

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Katedra ekonomie a managementu

Psychologické aspekty komunikace na internetu

Diplomová práce

Autor: Lukáš Faltýnek
Informační management

Vedoucí práce: PhDr. Zbyněk Vybíral, Ph.D.

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci zpracoval samostatně a s použitím uvedené literatury.

V Hradci Králové dne 2. května 2002

Lukáš Faltýnek

Poděkování:

Na tomto místě bych rád poděkoval vedoucímu mé diplomové práce, PhDr. Zbyňku Vybíralovi, Ph.D. za odbornou pomoc, cenné rady a podněty. Můj vděk patří i Petru Študentovi za mistrné zpracování on-line dotazníku. Všem respondentům za jejich cenný čas, který mi při vyplňování dotazníků a dodatečných otázkách věnovali. Manželce Gabriele a svým rodičům za jejich duševní podporu a trpělivost.

Anotace:

Zpracovaná diplomová práce se věnuje komunikaci po internetu a jejím některým psychologickým aspektům. Práce je rozdělena do dvou hlavních částí. Části teoretické a části praktické.

V teoretické části se práce zabývá nejprve kyberprostorem jako prostředím, do něhož prostředí internetu patří. Poté se věnuje základním psychologickým aspektům komunikace v kyberprostoru. Dále vymezuje jednotlivé prostředky a prostředí komunikace na internetu. A nakonec se věnuje identitě komunikujících a etice komunikace.

V praktické části výzkum dává odpovědi na tyto otázky: V jakých jednotlivých prostředích uživatelé internetu komunikují a co je k jejich používání vede? Za jakým účelem jednotliví uživatelé na internetu komunikují? Jaké pro ně internetová komunikace přináší výhody a jaké nevýhody? Co uživatele na internetové komunikaci přitahuje? Nakolik jsou při této komunikaci druhým otevřeni? Co pro ně znamená fakt, že je ve většině případů jiní uživatelé nevidí a že oni je také nevidí? Jak se dívají na možnost utajení, kterou jim i ostatním internet nabízí? Nakolik je z jejich pohledu změna identity morální? A jaké důvody je, ale i ostatní, ke změně identity vedou?

Jak praktická, tak teoretická část práce může sloužit jako zdroj informací všem, kteří se o komunikaci na internetu zajímají. A dále i jako inspirace těm, kteří tuto oblast komunikace zkoumají.

Psychological Aspects of Communication on Internet

Annotation:

This thesis is about communication on internet and about psychological aspects of this kind of communication. The thesis is divided into two main parts - theoretical part and practical one.

Theoretical part is dealing with cyberspace. This cyberspace is meant as the environment where internet belongs. There is also focus on describing basic psychological aspects of communication in cyberspace. It defines the individual instruments and area of internet communication. The end of theoretical part is dedicated to the identity of speakers and to ethics of internet communication.

The practical part is trying to find answers on these questions: Which kind of cyberspace is mostly used by speakers on internet and why they choose one or another? What is the purpose of their communication this way? Which advantages and disadvantages brings this communication to individual users? What attracts the users of internet communication? How straight are users of internet in communicating with others? What means the fact that people using internet don't see each other? How do they look on possibility of changing identity of themselves on internet? How much is change of their identity moral according to their meaning? What reasons internet users have for changing of their own identity and what are reasons of the others?

Both parts, theoretical and practical, can be used as source of information for everybody who is interested in this kind of communication. It may be also inspiration for those who explore this communication.

Obsah

I. TEORETICKÁ ČÁST

1	Úvod	1
2	Reálný svět, kyberprostor a internet	2
2.1	Úvod	2
2.2	Historie a stručné přiblížení kyberprostoru	3
2.3	Vztah mezi kyberprostorem a internetem	6
2.4	ARPANET, předchůdce internetu	7
2.5	Historie internetu v České republice	8
2.6	Internet v číslech	8
3	Základní psychologické aspekty komunikace v kyberprostoru.....	10
3.1	Obecné schéma komunikačního aktu v kyberprostoru	10
3.2	Zjevné odlišnosti kyberprostoru od reálného světa.....	12
3.3	Nepříliš zjevné odlišnosti kyberprostoru od reálného světa.....	15
3.4	Disinhibition Efekt.....	16
4	Prostředky a prostředí komunikace na internetu.....	21
4.1	Úvod	21
4.2	Prostředky komunikace	21
4.3	Prostředí komunikace.....	26
5	Jednotlivá komunikační prostředí	30
5.1	Prostředí elektronické pošty	30
5.2	Talk, ICQ	32
5.3	Prostředí audio-video přenosu	34
5.4	Elektronické konference, diskusní skupiny	34
5.5	BBS	35
5.6	Domovské stránky	36

5.7	Chat.....	37
5.8	MUD, MOO.....	37
5.9	Grafický chat	38
6	Anonymita a internet	39
6.1	Úvod	39
6.2	Míra anonymity	39
7	Etika internetové komunikace	43
 II. PRAKTICKÁ ČÁST		
8	Výzkum psychologických aspektů komunikace na internetu	45
8.1	Předmět výzkumu.....	45
8.2	Cíle výzkumu	45
8.3	Volba relevantní populace	45
8.4	Použitá metodologie	46
8.5	Zdroje dat	46
8.6	Analýza jednotlivých otázek	47
8.7	Diskuse k výsledkům výzkumu	105
8.8	Shrnutí výsledků výzkumu	111
9	Závěry a doporučení	113
	Seznam použité literatury	114
	Přílohy.....	117

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 Úvod

Ač se ještě před několika lety zdálo, že komunikace přes internet je vyhrazena jen úzkému okruhu vyvolených, dnes se tato možnost nabízí i široké veřejnosti. Pro mnoho lidí se dokonce stává nezbytností, ať už v jejich profesním, či osobním životě. Ti, kteří dnes ještě internet nevyužívají, či o jeho užívání ani neuvažují, v brzké budoucnosti se bez něho neobejdou. Zaměstnavatelé, školy, přátelé je k tomu nasměrují.

Přestože je důležitost komunikace na internetu zřejmá, nezdá se, že by se jí samotné dostávalo velké pozornosti. Ano, pozornost se dostává internetu, uživatelé vědí, jak se k němu připojit, jak spustit elektronickou poštu, chat, začít komunikaci, skončit komunikaci, ale mnoho, především nových uživatelů, už netuší, jak správně komunikovat. Plně si neuvědomují a neznají psychologické aspekty této komunikace. Nevědí, jak správně interpretovat chování a sdělení osoby, s kterou komunikují. Nevědí, jak je vnímá osoba, s níž komunikují. Nevědí, jak pohlížet na možnost anonymity a snadné změny identity, kterou internet nabízí. Nevědí, nakolik jsou osoby, s kterými komunikují, věrohodné. Neznají, co uživatele internetu k jeho užívání motivuje, jaká je jejich motivace k zasílání příspěvků... Otázek v každém současném i budoucím uživateli internetu dřímá mnoho. Bohužel prací, které se touto tematikou zabývají, je v současnosti v České republice neúměrně málo. Proto jsem se rozhodl ve své diplomové práci této problematice věnovat. Shrnout a utřídit současné poznatky, zkategorizovat jednotlivá komunikační prostředí, a na závěr provést výzkum, který by byl pro tuto tematiku přínosem.

Jsem si vědom značné rozsáhlosti této problematiky, a proto bych upozornil, že tato práce nebude a nemá být úplným shrnutím a přehledem všech dosavadních poznatků, ale pouze těch, o nichž se domnívám, že pro čtenáře mohou být největším přínosem.

2 Reálný svět, kyberprostor a internet

2.1 Úvod

Abychom mohli pojednat o komunikaci na internetu, je důležité nejprve provést správné začlenění. Říci si o tom, k jakému prostředí se váže a v čem je toto prostředí jiné než prostředí reálného světa, v němž den co den komunikujeme a které nám je vlastní.

Komunikací v reálném světě, s níž v následujícím textu budeme internetovou komunikaci porovnávat, myslíme komunikaci ve světě skutečně existujícím, ve světě, na nějž jsme zvyklí a v němž komunikujeme tradičními prostředky.

Komunikací v kyberprostoru¹ (angl. cyberspace), do něhož spadá i internet, myslíme komunikaci odehrávající se mimo náš reálný svět. Komunikaci uvnitř něčeho fyzicky nehmatatelného, kam je naše fyzická bytost transformována a kde se až poté komunikace odehrává.

Protože kyberprostor je pojmem relativně mladým, avšak mnoha badateli² na poli internetové komunikace hojně užívaným, ani já se jeho použití neubráním. Taktéž uvádět komunikaci po internetu bez vztahu ke kyberprostoru mi nepřipadá vhodné, když v zahraničí se to v mnoha případech děje. U nás se však v literatuře tento pojem příliš neobjevuje, proto bych se ho v této kapitole pokusil vysvětlit a uvedl jej do vztahu k internetu.

¹ Slovo cyberspace jako kyberprostor přeložil v románu Neuromancer v roce 1992, spisovatel a publicista O. Neff.

² Například: Reid (1994), Suler (1998), Reymers K (1998), Donath (1996), Abelson (1998), Hagerty (2000), Rheingold H (1996)

2.2 Historie a stručné přiblížení kyberprostoru

„Kyberprostor. Sdílená halucinace každý den pociťovaná miliardami oprávněných operátorů všech národů, dětmi, které se učí základům matematiky... Grafická reprezentace dat abstrahovaných z bank všech počítačů lidského systému. Nedomyslitelná komplexnost. Linie světla seřazené v neprostoru mysli, shluky a souhvězdí dat. Jako světla města, ustupující ... „

(William Gibson, 1992, s. 46-47)

Pojem kyberprostor se na veřejnosti objevil poprvé v roce 1984 v díle kyberpunkového spisovatele Williama Gibsona, *Neuromancer* (1992). Gibson jeho prostřednictvím světu představil vizi globální počítačové sítě, která propojuje všechny lidi, stroje a světové informační zdroje. K této síti v Gibsonově podání jsou lidé připojováni prostřednictvím nervového rozhraní, které v ní umožňuje pohyb. Tam pak uživatelé pracují s daty a informacemi. A to je důležité. Ne samotný fakt vize celosvětové sítě, která se již v té době rodila pod názvem ARPANET a z níž se pak vyvinul internet, ale samotný fakt, že v této síti se tvoří a formuje nový prostor, tzv. kyberprostor.

V návaznosti na Gibsonův román začali mnozí další spisovatelé umisťovat své hrdiny do kyberprostoru, virtuálního světa žijícího svým vlastním životem. Tam si hrdinové na sebe brali různé podoby, budovali vlastní světy a sdružovali se do komunit.

Dnes se této představě přibližují technologie virtuální reality, které nám pomocí přídavných senzorických zařízení umožňují právě takové virtuální světy graficky modelovat a do nich vstupovat. Za použití speciálních senzorických obleků jsme dnes schopni stát se kým chceme a dělat věci, po nichž toužíme. Bohužel technologie virtuální reality jsou v současnosti ještě stále velmi finančně nákladné, a tak jde stále o něco, s čím se počítá teprve pro budoucnost.

V roce 1984 však technologie virtuální reality ještě neexistovaly. Jak jsme ale již zmínili, na světě byl ARPANET, a proto se s ním termín kyberprostor začal ztotožňovat. V provozu byl E-mail, USENET a na svět začínaly přicházet první BBS. Reálně se formoval virtuální svět, i když velmi barvitý pojem kyberprostor v Gibsonově podání k němu měl dost daleko, svou podstatou virtuální svět vystihoval. Říkal nám, že virtuální svět je jakýmsi kybernetickým prostorem.

Uživatelé počítačových sítí si začali uvědomovat, co si mohli již dříve uvědomit uživatelé telefonických přístrojů u telefonní sítě. Počítačová síť není pouze směsicí vhodně zapojených počítačů a síťových zařízení sloužících k přenosu dat od uživatele k uživateli, ale je to něco víc. Stejně jako telefonní síť, na níž Bruce Sterling (1993) kyberprostor přiblížil. Píše: *„Kyberprostor je „místo“, kde se telefonní hovory stávají běžnými. Není to uvnitř tvého telefonu, plastickém zařízení na tvém stole. Není to uvnitř telefonu druhého účastníka, v jiném městě. Je to místo mezi telefony. Nedefinovatelné místo kdesi venku, kdesi tam, kde se dvě lidské bytosti setkávají a spolu komunikují.“*

Rovněž tak je tomu i u počítačových sítí. Jejich uživatelé nejenže fyzicky sedí za svými počítači a monitory, ale prostřednictvím obsažných dat, které mají možnost umístit na veliký počet přesně lokalizovaných míst, serverů, vstupují přímo do sítě samotné. Data, s kterými mohou do sítě vstupovat, mohou obsahovat prakticky cokoli - text, zvuk, obraz, ... Mohou tak být nositeli idejí a myšlenek uživatelů samotných, spolu s jejich identifikačními znaky, aby se poznalo, kdo je jejich původcem. Jestli se jejich původci ztotožní striktně se skutečností, nebo si vytvoří falešnou identitu, záleží pouze na nich. Podstatné je, že již neexistují pouze jako hmotné bytosti sedící za počítačem, ale jako zdroj svých dat, který prostřednictvím nich vystupuje na nejruznějších serverech v síti, kde se může setkávat i s dalšími uživateli, kteří jsou reprezentováni zase prostřednictvím svých dat.

Lawrence Hagerty (2000, s.5) výstižně píše: *„Kyberprostor není materiální území. Jen nemateriální podstata mysli, nebo duše, může vstoupit do kyberprostoru... Kyberprostor odráží to, kým skutečně jsme – způsobuje, že naše mysl více touží objevovat nové myšlenky, zakázané rozkoše a velmi zajímavé lidi.“*

2.2.1 Příklad komunikace v kyberprostoru

Pro lepší pochopení si můžeme předešlé řádky demonstrovat na příkladu třech uživatelů majících přístup k celosvětové síti internet.

Mějme tedy tři uživatele internetu. Jana, Lima a Carol, kteří se vzájemně neznají. Jan fyzicky sedí před svým počítačem v Hradci Králové, Lim v Singapuru a Carol v Sydney. Každý z nich má možnost připojení z mnoha komunikačních systémů. MUD, IRC, ICQ, Palace, ... Shodou okolností všichni tři používají IRC a v ten samý okamžik se nachází, jsou připojeni ke kanálu „#FreeTalk“. Jan na tomto kanálu vystupuje pod přezdívkou Susan. Lim jako PowerMan. A Carol jako Carol. Pohnutky, které je k volbě těchto aliasů

vedly, nechme nyní stranou. Kanál zde tedy představuje jakési virtuální místo. Jména, přezdívky, pod kterými jsou naši tři uživatelé ke kanálu přihlášení a které jsou to jediné, co z počátku vnímají ostatní uživatelé, představují virtuální osoby. Prostřednictvím nich jsou ztvárněni skuteční uživatelé sedící za počítačem. Uživatelé Jan, Lim a Carol se tedy transformovali do virtuálních bytostí Suzan, PowerMana a Carol, a tak se navzájem vnímají. Nyní si vezměme například Lima, alias PowerMana. Ten neví, že Suzan není ve skutečnosti Suzan, ale Jan z České republiky a že Carol je Carol z Austrálie. Rovněž tak Suzan alias Jan a Carol alias Carol netuší, že PowerMan je ve skutečnosti Lim ze Singapuru. Protože je Limovi bližší více jméno Suzan než Carol, dává najevo větší náklonnost Suzan a preferuje ji v hovoru před Carol. Kdyby však Lim tušil, že Suzan je ve skutečnosti Jan, bavil by se více s Carol. Avšak kdyby také Carol, která se nyní touží bavit s jediným chlapcem v místnosti PowerManem, znala, že Suzan je ve skutečnosti Jan z České republiky, preferovala by jej v hovoru více nežli PowerMana, protože jednou z oblastí jejího zájmu je střední Evropa, kam se v létě touží podívat. Necháme-li naše uživatele spolu hovořit například jednu hodinu a pak se zeptáme Lima, aby nám pospal, co celou hodinu dělal, nejspíše nám řekne, že vedl komunikaci na kanále „*#FreeTalk*“ se Suzan a Carol. A také možná nic netuše dodá, že Suzan je holka jeho gusta. Vtipná, nensí, štíhlá blondýnka ze srdce Evropy. Lim tedy nevnímal reálného Jana a Carol, ale plně místo nich vnímal virtuální Suzan a Carol. Také nebyl doma u počítače, ale vedl hovor na kanále „*#FreeTalk*“, což při otázce na bližší lokaci tohoto kanálu bude reagovat jménem serveru, ke kterému je připojen. Pak si ale uvědomí, že Suzan je připojena úplně k jinému serveru a řekne, že kanál „*#FreeTalk*“ je prostě kanálem „*#FreeTalk*“. A my tak můžeme nyní učinit závěr, že Lim vstoupil do kyberprostoru na místo Free Talk jako PowerBoy a setkal se tu se Susan a Carol. Obdobný závěr můžeme učinit i u Jana a Carol, a z toho vyvodit, že kyberprostor skutečně existuje.

2.3 Vztah mezi kyberprostorem a internetem

„Internet se stal centrálním nervovým systémem sociálního a ekonomického života naší planety a je fyzickým manifestem místa nazývaného kyberprostor.“

(Lawrence Hagerty, 2000, s.VII)

Nyní se podívejme v jakém vztahu vůči sobě jsou kyberprostor a internet. Jedná se o synonyma, nebo jde o dvě odlišné věci? Dají se slova kyberprostor a internet spolu různě zaměňovat a pokud ne, proč se tomu tak často děje? Pokusme se na tyto otázky nalézt odpověď.

Nejprve se zamyslíme nad tím, co chápeme jako internet a co jako kyberprostor. internetem myslíme fyzickou počítačovou síť, přenosové médium, kdežto pojmem kyberprostor označujeme místo, které se virtuálně uvnitř této sítě nachází. V myšlenkách pak dále pokračujeme. Mezi internetem a kyberprostorem nalezneme odlišnost v tom, že síť internet je pouze sítí jedinou, avšak není jediným místem, kde se s kyberprostorem můžeme setkat. Kromě internetu se s kyberprostorem setkáme v lokálních počítačových sítích, které jsou od internetu separované, a tak internetem nejsou. Dále pak kyberprostor nalezneme i v telefonních sítích a sítích mobilních operátorů, které se svou velikostí a možnostmi stávají ve vztahu k budoucnu čím dále aktuálnějšími. Internet je tedy pouze jedním z několika artefaktů, které svou podstatou umožňují existenci kyberprostoru. Z toho plyne, že internet totožný s kyberprostorem není. Mohli bychom i říct, že internet jako jeden z několika prostředků poskytuje a zabezpečuje hmotné zázemí pro existenci kyberprostoru.

