

**Západočeská univerzita v Plzni**

**Fakulta filozofická**

**Bakalářská práce**

**Komunikace v prostředí nových technologií  
– role sociálních sítí v komunikaci**

**Monika Wanková**

Plzeň 2016

**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 2016

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

*Plzeň, duben 2016*

.....

## **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 Solipsistická 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 online 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

Tato bakalářská práce se zabývá mezilidskou komunikací prostřednictvím nových technologií, a tomu odpovídá i její název „*Komunikace v prostředí nových technologií – role sociálních sítí v komunikaci*“. Dané téma jsem si zvolila z již několika důvodů. Pravděpodobně nejsilnějším faktorem je můj aktivní zájem o tyto nejnovější technologie a především sociální sítě. Dalším důvodem byl fakt, že se jedná o globální problematiku. V současnosti bychom těžce hledali jedince, který není uživatelem některé ze sociálních sítí, nebo alespoň nevyužívá telefonů či emailů ke komunikaci s druhými. Pro většinu lidstva se stalo nezbytností komunikovat skrze sociální sítě nebo je při nejmenším využívat k jiným účelům, a to ať už v jejich profesním, či osobním životě.

Ve své práci jsem se snažila propojit tři hlavní pojmy (komunikace - sociální sítě – kyberprostor), která jsou vytažena ze samotného názvu, a na základě tohoto propojení jsem se dopracovala až k samotné internetové komunikaci. V první kapitole se věnuji samotné komunikaci jako takové, kde se blíže seznámíme s mezilidskou komunikací. V další části své práce pojednávám o fenoménu dnešní doby, jímž jsou sociální sítě. Tento pojem nejprve podrobím přesné definici a poté následně představuji nejznámější zástupce, od kterých se dostanu až ke zmínce jejich celkového využití, ale také o rizicích, která uživatelům představují. Následující kapitola představuje problematiku kyberprostoru a poukazuje na jeho úzké spojení s virtuální realitou. Další kapitola se nazývá internetová komunikace, kde pojednávám nejen o typech této komunikace, ale obzvlášť o jejích specifických rysech a také poskytuji podrobný výčet jazykových proměn při komunikaci skrze moderní technologie. Poslední kapitola s názvem „Etika internetové komunikace“ je na konci mé práce z důvodu toho, že nám dodává jakýsi návod, jak by měla naše komunikace v prostředí nových technologií čili na sociálních sítích 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 prostřednictvím sociálních sítí je jednoznačně jednou z mnoha výhod, které tyto nové technologie nabízejí. Většina jedinců preferuje zejména internetovou komunikaci, kde je možnost si snadno zachovat svou virtuální identitu nežli být vystaven přímému kontaktu s druhou osobou. Mnoho uživatelů sociálních sítí si ale není vědoma, jak nebezpečné mohou být aspekty anonymity a záměny identity. Neuvědomují si, jak lehce lze narazit ve virtuálním světě na nebezpečné osoby a jak mohou tito lidé využít informací, které o sobě my sdílíme např. na svých účtech sociálních sítí.



## 2 KOMUNIKACE

### 2.1 Definice

Pojem komunikace jednotlivé vědní obory chápou odlišně, a to dle stupně přesnosti a svého zaměření. Pro zaměření a účel obecného studia komunikace a popisu soudobé mediální komunikace v dnešní společnosti, lze komunikaci definovat jako „*přenos informace pomocí znakového systému, uskutečňovaný mezi lidmi přímo nebo pomocí technicko-organizačních prostředků.*”<sup>1</sup>

Termín komunikace (lat. *communication*) v základním významu vyjadřuje sdělení nebo sdílení. Odbornou terminologií v oblasti komunikační vědy má přesnější význam, určený výše uvedenou definicí.

*„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 jednotlivá komunikační výměna plní obvykle jednu či více funkcí. Realizací této funkce komunikace dostává svůj smysl i účel, a tím pro jedince nabývá zřejmého významu. Komunikace umožňuje člověku informovat se, instruovat, přesvědčit i vyjednat, předvést se, pobavit se i kontaktovat. Mezi pět hlavních funkcí našeho komunikování patří: informativní funkce – předání či oznámení určité informace; instruktivní funkce – poskytnutí návodu neboli vysvětlení; přesvědčovací funkce – ovlivnění nebo také pokus změnit druhému

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

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

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

člověku jeho názor a především manipulace; další funkce je vyjednávací, která nabízí nějaké vyřešení a poslední funkcí našeho komunikování bývá zábava čili odreagování.<sup>3</sup>

V komunikačním procesu je důležitá motivace. Motivace je člověku přirozenou a její míra závisí na způsobu, jakým na něj okolí působí. Existuje celá řada faktorů, ovlivňující naši potřebu komunikace, např. vzájemné sympatie, pocity. Existuje několik typů motivace a jsou to následující: motivace kognitivní – jedinec chce druhému člověku něco sdělit, podělit se s ním o své myšlenky, které se nám právě „honí“ hlavou; motivace orientační a zjišťovací, při níž jedinec pokládá dotazy, aby se lépe orientoval v určitém tématu či názorovém světě druhého člověka; další je motivace sdružovací, kdy chce jedinec uspokojit svoji potřebu kontaktu, která je přirozená každému, a proto se snaží navázat s druhým člověkem vztah; třetí typ motivace se nazývá sebepotvrzovací a představuje činnost, při které se jedinec pokouší prostřednictvím kontaktu s jinými lidmi v sobě objevit a upevnit vlastní identitu; další je motivace adaptační, která by se dala vysvětlit tím, že se jedinec pokouší prostřednictvím komunikačního procesu přizpůsobovat rolovým stereotypům; „přesilová“ motivace znamená, když chce na sebe jedinec upozornit, prostřednictvím čehož předpokládá, že si získá úctu a obdiv ostatních; předposlední je motivace požitkářská, při níž jedinec využívá komunikaci k odpočinku či odreagování; sice poslední, ale neméně důležitá je motivace existencionální, kdy jedinec pomocí komunikace dosahuje životní spokojenosti.<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

---

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

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.

Funkce komunikace napovídají, za jakým účelem a z jakého důvodu je komunikace provozována. Motivace ke komunikaci ukazuje na skrytou funkci komunikace a určuje tzv. skryté motivy, se kterými jedinec komunikuje.

Motivace také může být zaměřena subjektivně. Osobní hledisko zahrnuje individuální potřeby jedince. Motivaci lze vyjádřit i objektivně, existuje nezávisle na subjektivním mínění. Objektivní motivací lze označit poslední výše uvedený druh. Existenciální motivace souvisí se základní lidskou potřebou komunikovat.

## **2.3 Druhy komunikace**

### **2.3.1 Přímá a nepřímá komunikace**

Komunikace může probíhat přímo mezi komunikujícími (přímá interpersonální komunikace) nebo nepřímo, pomocí technologických prostředků.

Komunikační řetězec přímé komunikace je tvořen komunikátorem a komunikantem. K přímé komunikaci nic jiného kromě lidských osob (jednotlivců, skupin) není zapotřebí.

U nepřímé komunikace, kde již nedostačuje obsah komunikačních kanálů (prostředků) vlastních člověku, přistupuje technický prostředek a ve složitějších případech již zajištěný organizační strukturou. Obecně médium (komunikační) vyjadřuje prostředek nutný pro nepřímou komunikaci, např. médiem je notový záznam, televize atd. V běžné řeči, pod pojmem médium, se rozumí hromadný sdělovací prostředek, nikoliv každý prostředek nepřímé komunikace.

### 2.3.2 Verbální a neverbální komunikace

Za komunikaci verbální lze označit tu, jejíž znakový systém je založen na slovech a veškerá ostatní komunikace (u níž tomu tak není) je označena za neverbální. Takové rozlišení má svůj význam a důležitost, neboť odpovídá přístupu několika dalších vědních oborů, vytváří tak významný spojovací článek komunikační vědy a vystihuje odlišnosti dvou typů komunikace.<sup>5</sup> Je podstatné, že ono rozlišení verbální a neverbální komunikace znamená mnohem více, než označení komunikačního kanálu.

Verbální komunikace neprobíhá pouze pomocí pronášených a slyšených slov. Patří do ní i písmo (včetně např. Braillova<sup>6</sup>), znakování neslyšících a další se slovem spojené způsoby komunikace.

