku a twitteru*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2011, 197 s. ISBN 978-80-251-3320-0.

BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbora KÖPPLOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011, 439 s. ISBN 978-80-247-3028-8.

CEJPEK, Jiří. *Informace, komunikace a myšlení: úvod do informační vědy*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 1998, 179 s. ISBN 80-7184-767-4.

ČECH, Tomáš. *Mobbing jako negativní fenomén v prostředí základních škol: Škola a zdraví pro 21. století*. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita, 2011, 255 s. ISBN 978-80-210-5448-6.

ČERNÁ, Alena, Lenka DĚDKOVÁ, Hana MACHÁČKOVÁ, Anna ŠEVÍČKOVÁ a David ŠMAHEL. *Kyberšikana: Průvodce novým fenoménem*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2013, 150s. ISBN 978-80-210-6374-7.

DE VITO, JOSEPH A. *Základy mezilidské komunikace*. Vyd. 6. Praha: Grada, 2008, 502 s. ISBN 978-80-247-2018-0.

DĚDIČEK, Dominik. *Facebook: jednoduše*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2010, 127 s. ISBN 978-80-251-3196-1.

DEFLEUR, Melvin L. a Sandra J. BALL-ROKEACH. *Teorie masové komunikace*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 1996, 363 s. ISBN 8071840998.

DIVÍNOVÁ, Radana. *Cybersex: forma internetové komunikace*. Vyd. 1. Praha: Triton, 2005, 167 s. ISBN 80-7254-636-8.

ECKERTOVÁ, Lenka a Daniel DOČEKAL. *Bezpečnost dětí na internetu: rádce zodpovědného rodiče*. Vyd. 1. Praha: Computer Press, 2013, 224 s. ISBN 978-80-2513-804-5.

HULANOVÁ, Lenka. *Internetová kriminalita páchaná na dětech*. Vyd. 1. Praha: Triton, 2012, 217 s. ISBN 978-80-7387-545-9.

JANDOVÁ, E. *Čeština na WWW chatu*. Vyd. 1. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, Filozofická fakulta, 2006, s. 264. ISBN 978-80-7368-253-2.

JANDOVÁ, E.: Spisovnost a nespisovnost v komunikaci na chatu, in BALOWSKI, M.; SVOBODA, J. *Český jazyk a literatura v interakci: Sborník referátů z mezinárodní konference konané 29. - 30. září 2005 v Ratiboři*, Státní vysoká odborná škola v Ratiboři, Ratiboř: 2006. s. 72-73. ISBN 83-92312-7-X.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007, 207 s. ISBN 978-80-7367-287-4.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009, 413 s. ISBN 978-80-7367-466-3.

KIRKPATRICK, David. *Pod vlivem Facebooku: příběh z nitra společnosti, která spojuje svět*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2011, 320 s. ISBN 978-80-251-3573-0.

KOHOUTEK, Rudolf. *Základy užité psychologie*. Vyd. 1. Brno: CERM, 2002, 544 s. ISBN 80-214-2203-3.

KOLÁŘ, Michal. *Nová cesta k léčbě šikany*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2011, 332 s. ISBN 978-80-7367-871-5.

KOMÁRKOVÁ, Růžena; SLAMĚNÍK, Ivan; VÝROST, Jozef; aj. *Aplikovaná sociální psychologie III: sociálně psychologický výcvik*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2001, 224 s. ISBN 80-247-0180-4.

KOPECKÝ, K. *Moderní trendy v elektronické komunikaci*. Vyd. 1. Olomouc: HANEX, 2007, 59 s. ISBN 978-80-85783-78-0.

KRAUS, Jiří. *Jazyk v proměnách komunikačních médiích*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2008, 174 s. ISBN 978-80-246-1578-3.

KUBÁTOVÁ, Helena. *Sociologie životního způsobu*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2010, 272 s. ISBN 978-80-247-2456-0.

KULHÁNKOVÁ, Hana a Jakub ČAMEK. *Fenomén Facebook*. Vyd. 1. Kladno: BigOak, 2010, 128 s. ISBN 978-80-904764-0-0.

LÉVY, Pierre. *Kyberkultura*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2001, 229 s. ISBN 80-246-0109-5.

McLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím: Extenze člověka*. Vyd. 1. Praha: Odeon, 1991, 384 s. ISBN 80-207-0296-2.

McLUHAN, Marshall. *Člověk, média a elektronická kultura*. Vyd. 1. Brno: Jota, 2000, 415 s. ISBN 978-80-7217-128-6.

McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2002, 448 s. ISBN 80-7178-714-0.

MEYROWITZ, Joshua. *Všude a nikde. Vliv elektronických médií na sociální chování*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2006, 341 s. ISBN 80-246-0905-3.

MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, 256 s. ISBN 978-80-7452-002-0.

ONG, Walter. *Technologizace slova*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2006, 236 s. ISBN 80-246-1124-4.

PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální síť*. Praha: Oeconomica, 2010, 181 s. ISBN 978-80-245-1742-1.