Pokusme se zodpovědět druhou otázku, která se týká vzájemné zaměnitelnosti slov kyberprostoru a internetu. Protože v odpovědi na první otázku jsme došli k závěru, že internet a kyberprostor vymezují dvě odlišné věci, vede nás to k tomu, abychom na druhou otázku odpověděli, že by se zaměňovat neměly. Přesto se tyto dva pojmy zaměňují a často slyšíme věty: „... komunikace v kyberprostoru...“, „... komunikace na internetu...“ Nezdá se nám, že by vyjadřovaly něco jiného. Je to správné, či nikoliv? Osobně jsem přesvědčen, že ano. Zkusme si vztah internetu a kyberprostoru názorněji přiblížit na příkladu rodinného domku a obytného prostoru, který domek poskytuje. Rodinným domkem nahrazujeme internet. Obytným prostorem kyberprostor. Položíme-li si otázku,

zdali je pojem rodinného domku totožný s pojmem obytného prostoru, odpovíme, že není. Pod pojmem rodinný domek si z největší pravděpodobnosti v první chvíli představíme vnější architektonický tvar domku. Jeho barvu, materiál, z něhož je postaven a třeba i exteriér, do něhož je umístěn. Obytným prostorem si zase v první chvíli představíme interiér domu. Přesto však můžeme například říct: „Náš rodinný domek je v zimě dost chladný“ a mít na mysli, že obytné prostory, v nichž v zimě žijeme, jsou chladné, a ne, že samotný rodinný domek jako nemovitost je chladný. To, že můžeme mluvit o rodinném domku a mít na mysli obytné prostory a naopak, je umožněno tím, že si plně uvědomujeme význam rodinného domku a obytných prostor. Rovněž tak je tomu i s internetem a kyberprostorem. Vždy, když používáme, a i zde v následujících řádcích budeme používat, pojmu kyberprostor nebo internet, musíme mít na paměti jejich význam. Internet brát jako jeden z několika artefaktů umožňujících existenci kyberprostoru. A kyberprostor brát zase jako virtuální místo uvnitř těchto artefaktů.

Závěrem si ještě povězte něco o tom, proč nejvíce ve vztahu ke kyberprostoru mluvíme o internetu. Je to snadné. V současné době je internet asi nejviditelnější a nejrozsáhlejší prostředí, ke kterému má přístup nejvíce lidí na světě. A jako takové prostředí, se všemi jeho možnostmi, si zaslouží největší pozornost. Samozřejmě, existují systémy, které jsou technologicky vyspělejší a kde kyberprostor nabývá vyšších forem bytí, jakými je například virtuální realita, leč tyto systémy jsou ve srovnání s internetem miniaturní. My se budeme v souvislosti s kyberprostorem zabývat prostředím internetu a jeho specifiky.

2.4 ARPANET, předchůdce internetu

ARPANET, předchůdce internetu byl prakticky realizován v roce 1969 ministerstvem obrany Spojených států amerických v programu DARPA (Defense Advanced Research Program Agency). Síť byla navržena tak, aby decentralizovaně propojovala na dlouhé vzdálenosti různé typy počítačů, mezi kterými by byl možný přenos dat. (Semsey J., 1995)

První vzdálený přenos dat mezi počítači se odehrál mezi Kalifornskou Univerzitou (Los Angeles and Santa Barbara campuses) a Stanfordským výzkumným ústavem. Profesor Kleinrock, průkopník mezi počítačově orientovanými vědci, se s malou skupinkou graduovaných studentů pokusil přihlásit na počítač ve Stanfordu. První, co musel učinit bylo napsat příkaz „login“. *„Zřídli jsme telefonní spojení mezi námi a chlapci z SRI ..., říká Kleinrock v jednom interview: „Napsali jsme L a po telefonu se jich zeptali,*

„Vidíte *L*?“ „Ano, vidíme *L*,“ přišla odpověď. Napsali jsme *O* a ptali se: „Vidíte *O*?“ „Ano, vidíme *O*.“ Pak jsme napsali *G* a systém zhavaroval.“ (Gromov, 2002) To byl začátek. Nikterak valný, ale slibný. Byly přeneseny dva znaky.

V roce 1972 v říjnu byl ARPANET poprvé veřejně prezentován. Kromě přenosu dat uživatelům umožňoval komunikaci pomocí emailu a news.

V roce 1983 se ARPANET rozdělil na dvě části. ARPANET (k výzkumným účelům) a MILNET (pro vojenské užití). Část ARPANET pokračovala v růstu. Byly k ní připojovány lokální sítě různých vládních, školních a komerčních sítí.

S příchodem satelitní komunikace se k ARPANETU začínaly připojovat lokální sítě dalších zemí a síť ARPANET začínal být znám jako internet. Technicky tedy internet není jedna síť, ale veliké množství sítí, které umožňují vzájemně spolu komunikovat. Uživatelé se však síť internet jeví jako síť jediná. (Reid, 1991).

2.5 Historie internetu v České republice

Za průkopníka internetu v Čechách je považován ředitel sdružení CESNET Jan Gruntorád. Na začátku devadesátých let byl vedoucím oddělení počítačových sítí Výpočetního centra Českého vysokého učení technického v Praze. Jeho kolektiv měl úzké kontakty s pracovníky univerzity v Linci, kam v roce 1991 vedl datový okruh o kapacitě 9,6 kilobitů za sekundu pro provoz počítačové sítě EARN. Společně se dohodli a zkusili propojit Prahu s Lincem. Propojení bylo nekvalitní a velmi drahé. Poté díky americké nadaci George Mellon Foundation byl umožněn nákup kvalitních modemů umožňující vyšší přenosovou rychlost dat. 13. února 1992 se na ČVUT Praha konal slavnostní akt připojení Československa k internetu. (Pertl, 2002)

2.6 Internet v číslech

- internet ve světě používá asi 500 miliónů lidí
- nejvíce uživatelů mají Spojené státy se 150 milióny uživatelů
- v západní Evropě pracuje s internetem 100 milionů lidí
- v České republice užívá internet asi tři milióny lidí. Většímu rozšíření brání vysoké telekomunikační poplatky. Česká republika vychází jako devátá nejdražší země mezi státy OPEC

- v roce 2005 má počet uživatelů internetu ve světě vzrůst na 1,5 miliardy

(Pertl, 2002)

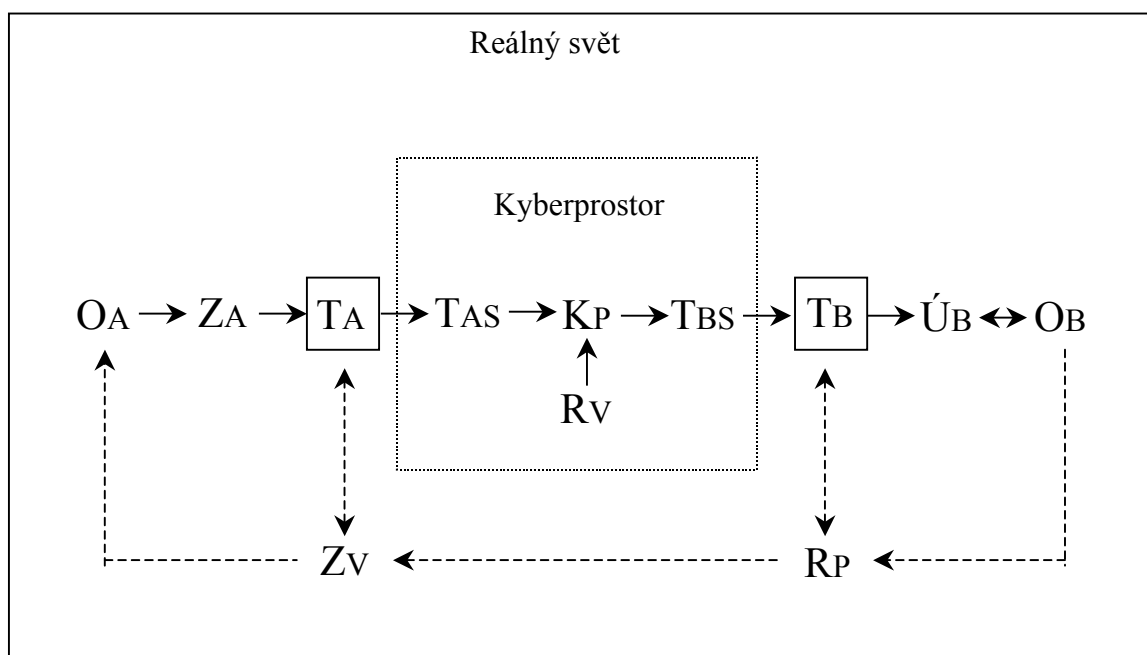
3 Základní psychologické aspekty komunikace v kyberprostoru

3.1 Obecné schéma komunikačního aktu v kyberprostoru

Obecné schéma komunikačního aktu v kyberprostoru je důležité pro pochopení konverzace mezi dvěma osobami, které jsou fyzicky zakotveny v reálném světě, ale jejich komunikace se odehrává právě v kyberprostoru.

Pro vysvětlení toho, jak komunikační akt v kyberprostoru probíhá, vycházím z Plaňavova schématu (1996), který znázorňuje komunikační akt v reálném světě. Z původního komunikačního schématu zachovávám složky týkající se komunikace v reálném světě. Schéma pak dále rozšiřuji o složku kyberprostoru a doplňuji o další prvky. Celé schéma znázorňuje obrázek 1.

Obrázek 1 – obecné schéma komunikačního aktu v kyberprostoru



Legenda:

OA – osobnostní proměnné osoby A

ZA – záměr osoby A

TA –transformátor osoby A jeho záměru na sdělení

TAS – virtuálně transformovaná osoba A a její sdělení

TBS – virtuálně transformovaná osoba B, k níž sdělení směřuje

KP – komunikační prostředí kyberprostoru

RV – rušivé vlivy

TB – transformátor, jímž osoba B přijímá a chápe sdělení

ÚB – účinek na osobu B

OB – osobnostní proměnné osoby B

RP – reakce osoby B poté co byla vystavena zprávě osoby A

ZV – zpětná vazba, ta část reakce osoby B, která se vrací osobě A

3.1.1 Průběh komunikace

Naší komunikace v kyberprostoru, jak je patrné z výše uvedeného schématu, se účastní dvě osoby. Osoba A (OA) a osoba B (OB). Fyzicky se nevidí. Komunikují spolu prostřednictvím počítače (TA, TB). Respektive osoba A nekomunikuje přímo s osobou B, ale s jeho virtuální transformací (TBS), která se od skutečné osoby B může dost lišit. To samé platí i obráceně. Osoba B nepřijímá sdělení od fyzické osoby A, ale od jeho virtuální transformace (TAS). Pro lepší pochopení si celý komunikační akt popíšeme podrobněji.

Obě osoby si hned na počátku vnášejí do komunikace své osobní vlastnosti. Osoba A, ovlivněna svými osobními vlastnostmi, vstupuje do komunikace s jistým záměrem (ZA). Například chce virtuálně transformované osobě B popsat, jak se včera choval kurzovní lístek burzy cenných papírů a co toto chování způsobilo. Své sdělení má na počátku osoba A v hlavě. Aby ho mohla osobě B sdělit, je potřeba jej převést do formy, v které bude osobě B srozumitelná. Tato forma může například mít podobu slovní, či písemnou. V našem příkladě osoba A své sdělení bude transformovat skrze počítač do písemné formy. Jakákoliv transformace však nevyjádří myšlenky osoby A stoprocentně, ale pouze částečně a zkresleně. Stejně tak, jako se transformací změnilo sdělení, změnila se i osoba A, která pro osobu B není tou osobou A, která fyzicky sedí před počítačem, ale virtuálně transformovanou osobou A, která se od fyzické osoby A může dost lišit. To samé platí i o osobě B. Zahrnutí transformované virtuální osoby A a B do tohoto schématu je pro celou komunikaci velmi důležité, protože osoba A nevnímá skutečnou fyzickou osobu B, ale pouze její virtuální podobu, obraz, který na sebe po transformaci do kyberprostoru nabaluje jistá zkreslení. Stejně tak vnímá i osoba B osobu A. Po transformaci pak transformovaná osoba A předá sdělení osobě B v některém z komunikačních prostředí kyberprostoru (KP). Na toto komunikační prostředí mohou působit různé rušivé vlivy (RV), které přenášenou zprávu mohou dále zkreslit. Virtuálně transformovaná osoba B přijme prostřednictvím

komunikačního prostředí zprávu osoby A. Fyzická osoba B si sdělení virtuálně transformované osoby A přečte. Toto sdělení nějak na osobu B zapůsobí (ÚB) a vyvolá v ní jistou reakci (RP). Něco z této reakce (nekomunikování, změna stylu psaní, přímé vyjádření, ..) se k osobě A dostane (ZV) a umožní jí její dosavadní komunikaci korigovat. Na obrázku 1 je zpětná reakce pro přehlednost zakreslena velmi stručně. Zpětná reakce od osoby B k osobě A samozřejmě prochází transformátory TB a TA.

3.2 Zjevné odlišnosti kyberprostoru od reálného světa

Kyberprostor je v mnoha aspektech odlišný od našeho reálného světa, a proto je důležité si vymezit a definovat jeho hlavní rysy a specifika, jež mají na komunikaci v něm nemalý dopad. Téměř všechny práce autorů (Reid (1991), Suler (1998) ...) zabývajících se psychologií kyberprostoru vymezují tyto základní rysy, které nyní uvedu. Anglický výraz uvádím tak, jak jej uvádí Suler (1998), protože se mi zdá nejvíce výstižný.

3.2.1 Omezenost smyslového vnímání

Omezenost smyslového vnímání (angl. Limited Sensory Experience) je nejvíce patrná při čistě textové komunikaci, kdy se rozhovor odehrává pouze psanou formou. Komunikující účastníci se navzájem nevidí, neslyší a ani necítí, takže smyslové vnímání osob, s nimiž komunikujeme, je zcela omezené. Komunikace se víceméně odehrává pouze ve verbální rovině. Zlepšení nastává pokud je komunikace vedena v audio režimu. Protože zde své protějšky můžeme slyšet, tak kromě verbálního obsahu jejich sdělení se k nám dostává i obsah neverbální. Jsme schopni registrovat hlasovou intonaci. Pokud pak k audio přenosu přidáme i video přenos, kdy účastníka hovoru nejen slyšíme, ale i vidíme a dokážeme registrovat mimiku jeho obličeje a případně i gesta, se neverbální obsah komunikace mnohonásobně zvětšuje. Zapojením sluchu a zraku při audio režimu však naše smyslové vnímání končí. Smysly jako hmat, čich a chuť není v současné době internet schopen poskytnout. Dokonce i výše zmiňované smysly sluch a zrak nevnímají komunikaci tak, jak ji vnímají v reálném světě. Kvalita přenášeného zvuku a obrazu není vždy stoprocentní a osoby, s nimiž komunikujeme, nevidíme celé, nýbrž jejich výřez pořízen dvourozměrným snímacím zařízením.

3.2.2 Proměnlivost identity a anonymita

Proměnlivost identity a anonymita (angl. Identity Flexibility and Anonymity) je v kyberprostoru způsobena tím, že lidé spolu nekomunikují na stejném místě, jak je tomu v reálném světě, ale dělí je od sebe jistá vzdálenost, která znemožňuje přímé ověření toho, kdo ve skutečnosti jsou. Probíhá-li komunikace prostřednictvím textu, není pro komunikující vůbec těžké vykreslit se jako někdo úplně jiný. Díky tomuto, kdy sami sebe, svou identitu popisujeme, je možné, abychom měli identit několik a mezi nimi přecházeli. Jestliže probíhá komunikace v audio režimu, není obtížné si změnit hlas tak, aby nás náš protějšek správně neidentifikoval. I v audio režimu můžeme mít tedy více identit. Když do komunikace zařadíme video přenos, je již změna identity velmi obtížná. Ne však nemožná. Souhrnně bychom tedy mohli říci, že pokud komunikujeme v kyberprostoru, máme dvě možnosti. Buďto se vykreslit takovými, jakými skutečně jsme, nebo se můžeme vydávat za úplně někoho jiného. Pokud s někým komunikujeme, měli bychom počítat s tím, že ten, s kým komunikujeme, nemusí být tím, kým si myslíme, že je.

3.2.3 Rovnoprávnost sociálního postavení

Rovnoprávnost sociálního postavení (angl. Equalization of Status) znamená, že v kyberprostoru má téměř každý stejnou, rovnocennou příležitost vyjádřit sám sebe. Sociální statut jako rasa, pohlaví, věk, postavení, se zde nijak zvlášť nezohledňuje. Na první pohled není nijak zřejmý, a tak nám neklade v komunikaci překážky. Můžeme tak bez ostychu oslovit kohokoliv a bavit se s kýmkoliv. Dělá-li nám problémy v reálném světě vést komunikaci se staršími lidmi, v kyberprostoru tento věkový rozdíl nezaznamenáme. Soudíme-li lidi podle oblečení, kyberprostor nám k tomu nedá příležitost. To, co se však zohledňuje, je postavení v samotném kyberprostoru. Je zřejmé, že sysop³, moderátor konference, či webmaster⁴ bude mít větší váhu slova a těšit se úctě ostatních než někdo, kdo komunikuje v určitých prostředích pouze příležitostně. Další vliv bude mít jazyková a technická vybavenost. U textové komunikace, která je stále nejrozšířenější, pak dále záleží na stylistických dovednostech.

³ Systémový operátor, který má na starosti chod určitého systému pro komunikaci. Původně tím systémem byl BBS.

⁴ Osoba, která se stará o chod webových stránek.

3.2.4 Překračování územních hranic

Překračování územních hranic (angl. Transcending Spatial Boundaries) eliminuje geografické vzdálenosti, které pro komunikaci v reálném světě představují velkou překážku. V kyberprostoru je v podstatě jedno, zdali se osoba, s níž vedeme hovor, nachází v sousedním domě, nebo na opačné straně zeměkoule. To má za následek, že si ke komunikaci můžeme hledat partnery i vzdálenější, nežli tomu je v reálném světě. Bez problému tak spolu mohou komunikovat a sdílet poznatky například matematici řešící stejnou úlohu. A dokonce i nevědeckí pracovníci spolu mohou sdílet stejné zájmy. Lidé, kteří mají atypické hobby, mají v kyberprostoru daleko větší šanci nalézt spřízněnou duši věnující se stejnému koníčku. A nejen to, kyberprostor nám umožňuje bavit se a sdílet osudy lidí z oblastí zasažených přírodní katastrofou, či válkou ohrožených území. Kyberprostor nemá hranice.