Neverbální komunikace nabízí širokou oblast toho, co naznačujeme beze slov či spolu se slovy jako přesnější vyjádření naší slovní komunikace. Neverbální projevy jsou tyto:

- gesta a pohyby tělem (gestika a kinezika);
- postoje těla (posturika);
- výrazy tváře (mimika);
- pohledy očí (někdy označováno jako vizika);
- volba vzdálenosti mezi komunikujícími (proxemika);
- tón hlasu a další neverbálními aspekty řeči;
- oblečení a jiné aspekty vlastního zjevu.<sup>7</sup>

Stěžejní je, že vysílané sdělení, někdo určitým způsobem přijímá. Při gestikulaci někde o samotě a nikdo vás tedy nevidí, podle názorů odborné většiny nejde o komunikaci. Totéž platí o verbálních sděleních, pokud pronášíte řeč a nikdo ji neslyší, pak ke komunikaci nedochází.

<sup>5</sup> MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*, s. 20.

<sup>6</sup> Braillovo písmo je speciální druh písma, resp. systému psaní, určeného pro nevidomé, slabozraké a se zbytky zraku.

<sup>7</sup> VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*, s. 81.

## 2.4 Sociální komunikace

Komunikace objektivně je vždy mezilidskou sociální interakcí. Ve skutečnosti sociální komunikace není druhem komunikace, nýbrž se jedná o způsob nazírání na komunikaci. Pojem sociální komunikace se používá, jedná-li se o účel a výsledek komunikace.

*„Člověk je svou povahou tvor společenský. Sociálně komunikační procesy jsou podmínkou a předpokladem existence jakéhokoli lidského společenství“.*<sup>8</sup> Pro objasnění pojmu je stěžejní vysvětlení významu jednotlivých slov. Komunikací se zabývá kapitola 2.1. Termínem sociální lze označit něco, týkající se společnosti, společenského.

Postupný vývoj lidské komunikace je spojen s objevováním nových způsobů komunikace, od mimoslovní komunikace za pomoci gest a mimiky, přes ústní podání, obraz, písemný projev, tisk a rozhlas, televizi a internet. Samotný vývoj lidské komunikace se dá periodizovat podle převažujícího způsobu komunikace za období. Ve vývoji lidské komunikace lze rozlišit pět základních epoch, které představují přidávání stávajících komunikačních možností uživatelů. Je to období signálů, které později nahradila epocha mluvení, tedy jazyka a po nějaké době se rozvinula do doby písma. Po delší době následovala doba, kdy lidstvo objevilo tisk a v předešlém století nastala epocha elektronické komunikace.<sup>9</sup> V každé jednotlivé následující epoše se v nejrůznějších funkcích a podobách uchovávají média z epoch předcházejících.<sup>10</sup>

<sup>8</sup> CEJPEK, J. *Informace, komunikace a myšlení: úvod do informační vědy*, s. 47.

<sup>9</sup> MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*, s. 29.

<sup>10</sup> DEFLEUR, Melvin L. a Sandra J. BALL-ROKEACH. *Teorie masové komunikace*, s. 98

V dnešní době je internet součástí každodenního života celé populace, výrazně u dospívajících pubescentů. Slouží pro získávání informací, jako komunikační prostředek i zdroj zábavy, 75% dětí v Evropě (věk 9 - 16 let) využívá internetu ke komunikaci.<sup>11</sup> Fenomén počítačů, internetu i sociálních sítí ovládá celý svět a pro většinu lidí se stal neodmyslitelnou součástí jejich života, prostředníkem jejich komunikace. Elektronická komunikace zasáhla dnešní mladou generaci a její užívání se stává klíčovou charakteristikou současnosti.

#### 2.4.1 Vymezení pojmu sociální interakce

Pojmy sociální interakce, sociální komunikace jsou si blízké. Některé zdroje sociální interakci nadřazují pojmem sociální komunikace, podle jiných je však sociální komunikace projevem sociální interakce.

Při zjednodušeném definování sociální interakce, lze tvrdit, že je to vzájemné působení jedné osoby na osobu druhou. „*Sociální interakce je základem socializace člověka*“<sup>12</sup>. V našich životech má podstatnou roli, jelikož „*má klíčový význam pro vytvoření základních lidských charakteristik jako je vědomí sebe sama, myšlení, řeč, prožívání, sebehodnocení atd.*“<sup>13</sup>

---

<sup>11</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>12</sup> KOMÁRKOVÁ, Růžena; SLAMĚNÍK, Ivan; VÝROST, Jozef; aj. *Aplikovaná sociální psychologie III: sociálně psychologický výcvik*, s. 61.

<sup>13</sup> KOMÁRKOVÁ, Růžena; SLAMĚNÍK, Ivan; VÝROST, Jozef; aj. *Aplikovaná sociální psychologie III: sociálně psychologický výcvik*, s. 61.

Sociální interakce se realizuje v pozitivní (koakce a kooperace), anebo negativní podobě (rivalita a soutěžení).

Koakce je formou sociální interakce, při které lidé vykonávají individuální a nezávislou práci ve skupině, a to bez rivality, kompetice a kooperace.<sup>14</sup> Kooperací lze nazvat společnou cestou ke společnému cíli, kdy členové skupiny spolupracují při dosahování cíle a necítí přitom rivalitu, ani soutěž.<sup>15</sup> Rivalita je formou sociální interakce, při níž se jedinci „snaží zvýšit nejen svoje dosavadní výsledky, ale zároveň se snaží snížit zásluhy partnera, resp. všech ostatních“.<sup>16</sup> Kompetice (soutěžení) se odlišuje od rivality tím, že cílem není být za každou cenu první, nýbrž zvýšit výkon a tím překonat osoby ve skupině. Každý jednotlivec ve skupině usiluje o maximální výkon v zájmu nejlepších možných výsledků celé skupiny.<sup>17</sup>

## 2.5 Mediální komunikace

Vedle sociální komunikace v obecném pojetí (i důsledků pojetí k výkladu masové a mediální komunikace) má klíčový význam i přístup k pojmu - médium. „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 někomu nějaké sdělení (pomáhá vyjádřit vůli, zprostředkovává poznatek či zkušenost, nabízí názor, baví, apod.), tedy médium komunikační.“<sup>18</sup>

<sup>14</sup> KOHOUTEK, R. *Základy užité psychologie*, s. 205.

<sup>15</sup> ŘEZÁČ, J. *Sociální psychologie*, s. 86.

<sup>16</sup> KOHOUTEK, R. *Základy užité psychologie*, s. 205.

<sup>17</sup> ŘEZÁČ, J. *Sociální psychologie*, s. 87.

<sup>18</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*, s. 3

## 3 SOCIÁLNÍ SÍTĚ

### 3.1 Definice

Sociologie, jako vědní obor, definuje sociální síť za propojenou skupinu lidí, kteří se vzájemně ovlivňují, a přičemž mohou (nemusí) být příbuzní. Sociální síť se vytváří na základě ekonomických, politických, kulturních zájmů, anebo společných i zájmů.<sup>19</sup>

Definice termínu - sociální síť, založená na webových technologiích, je službou, která nabízí uživatelům síť tři možnosti:

- možnost vybudovat v rámci této sítě veřejný i poloveřejný profil uživatele;
- definování seznamu dalších uživatelů v rámci sítě, se kterými je jedinec propojen;
- síť umožňuje uživatelům procházet a zobrazit seznam uživatelů, s nimiž jsou spojeni, současně možnost procházet seznamy i u jiných uživatelů.<sup>20</sup>

Sociální sítě otvírají široké možnosti sdílení informací, komunikace s ostatními lidmi a usnadňují vyhledávání přátel, informací o nich. Internetové sociální sítě přenášejí do digitálního prostředí, díky masové rošřřenosti a provázanosti, vazby z reálného současného světa a představují obrovský potenciál.

---

<sup>19</sup> PAVLÍČEK, A. *Nová média a sociální sítě*, s. 125.

<sup>20</sup> PAVLÍČEK, A. *Nová média a sociální sítě*, s. 130-131.



### 3.2 Historie internetových sociálních sítí

Myšlenka sociálních sítí není novinkou. Již v roce 1968, v eseji s názvem Počítač coby komunikační zařízení, se J. C. R. Licklider a Robert W. Taylor táží: „*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>21</sup>

Etapa moderních sociálních sítí se datuje počátkem roku 1997. Tehdy spustil server sixdegrees.com (New York) průlomovou službu opírající se o skutečná jména. Sixdegrees jako první internetová firma se pokusila zmapovat vztahy mezi lidmi, jež používali svoje občanská jména, a tím tak předběhla svou dobu. I její název (překlad: šest stupňů) uvádí diskutabilní princip, podle něhož jsou všichni lidé na Zemi propojeni širokým řetězcem vztahů, začínajících u nejbližších přátel a pokračujících na dalším stupni, a to kamarádi přátel, následně pak dále k šestému stupni.<sup>22</sup>

V období let 1997 - 2001 vznikla řada nástrojů, které kombinující prvky sociální sítě na bázi sounáležitosti s etnickou minoritou (AsianAvenue, BlackPlanet, MiGente aj.) s možností vytváření profesních, osobních, seznamovacích profilů.<sup>23</sup>

Další vlna sociálních sítí započala s rozšiřujícím vlivem podnikových sítí, např. Ryze.com (2001). Friendster, jako sociální doplněk Ryze.com, vstoupil na trh v roce 2002 a vznikl v přímé konkurenci on-line seznamky Match.com.<sup>24</sup>

<sup>21</sup> KIRKPATRICK, D. *Pod vlivem Facebooku: příběh z nitra společnosti, která spojuje svět*, s. 59.