POLÁKOVÁ, Eva, Lucia SPÁLOVÁ a Eva HÖFLEROVÁ. *Efektivní sociálně-mediální komunikace*. Vyd. 1. Ostrava: Ostravská univerzita, 2008, 194 s. ISBN 978-80-7368-567-6.

POSTMAN, Neil. *Ubavit se k smrti: Veřejná komunikace ve věku zábavy*. Vyd. 2. Praha: Mladá fronta, 2010, 204 s. ISBN 978-80-204-2206-4.

ROGERS, Vanessa. *Kyberšikana: pracovní materiály pro učitele a žáky i studenty*. Přeložil Ondřej Vágner. Vyd. 1. Praha: Portál, 2012, 97 s. ISBN 978-80-7367-984-2.

ŘEZÁČ, Jaroslav. *Sociální psychologie*. Vyd. 1. Brno: Paido, 1998, 268 s. ISBN 80-859-3148-6.

ŘÍČAN, Pavel. *Agresivita a šikana mezi dětmi: jak dát dětem ve škole pocity bezpečí*. Vyd. 1. Praha, 1995, 95 s. ISBN 80-7178-049-9.

SAK, Petr a kol. *Člověk a vzdělání v informační společnosti*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2007, 290 s. ISBN 978-80-7367-230-0.

SALOMON, Jean Jacques. *Technologický úděl*. Vyd. 1. Praha: Filosofia, 1999, 287 s. ISBN 80-7007-097-8.

SUCHÝ, Adam. *Mediální zlo: mýta a realita*. Vyd. 1. Praha: Triton, 2005, 168 s. ISBN 978-80-7254-926-9.

ŠMAHEL, David. *Psychologie a internet: Děti dospělými, dospělí dětmi*. Vyd. 1. Praha: Triton, 2012, 158 s. ISBN 80-7254-360-1.

VAŠUTOVÁ, Maria. *Proměny šikany ve světě nových médií*. Vyd. 1. Ostrava: Filosofická fakulta ostravské univerzity, 2010, 225 s. ISBN 978-80-7368-858-5.

VERNER, Pavel. *Propaganda a manipulace*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2011, 192 s. ISBN 978-80-7452-015-0.

VIRILIO, Paul. *Informatická bomba*. Červený Kostelec: P. Mervart, 2004, 167 s. ISBN 80-86818-04-7.

VYBÍRAL, Z. *Psychologie lidské komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2000. ISBN 80-7178-291-2.

VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2005, 319 s. ISBN 80-7178-998-4.

ŽEMLIČKA, Martin: *E-mail, chat, sms: praktický průvodce elektronickou komunikací*. Brno: Computer Press, 2003, 120 s. ISBN 80-7226-928-3.

## 8.2 Internetové dokumenty

BARLOW, John P. *A Declaration of the Independence of Cyberspace* [online]. 1996 [cit. 2015-02-18]. Dostupné z www: <https://homes.eff.org/~barlow/>.

boyd, danah m.; ELLISON, Nicole B. Social network sites: Definition, History and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* [online]. 2008, vol. 13, no. 1 [cit. 2015-03-11], pp. 210-230. Dostupné z: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/epdf>.

BUFFARDI, Laura F.; CAMPBELL, W. Keith. Narcissism and social networking websites. *Society for Personality and Social Psychology* [online]. 2008, vol. 34, no. 10 [cit. 2015-03-15], pp. 1303-1314. Dostupné z: <http://www.sakkyndig.com/psykologi/artvit/buffardi2008.pdf>.

COTTER, Pádraig and Sinéad MCGILLOWAY. Living in an 'electronic age': cyberbullying among irish adolescents. *The Irish Journal of Education* [online]. 2011, vol. 39, no. 1, pp. 44-56. [cit. 2015-03-09]. National University of Ireland, Maynooth. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/41548683>.

ELLISON, Nicole, B.; STEINFELD, Charles; LAMPE, Cliff. The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication* [online]. 2007, vol.

12, no. 4 [cit. 2015-03-09]. Dostupné z:

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x/full>.

HAYDEN, Beth and Rafal TOMAN. A History of Social Media [Infographic].

*Coppyblogger* [online]. [cit. 2015-03-09]. Dostupné z:

<http://www.copyblogger.com/history-of-social-media/>.

HÝBNEROVÁ, J. Závislost na online prostředí. *Děti a on-line rizika* [online].

2012 [cit. 2015-03-10]. Sdružení linka bezpečí. Dostupné z: <http://www.vyzkum-mladez.cz/zprava/1378730032.pdf>. ISBN 978-80-904920-3-5.

Výhody sociálních sítí. *Internet a vše kolem něj* [online]. 2013 [cit. 2015-03-11].

Dostupné z:

<http://kasv2013-cz.webnode.cz/socialni-site/vyhody-socialnich-siti/>.

KARÁSKOVÁ ULBERTOVÁ, Z. Rodič, vychovatel a dítě na internetu. *Děti a*

*on-line rizika* [online]. 2012 [cit. 2015-03-10]. Sdružení linka bezpečí. Dostupné z: <http://www.vyzkum-mladez.cz/zprava/1378730032.pdf>. ISBN 978-80-904920-3-5.