3.2.5 Přístup k mnoha vztahům

Přístup k mnoha vztahům (angl. Access to Numerous Relationships) se váže k relativní snadnosti oslovit stovky nebo i tisíce lidí a kontaktovat se s nimi. Uživatelé kyberprostoru si mohou prohlížet milióny webových stránek s možností kontaktu na jejich autora. Mohou se účastnit elektronických konferencí, a tak k sobě přitáhnout lidi stejných zájmů. Užitím nejrůznějších vyhledávacích nástrojů mohou lidé své potencionální kontakty pro navázání vztahu vyhledávat s použitím nejrůznějších kritérií a filtrů. A tak i tato možnost nalézt a navázat komunikaci s osobou, která vyhovuje našim kritériím, kyberprostor odlišuje od reálného světa.

3.2.6 Nepřetržitý záznam

Nepřetržitý záznam (angl. Permanent Records) je významným specifikem kyberprostoru. Na rozdíl od reálného světa nám kyberprostor umožňuje si vše zaznamenávat a ukládat. Jak text, tak i audio a video. Uživatelé kyberprostoru tak mohou mít neustálé záznamy o tom, co komu a kdy bylo řečeno. Takovéto záznamy pak mohou přijít uživatelům velmi příhodné, chtějí-li něco z minulosti přehodnotit, někoho přesně citovat a vyjadřovat se k jeho postojům. Není však správné se domnívat, že uložené záznamy mají odpovídající objektivní hodnotu ve vztahu k nám, protože s jistotou naše emoční reakce budou v každý čas jiné. Budou závislé na našem současném psychickém

rozpoložení, a to se mění. V závislosti na naší náladě přikládáme slovům nejrůznější význam a intence.

3.3 Nepříliš zjevné odlišnosti kyberprostoru od reálného světa

Mimo těchto šesti zjevných psychologických rysů kyberprostoru doplňuje Suler (1998) výčet ještě o další čtyři, které jsou rovněž velmi podnětné a zajímavé. V práci jiných autorů se však neuvádějí. Snad proto, že nejsou na první pohled zjevné. Proto je řadím mezi odlišnosti skryté.

3.3.1 Prodlužování a zkracování času

Prodlužování a zkracování času (angl. Time Stretching and Condensation) souvisí s časovými prodlevami, které v komunikaci v kyberprostoru máme a se snadností zbudovat nové prostředí vhodné ke komunikaci. Prodlužováním času máme na mysli možnost nereagovat v komunikaci bezprostředně, ale s jistým časovým zpožděním. Při synchronní komunikaci jako chat, či talk, to mohou být sekundy, či minuty. Při asynchronní komunikaci jako email, nebo elektronické konference to mohou být dny, nebo dokonce týdny. Uživateli je dán jistý čas na odpověď. Zdá se mu, jako by se čas prodlužoval. Ke zdánlivému zkracování času naopak dochází s velmi rychlou obměnou prostředí v kyberprostoru. Zatímco v reálném světě se blíže seznamujeme s několika novými lidmi denně nebo týdně. Čas od času změním prostředí. V kyberprostoru se obvykle blíže seznamujeme s daleko větším počtem lidí. Totéž se týká prostředí, které se stále vylepšuje a po určitých krátkých obdobích i mění. Dostává nový kabát. Uživateli se tak zdá, že se čas zkracuje.

3.3.2 Zkušenost černé díry

Zkušenost černé díry (Black Hole Experiences) v kyberprostoru znamená, že se zprávy a data, která vysíláme nebo která očekáváme, že přijmeme, ztratí. Jsou špatně odeslány, či se na přenosové cestě vyskytne porucha a my jako odesílatelé nebo příjemci o tom nedostaneme žádnou zprávu. Nevíme, kam a proč se data ztratily a většinou se toho ani nedopátráme. Ztracená data, o nichž nevíme a nepředpokládáme, že se ztratily, mohou mít značný dopad na další průběh komunikace. Odesílatel, který ztrátu netuší, přemýšlí nad

tím, proč mu nepřichází odezva. Nejrušněji si to vykládá např. nechutí příjemce reagovat a komunikace se zastavuje. Příjemce zase nedostává očekávanou odpověď a komunikace se zastavuje. Tato „zkušenost černé díry“ tedy může velmi vážně narušit komunikaci. V reálném světě, snad s výjimkou pošt, se tohoto nedočkáme.

3.3.3 Změněné a snové stavy

Změněné a snové stavy (Altered and Dream States) mohou nastat, pokud uživatelé kyberprostoru v tichosti sedí a dívají se do monitoru. Ztišení a pohled na obrazovku nás může hypnotizovat. Přestáváme být v kontaktu s reálným světem a více se noříme do světa kyberprostoru. Lawrence Hagerty (2000, s.5) ve své knize *Duše internetu* píše: „...v podstatě bytí v kyberprostoru je srovnatelné s mimotělním zážitkem, tzv. OOB, který je aktivován formou technologie.“

3.4 Disinhibition Efekt

3.4.1 Úvod

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. Cítí se méně omezováni, ztrácí zábrany. Dochází k projevům Disinhibition efektu (Reid, 1991); (Suler, 2001), jakémusi popouštění uzdy (Vybíral, 2001), což má za následek, že někteří lidé v kyberprostoru odkrývají své emoce, sdělují si velmi intimní a důvěrné věci. Chovají se vlídně, nekonfliktně. Disinhibition efekt se projevuje pozitivně. Jiní se naopak stávají hrubými až vulgárními a nepřátelskými. Vyvolávají hádky a rozepře. Jejich chování je konfliktní. Disinhibition efekt se projevuje negativně.

Dopad disinhibition efektu můžeme spatřit i u lidí, u kterých bychom jeho projev zřejmě nečekali. Jako příklad si můžeme uvést výňatek z první internetové konference s Václavem Havlem (MF Dnes, 15. března 2001, str. 3).

Otázka: „Nemyslíte si, že už jste napáchal na naši politické scéně dost škody a že přišel čas, abyste se odebral na zasloužený odpočinek? Olda“

Odpověď: „Vážený Oldo, ubezpečuji Tě, že se mého zaslouženého odpočinku dočkáš a konečně si svobodně vydechneš. Mé politické dny jsou sečteny a blíží se čas, kdy snad budu moci psát něco jiného než jen oficiální projevy a odpovědi Oldům. Tvého dotazu využívám jako příhodné tečky za touto svou první internetovou konferencí. Dala mi hodně, například jsem pochopil, že internet mimo všeho jiného je i prostorem interesantního žvatlání kohokoliv s kýmkoliv, kdekoli. Doufám že tomu nepropadnu jako nemoci šílených krav a nezačnu vinou internetu a internetového žvatlání zanedbávat své ústavní povinnosti. Václav Havel“

Jak vidíme, otázka, která byla jedním z účastníků konference položena, by v reálném světě těžko měla mnoho šancí být před Václavem Havlem vyřčena, zveřejněna a k tomu ještě zodpovězena. Taktéž odpověď, kterou Václav Havel na dotaz reagoval, by si v reálném světě na mikrofon stěží dovolil v takovéto ležérní formě vyřknout.

Nad příčinami disinhibition efektu se zamýšlí celá řada autorů. Jeden z nejúplnějších současných výčtů jeho příčin uvádí Suler (2001). Nyní si celý výčet postupně uvedeme.

3.4.2 Anonymita

Anonymita (angl. anonymity) je v internetové komunikaci velmi častým jevem. Samozřejmě ne nepřekonatelným. Pokud je uživatel, systémový operátor, či jinak odborně vzdělaný člověk a má spoustu času, nemusí být pro něj problém, zjistit si e-mail druhého účastníka rozhovoru, či místo jeho připojení, a tak ho částečně, či úplně anonymity zbavit. Bohužel většina uživatelů tohoto výkonu schopna není a je odkázána pouze na to, co o sobě druhý člověk prozradí. A ten ze své skutečné, reálné identity nemusí prozradit zhola nic. Jak také slovo anonymita indikuje, mohou být uživatelé bez jména, respektive vystupovat pod nepravými jmény. A to, jak se ukazuje, disinhibition efekt zesiluje. Jestliže lidé mají příležitost oddělit své činy od své osoby, svého já a své identity v reálném světě, cítí se mnohem méně zranitelní. Cokoliv říkají, dělají, nemůže být spojováno se zbytkem jejich života. Nemusí své chování ztotožňovat a dávat do kontextu s tím, kdo a čím ve skutečnosti jsou. Jestliže dávají průchod nepřátelským pocitům, hrubému a vulgárnímu chování, nemusí za toto chování brát odpovědnost. Nemají výčitky, protože jsou přesvědčení, že kdo se tak chová, nejsou oni. To samé platí i o velmi otevřeném a důvěrném chování. Toto dvojaké chování se v psychologii nazývá disociace.

3.4.3 Neviditelnost

Neviditelnost (angl. invisibility) - pomineme-li v on-line prostředí přenos obrazu, uživatelé síťového prostředí se navzájem nemohou vidět. Pro druhé jsou pouze tím, co sami o sobě napíší, dají znát. A uživatelé o sobě mohou napsat pravdu, či nepravdu. Vykreslit se takovými, jací skutečně jsou a nebo úplně jinými - krásnějšími, duchaplnějšími, ... Téměř bychom mohli říct, že neviditelnost se kryje s pojmem anonymita, protože anonymitou je chápáno zamlčení identity. Ale nemůžeme, protože i když se tyto dva pojmy překrývají, shodné nejsou. To proto, že ač jsme pro druhé neviditelní, není vidět naše skutečné fyzické tělo, můžeme svou identitu popisovat pravdivě a tím přestáváme být pro druhé anonymní. Stejně tak můžeme komunikovat s našimi přáteli, známými, pro něž rovněž nejsme anonymní. Pouze pro ně nejsme viditelní a slyšitelní. A právě tato neviditelnost disinhibition efekt zesiluje. Při komunikaci se nemusíme starat o to, jak vypadáme, jaký máme hlas, když něco říkáme, jak se tváříme. Rovněž se také nemusíme starat o druhé, s nimiž komunikujeme. Mimika obličeje, gestikulace, barva hlasu, intonace a mnoho dalších drobností, které bychom při komunikaci v reálném světě pozorovali a byli jimi ovlivňováni, nás v prostředí kyberprostoru nechávají klidnými. Nijak se nás nedotýkají, nejsme jimi ovlivňováni. Stejně tak jako v psychoanalýze, když psychoanalytik sedí za pacientem tak, aby pacient neměl možnost pozorovat psychoanalyticky reakce. Pokud je pacient nevidí, cítí se svobodněji. A rovněž se svobodněji vyjadřuje. Rovněž tak i v každodenních vztazích lidé občas odvrací od druhého oči, pokud mu říkají něco osobního, či emočního. Je totiž jednodušší nedívat se do tváře druhého. Stejně tomu tak je i u textové komunikace, která, dalo by se říct, dává příležitost držet naše oči odvrácené a tím zesilovat působení disinhibition efektu.

3.4.4 Zpožděné reakce

Zpožděné reakce (angl. asynchronicity) – on-line komunikace, speciálně prostřednictvím E-mailu a zasílání zpráv je komunikací asynchronní. Lidé spolu nekomunikují v reálném čase. Mohou čekat s odpovědí minuty, hodiny, dny nebo dokonce i týdny. A právě tento čas, tato prodleva při odpovědích, může způsobovat a zesilovat disinhibition efekt. Jistě si vzpomeneme, kolikrát jsme v reálném světě litovali, říkali se, že bychom něco udělali, řekli jinak, pokud bychom měli víc času na odpověď. Rovněž víme, jak se naše klasická poštovní komunikace liší od reálné. I v ní se dokážeme více druhému člověku otevřít. Věnovat čas, vyjádřit milostné vzplanutí, pocity a nebo napsat hrubý,

anonymní dopis. A tak stejně jako v dopise, toto vše dokážeme i v internetové asynchronní komunikaci. Náš myšlenkový sled se může vyvíjet více stabilněji k hlubším vyjádřením, k tomu, co si skutečně myslíme a cítíme.

3.4.5 Solipsismická introjekce

Solipsismická⁵ introjekce⁶ (angl. solipsistic introjection) – ve významu, že svět kyberprostoru, v kterém se pohybujeme a v kterém se odehrává naše komunikace, je pouze v naší hlavě, 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. Samozřejmě, že pokud osobu, s kterou komunikujeme, neznáme a nějaký hlas psanému textu, který od ní dostáváme, přiřadíme a v naší hlavě ho slyšíme, není to ve skutečnosti hlas, který jí v reálném světě skutečně náleží, ale hlas někoho z našich známých, přátel, či blízkých. Nevědomě, či vědomě si pak k takovému hlasu můžeme přiřadit i vizuální podobu a s ní i další vlastnosti. Například jak se chová, jaký je typ osobnosti, je-li nám tato osoba sympatická, či nikoliv, ... Po tomto všem se osoba, s kterou komunikujeme stává postavou z našeho vnitřního světa. Postavou, která má rysy, jaké sama skrze textovou komunikaci uvádí, ale také rysy, jaké jí přiřazujeme my podle našich přání a potřeb. Jak se pak osoba, s kterou komunikujeme, stává více přesnou a v naší mysli reálnou, můžeme si začít nevědomě myslet, že textová komunikace probíhá v naší hlavě, tak jako by šlo o dialog mezi námi a touto osobou uloženou v našich představách. Nastává dialog, kterým ve svých představách lidé normálně během dne komunikují. Lidé tak fantazírují například o diskusích se svými nadřazenými, přáteli, ... Ve svých představách, kde jsou bezpeční, se cítí volněji, svobodněji a jsou schopni dělat věci, které by jinak nedělali. On-line textová komunikace se může stát velmi podobná této komunikaci v mysli, kdy se pak lidé chovají jinak než v reálném světě.

Rovněž tak, jako když osobě přisuzujeme hlas a podobu někoho z našich známých, můžeme ji přiřadit i náš vlastní hlas. Tím můžeme projektovat nás samé. Pokud tak

⁵ solipsismus - přesvědčení, že vnější svět existuje jen v našem vědomí a jediná jistota je osobní zkušenost (J.G. Fichte) (Hartl, 1996, s. 195)

⁶ Introjekce - v psychoanalýze - obranný mechanismus, přisuzování si vlastností, kt. člověku zjevně scházejí; též obecně přijímání a přebírání cizích názorů a motivů za vlastní. (Hartl, 1996, s. 82)

učiníme, cítíme se, jako bychom mluvili sami se sebou a že se před sebou nestydíme, říkáme všechny druhy věcí, které bychom nikdy druhým neřekli.

3.4.6 Neutralita postavení

Neutralita postavení (angl. neutralizing of status) – je v internetové komunikaci další významnou odlišností od reálného světa. Jestliže se komunikující nemohou navzájem vidět a nemohou vidět ani prostředí, místo, odkud jejich partner s nimi komunikuje, nevědí, zdali se jedná o nějakou významnou osobnost sedící v krásně vyzdobené místnosti nebo jen o „obyčejnou“ osobu, která se nudit za obrazovkou monitoru. A dokonce i přes to, pokud by lidé znali něco o skutečném postavení osoby, s kterou skrze síť komunikují, tak výše jejího postavení může mít, a většinou má, menší dopad, nežli v komunikaci odehrávající se v reálném světě. V mnoha případech má na internetu kdokoliv rovnocennou příležitost oslovit kohokoliv. Každý, bez ohledu na postavení, bohatství, rasu a pohlaví, začíná komunikaci na stejném poli, na stejné úrovni. Jediné, co zde může určovat výhody oproti jiným, jsou stylistické dovednosti, myšlenky, výdrž v komunikaci a znalost používané technologie, komunikačního programu. Příčinou zvýšení disinhibition efektu 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 komunikaci v kyberprostoru však cítí komunikaci rovnocennou, s pocitem minimální autoritativnosti. Jsou schopni mluvit více otevřeně, chovat se méně formálně.

4 Prostředky a prostředí komunikace na internetu

4.1 Úvod

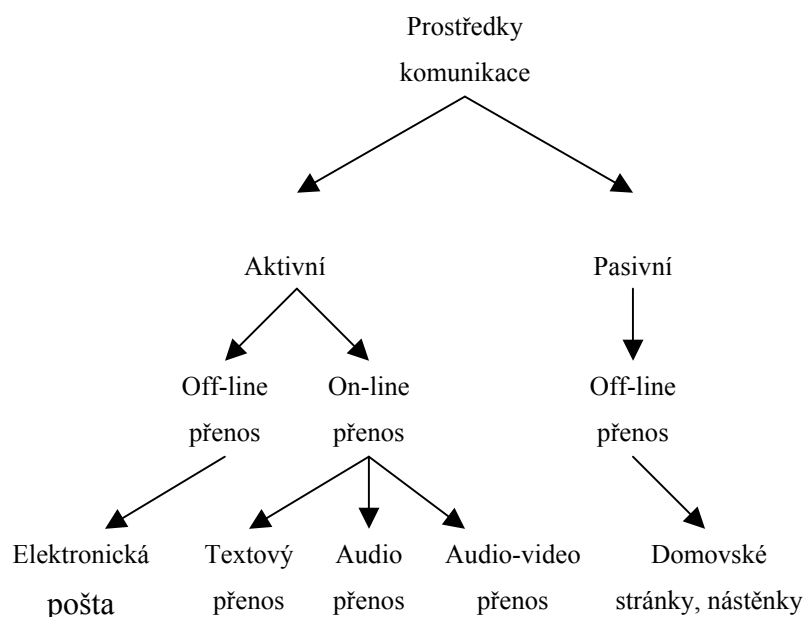
Prostředků a prostředí, jimiž a v nichž můžeme na internetu komunikovat, je mnoho. Každý jeden prostředek a prostředí má své specifické vlastnosti, které ho více, či méně odlišují od ostatních prostředků a prostředí. Důsledkem těchto specifických vlastností je, že není možno obecně popsat všechny psychologické rysy komunikace na internetu, aniž bychom se nezmínili v jakých prostředích se tyto rysy vyskytují a pro která prostředí platí.

Proto, abychom si mohli tyto psychologické rysy dávat do kontextu s příslušným prostředím, či prostředkem, provedl jsem rozdělení prostředků a prostředí dle různých kritérií na jednotlivé kategorie. Dělení je předmětem této kapitoly. Jednotlivá prostředí komunikace budou probrána samostatně v následující kapitole – Jednotlivá komunikační prostředí.

4.2 Prostředky komunikace

Prostředky nám umožňují komunikaci v jednotlivých prostředích. Protože nás nezajímá, jak je činnost jednotlivých prostředků technicky zabezpečena, budeme se zajímat pouze jejich specifiky, které mají přímý dopad na komunikaci.