<sup>22</sup> KIRKPATRICK, D. *Pod vlivem Facebooku: příběh z nitra společnosti, která spojuje svět*, s. 60-61.

<sup>23</sup> PAVLÍČEK, A. *Nová média a sociální sítě*, s. 132.

<sup>24</sup> PAVLÍČEK, A. *Nová média a sociální sítě*, s. 133.

Rok 2003 je významný vstupem další oblíbených stránek, např. LinkedIn a MySpace. O rok později, tedy v roce 2004, byl spuštěn Facebook. V prvotní fázi se jednalo o sociální systém určený pro studenty Harvardské univerzity. Po roce 2005 byl zpřístupněn pro všechny ostatní. Rok 2006 se stal významným pro Twitter. Mezi další velmi oblíbené servery patří např. Foursquare (2009), Google+ (2011).<sup>25</sup>

### 3.3 Příklady sociálních sítí

Dnešní sociální sítě mají miliony členů a jsou skutečným fenoménem. Dříve zprostředkovaná komunikace probíhala prostřednictvím emailu, telefonu, anebo SMS. V široké míře nahrazují sociální sítě i Skype (nahradil používané ICQ). Skype je využíván a preferován tam, kde je možné komunikovat s použitím kamery a nejde tak jen o textovou, anebo hlasovou komunikaci. I přes širokou nabídku v současnosti Skype vytlačuje Facebook.

#### 3.3.1 Facebook

Facebook je uváděn jako největší sociální síť na světě. V České Republice zaujímá mezi ostatními sociálními sítěmi drtivě první místo, a proto je dnešní doba označovaná jako "éra Facebooku".

Zaregistrovat se a založit si účet může kdokoliv, pokud uvede, že je mu nad 13 let. Výsledkem tohoto fenoménu je, že české děti už na prvním stupni základní školy jsou běžně na Facebooku zaregistrované. U starších dětí, tudíž na žácích druhého stupně základní školy, je výjimka, aby dítě nemělo účet na Facebooku, ačkoliv je povolen až od 13 let.

---

<sup>25</sup> PAVLÍČEK, A. *Nová média a sociální sítě*, s. 133-134.

V nemalé většině případů takto malé děti používají Facebook především bez vědomí a dohledu rodičů – je celkem běžné, že jejich rodiče účet na Facebooku nemají a ani se o to nezajímají.

Facebook založil v roce 2004 tehdejší student Harvardské univerzity Mark Zuckerberg. Původně ho navrhl jako komunikační nástroj pro všechny studenty Harvardu. Pokud ovšem někdo nebyl student z Harvardu, tak neměl možnost se na tuto sociální síť připojit, přičemž pro studenty bylo povinné uvést své pravé jméno a nahrát fotografii. Skrze takové zaopatření dse Facebook stal něčím exkluzivním, jelikož zajišťoval, že registrovaní uživatelé byli opravdu těmi, za něž se vydávali. Facebook se začal velmi rychle šířit a Zuckerberg byl požádán od studentů z jiných škol, aby tuto síť povolil i jim. Do projektu rozvoje Facebooku se zapojili následně i investoři a Mark Zuckerberg tedy ukončil školu, aby se tomu mohl naplno věnovat. Facebook se rychle začal šířit celosvětově, mezi všechny věkové skupiny. Po roce 2008 se začala míra uživatelnosti Facebooku natolik navyšovat, že již nebylo pochyb o tom, že se stvořil celosvětový fenomén.

*„Najdi si mě na Facebooku“* – právě temito slovy většinou končí konverzace s lidmi, které jsme právě potkali. Doba, kdy si lidé vyměňovali své korespondenční adresy, aby si mohli dopisovat nebo svá telefonní čísla, je již pominuta.

*„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>26</sup> Sociální sítě jsou pro své uživatele zajímavé hlavně proto, že nabízí funkci přátel. Lidé mohou se svými přáteli sdílet různé obsahy, odkazy, seznamovat se, či komunikovat.

---

<sup>26</sup> DĚDIČEK, D. *Facebook: jednoduše*, s. 7.

Hlavní podstata sociální sítě se nalézají v aktivitě uživatelů. Dříve existovaly sociální sítě, které nabízely profily, fotky, videa, vzkazy na zdi a nakonec byly zapomenuty. Facebook ovšem přišel na to, jak se udržet zajímavým a přidal novou funkci - kanál „Vybraných příspěvků“ (News Feed). Tyto příspěvky mohou uživatelé vkládat na svůj profil a stejně tak si mohou prohlížet aktuální příspěvky svých přátel. Funguje to tak, že pokud někdo z přátel nahraje na Facebook novou fotku nebo příspěvek, na hlavní stránce se o této aktualizaci zobrazí informace.

### 3.3.2 Twitter

*„Welcome to Twitter. Connect with 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.“<sup>27</sup> neboli 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 uvítací věta přivítá každého uživatele této sociální sítě před přihlášením.

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>28</sup>

<sup>27</sup> Twitter [online]. [cit. 2015-03-09].

<sup>28</sup> PAVLÍČEK, A. *Nová média a sociální sítě*, s. 145.

### 3.3.3 LinkedIn

LinkedIn patří mezi první generaci sociálních sítí. Jedná se o síť zaměřenou na sdílení kontaktů mezi profesionály z různých oborů. Na této síti je možné sdílet reference, informace o zaměstnání, profesním statutu. Lze také diskutovat na odborná témata ve specializovaných skupinách.

LinkedIn se tedy svou funkcí trochu liší od Facebooku i Twitteru. „*Posláním LinkedIn je propojovat profesionály na celém světě, aby mohli být produktivnější a úspěšnější ve své kariéře. Připojením na LinkedIn dostanete přístup k obrovské síti lidí, pracovních příležitostí, zpráv a informací, které vám pomohou být ještě lepší v tom, co děláte*“<sup>29</sup> Síť byla založena již v roce 2002, ale poprvé byla spuštěna až v roce 2003. V současnosti má již přes 400 miliónů uživatelů a rozšířila se do více jak 200 zemí z celého světa. I v České Republice se zvyšuje počet uživatelů této sítě, kterou využívá stále více manažerů při vyhledávání potencionálních zaměstnanců.<sup>30</sup>

Jelikož se jedná o sociální síť, i zde je funkce virtuálního přátelství a možnost vyhledat další uživatele. Funkce této sítě ale nespočívá v poznávání nových lidí, nýbrž spíše spojovat lidi podobných profesí.

### 3.3.4 Myspace

Myspace byla v polovině minulého desetiletí nejrozšířenější sociální síť ve světě. Zaměřuje se na hudbu, hry, filmy a funkcemi je Myspace podobný Facebooku, ale umožňuje navíc přehrávání hudby, tvorby playlistů, a nakupování. Na síti Myspace jsou i profily herců, režisérů, hudebníků, kapel a jiných celebrit.

<sup>29</sup> *LinkedIn/about*. [online]. [cit. 2015-03-09]. Dostupné z: <http://www.linkedin.com/about-us>

<sup>30</sup> Tamtéž.

### 3.4 Využití sociálních sítí

#### 3.4.1 V podnikání

Sociální sítě mohou být používány k celé řadě aktivit souvisejících s marketingem.<sup>31</sup> Těmi nejvýznamnějšími jsou:

- informování o značce, seznamování lidí, vytváření obecného povědomí;
- předprodejní podpora produktu, inzerce produktu, seznamování lidí s jeho vlastnostmi;
- přesvědčování potenciálních klientů o výhodách produktu a argumentace podporující jejich ochotu nakupovat;
- poprodejní podpora, řešení potíží a komunikace se stávajícími klienty servis produktu;
- budování uživatelské komunity, dlouhodobá komunikace s klienty a podpora klientů při komunikaci navzájem;
- řešení problémů a krizová komunikace.<sup>32</sup>

V podstatě se jedná o navázání kontaktu s klientem, poté ho přesvědčit ke koupi, k propagaci určité značky, nebo o ní alespoň mluvit s ostatními lidmi, a po prodeji by měla nastat dlouhodobá komunikace s klientem v případě potřeby. 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 budít jejich zájem.