KOPECKÝ, Kamil a Veronika KREJČÍ. Rizika internetové komunikace. *Sofia*

[online]. Vyd. 1. Olomouc: NET UNIVERSITY, 2010. ISBN 978-80-254-7866-0. Dostupné z:

<http://www.zkola.cz/sofia/pedagogove/kabinet-informatiky1/metodickematerialy/Stranky/Publikace-Rizika-internetov%C3%A9-komunikace.aspx>.

KOVÁŘOVÁ, Veronika a Kamil KOPECKÝ. Fenomén – Disinhibiční efekt. *E-*

*bezpeci* [online]. 2012 [cit. 2015-03-09]. Dostupné z:

<http://www.e-bezpeci.cz/index.php/temata/dali-rizika/485-fenomen-disinhibini-efekt>.

*LinkedIn/about* [online]. [cit. 2015-03-09].

Dostupné z: <http://www.linkedin.com/about-us>.

LIVINGSTONE, Sonia. Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media & Society* [online]. 2008, vol. 10. no. 3, pp. 393-411. [cit. 2015-03-02]. Dostupné z:

[http://eprints.lse.ac.uk/27072/1/Taking\\_risky\\_opportunities\\_in\\_youthful\\_content\\_creation\\_%28LSERO%29.pdf](http://eprints.lse.ac.uk/27072/1/Taking_risky_opportunities_in_youthful_content_creation_%28LSERO%29.pdf).

LIVINGSTONE, S., HADDON, L., GÖRZIG, A., ÓLAFSSON, K. *EU Kids online final report* [online]. 2011 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z WWW: [http://www.lse.ac.uk/media%40lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20\(2009-11\)/EUKidsOnlineIIRreports/Final%20report.pdf](http://www.lse.ac.uk/media%40lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20(2009-11)/EUKidsOnlineIIRreports/Final%20report.pdf).

MACEK, J. Kyberprostor (Cyberspace). *Revue pro média* [online]. 2003, roč. 3, č. 5 [cit. 2015-02-04]. Dostupné z:

<http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/kyberprostor.htm>.

MACEK, J. *Nová média*. *Revue pro média* [online]. 2002, roč. 2, č. 4 [cit. 2015-02-04]. Dostupné z:

[http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/nova\\_media.htm](http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/nova_media.htm).

ROBINS, K. Kyberprostor a svět, ve kterém žijeme. *Revue pro média* [online]. 2003, roč. 3, č. 5 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z:

[http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Revue05/preklad\\_robins\\_rpm5.pdf](http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Revue05/preklad_robins_rpm5.pdf).

SHAPKA, J. Cyberbullying and Bullying Are Not the Same. *ScienceDaily* [online]. 2012 [cit. 2015-03-11]. University of British Columbia. Dostupné z: <<http://www.sciencedaily.com/releases/2012/04/120413122202.htm>>.

SHEA, V. Core Rules of Netiquette. *Educom Review*. 1994, vol. 29, no. 5. [cit. 2015-03-09] Dostupné z: <https://net.educause.edu/apps/er/review/reviewArticles/29558.html>.

Sociální síť. *Saferinternet.cz* [online]. [cit. 2015-03-09]. Dostupné z: <http://archiv.saferinternet.cz/pro-rodice/socialni-site>.

SULLER, J. The Online Disinhibition Effect. *CYBERPSYCHOLOGY & BEHAVIOR* [online]. 2004, vol. 7, no. 3., pp. 321-325 [cit. 2015-03-13]. Dostupné z: <http://www.samblackman.org/Articles/Suler.pdf>.

SULLIVAN, B. Netiquette. *Computerworld.com.au*. [online]. 2002 [cit. 2015-03-11]. Dostupné z: <http://www.computerworld.com.au/article/24760/netiquette/>.

SZOTKOWSKI, R., K. KOPECKÝ a V. KREJČÍ. *Nebezpečí internetové komunikace IV: UPOL 2013*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013, roč. 29, č. 5. Dostupné z [http://www.e-bezpeci.cz/index.php/component/docman/cat\\_view/27-vyzkumne-zpravy](http://www.e-bezpeci.cz/index.php/component/docman/cat_view/27-vyzkumne-zpravy). ISSN 978-80-244-3911-2.

## 9 RESUMÉ

The aim of this work was to give a comprehensive idea of communication in the background of new technologies. The aim of this work was to give a comprehensive idea of communication in new technologies. My attention was focused on the area of social networks, and how they impact on our interpersonal communication.

In the first chapter, I tried to define the term of communication, where I summarized not only the species, but I also considered closely related concepts such as social and media communication. In the next section, I pointed on the issue of social networking, where I focused on their history and summarized the most famous examples of these phenomenons. Their benefits and risks I have divided into several subsections. In the next chapter I was dealing with cyberspace and virtual identity. In the chapter on Internet communication I was most concerned with the specific features of communication. The last chapter of my work is called Netiquette, where the reader can learn how he should behave properly in a virtual environment when he communicates with another person.