Obrázek 2 – Schématické rozdělení jednotlivých prostředků komunikace



Na obrázku 2 vidíme schématické rozdělení jednotlivých prostředků komunikace. Základní dělení je na aktivní a pasivní prostředky. Aktivní prostředky pak dále dělíme na prostředky s off-line přenosem a prostředky s on-line přenosem. U pasivních rozeznáváme jen off-line přenos. Aktivním off-line prostředkem je elektronická pošta. Aktivními on-line prostředky jsou textový přenos, audio přenos a audio-video přenos. U pasivních prostředků rozeznáváme pouze off-line přenos. Takovým prostředkem pak jsou domovské stránky (angl. homepage), nebo nástěnky (board).

Jednotlivé kategorie si nyní vysvětlíme blíže.

4.2.1 Aktivní prostředky

Aktivní prostředky značí takové prostředky, které sdělení přenáší od odesílatele přímo k odesílatelem určenému příjemci, či skupině příjemců.

V reálném světě mezi tyto prostředky patří například pošta, telefon, fax. Tedy prostředky, u nichž je nutno jednoznačně určit jednotlivce, či skupinu, k níž má být sdělení směřováno.

Proto, abychom aktivní prostředek mohli použít, je třeba mít zprávu, data, které chceme přenést, a jednotlivce, či skupinu, pro niž je zpráva, či data určena a k nimž má být směřována.

Aktivní prostředky se dále dělí na prostředky s off-line a on-line přenosem.

4.2.2 Pasivní prostředky

Pasivní prostředky značí takové prostředky, které sdělení primárně nesměřují ke konkrétnímu uživateli. Tyto prostředky umožní sdělení pouze zveřejnit, a to veřejně, či privátně a pak na svého příjemce čekají.

V reálném světě bychom mezi tyto prostředky mohli zařadit zveřejnění zprávy v novinách, televizi, rádiu, obecní, či podnikové nástěnce... Tedy prostředky, u nichž je nutno určit kam má být sdělení umístěno, ale u kterých nevíme, kdo všechno naše sdělení přijme.

Pasivní prostředky se vyskytují pouze v off-line formě. Off-line přenos chápeme u pasivních prostředků stejně, tak jako je chápeme u aktivních prostředků.

4.2.3 Off-line přenos

Off-line přenos je takový přenos, který nám umožní přenášet sdělení a data od odesílatele k příjemci, a to tak, že příjemce nemusí být v době přenosu tomuto přenosu fyzicky přítomen. Přenos sdělení, dat se uskuteční v příjemcově nepřítomnosti a příjemce o zasláná data nepřijde. Samozřejmě, příjemce tomuto přenosu být přítomen může. Není to však nutnou podmínkou.

V reálném světě si off-line přenos můžeme připodobnit přenosu poštovních zásilek, či faxu. Po dobu nepřítomnosti příjemce se doručené zásilky schraňují v poštovní schránce nebo boxu. Faxové zprávy se zase schraňují vytištěné na papíře.

Na internetu je zástupcem off-line přenosu elektronická pošta, která všechny odeslané zprávy ukládá do poštovní schránky (angl. mailbox), odkud si je její majitel vyzvedává.

4.2.4 On-line přenos

On-line přenos je takový přenos, který nám umožňuje přenášet sdělení, data od odesílatele k příjemci, a to tak, že příjemce musí být v době přenosu tomuto přenosu fyzicky přítomen. Přenos sdělení, dat se tedy uskuteční pouze za přítomnosti příjemce. Pokud příjemce přenosu dat fyzicky přítomen není o zasláná data přijde.

V reálném světě si on-line přenos můžeme připodobnit přenosu hlasového sdělení telefonním přístrojem bez přítomnosti prostředku, který umožňuje hlasový záznam. Pokud uživatel telefonního přístroje, kterému voláme, není u telefonu přítomen, zamýšlený přenos se neuskuteční. Zpráva nebude zanechána, protože není kde ji zanechat a příjemce tak přijde o sdělení, které mu bylo odesílatelem určeno.

Na internetu je on-line přenos zastoupen prostředky textového přenosu dat, audio přenosu dat a prostředky audio-video přenosu dat.

4.2.5 Elektronická pošta

Elektronická pošta (anglicky electronic mail, zkráceno email) je prostředek, který umožňuje přenášet elektronická data. Tato data mohou mít formu textových dokumentů, počítačových programů, databází, ...

Komunikace, jak jsme si řekli zde probíhá asynchronně. To znamená, že nevyžaduje současnou aktivitu komunikujících uživatelů. O nové poště, která je uživateli doručena v období, kdy není k síti přihlášen, je uživatel informován v okamžiku, kdy se k síti přihlásí.

Je-li k síti uživatel přihlášen, může být v případě, že si tak přeje, o nové poště informován okamžitě.

S elektronickou poštou se na internetu setkáme, například když někomu budeme chtít zaslat emailovou zprávu, nebo poslat příspěvek do elektronické konference.

Jako nástroj je elektronická pošta mezi ostatními nástroji nejstarší a do dnešní doby nejpoužívanější. Pokud někdo využívá internetu jako prostředku ke komunikaci, používá z nejvyšší pravděpodobností i e-mailu. (Pertl, 2002) vyplývá, že v České republice z uživatelů internetu používá e-mail 98 procent uživatelů.

4.2.6 Prostředky textového přenosu

O prostředcích textového přenosu dat mluvíme vždy, když v reálném čase plynule přenášíme krátká textová sdělení, zprávy od jednoho uživatele ke druhému, za jejich vzájemné přítomnosti. Tyto zprávy se na monitoru příjemce objevují buďto přesně znak po znaku, tak jak jsou psány odesílatelem. A nebo se objevují po krátkých větách, či souvětích.

V reálném světě si textový tok můžeme připodobnit k zasílání SMS zpráv, z jednoho mobilního telefonu do druhého.

Technicky je textový tok obtížné správně si zařadit. To proto, že forem, kterými může být realizován, je mnoho. V rovině uživatele je textový přenos dat realizován za pomoci klávesnice, na níž odesílatel zprávy napíše a po napsání odesílá. Příjemce si napsané zprávy čte na obrazovce monitoru.

S textovým tokem se v komunikaci po internetu setkáváme velmi často. Například v chatech, či při zasílání krátkých zpráv z počítače na počítač.

4.2.7 Prostředky audio přenosu

O prostředcích audio přenosu mluvíme vždy, když v reálném čase přenášíme krátké audio sdělení od jednoho uživatele ke druhému, za jejich vzájemné přítomnosti.

Prostředky audio přenosu si v reálném světě může připodobnit k telefonnímu přístroji, pomocí něhož si uživatelé hlasové zprávy vyměňují. Na internetu se s nimi uživatel setká téměř ve stejné formě. Pro odeslání audio sdělení slouží odesílateli mikrofon, do něhož se zpráva namlouvá. K příjmu zprávy slouží pak reproduktor.

S audio přenosem se v komunikaci na internetu setkáme při internetovém telefonování.

Díky relativní náročnosti, kterou audio přenos klade na hardwarové a přenosové prostředky, je jeho praktické užívání malé.

4.2.8 Prostředky audio-video přenosu

O prostředcích audio-video přenosu dat mluvíme vždy, když v reálném čase přenášíme krátké video sdělení, doplněné i o audio složku, od jednoho uživatele ke druhému, za jejich vzájemné přítomnosti.

Prostředky audio-video přenosu dat si v reálném světě můžeme připodobnit k videotelefonu, pomocí něhož si uživatelé audio-video zprávy vyměňují. Na internetu se s nimi uživatel setká téměř ve stejné formě. Pro odeslání audio-video zprávy slouží odesílateli kamera, která snímá obraz a mikrofon, a ten snímá zvuk. K příjmu zprávy pak slouží monitor, na němž se obraz zobrazuje a reproduktor, který k uživateli přenáší audio složku.

S audio-video přenosem se v komunikaci na internetu setkáme například při video konferencích.

Díky relativní náročnosti, kterou audio-video přenos klade na hardwarové a přenosové prostředky, je jeho praktické užívání malé, dokonce o dost menší než užívání audio přenosu.

4.2.9 Prostředky domovských stránek, nástěnky

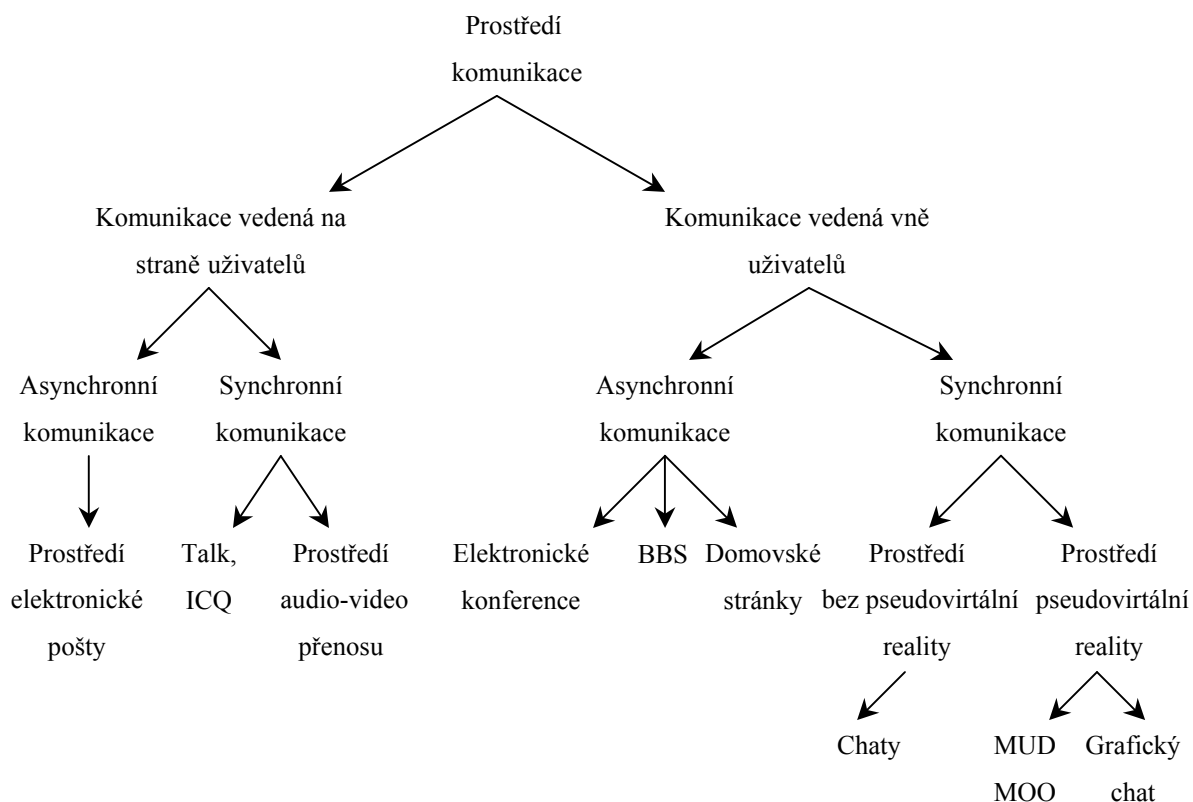
Prostředky domovských stránek nebo nástěnky jsou místa na serveru, kde uživatelé internetu mohou pro ostatní uživatele nechávat sdělení.

Tyto prostředky bychom si v reálném světě mohli připodobnit k veřejným nástěnkám. Každý, komu jsou v dosahu, kdo si jich všimne a má chuť si je přečíst, může.

Ve světě internetu je tento prostředek velmi hojně užívaný. Podle Cyveillance (Pastore, 2002) je na internetu umístěno více než dvě miliardy těchto stránek.

4.3 Prostředí komunikace

Prostředím komunikace rozumíme prostředí, v němž se samotná komunikace odehrává. Protože nám internet nabízí prostředí, v kterých je možno komunikaci vést a které jsou od sebe navzájem dosti odlišné, je potřeba si i tato prostředí nějak rozdělit.



obrázek 3 - Schematické rozdělení jednotlivých prostředí komunikace

Na obrázku 3 vidíme schématické rozdělení jednotlivých prostředí komunikace. Základní dělení je na prostředí, v nichž je komunikace vedená na straně uživatelů, a prostředí, v nichž je komunikace vedena vně jejich uživatelů.

Prostředí s komunikací na straně uživatelů dělíme na prostředí, u nichž převažuje asynchronní komunikace, a prostředí, u kterých převažuje synchronní komunikace. Do prostředí, u kterého převažuje asynchronní komunikace, spadá prostředí elektronické pošty. Do prostředí, u kterého převažuje synchronní komunikace, spadá prostředí „talků“, ICQ a audio-video přenosu.

U prostředí s komunikací vně uživatelů rozeznáváme rovněž prostředí, u kterých převažuje asynchronní komunikace, a prostředí, u nichž převažuje synchronní komunikace. Do prostředí, u kterého převažuje asynchronní komunikace, řadíme elektronické konference, BBS, domovské stránky. Prostředí se synchronní komunikací dále rozdělujeme na prostředí bez pseudovirtuální reality a prostředí s pseudovirtuální realitou. Do prostředí bez pseudovirtuální reality můžeme zařadit chaty. Do prostředí s pseudovirtuální realitou pak MUD, MOO a grafické chaty.

Jednotlivé kategorie si nyní vysvětlíme blíže.

4.3.1 Komunikace vedená na straně uživatelů

Komunikace vedená na stranách uživatelů je taková komunikace, při níž se osobám, které se této komunikace účastní, zdá, že část komunikace probíhá přímo u nich, na jejich straně. To znamená v počítači, či internetové konzole, jejichž prostřednictvím je komunikace vedena. Jako příklad této komunikace si můžeme uvést elektronickou poštu, nebo audio přenos. Uživatel, který tyto prostředky používá, píše elektronickou zprávu, či telefonuje ze svého počítače. Uživatel, který zprávu, či hovor přijímá, tak zase činí na svém počítači.

To, že uživatelé mají dojem, že se část komunikace odehrává na jejich straně, dokreslují věty, kterými o tomto typu komunikace mluví. Říkají: *„Dnes mi do počítače přišlo osm emailů“*, *„Odeslal jsem šest emailů“*, *„Poslední dobou volám jen z počítače.“*

V reálném světě je tento typ komunikace běžný. Komunikujeme-li například pomocí telefonního přístroje, jsme my i náš protějšek přítomni každý na jednom konci telefonního spojení. Pokud komunikujeme prostřednictvím listovní pošty, jsme někdy přítomni u svých poštovních schránek.

Na internetu se s tímto typem setkáme velmi často při komunikaci dvou osob.

4.3.2 Komunikace vedená vně uživatelů

Komunikace vedená vně uživatelů je taková komunikace, při níž se osobám, které se této komunikace účastní, zdá, že komunikace neprobíhá přímo u nich, kde fyzicky sedí, ale kdesi mezi nimi. To je v uměle stvořeném virtuálním prostředí. Jako příklad této komunikace si můžeme uvést různé druhy chatů.

To, že uživatelé mají dojem, že se část komunikace odehrává mimo jejich fyzické umístění, dokreslují věty, kterými o tomto typu komunikace mluví. Říkají: „*Dnes jsem tři hodiny mluvil s kámošema na xku.*“ „*Kam nejradši chodíš chatovat?*“

V reálném světě se s tímto typem komunikace nesetkáme. V kyberprostoru je naopak běžným, především pokud spolu komunikuje více osob nežli jen dvě.

4.3.3 Prostředí s asynchronní komunikací

Prostředí s asynchronní komunikací je takové prostředí, v němž uživatelé nejsou nuceni komunikovat v reálném čase. V ten samý okamžik, kdy je komunikace vedena, tedy nemusí za účelem komunikace sedět u počítače, či u internetové konzoly.

V prostředí s asynchronní komunikací se totiž každá odeslaná zpráva vždy nejprve v místě doručení uloží a takto uložená čeká na to, až si ji adresát vyzvedne. Po vyzvednutí pak adresát ve většině případů určuje, zdali uloženou zprávu nechá i nadále uloženou a nebo zdali ji smaže.

4.3.4 Prostředí se synchronní komunikací

Prostředí s synchronní komunikací je takové prostředí, v němž uživatelé jsou nuceni komunikovat v reálném čase. V ten samý okamžik, kdy je komunikace vedena, tedy musí za účelem komunikace sedět u počítače, či u internetové konzoly.

V prostředí se synchronní komunikací se totiž odeslané zprávy neukládají. Není-li tak jejich adresát v době doručení zprávy přítomný, o zprávu přichází, aniž by o tom odesílající věděl.

4.3.5 Prostředí bez pseudovirtuální reality

Prostředí bez pseudovirtuální reality je prostředím, které po stránce místa, kde je komunikace vedena, není nijak blíže specifikováno. Uživatelé se v něm soustředí čistě na komunikaci. Mají pocit, že se nacházejí v nějaké místnosti, která se nějak jmenuje (například Hradec Králové, hry, hospoda, unix), ale víc tuto místnost neumějí specifikovat.

4.3.6 Prostředí pseudovirtuální reality

Prostředí pseudovirtuální reality je prostředím, které je po stránce místa, kde je komunikace vedena, blíže specifikováno. Toto místo je textově popsáno nebo graficky ztvárněno. Komunikující přesně vědí, kde komunikují. Popis místnosti může vypadat například takto: „*Vstoupil jsi do pohodlné kanceláře. Vidiš pracovní stůl a na něm dva počítače značky Macintosh a knihovnu. Konferenční stůl, který slouží ke schůzím wizardů je ve středu místnosti. Na jedné stěně vidíš mapu Norska a na protější straně mapu Texasu.*“ (Uživatel přesně ví, kde se nachází. V některých pseudovirtuálních prostředích může dokonce i s objekty manipulovat a tvořit nové. V grafických prostředích jsou místa a objekty ztvárněny graficky. Přítomnost prostředí má tak na komunikaci vliv.

5 Jednotlivá komunikační prostředí

5.1 Prostředí elektronické pošty

Předmětem prostředí elektronické pošty je samotná zpráva. Tato zpráva má určitou strukturu, jejíž všechny prvky však nejsou povinné. Tato struktura má následující tvar:

Příklad struktury zprávy elektronické pošty:

<i>Hlavička</i>	Od: Petr.Nekvasil@email.cz Odesláno: 31. října 2001 10:56 Komu: Jan Rozladil Předmět: Re: spatny barvy
<i>Tělo zprávy (citovaný text)</i>	> Nejak sem pokladal za samozrejmy, ze mas slusnej monitor (nikoliv nejakej > vyblitej) a umis ho nastavit, stejne jako hru a grafickou kartu. Pak jsou barvy > IMO v poradku a odpovidaji realite (v realu jsou i zelenejsi i mene zeleny > lesy) tak jak muze barevnost RGB proti barevnosti RL (Real life ;) poskytnout
<i>Tělo zprávy (náš vlastní text)</i>	Jo, mas pravdu. Mam repas. Ale barvy mu dou slusne. Zkusim se kouknout do setupu, nebo na kartu. Treba s tim pohnu.
<i>Podpis</i>	Petr Nekvasil domu (Petr.Nekvasil@email.cz)

Struktura emailové zprávy popsaná výše se skládá z hlavičky zprávy, těla zprávy a podpisu zprávy.