---

<sup>31</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.

<sup>32</sup> BEDNÁŘ, V. *Marketing na sociálních sítích: prosad'te se na facebooku a twitteru*, s 28.

### 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>33</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.

### 3.4.3 V soukromém životě

Internet by se dal považovat za místo, které lidem slouží místem k objevování a prozkoumávání světa, uložištěm, kde jsou nashromážděné veškeré informace. Internet nám neuvěřitelně zjednodušuje život – kdykoliv a v podstatě ihned si jsme schopni vyhledat jakoukoliv informaci. A to i v mnoha jiných ohledech, než jen hledání nových informací, ale také např. nakupování, hledání práce, skypování, či obecně komunikování s dalšími lidmi. Další charakteristikou považující se jako pozitivní je možnost relaxace a zábavy. V podstatě internet podporuje dětskou fantazii a v každodenním životě může být internet průvodcem i rádcem. Sociální sítě mají mnoho pozitivních aspektů a jedním z nich být v kontaktu s ostatními lidmi, ať už se jedná o rodinu a přátele, bývalé spolužáky, spolupracovníky nebo jen známé.

---

<sup>33</sup> BEDNÁŘ, Vojtěch. *Marketing na sociálních sítích: prosaďte se na facebooku a twitteru*, s 47.

Máme umožněno i sdílení různých informací a většinou ani není potřeba hledat, co se stalo ve světě, stačí mít jen dostatek přátel a novinky ze světa se pohnou na uživatelskou zeď. Sociální sítě jsou také snadný prostředek k získání nových přátel a na internetu se najde spousta jedinců, kteří hledají nové kontakty, touží sdílet informace a své znalosti. Obrovská výhoda komunikace prostřednictvím sociálních sítí je rovnocennost uživatelů – tím je myšleno, že uživatel nemusí být zatížen svým věkem, rasou, vzhledem, a jinými aspekty, které ho v reálném světě ovlivňují.

### **3.5 Rizika**

Sociální sítě bohužel nemají jen pozitiva. Někdy se může stát, že se k nám někteří lidé dostanou důvěrněji, než bychom si přáli. Neustálý vývoj technologií v poslední době nám znesnadňuje určit, kdo je pro nás neškodný. Nezáleží na tom, zda hovoříme o internetu či sociálních sítích, důležité je jen to, že se nejedná o fyzickou realitu. Ale i přesto se nám tento prostor stal do jisté míry pohodlným a málokdo v současném světě jej dnes nevyužívá. Internet a celkově nové technologie s ním spojené nepochybně převrátily svět – ale přes jejich nepopíratelné výhody a pozitivní vliv, mají i negativní stránku v podobě rizik.

#### **3.5.1 Rizika pro jednotlivce**

Ze snahy si najít na internetu přátele, známé, či kolegy z práce, jsou někteří uživatelé sociálních sítí ve svých profilech až moc sdílní a odhalují velké množství osobních údajů. Málokdo si dává záležet s nastavením ochrany osobních údajů a díky tomu se stávají snadným cílem pro krádeže takových citlivých informací.



Ztráta zábran neboli uvolněné chování 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>34</sup>

### 3.5.1.1 Kyberšikana

Kyberšikana je jakýsi poddruh klasické šikany, jenž se odehrává skrze virtuální realitu. Dala by charakterizovat jako účelné agresivní chování, ubližování, obtěžování, posmívání se a ponižování oběti. Kyberšikana se děje opakovaně a záměrně, stejně jako každá jiná šikana, a protože se odehrává jen ve virtuálním světě, zahrnuje v první řadě psychické násilí. Oběť neutrpí žádné fyzické rány jako v reálném světě, nicméně rány psychické jsou mnohem závažnější a léčí se velmi těžce. Po těchto útocích se oběť cítí bezvýznamně, opuštěně a především ponížene.

Z důvodu odehrávání této šikany v prostoru, který není reálný a zcela konkrétní, by se dalo říci, že oběti jsou kvůli tomu mnohem více pronásledovány, jelikož dnešní komunikační prostředky jsou používány na každém kroku a oběť může být šikanována 24 hodin denně.

Další výhoda agresora při využívání této formy šikany je držení si určitého odstupu od oběti. Kyberšikana může být anonymní, což by znamenalo, že by oběť nevěděla, kdo je jejím agresorem. Agresor se dokonce může vydávat za někoho jiného, nebo si dokonce vymyslet falešnou identitu, používat přezdívky.

---

<sup>34</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.

Právě kvůli těmto aspektům je tato šikana tak nebezpečná, nikdy totiž nevíme proti komu stojíme a nevíme kdy čekat další útoky. Velmi důležité je zmínit výzkumy provedené Univerzitou v Britské Kolumbii, které říkají, že až 95% případů kyberšikany je uskutečněno původně jako vtip.<sup>35</sup>

#### 3.5.1.1.1 Formy kyberšikany

Nejčastěji se setkáváme s těmito konkrétními způsoby, jakými k agresivnímu chování dochází:

- vydávání se za někoho jiného (agresor se vydává za oběť);
- vyloučení a ostrakizace (oběť je vyloučena ze skupiny, do které chtěla nebo měla patřit);
- 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 zastrašující sdělení, součástí může být i vydírání;
- 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.<sup>36</sup>

---

<sup>35</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>>.

<sup>36</sup> ČERNÁ, Alena a kol. *Kyberšikana: Průvodce novým fenoménem*, s. 24-31.

### 3.5.1.2 Kybergrooming

Kybergrooming je pojem označující vystupování uživatelů internetu, které má v oběti vyvolat důvěru a přemluvit ho ke schůzce, jejímž cílem je pohlavní zneužití.

#### 3.5.1.2.1 Kybersex

Kybersex je další formou komunikace v kyberprostoru. Neexistuje jeho jasná definice, ale lze říci, že se tak označuje komunikace na internetu za účelem sexuálního vzrušení. Do této skupiny můžeme tak zařadit i flirtování na ICQ, Skypu, chatovacích místnostech, atd.

### 3.5.1.3 Zveřejněná osobní data

Mnoho uživatelů sociálních sítí uvádí své osobní údaje – jméno, příjmení, telefonní číslo a především adresu, a myslí si, že jim nehrozí žádné nebezpečí. To jsou bohužel na omylu, jelikož pro různé online predátory není nic překážkou, aby si našli cestu až ke dveřím, kde oběť bydlí.

### 3.5.1.4 Závislost na sociálních sítích

Stejně jako existuje závislost na alkoholu, drogách, 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. Závislost na internetu není zatím oficiálně diagnostikována, ale spousta odborníků už jí uznává a dokonce se snaží najít způsob léčby.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> ECKERTOVÁ, Lenka a Daniel DOČEKAL. *Bezpečnost dětí na internetu: rádce zodpovědného rodiče*, s. 122.

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

- důležitost – příslušná aktivita na internetu se stala nejdůležitější činností 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, většinu času totiž jedinec tráví jen na internetu);
- změna nálady – pokud aktivita, na níž jsme závislí, právě nevykonáváme, mění se nám nálada – nejsme schopni se plně soustředit; po připojení na internet, cítíme najednou uvolnění, nebo naopak vzrušení;
- zvyšování tolerance – nutnost být na sociálních sítích čím dál víc, aby nás to těšilo a dostavil se příslušný efekt;
- abstinenční příznaky – po přerušení činnosti na sociálních sítích se dostávají nepříjemné psychické či fyzické pocity;
- konflikt – vzniká jak vnitřní konflikt (rozhodování se mezi internetem a jinou důležitější činností), tak mezilidský konflikt (zanedbávání blízkých lidí díky internetu a následné hádky);
- recidivy – rozumí se tomu opětovné návraty do dřívějších stavů vyvolaných činností, na níž jsme závislí, to znamená, že se při dalším kontaktu s předmětem naší závislosti dostaneme do již jednou zažívaného stavu podstatně rychleji než při prvním kontaktu.<sup>38</sup>

Nejvyšší riziko vzniku závislosti na internetu je u pubescentů a dospívajících, nýbrž dnešní generace tzv. digitálních uživatelů je s internetem těsně spojena, využívají ho k soukromým i studijním účelům. Pro dospívajícího je v dnešní době nepředstavitelné nebýt na Facebooku, internet už mívají i v chytrých telefonech. Z výzkumů vyplývá, že závislost na internetu má až 23% dospívajících v České Republice ve věku 12 až 15 let.<sup>39</sup>

<sup>38</sup> ŠMAHEL, D. *Psychologie a internet: Děti dospělými, dospělí dětmi*, s. 141-142.

<sup>39</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.

### 3.5.2 Rizika pro společnosti

Sociální sítě (např. Facebook) jsou úžasným prostředkem ke komunikaci s dlouhodobými i potencionálními zákazníky a může posloužit jako nástroj, prodeje, propagace, ale třeba i náboru nových zaměstnanců (např. LinkedIn). Firmám nehrozí nebezpečí úniku citlivých dat, jako jsou adresa a telefonní čísla, ale při sdílení informací se však společnost vystavuje jiným druhům rizika. Například negativní komentáře, které se mohou na stránce společnosti objevit, mohou někomu posloužit k rozvedení negativně zaměřené diskuze. Firma by se po takové zkušenosti měla zaměřit na toho, kdo takové informace šíří, a zjistit zda to není opakující se jev a především zjistit, zda se nejedná o někoho, kdo třeba nemá na hanění osobní zájem (může se jednat o bývalého zaměstnance, bývalého partnera atd.).

## 4 KYBERPROSTOR

### 4.1 Pojem „virtuální“ a virtuální realita

Význam slova virtuální, lze vnímat nejen v běžném smyslu, ale i ve smyslu filozofickém či ve spojitosti s informatikou. Věc obecně má dvě vlastnosti, může být skutečnou, anebo virtuální. Samotný pojem virtuální nelze ukotvit na časoprostorové souřadnici, nicméně virtuální je reálné, resp. vše, co je virtuální, existuje, aniž je to zde přítomno.<sup>40</sup>

V nejobecnějším pojetí za virtuální realitu lze považovat každé realizované prostředí zprostředkované počítačem. Jedná se o zcela nové uživatelské rozhraní, jež se snaží přiblížit počítačové prostředí skutečnosti, které našimi smysly lze zachytit. Čím více je uživatel do virtuální reality vtažen, zvyšuje pocit zakoušení skutečně reality. Virtuální realita poskytuje lidem zcela novou formu mezilidských vztahů, a to vztahy zprostředkované technikou.

### 4.2 Definice kyberprostoru

*„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>41</sup>*

William Gibson v roce 1984 termín kyberprostoru vyzdvihl v sci-fi románu *Neuromancer*. Pojem zde symbolizuje vesmír digitálních sítí, představující bitevní pole mezi nadnárodními společnostmi, hrozbu světových konfliktů i nové kulturní a ekonomické hranice. Román využívá kyberprostoru a zavádí tak tajné informační pevnosti chráněné softwarovými<sup>42</sup> valy, nebo ostrovy omývané oceány daty, které se obrovskou rychlostí vyměňují po celé planetě.

<sup>40</sup> LÉVY, P. *Kyberkultura*, s. 44-45.

<sup>41</sup> BARLOW, John P. *A Declaration of the Independence of Cyberspace* [online]. [cit. 2015-02-18]. Dostupné z www: <https://homes.eff.org/~barlow/>.

<sup>42</sup> Software (též programové vybavení) je v informatice sada všech počítačových programů používaných v počítači, které provádějí nějakou činnost.

Jen někteří stěžejní hrdinové jsou schopni fyzicky vstoupit a prožívat v prostoru nejrůznější dobrodružství. Tento kyberprostor využívá možnosti poznávání pohyblivé geografie informací. Terminologie byla okamžitě přejata tvůrci digitálních sítí a v neposlední řadě uživateli. Kyberprostor lze definovat jako civilizační schopnost tvorby informací, které se natolik rozmnožily, že jejich prostřednictvím jedinec vytváří virtuální (umělou) realitu. Jako produkt lidské civilizace vzniká kyberprostor, a to současně vedle přirozeného časoprostoru. Jedinec skrze svou tělesnou schránkou existuje v přirozeném světě a svým plným vědomím vstupuje do kyberprostoru. Realizace existence člověka v přirozeném světě se v digitální éře uskutečňuje na samé hranici virtuální reality, kyberprostoru a přirozeného světa.<sup>43</sup>

### 4.3 Disinhibice

Pojem disinhibice (angl. disinhibited environment) v komunikaci vyjadřuje odložení a ztrátu zábran, překonání nesmělosti, ostychu a plachosti, v krajních podobách lze hovořit o obcházení zákazů, jistou nezávaznost a odvázanost norem, kdy jedinci odhalují skryté emoce a přání. Vyzdvihují neobvyklé činy velkorysosti a laskavosti, což lze označit za příznivé. Disinhibované chování není vždy laskavé a ruku v ruce následuje tvrdá kritika, výhrůžky a vztek. Jedinci navštěvují tmavá místa internetu (zločiny, pornografie), která by v realitě neprozkoumali a tento směr lze označit za toxickou disinhibici.<sup>44</sup> Při on-line komunikaci se na disinhibici podílí několik hlavních faktorů:

#### 4.3.1 Anonymita

Anonymita (angl. anonymity) je v internetové komunikaci velmi častým a nepřekonatelným jevem. V současnosti není problém si zjistit e-mail člověka, místo jeho připojení, a tak ho úplně či částečně anonymity zbavit.

<sup>43</sup> LÉVY, P. *Kyberkultura*, s. 82-83.

<sup>44</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>.

Uživatelé vystupují mnohdy pod nepravými jmény, a to disinhibici zesiluje. Zároveň nemusí své chování ztotožňovat a spojovat do kontextu s tím, kdo i čím ve skutečnosti jsou. Pokud povolí průchod nepřátelským pocitům, vulgárnímu chování, nemusí za něj brát odpovědnost. Anonymita tak chrání a vytváří bezpečné podmínky vnějším projevům, či zapojení se do diskuze k vyslovení odvážných názorů atd. V anonymitě je projev smělejší, disinhibovaný a naše chování by se dalo nazvat jako „utržení z řetězu“.<sup>45</sup>

#### 4.3.2 Neviditelnost

Neviditelnost (angl. invisibility) – na sociálních sítích se uživatelé navzájem nemohou vidět. V současnosti jsou využívány různé způsoby, jak zůstat před ostatními uživateli neviditelnými. Pojmy anonymita, neviditelnost se sice překrývají, ale nejsou zcela jistě shodné, např. komunikace s přáteli a známými, pro které nejsme anonymní, ale v daný okamžik nejsme ani viditelní a ani slyšitelní. Tato neviditelnost disinhibici zesiluje. Výjimečný je příklad v oblasti psychoanalýzy, kdy psychoanalytik sedí za pacientem a to tak, že pacient nemá možnost pozorovat psychoanalytikovy reakce a pokud je pacient nevidí, volně se vyjadřuje o přáních, aniž by studoval reakce druhého člověka. Totéž lze sledovat i v mezilidských vztazích, kdy lidé odvrací od druhého jedince oči v případě, že mu říkají něco emočního, anebo citového.<sup>46</sup>

---

<sup>45</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>46</sup> Tamtéž.



### 4.3.3 Zpožděné reakce

Zpožděné reakce (angl. asynchronicity) jsou nedílnou součástí každé on-line komunikace, kdy jedinci spolu nekomunikují v reálném čase, ale čekají na odpověď minuty, hodiny, týdny i dny. Prodleva v odpovědích způsobuje a zesiluje disinhibici, příkladně každý člověk přemýšlí nad skutečností, jak by se vyjádřil, pokud by měl více času na promyšlení odpovědi.<sup>47</sup>

### 4.3.4 Solipsistická introjekce

Solipsistická<sup>48</sup> introjekce<sup>49</sup> (angl. solipsistic introjection) – významově svět kyberprostoru, ve kterém se odehrává naše komunikace, je jen v naší hlavě a vychází z nedostatku podnětů, jež jsou přítomny v komunikaci reálného světa. Při textové komunikaci je kontakt s druhou osobou pouze prostřednictvím monitoru. Pokud při čtení textu, zpráv, které nám osoba zasílá, vnímáme jeho hlas v naší hlavě a osoba, se kterou probíhá komunikace je vložena do naší psychiky, tak říkáme, že došlo k tzv. introjekci.<sup>50</sup>

### 4.3.5 Disociativní představivost

Disociativní představivost (angl. dissociative imagination) je nulová, žádná zodpovědnost. Někteří uživatelé internetu své internetové Já považují za postavu, vytvořenou v kyberprostoru, za někoho jiného, odlišného, tak proč za ni nést odpovědnost v reálném světě, čímž vše považují za hru, která má svůj konec pouhým vypnutím počítače.<sup>51</sup>

<sup>47</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>

<sup>48</sup> Solipsismus je přesvědčení, že vnější svět existuje jen v našem vědomí a jediná jistota je osobní zkušenost.