5.1.1 Hlavička zprávy

Hlavička zprávy je povinná, což znamená, že je ve zprávě uvedena vždy. Mnoho údajů se do hlavičky dosazuje automaticky. Jsou jimi adresa odesílatele, datum odeslání a adresa, či jméno příjemce. A dále například i názvy serverů, přes které se zpráva k adresátovi dostala, názvy případně přiložených dat a jiné informace, z nichž některé jsou však přístupné pouze na vyžádání, po provedení patřičné volby. Dále hlavička obsahuje předmět (angl. subject), který by měl stručně charakterizovat celou zprávu. Nebo alespoň na sebe upoutat, aby příjemce byl motivován k jejímu přečtení. Příjemce totiž může obdržet mnoho zpráv a ne vždy má čas si všechny přečíst (Peterka, 2001). Jako korektní předměty, vycházející z profesionálního užití emailu, uvádí Peterka (2001) následující:

„Zápis ze včerejší porady u šéfa“ „Pozvánky na tiskovou konferenci 15. 10. 2001“ „Úkoly na zítřek.“ Předmět může mít i osobnější nádech: „AHOJ JANI ☺“ „Petře – Help me, please!“ „Jak bylo včera doma?“

Pokud předmět začíná předponou „Re:“, jak je tomu v našem příkladu, říká to příjemci, že jde nespíš o reakci na jeho předchozí dopis. Předpona „Re:“ se do předmětu přidává sama, pokud odesílatel po přečtení přichozí zprávy zvolí volbu „Odpovědět“.

5.1.2 Tělo zprávy

Tělo zprávy, které obsahuje samotné sdělení, je volitelné. Dopis tedy nemusí mít žádné, například když jsou zasílána data. Obvykle však zprávou chceme něco sdělit, a tak tělo obsahuje. O tělu zprávy se obsáhle vyjadřuje Suler (1998). Mimo jiné píše, že tělo zprávy je nejkomplexnější část dopisu. Může mít jakoukoliv délku, organizaci, může obsahovat citovaný text, gramatické chyby a nejrůznější znaky.

Struktura těla zprávy nám odráží kognitivní a osobnostní styl pisatele. Zpráva může mít přehlednou strukturu s minimem gramatických chyb, nebo naopak může být velmi zmatená. To nám cosi naznačuje o jejím pisateli.

Tělo zprávy může mít dvě části. Může zahrnovat text z předcházejícího dopisu tzv. citovaný text, jež se do těla při odpovědi s naším souhlasem sám vloží. Takto vloženému textu pak ve zprávě předchází znak „<“. A dále naše sdělení. To už žádnými znaky uvozeno není.

5.1.3 Podpis zprávy

Podpis zprávy je též nepovinný, ale mnoho lidí jej do zprávy uvádí. Podpis má za úkol blíže identifikovat odesílatele zprávy. Podle Peterky by měl jednoznačně identifikující podpis vypadat třeba takto:

Jan Novak

reditel

firma X.Y.

tel.: 02/12345678, fax: 02/87654321

<http://www.firmaXY.cz>

Z tohoto podpisu se dozvídáme jméno osoby, její postavení a kontakt. Bohužel nemáme zaručeno, zdali je tento podpis pravý a skutečně se váže k reálně existující osobě. Něco o identitě si řekneme v následující kapitole.

Podpis však také může vypadat velmi stroze. Například:

Pavel Ráb

Pája

Kunka

A nebo může být velmi originální. Například:

klak

```
-----  
MESSAGE FROM GOD !  
"Universe rebooting in 5 seconds. Please log out!"  
(L) Logout; (C) Cancel; (P) Panic; (H) Help :_
```

Rozsáhleji se podpisům zprávy věnuje Suler (1998) a Donath (1996).

5.2 Talk, ICQ

Talk a ICQ, jak jsme si výše popsali, spadají do kategorie prostředí, při nichž se komunikace vede na straně uživatelů a je synchronní. Kromě unixovského Talku a ICQ samozřejmě existuje i řada dalších prostředí, která jsou těmto podobná. Talk a ICQ jsem vybral pouze demonstrativně a to proto, že jsou u nás hojně používány.

Jak v případě ICQ, tak i Talku jsou spolu většinou komunikující spárováni. Probíhá komunikace jednoho s jedním. Obě jednotlivá prostředí si stručně přiblížíme.

5.2.1 Talk

Talk je unixový program, který slouží ke komunikaci dvou lidí. Aby se dva lidé spolu mohli spojit, je zapotřebí, aby oba byli současně přihlášení na internetu. Pokud chce například uživatel Joe navázat komunikaci s Bártem Simpsonem z Wideneru, napíše: „talk bart@cs.widener.edu“ a na Bártově počítači se objeví toto:

```
Message from Talk_Daemon@cs.widener.edu at 21:45 ...  
talk: connection requested by joe@ee.someplace.edu  
talk: respond with: talk joe@ee.someplace.edu
```

Pokud bude chtít Bárt s Joem komunikovat, musí napsat: „talk joe@ee.someplace.edu“. Poté, když toto Bárt napíše, budou oba uživatelé spolu spojeni a mohou začít komunikovat. (Kehoe, 1992)

Prostředí Talku vypadá velmi jednoduše. Většinou uživatelé vidí jednobarevnou obrazovku uprostřed oddělenou čarou. Horní část obrazovky patří jednomu uživateli. Druhá část druhému. Komunikujícím se zpráva na obrazovce objevuje tak, jak je vytvářána, tedy písmeno po písmenu.

Více tento program neumožňuje, pro komunikaci však stačí.

5.2.2 ICQ

Na rozdíl od Talku je ICQ (I seek you) velmi vyspělé prostředí a umožňuje mnohem víc než jenom komunikaci dvou uživatelů. Kromě ní k dnešnímu dni umožňuje přenos dat a souborů, vyhledávání uživatelů v rozsáhlé databázi podle nejrozličnějších kritérií, pohlaví, věku, zájmů, národnosti, jazyka, ...

Uživatelé, kteří chtějí ICQ používat, se nejprve do tohoto prostředí musí registrovat. Dnes má ICQ několik desítek milionů registrovaných uživatelů. Po registraci a přihlášení do systému si uživatel může vytvořit nebo rozšiřovat seznam lidí, přátel, s kterými by rád komunikoval. Přidání uživatele do seznamu jiného uživatele často předchází souhlas uživatele, který má být do seznamu přidán. Vlastníku seznamu pak tento seznam signalizuje, kteří uživatelé jsou právě k systému ICQ přihlášení a jsou schopni komunikace. Uživatel ICQ má tedy přehled, s kým může komunikovat. Uživatelé si většinou program ICQ spouští hned na počátku práce s počítačem, takže jsou obvykle dostupní vždy, když se u počítače nacházejí.

Pomineme-li nyní audio přenos, který ICQ nabízí a kterému se budeme věnovat dále, je v tomto programu možno komunikovat dvěma prostředky.

Prvním prostředkem jsou tzv. krátké zprávy (angl. instant message), kdy spolu uživatelé komunikují v krátkých sděleních, mezi nimiž bývá větší, či menší prodleva. Komunikace pomocí krátkých zpráv je výhodná, jestliže jsou komunikující mírně pracovně zaneprázdněni a nebo komunikují s více jednotlivými uživateli najednou.

Druhým prostředkem je komunikace velmi podobná komunikaci v unixovském programu Talk, kdy oba uživatelé vidí rozpůlené okno, v němž komunikace probíhá. Zde

na rozdíl od Talku však komunikace neprobíhá po znacích, ale po větách. Respektive poté, kdy uživatel, který větu napsal, stiskne klávesu pro její odeslání.

5.3 Prostředí audio-video přenosu

Prostředí audio-video přenosu je prostředím synchronním a komunikace probíhá na straně uživatelů. Toto prostředí by mělo umožňovat slyšet a vidět komunikující tak, jak je máme možnost slyšet a vidět v reálném světě. Bohužel prostředky, které přenos zvuku a obrazu zajišťují, nejsou v dnešní době na takové úrovni, jakou by jejich uživatelé uvítali, a tak je zvuk a obraz mnohdy velmi zkreslen a lidé, kteří v tomto prostředí komunikují, se vidí a slyší také zkresleně. Někdy dokonce dochází i ke značnému posunu mezi zvukem a obrazem, což může být zdrojem nedorozumění.

5.4 Elektronické konference, diskusní skupiny

Elektronické konference a diskusní skupiny jsou asynchronní a probíhají vně uživatelů. Podstatou elektronické konference a diskusní skupiny je sdružení třech a více uživatelů, kteří mají stejné zájmy, problémy a jsou se ochotni své zájmy, problémy sdílet s ostatními. Takováto skupina lidí si pak někde na serveru vyhradí „místo“, kam má každý účastník možnost zasílat tematicky příbuzné příspěvky a zaslané příspěvky číst. Kromě toho, že jsou příspěvky ukládány a přístupny na serveru, bývá zvykem si všechny příchozí příspěvky přesměrovat do elektronické pošty, takže účastník skupiny, či konference si příspěvky nevyzvedává na příslušném serveru, nýbrž mu přicházejí elektronickou poštou mezi dalšími zprávami.

Tvar příspěvku je velmi podoben emailové zprávě. Má stejnou strukturu tj. hlavičku, tělo a podpis.

Elektronická konference i diskusní skupina může být veřejná nebo privátní.

U veřejné konference, skupiny má každý uživatel internetu možnost číst příspěvky, které byly do konference, skupiny zaslány a má i možnost se k těmto příspěvkům vyjadřovat.

U privátní konference, skupiny mají možnost příspěvky číst a jimi přispívat pouze úzké okruhy uživatelů internetu, kterým je toto již existující skupinou výslovně dovoleno.

Dále konference a skupiny mohou být nemoderované a nebo moderované.

Nemoderovaná konference, skupina není nikým řízena. Všechny příspěvky, které do skupiny přijdou, jsou i uveřejněny, byť by nebyly k tématu skupiny. Vymazat nepatřičný příspěvek má právo jen jeho autor. Hrozbou nemoderovaných skupin jsou tzv. „flame wars“.

Moderovaná skupina je pod dohledem moderátorem. Moderátor dohlíží na kvalitu příspěvků ve skupině. Pokud se příspěvky k tématu nehodí, má právo je mazat. I když k nelibosti některých účastníků skupiny. Příkladem může být toto vyjádření ke smazaným příspěvkům v diskusní skupině „Flashpoint“ na serveru www.bonusweb.cz.

I-Van, *neby lzadán*, [4.9.200122:15] **Tak se mi zdá.....** že tady zase řádila CENZURA. Byl jsem tu před asi půl hodinou a teď když jsem přišel, tak se mi zdálo, že to tu předtím vypadalo jinak, že ten přízvěvek co byl první předtím, byl úplně jiný. A pak mě to trklo. Uvědomil jsem si zcela přesně co tam bylo za přízvěvek. Nebudu to tu zmiňovat, nebo taky neprojdou CENZUROU. Ten co tam je teď asi taky nemá velkou šanci tady dlouho vydržet. Je to fakt nechutný.

Snad jediný co mě napadá, že nějaký zákon činí provozovatele těchto stránek zodpovědného i za obsah přízvěvků, takže chápu, že mažou nabídky pálenek, ale jinak mazat v celku nezávadné přízvěvky (ty češtiny) je prasárna. Takováhle diskuze má pramalou hodnotu, když je takhle nesmyslně přísně cenzurovaná.

Takže Čest práci , Soudruzi!

V tomto vyjádření je patrná značné podráždění autora, který mazáním příspěvků celou diskusi snižuje. I přes tuto nelibost některých jsou však moderované skupiny ve výsledku kvalitnější.

Frekvence zasílání příspěvku do skupiny, či konference je různá. Někdy přichází několik příspěvků denně, jindy zase třeba žádný.

5.5 BBS

BBS (Bulletin Board System) - definuje encyklopedie sítí (Feibel, 1996, s.90) jako jeden nebo více modemem propojených počítačů, ke které mohou uživatelé přistupovat ze vzdálených počítačů. Uživatelé připojení k BBS mohou zasílat zprávy, dostávat technickou podporu od obchodníků, nahrávat nebo přijímat soubory a tak dále. Mnoho BBS je zřízeno obchodníky a firmami a zahrnují komunikační fóra, v nichž se uživatelům se zpožděním dostává technické podpory. Některé BBS jsou zřízené pro specializované zájemce, zpravidla za poplatek. (Zpoplatňované BBS často nesou vzletná pojmenování ve smyslu informačních služeb).

Do češtiny by se dalo označení BBS, respektive Bulletin Board Systém přeložit jako systém nástěnek. Nástěnkami jsou v BBS označována „místa“, která jsou od sebe tematicky oddělena a kam uživatelé mohou posílat své příspěvky. Nástěnky jsou velmi podobné prostředí elektronických konferencí a skupin. Dokonce i struktura příspěvku je obdobná. Co ale odlišuje systém BBS od elektronických konferencí a skupin je, že v případě BBS se jedná o komplexnější systém, který kromě nástěnek poskytuje i něco navíc. Poskytuje možnost výměny souborů a možnost synchronní komunikace uživatele s uživatelem, či uživatele s více uživateli najednou. Užívání nástěnek však převládá a je nejviditelnější, a tak jsem tento systém zařadil do asynchronního přenosu.

Většina BBS požaduje po svých uživateli registraci. Někdy je do BBS umožněn vstup každému, avšak pouze s atributem host (angl. guest). Práva hostů jsou však omezena. Většinou mohou číst jen nástěnky.

Každá nástěnka má svého moderátora, který ji spravuje. Celá BBS pak má správce, či několik správců, kterým se dostává označení sysop. Sysopové kromě jiného registrují členy BBS. Taktéž členům BBS mohou členství zrušit.

Další odlišností BBS od konferencí a skupin je složení uživatelů, kteří toto prostředí používají. U elektronických konferencí, skupin je prvotní téma a dle něho se tvoří skupina uživatelů. U BBS jsou prvotní uživatelé BBS a pak se až v druhé řadě ustanovuje téma. Uživatelé BBS tvoří ve většině případů pevnější skupinu a mají k sobě důvěrnější vztah nežli uživatelé elektronických konferencí, skupin. Samozřejmě i některé konference a skupiny mohou dosahovat kvalit skupin okolo BBS.

5.6 Domovské stránky

Domovské stránky (angl. homepage) se s nástupem WWW staly velmi populárním komunikačním prostředím, které je uživateli vnímáno jako prostředí sloužící k prezentaci jednotlivců a zveřejňování informací. Thomas Erickson (1996) však k tomu říká, že osobní a WWW stránky nejsou užívány k publikování informací, ale jsou užívány ke konstruování identity. Užitečné informace jsou pak postranním efektem. V souhrnu je WWW (world wide web) dějištěm, kde jednotlivci mohou konstruovat svůj obraz užitím informací. Toto virtuální prostředí poskytuje unikátní kontext, který dovoluje experimentovat s vlastní identitou.

Prostředí domovských stránek umožňuje komunikaci jednoho se všemi. A to tak, že ani její vlastní autor neví, kdo přesně na jeho stránku nahlíží.

Mocným nástrojem prostředí domovských stránek jsou hypertextové odkazy, které slouží autorům pro usnadnění navigace na vlastních stránkách a propojení svých stránek se stránkami jiných uživatelů.

5.7 Chat

Chat (česky se nepřekládá) jsou, jak jsme si řekli, prostředím, které umožňují synchronní komunikaci. Hlavním rysem těchto prostředí je, že umožňují komunikaci mnoha lidí najednou. K tomu, aby Tito lidé mohli spolu najednou komunikovat, slouží kanál (angl. channel), či místnost (angl. room). V místnosti se píše text, který se posílá všem lidem v místnosti, nebo pouze vybrané osobě. Do kanálů, či místností se uživatelé přihlašují pod přezdívkou (angl. nick). Většina chatů po uživateli požaduje unikátní přezdívku, to aby se vědělo, ke kterému uživateli chatu se hovoří. Do mnoha chatů je povinná registrace. Na správnost údajů se však nedbá. Uživatelé mohou v mnoha případech do registračního formuláře napsat cokoliv a budou zaregistrováni. Některé chaty však nad tuto registraci poskytují i registraci licencovanou, u níž je s velikou pravděpodobností jisté, že uživatel je skutečně tím, kým jeho registrace říká, že je.

Jako příklad takovýchto chatů si můžeme uvést u nás velmi používané IRC, XCHAT, XKO.

5.8 MUD, MOO

MUD (multi user dimension, multi user dungeons, multi user domain) a MOO (multi user dimension, object-oriented) jsou prostředí s pseudovirtuální realitou. V našich podmínkách však nejsou mnoho rozšířeny. To proto, že většina těchto prostředí je dostupná pouze v anglickém jazyce. První MUD se objevily na počátku 80. let a byly realizovány na unixu v čistě textovém režimu. Byly stvořeny hráči „Dungeons and Dragons“, aby tuto hru mohli hrát spolu na počítači v reálném čase. (Crispen P, 1998)

Multi uživatelské dimenze se obvykle dělí do dvou kategorií (Raybourn, 1998)

1. Bojové nebo dobrodružné prostředí, kde na sebe jejich uživatelé berou podobu různých nadpřirozených rolí (MUD).
2. Sociální komunity, kdy jejich uživatelé zaujímají skutečné sociální role (TinyMUD, nebo MOO).

Prostředí MUD a MOO jsou velmi různorodá. Dnes, po více než dvaceti letech, se s nimi setkáme i v grafické podobě.

U MUD je hlavním rysem přítomnost prostředí. Může jím být jakýkoliv smyšlený svět, nebo kopie našeho reálného světa. U MOO k tomuto prostředí ještě přibývá možnost manipulace s objekty. Uživatel může objekty vytvářet a pak si je prohlížet a dokonce i používat. Uživatel se například může virtuálně posadit na židli. Občerstvit se. Zaplavat si v bazénu.

Díky přítomnosti pseudovirtuálního prostředí jsou uživatelé do tohoto prostředí více vtahováni. Jejich komunikace je pak tímto pseudovirtuálním prostředím ovlivněna.