<sup>49</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>50</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>51</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-disinhibini-efekt>.

#### 4.3.6 Minimalizace statusu a autority

Minimalizace statusu a autority (angl. minimization of status and authority) – je další významnou odlišností v internetové komunikaci od reality světa. Příčinou zvýšení disinhibice je strach (zesměšnění, zamítnutí, nelibosti, nepochopení) lidí vyjádřit se svobodně ve skutečném světě před autoritativní osobou a jsou více formální. Díky komunikaci v kyberprostoru však cítí rovnocennou komunikaci a jsou schopni otevřeně mluvit i chovat se méně formálně.<sup>52</sup>

---

<sup>52</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

Díky internetu se lidstvu naskytl nový komunikační kanál, jehož největší a bez pochyby nedocenitelná výhoda je hlavně rychlost této komunikace. Internetová komunikace se dá definovat jako způsob dorozumívání se, ke kterému je nutné použít specifickou technologii.

### 5.2 Typy online komunikace

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

Komunikace na internetu se dělí na několik typů a jedním z nich je způsob komunikace, u kterého záleží jakou formou neboli médiem dochází k přenosu informací. Dělení tohoto typu se zaměřuje na to, které smysly jsou při způsobu komunikace využívány a můžeme je charakterizovat do čtyř oblastí:

- textový typ – momentálně pravděpodobně většina komunikace on-line – e-mail, „e-mailové konference“<sup>53</sup>, chaty,
- 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>54 55</sup>.

---

<sup>53</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>54</sup> Videokonference představuje moderní způsob multimediální komunikace umožňuje současný přenos zvuku, obrazu a dat mezi dvěma i více účastníky.

<sup>55</sup> ŠMAHEL, David. *Psychologie a internet: Děti dospělými, dospělí dětmi*, s. 101.

### 5.2.2 Synchronní a asynchronní

Online komunikaci, tedy komunikaci prostřednictvím internetu, lze dělit na synchronní a asynchronní. Za synchronní lze označit takovou, kdy komunikující strany musí být připojeny k internetu ve stejný okamžik a komunikují spolu ve stejnou dobu, v reálném čase nebo také online (např. chaty, diskusní skupiny apod.).<sup>56</sup>

Za asynchronní komunikaci lze označit takovou, kdy není vyžadované současné online připojení a komunikační strany si obvykle vyzvednou zprávu až poté, co se bezpečně připojí k internetu (např. email, emailové konference, webové nástěnky apod.).<sup>57</sup>

Toto dělení však není většinou skritní. Ve většině případů je možné příslušný nástroj zařadit oběma typům, novější nástroje komunikace jsou univerzální a umožňují použití všech typů komunikace. Například v programu ICQ<sup>58</sup>, kde je možné komunikovat synchronně i asynchronně a zároveň komunikovat pomocí textu, zvuku i obrazu, což pak záleží na volbě uživatele, který způsob komunikace preferuje.

## 5.3 Specifické rysy komunikace v prostředí internet

### 5.3.1 Multiplicita: komunikace s více lidmi najednou

Multiplicitou lze označit komunikaci s více lidmi najednou a tato výhoda předstihla disinhibiční výhody (anonymitu i svobodu vyjadřování). Široká řada uživatelů komunikačních prostředí preferuje, vyhledává tak komunikaci s více lidmi najednou, využívají chatu i se šesti lidmi najednou a k tomu lze mít

---

<sup>56</sup> ŠMAHEL, David. *Psychologie a internet: Děti dospělými, dospělí dětmi*, s. 102.

<sup>57</sup> ŠMAHEL, David. *Psychologie a internet: Děti dospělými, dospělí dětmi*, s. 102.

<sup>58</sup> ICQ, celým názvem I Seek You, je volně dostupný program umožňující komunikaci mezi uživateli v reálném čase.

otevřeno okno ICQ (nebo i několik oken). O nových došlých zprávách jsou informováni zvukovým znamením, anebo blikajícím jménem na spodní liště obrazovky atd.

### 5.3.2 Okamžikost komunikování a výhoda času na rozmyšlenou

Využitím nových technologií při komunikování lze vnímat psychologický tlak na okamžikost. Týká se i očekávání, která jsou spojena s odezvou na SMS, prozvonění mobilním telefonem. Technologie mění způsoby komunikování a vytváří tlak na zkrácení časové lhůty mezi obdržetím zprávy a odpovědí. Očekávaná bezprostřední reakce je vyžadována ihned, a tím dochází k produkci řady neodkládaných zpráv, z nichž je možné rozpoznat spěch (překlepy, slovosled).

Současně se komunikující nechtějí vzdát výhody na rozmyšlení a svobodného pozdržení odpovědi (angl. *delayed response*), tím dochází k paradoxní koexistenci dvou tendencí (obě vyhovují komunikačním potřebám člověka). Ve virtuálním prostředí se toleruje delší latence<sup>59</sup> mezi sdělením a odpovědí, než v prostředí reálném.

### 5.3.3 Povrchnost

V současnosti stále přežívá význam internetového komunikování za povrchnější, než komunikace tváří v tvář. Čím delší dobu stráví člověk na internetu, obeznámí se s možností, tím se změní tento názor na povrchnost virtuálního prostředí v méně častý. Povrchnost a multiplicita spolu úzce souvisí. Multiplicitně komunikující adolescenti preferují zároveň virtuální komunikaci (jako nepovrchní) a opačně.

---

<sup>59</sup> Latence vyjadřuje v dálkové komunikaci zpoždění signálu.

#### 5.3.4 Potřeba sdružovat se

Ke specifikům internetové komunikace patří nesporný fakt, že v případě osobních potíží se virtuální prostředí stává bezpečnější pro intimní svěřením, což dokládají různé diskuze s detaily ze života, rodinných vztahů, nemoci atd. Komunikace o závažných problémech uživatelům přináší úlevu a hledají někoho, s kým by se mohli podělit a sdílet své trápení, zažít pocit pochopení a neodsouzení, objevují zde podporu, zájem i podobu lásky.

V současnosti se často lze setkat se stránkami, oslovující specifické uživatele internetu, např. rodiče handicapovaných dětí, onkologické pacienty, či oběti domácího násilí atd. Sdělením životního příběhu, cítí sounáležitost s lidmi, kteří prožívají stejné problémy, neboť kdo jiný by je mohl snadněji pochopit, než člověk s obdobnou zkušeností.

### 5.4 Jazykové proměny

Jazyk, jako hlavní prostředek komunikace, prochází v internetové komunikaci změnami různého charakteru, např. kompozičními, syntaktickými, sémantickými, stylistickými i gramatickými atd.<sup>60</sup>

#### 5.4.1 Zjednodušené a záměrné deformované vyjadřování

Zjednodušené sdělování poznamenává jazyk syntakticky i sémanticky, kompozičně a stylově. Většinu jazykových proměn lze vysvětlit úsporou času, zrychlením výměny informací i odklonem od jazykové krásy směrem ke komunikační utilitárnosti. Pokud se ale zkusíme zamyslet nad hlubšími psychologickými příčinami a souvislostmi, jak vlastně dochází ke zprimitivnění jazyka, můžeme předpokládat, že asi takto:

---

<sup>60</sup> KOPECKÝ, K. *Moderní trendy v elektronické komunikaci*, s. 59.

- účastníci reagují bez promýšlení, bez korektur a píšou velmi rychle;
- účastníci si vyvíjejí společný jazyk s omezenou slovní zásobou, který jim sice stačí, a v tomto ohledu ovlivňují jeden druhého;
- pokud mají komunikující nedostatečnou kultivovanou slovní zásobu.<sup>61</sup>

Při hledání dalších příčin a souvislostí jak dochází ke zjednodušení a degradování jazyka, lze předpokládat, že k ochuzování dochází, když se internetem šíří deformování pravopisu typu - tlaxate wo nicem, xce to atd. Důvod je rychlost, nový pravopis je rychlejší ( „x“ oproti „ch“ znamená použití jednoho úhozu místo úhozů dvou), respektuje vynechávání háčeků, čárek a urychluje tak komunikaci z klávesnic, které nemají tyto znaky a hlásky předepsány atd. Důležitou roli zde hraje i odpor ke konvenci.<sup>62</sup>

Často se vyskytující výrazy v prostředí internetové komunikace lze označit za internetismy. Médium si buduje svůj organismus, jazyk i strukturu (v realitě to obvykle dělají uživatelé). Mezi internetismy patří akronymy. Zahrnují zkratky slov a vět, jejichž prostřednictvím se chce komunikátor v rámci internetové komunikace vyjádřit. Akronymy jsou často využívány k projevení emocí a pocitů, na rozdíl od zmíněných, emotikony slouží za prostá sdělení. Poprvé byly využívány v angličtině, a i dnes jsou velmi rozšířené, spadají do neformální části, a tudíž také z ní vycházejí i v českém prostředí. Na českých chatech vznikají české varianty akronymů, např. ILY (I love you – miluji Tě), LOL (Laughing out loudly – směji se nahlas), ATB (All the best – všechno nejlepší). Dochází ke zkracování ustálených sousloví, např. ASAP (as soon as possible – doslovně: tak rychle, jak je to možné).

---

<sup>61</sup> VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*, s. 281.

<sup>62</sup> VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*, s. 281.

Zkracování vět a slov se rozšířilo i při psaní textových zpráv. Je patrné, že se internetová a SMS-komunikace ovlivňují. Pro ukázkou je tu SMS 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.*“ – v této textové zprávě je jen 8 slov, která jsou podtržena. Ve zmíněné SMS 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>63</sup>

Mezi další specifické rysy internetové komunikace v prostředí webového chatu patří vynechávání diakritiky. V psaném jazyce, mimice, gestice odpovídá interpunkce, volba typu písma, grafickému rozvržení textu.<sup>108</sup> Zvláštní podobu mají také věty (repliky) komunikujících s užitím nových slovních tvarů, které jsou krátké, s narušeným slovosledem a neukončené. Replika obvykle začíná malým písmenem a v podstatě vymizelo užívání interpunkční tečky pro ukončení věty. V případě ukončení repliky, využívá se často vykřičník, otazník a pro otevřenost repliky také tři tečky. U rozsáhlejších replik (co do obsahu) je obvyklá absence jakéhokoli interpunkčního znaménka. Kladení interpunkčních znamének je subjektivní záležitostí.<sup>64</sup>

Internetové komunikaci v prostředí webového chatu chybí nonverbální komunikace, prozodické prostředky řeči (důraz, barva hlasu a tempo řeči) i paraverbální prostředky (hlasitost řeči, dlouhé pauzy), jež se dají mírně nahradit. A právě k tomuto účelu slouží repliky, ve kterých alternují velká a malá písmena, slouží k různým konotacím, např. zvýšení hlasu, rozčlenění, křičení, apel, výčitka, ale i radostný výkřik atd. Pokud uživatel chatu zveřejňuje repliky psané celkově velkými písmeny, na tento fakt může být upozorněn ostatními uživateli. V případě, že nedojde k nápravě, uživatel může být z chatující místnosti, z důvodu porušení netikety (viz. 6.), vyhozen.

<sup>63</sup> VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*, s. 281-282.

<sup>64</sup> KRAUS, Jiří. *Jazyk v proměnách komunikačních médiích*, s. 13.



S psaním velkým písmen v replikách úzce souvisí iterace, neboli dloužení znaků. Tento specifický rys internetové komunikace v prostředí webového chatu vystihuje výslovnost, znázorňuje zvukovou realizaci výpovědi (důraz a intonaci repliky). Iterace se vyskytuje pravidelně, tak i nepravidelně, obvykle v pozdravech, citoslovcích. *„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>65</sup>

Další specifikací v internetové komunikaci je slang. Je podstatou je originalita, jazyková hra, vynalézavost, neobvyklý a nápaditý výraz se sklonem k vtipu. Jde o tvoření na základě metafory. Jazyk slangu je neformální, uvolněný a představuje možnosti pro tvorbu nových slov a trefných spojení. Mezi frekventovaný termín patří slovo lama. V českém prostředí se výrazu lama rozumí osoba, která je označována jako začátečník, anebo uživatel obtěžující zkušenější uživatele svými začátečnickými dotazy.

#### 5.4.2 Šifrování emocí a neverbální sdělování

Slovní sdělení v síti při neformální interakci bývají doprovázena také dohodnutými značkami, jež zaznamenávají emoční rozpoložení účastníka, či mají úmysl způsobit u příjemce něco (zpravidla emočního), např. obveselit ho, pozlobit atd. Existuje soubor těchto šifer prozrazující potřebu komunikovat a sdělit nevyslovitelné. Softwarové prostředí určené k chatování nabízí i tzv. obrázkové smajlíky, a to k vyjádření neverbálního obsahu, sdělení emočního a vztahového obsahu ihned. Okamžikost komunikace také patří ke klíčovým a stěžejním znakům internetové komunikace. Smajlíky, či emotikony (ikony pro

---

<sup>65</sup> JANDOVÁ, Eva. *Čeština na WWW chatu*, s. 35-36.

emoce) rozšiřují komplexnost slovního sdělování dvou neviditelných osob. V budoucí prognóze lze očekávat přenos i obrazových dat (např. snímání obličeje komunikujících). Vidění komunikujícího při komunikaci (jak se tváří) patří k dosud postrádaným potřebám.

Přehled některých používaných emotikon, tzv. smajlíků:

:-) úsměv

:-( smutek, smůla

O:-) tzv. andílek (říkáme tím, že za nic nemůžeme)

;-) tzv. mrknutí

:´-( pláč

:-P vyplazený jazyk

[O!O] překvapení, “to valíš oči”.

Existují dva typy emotikon. Profesně staršími jsou textové emotikony, které „vznikají kombinací různých znaků tzv. ASCII (*The American Standard Code of Information Interchange*)<sup>66</sup> tabulky, se používají v rámci počítačové a mobilní komunikace.“<sup>67</sup> Druhým typem jsou emotikony grafické, obrázkové. Jejich používání je pro chatujícího jednodušší a jsou animované, kreslené. Výhodou je, že nevyžadují zadání pomocí znaků, ale stačí na zvoleného smajlíka kliknout a do repliky bude zasazen. List výběru emotikon v prostředí chatu lze zvolit podle vlastních preferencí, či smajlíky postupně zaměňovat.

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

Internet je světem paralelismu, souběhů dat a faktů i letopočtů, který směrově ruší cit pro chronologii, anebo ho dokonce i zcela převrátí. Příkladem jsou tzv. diskusní fóra, zde jsou příspěvky řazeny chronologicky, tedy tak jak za

<sup>66</sup> JANDOVÁ, Eva. *Čeština na WWW chatu*, s. 36-37.

<sup>67</sup> KOPECKÝ, K.: *Moderní trendy v elektronické komunikaci*, s. 59.

sebou přicházejí. V případě diskusí postup je paradoxně odzadu, tedy nejdříve ten příspěvek, jenž je posledním. Uplatňuje se zde preference nejnovějšího. Poslední se tedy stává předním sdělením a prvním před ostatními má přednost. Od nejnovějšího příspěvku jsou vždy řazeny databáze, archivované články, atd. Účelové řazení má cíleně poznamenat hierarchizaci významnosti v naší mysli.<sup>68</sup>

## 5.5 Vliv internetu na komunikaci

Na lidskou komunikaci má internet kladný i negativní vliv. Kladům lze přičíst především rychlost i možnost předávat i graficky náročná data, tedy kopírovat, dobírat se informačních zdrojů, nebo se dělit o poznání a sdílet jej. K negativním vlivům je možné zařadit dopady „na kvalitu řeči a myšlení (ochuzování slovní zásoby, anglismy a expanze počítačové terminologie atd.), životní styl, zdravotní a psychický stav (závislost)“.<sup>69</sup>

---

<sup>68</sup> VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*, s. 283-284.

<sup>69</sup> VYBÍRAL, Z. *Psychologie lidské komunikace*, s. 151.

## 6 ETIKA INTERNETOVÉ KOMUNIKACE

Netiketou „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>70</sup> Etika internetové komunikace je snahou mnoha lidí o ustanovení mravnostních norem chování na internetu a tyto normy ve svém důsledku by měly být pro většinu uživatelů přínosem.

Jedny z nejčastěji uváděných pravidel komunikace jsou:

- “1. Pamatuj si, že jsi člověk.
2. Drž se na internetu stejných norem jako v reálném světě.
3. Víš, kde se v kyberprostoru právě nacházíš.
4. Respektuj čas druhých.
5. Působ na druhé vždy nejlepším dojmem.
6. Poděl se s druhými o odborné znalosti.
7. Pomáhej udržet ohnivé diskuze pod kontrolou.
8. Respektuj soukromí druhých.
9. Nezneužívej své moci.
10. Odpouštěj druhým jejich chyby.“<sup>71</sup>

Tolerance a shovívavost je nezbytným předpokladem dobrých mravů a při zjištění chyby, je společensky přijatelné popřemýšlet, než ihned zareagovat. Disponovat dobrými mravy nepovoluje opravovat ostatní.