5.9 Grafický chat

Grafické chaty jsou prostředí pseudovirtuální reality se synchronní komunikací. Od klasických chatů se tyto grafické chaty odlišují tím, že se zde nekomunikuje pouze textem dokresleným emotikony v „prázdných“ místnostech, ale za pomoci ztělesnění (angl. avatar) v graficky ztvárněných prostředích. Ztělesnění uživatelů grafického chatu může nabývat jakýchkoliv podob a v průběhu komunikace se může měnit. Taktéž prostředí, v nichž je komunikace vedena jsou různá. Škála těchto podob a prostředí sahá od velmi realistických, které svými motivy připomínají naši realitu a končí u prostředí naprosto bizarních.

Grafické ztvárnění komunikujících a prostředí má oproti předchozím prostředím výhodu pohybu jednotlivých ztělesnění v prostoru. Když spolu například jednotliví uživatelé komunikují, posunou své ztělesnění co nejbližší sobě, takže každému komunikujícímu je hned jasné, kdo ke komu patří. V grafických chatech se dají taktéž díky značné proměnlivosti ztělesnění velmi dobře vyjadřovat emoce a komunikaci obohatit o neverbální prvky.

Výzkumem grafických chatů se zabývá Suler (1996).

6 Anonymita a internet

6.1 Úvod

Při komunikaci hraje znalost těch, s nimiž komunikujeme klíčovou roli. Je nezbytností pro vzájemné porozumění a hodnotnou komunikaci. V odtělesněném prostředí internetu, v němž komunikace probíhá, se však ti, s nimiž komunikujeme, zdají a mnohdy také jsou nejednoznační. Mnoho základních osobnostních rysů a sociálních rolí, které jsou obvykle patrné v reálném světě, na internetu chybí.

Protože se komunikace na internetu ve většině případů soustředí více na informace, nežli materiálně, jak je tomu v reálném světě, není jednoduché určit s kým komunikujeme...

6.2 Míra anonymity

Ve své bakalářské práci David Šmahel (2000, s.25) provedl dělení míry anonymity na dvě části – na anonymitu objektivní a subjektivní. Podle jeho slov: „Anonymita objektivní znamená, jaká je opravdu reálná možnost identifikace identity odesílatele, jakou máme šanci, že budeme-li pátrat po jeho skutečném jménu, příjmení apod. a budeme úspěšní. Anonymita subjektivní naproti tomu znamená, co si my sami myslíme o anonymitě odesílatele, zda ho osobně známe, či zda si myslíme, že ho známe apod.“

U těchto dvou anonymit pak identifikoval vždy po třech kategoriích.

U anonymity objektivní to jsou tyto kategorie: žádná anonymita, nerozhodná anonymita a zcela anonymní.

U anonymity subjektivní rozeznává tyto kategorie: zcela anonymní, středně anonymní, a neanonymní.

Já jsem bez vztahu k předcházející práci a na základě svých poznatků identifikoval tyto kategorie anonymit:

- Žádná anonymita
- Pseudoanonymita
- Skutečná anonymita

Nyní je postupně popíši:

6.2.1 Žádná anonymita

Uživatel se nijak neskrývá. Druzí, s nimiž tento uživatel komunikuje, nemají o jeho pravé identitě pochyb.

Pravou identitu může zaručit například emailová adresa, domovská stránka, která obsahuje doménu, u níž je zřejmý přímý vztah k vlastníkům přístupu k této doméně. U veřejného chatu může zase být potvrzením skutečné identity například certifikát vystavovaný jejich správci.

6.2.2 Pseudoanonymita

Pseudoanonymita nám značí jakousi zdánlivou, nepravou anonymitu. Ač se v souvislosti s komunikací na internetu velmi často hovoří pouze o anonymitě, z větší části případů jde právě o tuto pseudoanonymitu. To z toho důvodu, že u mnoha rádo by anonymně vystupujících uživatelů jde s určitým minimem technických znalostí vypátrat jejich skutečnou identitu.

I když v komunikaci vystupuje osoba pod přezdívkou a má změněné pohlaví, tak IP adresu počítače, z kterého se hlásí a název domény, při které má zřízený účet obvykle nemění. A to je chyba, protože právě IP adresa a doména nám v mnoha případech snadno umožní k anonymně vystupujícímu uživateli nalézt jeho skutečnou identitu. Následující příklad nám výše uvedené tvrzení dokládá. Anonym - uživatelka Angelika Pejžeraková kritizuje zaměstnance z firmy Illusion softworks za nepříznivé hodnocení počítačové hry Operation Flashpoint, kterou vyvinula firma Bohemia Interactive. Rozhovor se odehrál na serveru www.bonusweb.cz v diskuzním fóru „Flashpoint“.

Angelika Pejžeraková, e-mail: angelika@yahoo.com [23.3.2001 13:54] - odpověz
Illusion softworks

Doufám, že ti co tady vystupovali jako odborníci na slovo vzati pod hlavičkou Illusion softworks jsou pouze anonymové, kteří se za ne vydávají. Nedomnivám se, že by profesionál a odborník dával podnetné rady, jak vylepsit hru nebo racionálně poukazoval na nedostatky zmínovaného dema, přes bulvarní web stránky typu Bonusweb. Podle mého názoru se takhle profesionál nechová.

Uživatel Zdeněk Polách, který má technické znalosti reaguje na příspěvek Angeliky Pejžerakové tak, že odkrývá její pravou identitu. Vychází najevo, že Angelika Pejžeraková není žena, ale muž a dokonce, že je zaměstnancem firmy Bohemia Interactive.

Zdeněk Polách, e-mail: vreco@bonusweb.cz [23.3.2001 16:23] - odpověz

Re: Re: Illusion softworks

V klidu. Ona Angelika Pejzerakova neni ani zena ani ta nezaujata, je to chlap a pracuje v Bohemia Interactive. :-))) Akorat presne nevim, kterej pocitac ma její koncové IPčko na konci, abych ji mohl vystopovat, mohu jen tustit podle toho, jestli mají v kancelarich v BI ty IPčka razeny postupne nebo ne :o)))

Někteří uživatelé reagují na odkrytí pravé identity uživatele nelibě. Obávají se odkrytí pravé identity dalších uživatelů.

Velky milovník Vreca, e-mail: vreco@jateprostemiluju.cz [23.3.2001 18:15] - odpověz

Re: Re: Re: Illusion softworks

Vreco ses zlaticko. Co kdyby si teď ke každému názoru připsal ze kterého pocitace byl napsan. Já jen, že mě chybí ta novinářská objektivnost, kdy si jen někteří sem můžou psát pod různými nicky a nikdo neví o koho se jedná a pak přijde pan Buh Vrecousek a jednu neposlušnou Angeliku odhalí. Ses pro mě obyčejnej hloupej Rimmer.

Uživatel Zdeněk Polách své chování obhajuje a uklidňuje podezření ostatních uživatelů konference, že by i jejich identita mohla vyjít najevo.

Zdeněk Polách, e-mail: vreco@bonusweb.cz [23.3.2001 20:40] - odpověz

Re: Re: Re: Re: Illusion softworks

Nesleduju IPčka lidí, zameril jsem se jen na Angeliku a to v online chatu s Pavlem Stastnym, kde se take vyjadrovala (u diskusi sledovat IPčka nemuzu). Pak jsem se samozrejme ptal lidi z BI kdo je Angelika, nechteli mi rict presne, ale naznacili, ale dokud to nemam 100% overene, tak to samozrejme rikat nebudu :o) Normalne bych pochopitelne identitu Angeliky nechal takovou, jaka byla... ovsem jen v pripade, ze by neprisla pod svym pseudonymem kritizovat lidi z IS za to, ze kritizujou lidi z BI... tedy kdyby nekritizovala neco, co sama dela, zvlaste kdyz se za to stydi podepsat... tak asi tolik, Pejzeracko.

Uživatelka Angelika Pejžeraková se konečně vyjadřuje k tomu, že byla prolomena její anonymita.

Angelika Pejžeraková, e-mail: angelika@yahoo.com [24.3.2001 12:13] - odpověz

Re: Re: Re: Re: Re: Illusion softworks

Ach jo ty muj bozsky Vreco, ty me teda davas zabrat. Takze ty ses rozhodl, ze nektere ucastniky tvych hloupouckych auditek budes sledovat a az vysledujes jak se jmenuji, kde bydli, kolik berou, co berou a kde to kupuji, tak to pekne zverejnis. Je videt, ze ses clovek na spravnem miste. Doufam, ze se podivas na vsechny IP adresy tech co kritizuji tvoje oblíbence z IS.

V návaznosti na odhalení identity Angeliky Pejžerakové uživatel Peter Helcmanovsky sám od sebe uvádí příslušnost k firmě Illusion Softworks

Peter Helcmanovsky, e-mail: ped@7gods.sk [24.3.2001 18:28] - odpověz
Re: Re: Re: Re: Re: Illusion softworks
- Ped - (mimochodom tiez IS, aby ma Vreco nemusel stopovat ;))).....

6.2.3 Skutečná anonymita

Tento typ anonymity nám značí skutečnou anonymitu, kdy k vystopování uživatele nevedou žádné viditelné indicie. Anonymitu může uživatel získat například tak, že se do komunikačních prostředí hlásí jako host tj. nijak neregistrovaný uživatel, a nebo pro komunikaci používá službu anonymních remailerů.⁷

Skutečnou anonymitu z většiny případů užívají např. hackeři, crackeři, tedy lidé technicky na výši, jejichž dopadení by pro ně mohlo mít i soudní dohru. Dále toto plné anonymní vystupování je hojně používáno v diskusních skupinách, v kterých se jejich účastníci chtějí podělit s ostatními účastníky o jejich důvěrné problémy. V některých z těchto diskusních skupin je dokonce anonymní vystupování účastníků doporučováno a jsou jim poskytovány rady, jak této plné anonymity dosáhnout.

⁷ Služba, která umožňuje zasílat anonymní maily. Maily zaslané anonymním remailerem jsou zbaveny všech indicií, které by mohli vést k vystopování skutečné identity.

7 Etika internetové komunikace

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 sestavila Shea (1994).

Tyto pravidla jsou následující:

1. Pamatuj si, že jsi člověk.
2. Chovej se na internetu podle 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 držet „flame wars“ pod kontrolou.
8. Respektuj soukromí druhých.
9. Nezneužívej své síly.
10. Odpouštěj druhým jejich chyby.

Další soubor pravidel o jedenácti bodech sestavil Brian Sullivan (2002).

1. Nikdy o sobě neříkej nepravdivé věci.
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 nepošilej nic, co bys nechtěl, aby věděla široká veřejnost.
11. Než pošleš email, tak si vše dobře rozmysli.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

8 Výzkum psychologických aspektů komunikace na internetu

8.1 Předmět výzkumu

Předmětem výzkumu je zmapovat, v jakých jednotlivých prostředích uživatelé internetu nejčastěji komunikují. Dále pak, dle několika hledisek, které korespondují s cíli výzkumu, srovnat internetovou komunikaci s komunikací tváří v tvář probíhající v reálném světě.

8.2 Cíle výzkumu

Cílem výzkumu je dát odpověď na to, v jakých jednotlivých prostředích uživatelé internetu komunikují a co je k jejich používání vede. Poté se na komunikaci po internetu zaměřit v širším pohledu, již bez striktního rozlišování jednotlivých prostředí, a zjistit, jak kvalitní, a proč, je internetová komunikace oproti komunikaci tváří v tvář. Dále pak nalézt odpovědi na to, za jakým účelem jednotliví uživatelé na internetu komunikují. Jaké pro ně internetová komunikace přináší výhody a jaké nevýhody. Co uživatele na internetové komunikaci přitahuje. Nakolik jsou při této komunikaci druhým otevření. Co pro ně znamená fakt, že je ve většině případů jiní uživatelé nevidí a že oni je také nevidí. Jak se dívají na možnost změny identity, kterou jim i ostatním internet nabízí. Nakolik je z jejich pohledu změna identity morální. A jaké důvody je, ale i ostatní, ke změně identity vedou.

8.3 Volba relevantní populace

Při jakémkoliv výzkumu je velmi důležité přesné stanovení cílové populace. Protože se tento výzkum zabývá internetovou komunikací, jsou cílovou relevantní populací uživatelé internetu v ČR, resp. uživatelé různých komunikačních prostředí dostupných v ČR. To proto, že prostředí internetu v ČR velmi dobře znám, nemám potíže s jazykovou bariérou a mohu tak tuto cílovou skupinu oslovit a klást jí dotazy.

8.4 Použitá metodologie

Výzkum natolik mnohohrstvého fenoménu, jakým je komunikace po internetu, vyžaduje multimetodický přístup. Jelikož se jedná o nový technologický, sociální a psychologický jev, považuji za nutné pokusit se komunikaci po internetu zmapovat nejenom po stránce kvantitativní, ale i kvalitativní. Protože však nemám s kvalitativní metodologií žádné praktické zkušenosti, zvolil jsem kompromis a k výzkumu užívám dotazník, který zahrnuje 20 otázek, z nichž ke 13 se lze vyjádřit volně - svými slovy.

Otázky, ke kterým jsou nabízeny pouze možnosti odpovědí, vyhodnocuji dle jednotlivých relevantních kritérií procentuálně. Kritéria jsou: pohlaví, věk, vzdělání uživatelů a doba užívání internetu,

U otázek, které respondentům nabízejí možnost volné odpovědi, kategorizují tyto odpovědi tak, aby jednotlivé kategorie nejlépe vystihovali určitou skupinu odpovědí. Jednotlivé kategorie pak v náležitém kontextu kritérii prezentují jako výstup. Při prezentaci jednotlivých kategorií uvádím pro jejich dokreslení některé volné, nějakým způsobem význačné, odpovědi respondentů.

8.5 Zdroje dat

Jak jsem již napsal, ke sběru dat jsem použil dotazník. Tento dotazník měl tři formy. Formu tištěnou viz. příloha 1, formu počítačového souboru a formu on-line webového dotazníku viz. URL: <http://dotaznik.webzdarma.cz>. Každý respondent si mohl vybrat, jaký typ dotazníku upřednostňuje a ten vyplnit. Otázky, pořadí otázek a nabízené možnosti v jednotlivých typech dotazníků byly shodné.

Dotazníky jsem rozdal mezi své přátele a rozeslal neznámým lidem, jejichž adresy jsem našel na internetu. Poprosil jsem je, aby o výzkumu řekli dalším lidem a ti mi také dotazník vyplnili.

Dotazníky jsem lidem dával v období od 10.3. 2002 do 15.4. 2002.

Celkový počet dotazníků, který se mi v konečné fázi sešel, byl 112. Z těchto 112 dotazníků provádím následující analýzu.

8.6 Analýza jednotlivých otázek

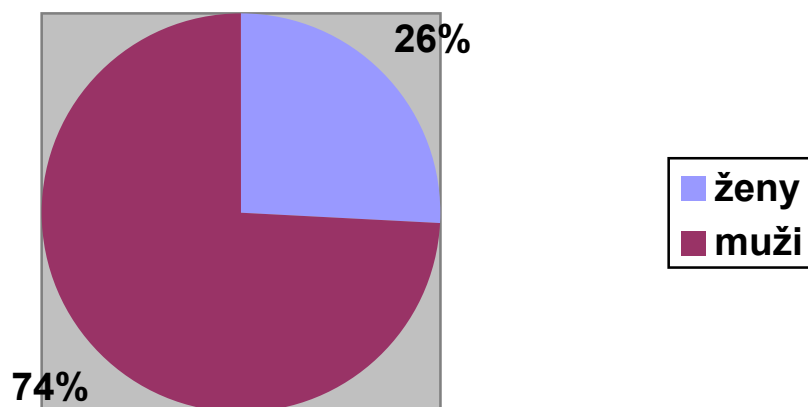
8.6.1 Otázka č.1

Pohlaví: muž žena

Tabulka 1 Rozložení respondentů na českém internetu podle pohlaví

pohlaví	počet	kum. počet	%	kum. %
ženy	29	29	25,89	25,89
muži	83	112	74,11	100,00

Graf 1 Rozložení respondentů na českém internetu podle pohlaví



Z respondentů užívá internet 29 žen - 26% a 83 mužů 74%. Znázorněno v tabulce 1 a grafu 1.

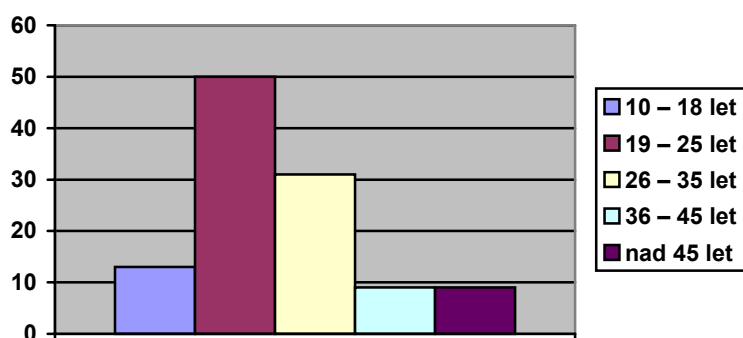
8.6.2 Otázka č.2

Věk: 10 – 18 let 19 – 25 let 26 – 35 let 36 – 45 let nad 45 let

Tabulka 2 Rozložení respondentů na internetu podle věku

věk	počet	kum. počet	%	kum. %
10 – 18 let	13	13	11,61	11,61
19 – 25 let	50	63	44,64	56,25
26 – 35 let	31	94	27,67	83,92
36 – 45 let	9	103	8,04	91,96
nad 45 let	9	112	8,04	100,00

Graf 2 Rozložení respondentů na internetu podle věku



Mediánovou kategorií je věková kategorie 19-25 let (tedy polovina respondentů je mladší 26 let). Tato kategorie je zároveň modální, neboli nejčetnější kategorií, tvoří ji 44% respondentů. Od 10 do 18 let věku je zařazeno 12% respondentů, 26-35 let 28% respondentů, 36-45 let 8% respondentů, nad 45 let 8 % respondentů. Kumulativní procenta ukazují, že 84% uživatelů internetu je ve věku do 35 let. Znázorněno v tabulce 2 a grafu 2.

8.6.3 Otázka č.3

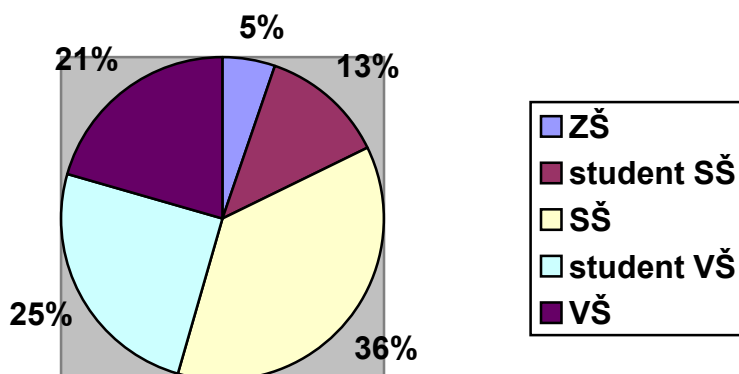
Vzdělání:

- a) základní
- b) vyučen
- c) střední
- d) student střední školy
- e) vysokoškolské
- f) student vysoké školy

Tabulka 3 Vzdelanostní struktura respondentů

vzdělání	počet	kum. počet	%	kum. %
ZŠ	6	6	5,36	5,36
student SŠ	14	20	12,50	17,86
SŠ	41	61	36,60	54,46
student VŠ	28	89	25,00	79,46
VŠ	23	112	20,54	100

Graf 3 Vzdelanostní struktura respondentů



Z hlediska vzdělání tvoří nejpočetnější skupinu lidé se středoškolským vzděláním 36%, dále studenti VŠ 25%, lidé s vysokoškolským vzděláním 21%, studenti SŠ 13%, se základním vzděláním 5 %. Znázorněno v tabulce 3 a grafu 3.

8.6.4 Otázka č.4

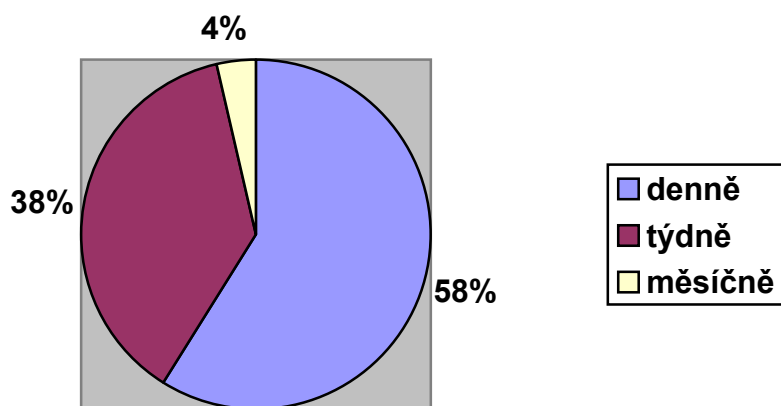
Používáte internet ke komunikaci:

- a) méně než 1x za měsíc
- b) 1-3x za měsíc
- c) 1-6x týdně
- d) denně

Tabulka 4 Frekvence užívání internetu ke komunikaci

frekvence	počet	kum. počet	%	kum. %
denně	66	66	58,93	58,93
týdně	42	108	37,50	96,43
měsíčně	4	112	3,57	100

Graf 4 Frekvence užívání internetu ke komunikaci



Internet ke komunikaci používá denně 58%, týdně 38%, měsíčně 4% respondentů. Možnost méně než 1x za měsíc neoznačil žádný z respondentů. Znázorněno v tabulce 4 a grafu 4.

8.6.5 Otázka č.5

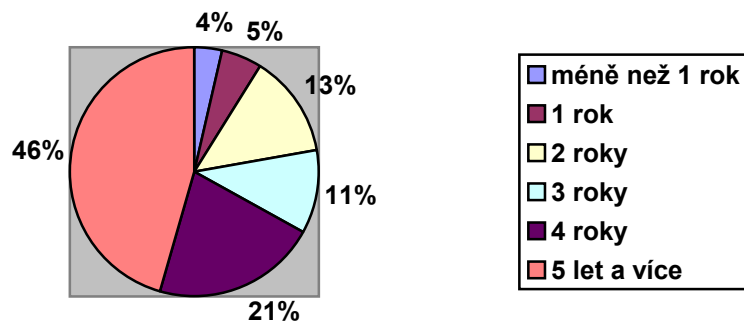
Kolik let internet užíváte?

- a) méně než 1 rok
- b) 1 rok
- c) 2 roky
- d) 3 roky
- e) 4 roky
- f) 5 let a více

Tabulka 5 Jak dlouho respondenti užívají internet

doba užívání	počet	kum. počet	%	kum. %
méně než 1 rok	4	4	3,57	3,57
1 rok	6	10	5,36	8,93
2 roky	15	25	13,39	22,32
3 roky	12	37	10,71	33,03
4 roky	24	61	21,43	54,46
5 let a více	51	112	45,54	100

Graf 5 Jak dlouho respondenti užívají internet



Z hlediska užívání tvoří nejpočetnější skupinu lidé, kteří internet užívají pět let a více 46%, dále pak ti, kteří internet užívají 4 roky 21%, 2 roky 13%, 3 roky 11%, 1 rok 5%, méně než 1 rok 4%. Znázorněno v tabulce 5 a grafu 5.

8.6.6 Otázka č.6

Ke komunikaci na internetu používáte (označte všechny možnosti, které vám vyhovují):

- a) e-mail (elektronická pošta)
- b) Elektronické konference
- c) BBS
- d) MUD (multi user dimension, multi user dungeons, multi user domain)
- e) Chaty (xchat, xko, ICQ, IRC, ...)
- f) Grafické chaty (The Palace, Worlds Chat, Virtual Places, V-Chat ...)
- g) Home page (domovské, osobní stránky)
- h) Audio - Video přenos (audio, nebo audio-video – telefonování)

Tabulka 6 Jaká komunikační prostředí používají jednotliví respondenti.

respondenti	email	EK	BBS	MUD	chaty	gr. chat	homepage	AV
všichni	110	34	9	4	65	1	73	12
%	98,21	30,36	8,04	3,57	58,04	0,89	65,18	10,71

Z nabídky možných komunikačních prostředí užívají respondenti nejvíce email 98%, dále pak homepage 65%, chat 58%, elektronické konference 30%, audio-video 10%, BBS 8%, MUD 4%, grafický chat 1 %. Procenta jsou vztažena k celkovému počtu respondentů. Znázorněno v tabulce 6.

Tabulka 7 Používání jednotlivých prostředí podle vzdělání respondentů

vzdělání	email	EK	BBS	MUD	chat	gr. chat	homepage	AV
základní	5	0	1	0	6	0	6	0
%	83,33	0,00	16,67	0,00	100,00	0,00	100,00	0,00
střední	40	16	3	2	18	1	27	2
%	97,56	39,02	7,32	4,88	43,90	2,44	65,85	4,88
student střední	14	5	1	2	13	0	9	1
%	100,00	35,71	7,14	14,29	92,86	0,00	64,29	7,14
vysokoškolské	23	7	2	0	11	0	15	4
%	100,00	30,43	8,70	0,00	47,83	0,00	65,22	17,39
student vysoké školy	28	6	2	0	17	0	16	5
%	100,00	21,43	7,14	0,00	60,71	0,00	57,14	17,86

Jednotlivá prostředí jsou podle vzdělání užívány takto:

Email užívá 100% respondentů s vysokoškolským vzděláním, 100% respondentů studujících vysokou školu, 100% respondentů studujících střední školu, 98% respondentů majících středoškolské vzdělání, 83% respondentů majících základní vzdělání.

Nejčtenější kategorií uživatelů homepage jsou lidé se základním vzděláním 100 %, pak 66% se středním vzděláním, 65% vysokoškoláků, 64% studentů středních škol, 57% studentů vysokých škol.

Chaty užívají všichni respondenti se základním vzděláním 100%, 93% studentů středních škol, 61% studentů vysokých škol, 48% vysokoškoláků, 44% středoškoláků.

Elektronické konference užívá 39% respondentů se středoškolským vzděláním, 35% respondentů studujících střední školu, 30% respondentů s vysokoškolským vzděláním, 21% respondentů studujících vysokou školu.

BBS užívá 17% respondentů se základním vzděláním, 9% respondentů s vysokoškolským vzděláním, 7% respondentů ze středoškolským vzděláním, 7% respondentů studujících střední školu, 7% respondentů studujících vysokou školu.

MUD užívají nejvíce studenti středních škol 14%, dále pak respondenti středoškolsky vzdělání 5%. Ostatní respondenti toto prostředí mezi používané neuvedli.

Audio-video, či audio přenos využívají nejvíce studenti vysokých škol 18%, následně pak vysokoškolsky vzdělaní lidé 17%, studenti středních škol 7%, středoškolsky vzdělaní lidé 5%. Z respondentů se základním vzděláním nevyužívá audio-video přenos, či audio přenos nikdo.

Užívání grafického chatu uvedl pouze jeden středoškolsky vzdělaný respondent, což mezi všemi středoškoláky tvoří 2 %.

Procenta jsou vztažena ke vzdělání. Vyjadřují procentuální zastoupení používání daného prostředí v příslušné kategorii vzdělání. Pro jejich výpočet bylo použito výsledných hodnot z tabulky 3.

Vše je znázorněno v tabulce 7.

Tabulka 8 Používání jednotlivých prostředí podle věku respondentů

věk	email	EK	BBS	MUD	chaty	gr. chat	homepage	AV
10 až 18 let	13	3	1	1	12	0	10	1
%	100,00	23,08	7,69	7,69	92,31	0,00	76,92	7,69
19 až 25 let	50	15	3	2	35	0	30	6
%	100,00	30,00	6,00	4,00	70,00	0,00	60,00	12,00
26 až 35 let	29	11	4	0	15	0	24	3
%	93,55	35,48	12,90	0,00	48,39	0,00	77,42	9,68
36 až 45 let	9	4	1	1	2	1	4	2
%	100,00	44,44	11,11	11,11	22,22	11,11	44,44	22,22
nad 45 let	9	1	0	0	1	0	5	0
%	100,00	11,11	0,00	0,00	11,11	0,00	55,55	0,00

Výše uvedená tabulka 8 nám ukazuje užívání jednotlivých prostředí podle věkové kategorie respondentů.

Email, kromě věkové kategorie 26 – 35 let, která jej užívá z 94%, používají všichni 100%.

Homepage shodně užívá 77% respondentů z kategorií 10-18 let a 26-35 let. Dále pak 60% respondentů z věkové kategorie 19–25 let, 56% respondentů nad 45 let, 44% respondentů z kategorie 36-45 let.

Chaty jsou nejvíce užívány 92% dotazovaných z věkové kategorie respondentů 10-18 let. Dále následují kategorie 19-25 let 70%, 26-35 let 48%, 36-45 let 22%, nad 45 let 11%.

Elektronické konference užívá 44% respondentů z věkové kategorie 36-45 let, pak 35% respondentů z kategorie 26-35 let, 30% z kategorie 19-25 let, 23% z kategorie 10-18 let, 11% z kategorie respondentů starších 45 let.

Audio-video, či audio přenos používá nejvíce respondentů náležejících do kategorie 36-45 let, po nich následují dotazovaní z kategorie 19-25 let 12 %, dotazovaní z kategorie 26-35 let 10%, dotazovaní z kategorie 10-18 let 8%. Dotazovaní starší 45 let používání těchto technologií neuvedli.

Užívání BBS uvedlo nejvíce dotazovaných patřících do věkové kategorie 26-35 let 13%, dále pak dotazovaní z kategorie 36-45 let 11%, dotazovaní z kategorie 10-18 8%, dotazovaní z kategorie 19-25 let 6%. Dotazovaní starší 45 let používání systému BBS neuvedli.

MUD užívá 11% dotazovaných z kategorie 36-45 let, 8% respondentů z kategorie 10-18 let, 4% dotazovaných z věkové kategorie 19-25 let. Respondenti ze zbývajících kategorií užívání tohoto prostředí neuvedli.

Užívání grafického chatu uvedl pouze 1 respondent náležející do věkové kategorie 36-45 let 11%. Ostatní dotazovaní užívání grafického chatu neuvedli.

Procenta jsou vztažena k věkovým kategoriím respondentů. Vyjadřují procentuální zastoupení používání daného prostředí v příslušné věkové kategorii. Pro jejich výpočet je čerpáno z výsledných hodnot tabulky 2.

Tabulka 9 Používání jednotlivých prostředí podle doby užívání internetu

doba užívání	email	EK	BBS	MUD	chaty	gr. chat	homepage	AV
Méně než 1 rok	4	0	0	0	1	0	1	0
%	100,00	0,00	0,00	0,00	25,00	0,00	25,00	0,00
1 rok	6	1	0	0	4	0	2	1
%	100,00	16,67	0,00	0,00	66,67	0,00	33,33	16,67
2 roky	14	4	2	1	9	0	14	1
%	93,33	26,67	13,33	6,67	60,00	0,00	93,33	6,67
3 roky	12	1	0	0	6	0	10	2
%	100,00	8,33	0,00	0,00	50,00	0,00	83,33	16,67

4 roky	23	8	1	1	14	0	11	3
%	95,83	33,33	4,17	4,17	58,33	0,00	45,83	12,50
5 let a více	51	20	6	2	31	1	35	5
%	100	39,26	11,78	3,92	60,78	1,96	68,63	9,80

Výše uvedená tabulka 9 nám ukazuje, jak respondenti, rozdělení dle doby užívání internetu, užívají jednotlivá internetová prostředí pro komunikaci.

Užívání emailu uvedlo 100% dotazovaných, kteří internet používají méně než 1 rok, 1 rok, 3 roky a 5 let. Z dotazovaných, kteří používají email 4 roky, uvedlo jeho používání 23 respondentů – 95,83%. Z těch, kteří email užívají 2 roky, uvedlo jeho používání 14 respondentů – 93%.

Největší skupinu respondentů 93%, kteří používají homepage, tvoří respondenti v kategorii pracujících s internetem 2 roky. Za nimi následují kategorie 3 roky – 83% respondentů, 5 let a více – 69%, 4 roky – 46%, 1 rok – 33%, méně než jeden rok – 25%.

Z respondentů, kteří užívají chaty, jich nejvíce s internetem pracuje 1 rok – 67%. Za nimi pak následují kategorie uživatelů 5 a více let – 60%, 2 roky – 60%, 4 roky – 58%, 3 roky – 50%, méně než 1 rok 25%.

Elektronické konference nejvíce užívají dotazovaní, kteří s internetem pracují 5 a více let – 39%. Za nimi následují kategorie 4 roky – 33%, 2 roky - 26%, 1 rok – 17%, 3 roky – 8%. Respondenti z kategorie méně než rok užívání elektronické konference neuvedli.

Audio-video, či audio přenos nejvíce užívají respondenti pracující s internetem 1 rok – 17% a 3 roky – 17%. Za nimi pak následují kategorie 4 roky – 13%, 5 let a více - 10%, 2 roky – 7%. Uživatelé kategorie méně než 1 rok používání tohoto prostředí neuvedli.

Užívání BBS označilo nejvíce respondentů z kategorie 2 roky – 13%. Dále pak následují kategorie 5 let a více 12%, 4 roky 4%. Respondenti patřící do jiných kategorií používání tohoto prostředí neoznačili.

Užívání MUD označilo nejvíce respondentů z kategorie 2 roky – 7%. Po nich následovaly kategorie 4 roky – 4%, 5 a více let 4%. Respondenti patřící do jiných kategorií používání tohoto prostředí neoznačili.

K užívání grafického chatu se přihlásil pouze jeden respondent - 2% spadající do kategorie 5 a více let. Respondenti patřící do jiných kategorií používání tohoto prostředí neoznačili.

Procenta jsou vztažena k délce užívání internetu respondenty. Pro jejich výpočet jsou použity hodnoty z tabulky 5.

8.6.7 Otázka č.7

Proč používáte pro komunikaci právě výše označené prostředí a ne jiné?

Tabulka 10 Počet respondentů, kteří se vyjádřili k otázce 7 a k jednotlivým prostředím

	celkem	%	muži	%	ženy	%
celkem se vyjádřilo	67	59,82	43	51,81	24	82,76
k emailu	26	23,21	18	21,69	8	27,59
k homepage	5	4,46	1	1,20	4	13,79
k chatu	13	11,61	11	13,25	2	6,90
k elektronické konferenci	3	2,68	2	2,41	1	3,45
k audio-video	3	2,68	3	3,61	0	0,00
k BBS	2	1,79	1	1,20	1	3,45
k MUD	2	1,79	1	1,20	1	3,45
ke grafickému chatu	1	0,89	1	1,20	0	0,00
obecně k prostředí pro komunikaci na internetu	31	27,68	24	28,92	7	24,14

K této otázce se vyjádřilo celkem 67 respondentů – 60%. Z toho 43 dotazovaných bylo mužů – 52% a 24 žen – 83%.

K používání emailu se vyjádřilo celkem 26 respondentů – 23%, 18 mužů – 22% a 8 žen – 28%.

K používání homepage se vyslovilo 5 dotazovaných – 4%, 4 ženy - 14% a 1 muž - 1%.

V případě elektronické konference se vyjádřili 3 respondenti – 3%, z toho 2 muži – 2% a 1 žena – 3%.

K užívání chatu svůj názor formulovalo 13 dotazovaných – 12%, 11 mužů – 13% a 2 ženy%.

K audio-video či audio přenosu se vyjádřili 3 respondenti – 3%, 3 muži – 4%.

K užívání BBS se vyslovili celkem 2 respondenti – 2%, 1 muž – 1% a 1 žena 3%. U MUD byla situace stejná.

Ke grafickému chatu se vyjádřil pouze 1 uživatel - 1%, 1 muž – 1%.

Souhrnně: ke všemu se vyjádřilo 31 respondentů – 28%, 24 mužů – 28% a 7 žen – 24%.

Procenta jsou vztažena k celkovému počtu respondentů. Dále sleduji, jak se k jednotlivým prostředím vyjádřili muži a ženy. Znázorněno v tabulce 10.