<sup>70</sup> POLÁKOVÁ, E., L. SPÁLOVÁ a E. HÖFLEROVÁ. *Efektivní sociálně- mediální komunikace*. S. 171.

<sup>71</sup> SHEA, Virginia. *Core Rules of Netiquette*. Educom Review. 1994, roč. 29, č. 5. Dostupné z: <http://net.educause.edu/apps/et/review/reviewArticles/29558.html>

## 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 následující části jsem se zaměřila na druhý ústřední pojem této práce a tím jsou sociální sítě, kde jsem věnovala pozornost jejich celkové historii, představila čtenáři nejznámější v celospolečenském měřítku, a především vyzdvihla jejich přínosy i rizika. Kyberprostor a virtuální realita jsou mnohdy z nejčastěji užívaných pojmů v oblasti nových informačních a komunikačních technologií, a z toho důvodu jim byla věnována další část této práce. V kapitole internetové komunikace byla pozornost upřena zejména specifickým rysům této mezilidské komunikace, které se rozvinuly do problematiky proměny jazyka. V této konkrétní pasáži bylo ukázáno, jak se náš jazyk ochuzuje a degraduje používáním sociálních sítí ke komunikaci s druhým jedincem. Poslední úsek pojednával o tzv. netiketě, kde se čtenář mohl dozvědět, jak by se měl správně chovat ve virtuálním prostředí, pokud zrovna komunikuje s druhým člověkem.

Ve své práci jsem usilovala především o seznámení čtenáře s problematikou ústředních pojmů (komunikace – sociální sítě – kyberprostor), a na základě získaných vědomostí a znalostí z těchto částí, by nyní měl čtenář dokázat o těchto pojmem polemizovat.

V současné době, době moderních komunikačních technologií, je podstatné vyzdvihnout enormní množství pozitiv sociálních sítí používaných ke komunikaci, jelikož dosud stále podstatná část lidstva tyto technologie z různých důvodů odmítá. Jak již bylo zmíněno v této práci, tak za jednu z důležitých

zmínek stojí právě rychlost internetové komunikace. Během pár desítek minut jsme schopni vyřídit či vyřešit různé životní, nebo profesní situace, které by například korespondenční formou trvalo až několik dní. Vedle rychlosti je stejně důležitá také možnost rozhodnout se, zda chceme příchozí informaci přijmout či nikoliv. Další pozitivem této moderní komunikace je její multiplicita – schopnost komunikovat s více lidmi najednou. To v reálném světě není možné, a proto je to velmi silný argument do oblasti výhod moderní komunikace.

Tímto pozitiva samozřejmě nekončí, je jich spousta, ale spíše negativa této problematiky jsou spojená s naším hlavním problémem této práce, a to je role sociálních sítí v komunikaci. Nejedná se jen o rizika a stinné stránky, o kterých bychom ale měli být informováni, a svoje zkušenosti v rámci možností včas předávat ostatním jako prevenci. Jedná se především o jazyk, jakým uživatelé komunikují na sociálních sítích a především jakým způsobem. Tento problém je aktuální hlavně u mladistvých, kteří tráví v podstatě všechn svůj volný čas online. Myslím si, že toto je velmi choulostivé téma, na které má každý jedinec svůj subjektivní názor. Já jsem například jedna z těch lidí, kteří používají sociální sítě ke komunikaci v podstatě neustále a nepoužívám zkratky slov, ani nevynechávám diakritiku, ani jiné druhy degradování jazyka. Tyto fenomény využívám jak v osobním životě, tak v profesním a to snad ze všech důvodů, o kterých jsme si říkali. Jsem si vědoma, že kolem nás je nemalé množství rizik spojené se sociálními sítěmi, ale za těch několik let, co se považuji za internetového uživatele, jsem se doposud nesečkala s nějakou formou šikany na mou osobu nebo v mém okolí. Zastávám názor, že virtuální svět nemá negativní dopad na společenský život člověka. Sociální sítě se dají považovat jakýmsi nástrojem pro snadnější život a pokud je člověk opatrný, především ohledně zabezpečení svého účtu, a má tzv. selský rozum, měl by čerpat výhody těchto služeb a držet se dál o jejich negativ.

Je samozřejmé, že je zde nutnost stanovit pevná pravidla, jak daleko si je můžeme připustit do našeho reálného života, aby nám neuškodily. Můžou nás lehce stáhnout do jejich virtuálního světa, kde se necháme unést svou virtuální identitou. Zásadní princip spočívá ve vlastní sebe prezentaci, a proto není žádným překvapením, že si většina uživatelů vytváří na sociálních sítích své lepší já. Je důležité, abychom toto nedopustili a zůstali jsme sami sebou.

Zatím se můžeme jen domnívat, 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 kdykoliv, a jak jsme se dozvěděli, ani nízký věk nebrání registraci nového účtu. Rozvoj těchto nových komunikačních prostředků se vyvíjí neskutečnou rychlostí, a proto by bylo vhodné, kdyby se více mluvilo o jejich nástrahách a dalo se jím vyhnout.

Po zpracování práce jsem v sobě našla vděčnost, že jsem si zvolila toto téma, ke kterému mám tak blízko, a které je zejména velmi aktuální v dnešním dění. Nejen, že jsem se dozvěděla spoustu nových informací, o kterých jsem doposud neměla tušení, ale s nemalým množstvím informací jsem se dokázala ztotožnit. Moje práce by se mohla použít také jako návod pro začátečníky sociálních sítí, připravit je na různá rizika, aby mohli dopředu vědět co očekávat. Zajisté může přinést i nové informace těm, kteří jsou již v jejich prostředí zbláhli, 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: prosadte se na facebooku a twitteru*. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3320-0.

BEDNAŘÍK, P., J. JIRÁK a B. KÖPPLOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3028-8.

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

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

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

ČERNÁ, A., L. DĚDKOVÁ, H. MACHÁČKOVÁ, A. ŠEVÍČKOVÁ a D. ŠMAHEL. *Kyberšikana: Průvodce novým fenoménem*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-210-6374-7.

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

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



DEFLEUR, Melvin L. a Sandra J. BALL-ROKEACH. *Teorie masové komunikace*. Praha: Karolinum, 1996. ISBN 80-7184-099-8.

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

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

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

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

JANDOVÁ, Eva. *Spisovnost a nespisovnost v komunikaci na chatu*. in. 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*. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4.

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

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

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

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

KOMÁRKOVÁ, R., I. SLAMĚNÍK a J. VÝROST. *Aplikovaná sociální psychologie III: sociálně psychologický výcvik*. Praha: Grada, 2001. ISBN 80-247-0180-4.

KOPECKÝ, Kamil. *Moderní trendy v elektronické komunikaci*. Olomouc: HANEX, 2007. ISBN 978-80-85783-78-0.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

POLÁKOVÁ, E., L. SPÁLOVÁ a E. HÖFLEROVÁ. *Efektivní sociálně-mediální komunikace*. Ostrava: Ostravská univerzita, 2008. ISBN 978-80-7368-567-6.

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

ROGERS, Vanessa. *Kyberšikana: pracovní materiály pro učitele a žáky i studenty*. Praha: Portál, 2012. ISBN 978-80-7367-984-2.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ŽEMLIČKA, Martin. *E-mail, chat, sms: praktický průvodce elektronickou komunikací*. Brno: Computer Press, 2003. 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/psychologi/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].

*Copyblogger* [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/metodicke-materialy/Stranky/Publikace-Rizika-internetov%C3%A9-komunikace.aspx>.

KOPECKÝ, Kamil a Veronika KOVÁŘOVÁ. 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-disinhibicni-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\(2009-11\)/EUKidsOnlineIIReports/Final%20report.pdf](http://www.lse.ac.uk/media%40lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20(2009-11)/EUKidsOnlineIIReports/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.

Twitter [online]. [cit. 2015-03-09]. Dostupné z: <http://www.twitter.com>.



## **9 RESUMÉ**

The aim of the thesis was to show a comprehensive idea of communication in the background of new technologies. My attention was focused on the area of social networks and their influence on our interpersonal communication.

In the first chapter I tried to define the term of communication and I summarized not only the species of communication but also considered closely related concepts such as social and media communication. In the next section I pointed on the issue of social networking. Here I focused on their history and summarized the most famous examples of this phenomenon. I have divided its benefits and risks into several subsections. In the next chapter I dealt with cyberspace and virtual identity. In the part of Internet communication, I was most concerned on the specific features of communication. The last part of the thesis is called Netiquette and it focuses on the topic which is connected to a reader. The reader can learn how he or she should behave properly in a virtual environment during his or her communication with another person.