Email

Tabulka 11 Vyjádření jednotlivých respondentů k tomu, proč komunikují emailem

email		
rozeznané vlastnosti	počet vyjádřených respondentů	%
rychlost	15	57,69
přijatelná cena	4	15,38
snadné ovládání	4	15,38
nejvíce vyhovuje	4	15,38
pracovní náplň	2	7,69
je to standard	2	7,69
přenos dat	2	7,69
kontaktní prostředek	2	7,69
snadná domluva	1	3,85
záznamové médium	1	3,85
je to moderní prostředek	1	3,85
je přesný	1	3,85
je spolehlivý	1	3,85
off-line	1	3,85

Z 26 respondentů – 23%, kteří komunikují emailem a vyjadřují se k důvodům, proč jej používají, přičemž mají možnost uvést i více než jedno zdůvodnění, jich největší skupinu v počtu 15 tj. 58% tvoří ti, kteří preferují email pro jeho rychlost. Dotazovaní uvádí: „Email používám nejčastěji, pro jeho rychlost.“ „Když napíšu e-mail, většinou na něj obdržím neprodleně odpověď, což je velká výhoda naproti dopisům.“ A nebo uvádí jen zkratkovitě: „Rychlá komunikace“ „Je to nejrychlejší“ „Rychlý přenos informací.“

O ceně se ve spojení s emailem zmiňují 4 respondenti – 15%. Uvádí: „*Email je nejlevnější.*“ „*Oproti telefonickým hovorům je levnější.*“ nebo jen „*Levnější.*“

Snadné ovládání přiřazují emailu 4 respondenti – 15%. Zkratkovitě ovládání popisují takto: „*Pro používání nejsnazší.*“ „*Je snadnější*“ „*Snadnost.*“

Čtyři dotazovaní tj. 15% uvádí, že jim email k užívání nejvíce vyhovuje. Tuto skutečnost popsali slovy: „*Zatím nemám potřebu používat jiné nástroje – e-mail stačí.*“ „*Vyhovuje mi to a jiné nepoužívám.*“ „*Protože jiné mi neposkytují to, co potřebuji.*“

Dva dotazovaní – 8% uvádí, že prostřednictvím emailu komunikují v rámci pracovní náplně. „*Náplň práce*“ „*Jiné ke své práci nepotřebuji.*“

Dva respondenti – 8% mluví o emailu jako o standardu. „*Je to standard*“, „*Myslím si, že e-mail má dnes už skoro každý.*“

Pro dva respondenty – 8% je email výhodným a užitečným prostředkem k přenosu dat. „*Pro zasílání nějakých souborů – je to bezpečnější než diskety apod.*“ „*Posílání souborů.*“

Dva dotazovaní – 8% smýšlí o emailu jako o komunikačním prostředku. Říkají: „*Kontaktuju lidi emailom.*“ „*Jsem tak v kontaktu s lidmi z ciziny.*“

Jeden dotazovaný – 4% mluví o emailu jako o prostředku poskytujícím lidem snadnou domluvu. Píše: „*Nejsnadnější domluva.*“

Další dotazovaný – 4% přikládá emailu význam záznamového média. Uvádí jeho možnosti takto: „*Dává možnosti vracet se přehledně k informacím a třídit je, atd.*“

Následující dotazovaný – 4% mluví o emailu jako o moderním prostředku. Stručně píše: „*Moderní.*“

Následný respondent – 4% komunikuje emailem pro jeho přesnost. Stručně uvádí: „*Přesné.*“

Jako o relativně spolehlivém prostředku mluví jeden dotazovaný – 4%. Jednoduše říká: „*Relativně spolehlivý.*“

Výhodu emailu jako off-line prostředku popsal jeden respondent – 4%. Uvádí: „*Účastník komunikace nemusí být přímo připojen.*“

Vše názorně ukazuje tabulka 11.

Homepage

Tabulka 12 Vyjádření jednotlivých respondentů k tomu proč používají homepage

homepage		
rozeznané vlastnosti	počet vyjádřených respondentů	%
zdroj informací	4	80,00
prezentační médium	2	40,00

K tomuto prostředí se vyjádřilo 5 respondentů – 4%, přičemž opět mohli uvést i více zdůvodnění. Nejvíce dotazovaných, celkem 4 tj. 80%, se o homepage vyjádřilo jako o zdroji informací. Cituji: *„Ked som na webe tak hľadám informácie na stránkach.“* *„Prostřednictvím domovských (osobních) stránek se mohu dozvědět spoustu informací.“* *„Vyučující na svých osobních (domovských) stránkách zveřejňují své přednášky a zadání úkolů, které máme vypracovat.“* *„NEJOBSAŽNĚJŠÍ.“*

Dva z respondentů – 40% o domovských stránkách mluvili jako o prezentačním médiu. Uvedli následující: *„Osobní prezentace, možnost slušně představit sebe či firmu.“* *„Ty jsou pro moje kamarády a pro lidi, kteří se se mnou chtějí blíže seznámit a mají mou důvěru.“*

Vše je názorně vyjádřeno v tabulce 12.

Chat

Tabulka 13 Vyjádření jednotlivých respondentů k tomu, proč používají chat

chat		
rozeznané vlastnosti	počet vyjádřených respondentů	%
popovídání si	3	23,08
zábava	2	15,38
odreagování	2	15,38
odbourání zábran	1	7,69
seznamovací prostředek	1	7,69
ztráta času	5	38,46

Z 13 respondentů – 11%, kteří se vyjádřili k chatu, jich nejvíce celkem 5 tj. 38% uvádí, že používání tohoto komunikačního prostředí považují za ztrátu času. Vyjádřili se následovně: „Chaty a podobné mi připadají jako ztráta času.“ „Nemám čas na nějaké chatování a podobně.“ „Ztráta času.“

Tři respondenti – 23% vidí chat jako vhodný prostředek k popovídání si. Píší: „Ke komunikaci s přáteli...“ „Mám tam pouze lidi, se kterými se chci bavit.“ „ICQ jen tak pro pokec.“

Dva respondenti - 15% mluví o chatu jako o prostředku k zábavě. Napsali: „Používám pro zábavu.“ „Pouze zábava.“

Dva dotazovaní – 15% mluví také o chatu jako o prostředku, který jim je nápomocen k odreagování. Uvedli: „K chat, chci-li se odreagovat.“ „Pro odreagování.“

Jeden respondent – 8% uvedl, že mu chat slouží jako prostředek k seznámení. „Třebas i náhodné seznámení.“

Jeden respondent – 8% uvádí chat jako prostředí, které odbourává zábrany. Píše: „Chci-li ze sebe udělat sexuálního maniaka, vydávat se za opačné pohlaví, dělat ze sebe blázna... zkrátka pořádně odvaz... může se stát, že tě z místnosti vyrazí, ale nevadí, vlez se jinam a tam se třeba vyřadíš ještě líp, než bys čekal.“

Znázorněno tabulkou 13.

Elektronické konference

Tabulka 14 Vyjádření jednotlivých respondentů k tomu, proč používají elektronické konference

elektronická konference		
rozeznané vlastnosti	počet vyjádřených respondentů	%
řešitel problémů	1	33,33
snadnost užití	1	33,33
nevyjádřil se	1	33,33

K elektronické konferenci se vyjádřili jen 3 respondenti, z nichž jen 2 se dále vyjadřují k důvodu používání tohoto komunikačního prostředí.

První z respondentů - 33% vidí v elektronické konferenci řešitele problémů. Napsal: „Jsem přihlášen na technické konference, kde sleduji jaké problémy a náměty mají ostatní lidé.“

Druhý z respondentů - 33% elektronickou konferenci používá, protože se mu zdá nejjednodušší. „Používám, protože se mi zdají být pro používání nejjednodušší.“

Třetí z respondentů - 33%, pouze říká, že elektronickou konferenci nezkusil.

Znázorněno tabulkou 14.

Audio-video přenos

O audio-video či audio přenosu se zmiňují pouze 3 uživatelé 3%, kteří jej nepoužívají. Ve svých odpovědích však naznačují, že tento prostředek by pro ně byl jistě zajímavý, ale nemohou si jej pro technickou náročnost dovolit. „Není dostatečné tech. vybavení, ale určitě by bylo zajímavé.“ „Kapacita linky nedovoluje přenos například takové utopie jako video konference.“

BBS

K BBS se vyjádřili pouze dva respondenti - 2%.

První z nich - 50%, užívá BBS pro přímou komunikaci s lidmi v chatu a na čtení pro mě zajímavých nástěnek.

Druhý z nich - 50%, píše, že mu tento prostředek není známý.

MUD

K MUD se vyjádřili také pouze dva respondenti - 2%.

První - 50% mluví o MUD jako o ztrátě času.

Druhý - 50% jako o prostředku, který nezná.

Grafický chat

Ke grafickému chatu se vyjádřil pouze jeden uživatel - 1% a to takto: „V grafickém chatu jsem v životě nebyl, ale asi není o co stát.“

Obecně k prostředím pro komunikaci na internetu.

Občas se respondenti nevyjadřovali pouze k jednomu prostředí, ale obecně k více prostředím najednou. Následující tabulka nám ukazuje, co dotazované vede k tomu, aby pro komunikaci používali, či nepoužívali ty prostředí, které používají či nepoužívají.

Tabulka 15 Souhrnně k prostředím pro komunikaci na internetu

rozeznané vlastnosti	počet vyjádřených respondentů	%
k používání mám znalosti	12	38,71
jsou rychlé	7	22,58
jsou rozšířené	7	22,58
jsou dostačující	6	19,35
zvykl jsem si na ně	4	12,90
používají je i partneři	3	9,68
jsou cenově dostupné	3	9,68

K této otázce se vyjadřovalo celkem 31 respondentů viz tabulka 10, přičemž opět mohli uvést více než jedno zdůvodnění. Nejvíce respondentů 12 tj. 39% se domnívá, že důležité jsou pro používání konkrétních komunikačních prostředí znalosti o tom, jak s nimi komunikovat. *„Používám jen ty, se kterými to nejvíce umím.“* Důvodem proto, že nepoužívají ostatní prostředí, jsou také znalosti. *„Jiné nepoužívám, protože s nimi buď nemám dobrou zkušenost anebo je neumím ovládat.“* *„Protože ty jiné neznám.“* *„Znalosti.“*

Další důležitou vlastností je rychlost. Na všechny prostředky, které používají, ji stáhlo 7 respondentů – 23%. Jednoznačně píší: *„Komunikace je rychlá.“* *„Rychlost.“* *„Je to rychlé.“*

Sedm respondentů – 23% zmiňuje jako podmínku pro používání jednotlivých prostředí míru jejich rozšířenosti. Píší: *„Jsou mi dostupné.“* *„Všeobecná znalost používání.“* *„Jsou velmi používané.“*

Šest uživatelů – 19% uvádí, že dané prostředky užívají proto, že jim plně dostačují, a tak ani jiné nemusí používat. Toto dokládají slovy: *„Nejvíce mi vyhovují.“* *„Pro moji potřebu stačí.“*

Jistou úlohu hraje u používání jednotlivých prostředků zvyk. Uživatelé si jednou na dané prostředky navykli, a tak je nemají důvod měnit. Ve svých odpovědích se k tomuto

4 respondenti –13 % vyjadřovali takto: „Už jsem si zvykla na ty, které jsem označila.“ „Zvykl jsem si na ně.“

Potřeba, aby stejný komunikační prostředek měl i ten, s kým uživatel chce komunikovat, je taktéž důležitý. Ve svých odpovědích tuto skutečnost uvedli 3 respondenti – 10%. „Pro využívání ostatních metod nemám partnery.“ „Snad jen že nejsou partneři s odpovídajícími znalostmi/schopnostmi/možnostmi pro jiné než užívané formy komunikace, no a samozřejmě je používají i lidé na druhém konci drátů.“

K cenové dostupnosti internetových komunikačních prostředků se obecně vyjádřili 3 dotazovaní tj. 10%. Ve svých odpovědích uvedli: „Cena.“ „Levně.“

Vše je znázorněno v tabulce 15.

8.6.8 Otázka č. 8

Domníváte se, že komunikace po internetu je srovnatelná s kvalitami komunikace tváří v tvář, která se odehrává v reálném světě?

- a) ano, ve většině případů je srovnatelná
- b) ne, není srovnatelná. Komunikace vedená po internetu je ve většině případů kvalitnější.
- c) ne, není srovnatelná. Komunikace po internetu je ve většině případů méně kvalitní.

Proč se tak domníváte?

Tabulka 16 Kvalita komunikace na internetu proti komunikaci tváří v tvář

kvalita komunikace	celkem	%	muži	%	ženy	%
ve většině případů je srovnatelná	42	37,50	34	40,96	8	27,59
ve většině případů kvalitnější	3	2,68	2	2,41	1	3,45
ve většině případů méně kvalitní	65	58,04	46	55,42	19	65,52
neodpověděli	2	1,79	1	1,20	1	3,45

Vezmeme-li do úvahy všechny respondenty, bez rozdílu pohlaví, nejvíce z nich, celkem 65 tj. 58% označilo možnost, že komunikace na internetu je ve většině případů proti komunikaci vedené v reálném světě méně kvalitnější. 42 respondentů – 38% označilo komunikaci po internetu ve většině případů za srovnatelnou s komunikací v reálném světě. Tři dotazovaní tj. 3%, pak označili, že komunikace na internetu je ve většině případů kvalitnější. Dva respondenti – 2% nezatrhli žádnou možnost. Proč tak učinili, zdůvodnili takto: „*Nemyslím si, že by bylo možné problém takhle zobecňovat.*“ „*Mé žádané informace uspokojily mé potřeby.*“

Zaměříme-li se pouze na respondenty mužského pohlaví, zjistíme, že pro 46 z nich – 55% je komunikace na internetu méně kvalitnější. Pro 34 z nich – 41% stejně kvalitní. Pro 2 z nich – 2% kvalitnější. A jeden neodpověděl.

V případě žen také nejvíce uvedlo možnost, že ve většině případů je komunikace po internetu méně kvalitní, celkem 19 žen – 65%. 8 žen – 28% se přiklání k možnosti, že komunikace na internetu je srovnatelná. 1 žena se domnívá – 3%, že komunikace je kvalitnější. A jedna žena – 3% neodpověděla.

Znázorněno v tabulce 16.

Proč se tak domníváte?

Tabulka 17 Počet respondentů, kteří zdůvodnili svoji odpověď

nabízené možnosti	celkem	%	muži	%	ženy	%
komunikace je srovnatelná	20	17,86	16	19,28	4	13,79
komunikace je kvalitnější	3	2,68	2	2,41	1	3,45
komunikace je méně kvalitní	46	41,07	29	34,94	17	58,62
nevyjádřilo se	43	38,39	36	43,37	7	24,14

Z celkového počtu dotazovaných se 20 respondentů – 18% vyjádřilo k tomu, proč si myslí, že komunikace po internetu je stejně srovnatelná s komunikací v reálném světě. Z nich 16 bylo mužů – 19% a 4 byly ženy – 14%.

Dále se z celkového počtu 3 tj. 3% respondentů vyjádřilo k tomu, proč si myslí, že je kvalitnější. Z nich 2 respondenti byli muži – 2% a 1 žena – 3%.

K tomu, proč si respondenti myslí, že je komunikace na internetu méně kvalitní, se celkem vyjádřilo 46 respondentů – 41% . Z nich bylo 29 mužů – 35% a 17 žen – 59%.

K této otázce se nevyjádřilo 43 respondentů – 39% a sice 36 mužů tj. 43% a 7 žen tj. 24%.

Komunikace po internetu je ve většině případů srovnatelná s komunikací tváří v tvář

Tabulka 18 Proč je komunikace po internetu srovnatelná s komunikací tváří v tvář?

rozeznané vlastnosti	počet vyjádřených respondentů	%
téma komunikace	5	25,00
vím to ze zkušeností	4	20,00
znám ty, s nimiž komunikuji	4	20,00
odbourání zábran	3	15,00
synchronní přenos	2	10,00
asynchronní přenos	1	5,00
užití emotikonů	1	5,00
rychlost	1	5,00

Při zdůvodňování toho, proč je komunikace na internetu stejně kvalitní jak v reálném světě, vycházeli respondenti z předpokladu, že internetová komunikace má oproti komunikaci v reálném světě jisté výhody a nevýhody, které se v konečné fázi navzájem kompenzují a komunikace se tak stane srovnatelnou.

Své rozhodnutí, že je komunikace na internetu srovnatelná s komunikací v reálném světě respondenti nejvíce zdůvodňovali tématem komunikace. Učinilo tak 5 respondentů – 25%. Pokud si uživatelé mají co říct, je komunikace stejně kvalitní. Psali: *„Protože vždycky záleží na tématu a nikoli na formě.“* *„Pakliže potřebuji pouze předat informace, je plně vyhovující.“* *„Pro lidi, kteří se potřebují domluvit a hlavně chtějí, je internet prostředek k nezaplacení.“*

Čtyři dotazovaní – 20%, jako zdůvodnění jednoduše uvedli své zkušenosti. *„Čerpám ze zkušeností.“* *„Třeba z vlastních zkušeností.“*

Čtyři respondenti – 20% také napsali, že komunikují převážně s lidmi, které znají a jejich komunikace je tedy stejně kvalitní, jako kdyby spolu komunikovali v reálném světě. *„Protože komunikuji převážně s lidmi, které znám, je jedno jestli telefonuji nebo si píšu.“* *„Protože si tu píšící osobu vždy můžu představit.“* *„Záleží na lidech.“*

Tři respondenti – 15% uvádějí, že některé nevýhody internetové komunikace kompenzuje to, že se přes internet mohou bavit o více věcech. Komunikace po internetu odbourává zábrany. Napsali: *„Po internetu se dá například s kamarádem či kamarádkou mluvit o věcech, na které byste se třeba v normální komunikaci neodvážili zeptat.“* *„Dá se dobře pokecat.“*

Dva respondenti – 10% tuto kompenzaci spatřují v možnosti synchronního přenosu. *„Srovnatelná je zejména při chatování a audio-video přenosech, lidé jsou on-line.“* *„Rychlost a operativnost.“*

Jeden respondent – 5% spatřuje kompenzaci v možnosti asynchronního přenosu. *„Mohu si věci promyslet, tváří v tvář musím hned odpovědět.“*

Jeden respondent – 5% také odpovídá možností užít emotikony.

Jeden dotazovaný – 5% spatřuje kompenzaci v možnosti rychlé komunikace.

Znázorněno tabulkou 18.

Komunikace po internetu je ve většině případů kvalitnější než tváří v tvář

Tabulka 19 Proč je komunikace po internetu kvalitnější ?

rozeznané vlastnosti	Počet vyjádřených respondentů	%
odbourání zábran	2	66,67
asynchronní přenos	1	33,33
rychlost	1	33,33

Z celkového počtu respondentů se 3 odpovídající – 3% domnívají, že komunikace po internetu je oproti komunikaci tváří v tvář kvalitnější, a z nich 2 respondenti – 67% svou volnou odpovědí vyjádřili, že komunikace po internetu dokáže odbourat jejich zábrany. Respondenti uvádí: *„Je tomu tak proto, že lidé komunikující prostřednictvím i-netu nemají takové zábrany jako v reálném životě.“* *„Taky je to jiné a lepší v tom, že tam mě nikdo nezná třeba osobně, nikdy se se mnou nesetkal a možná ani nesetká, takže si můžu udělat trapas a nebude mi to tolik vadit.“*

Jeden dotazovaný – 33% - vidí jako velkou výhodu pro kvalitu komunikace asynchronní přenos. *„Protože než něco napíšu, tak si to můžu rozmyslet. Ale tváří v tvář něco řeknu a už to pak nemůžu vzít zpět. Později toho i lituji a říkám si, že jsem mohla odpovědět úplně něco jiného.“*

Jeden respondent – 33% pak spatřuje vyšší kvalitu komunikace v rychlosti. Stroze píše: „*Je rychlejší.*“

Vše ukazuje tabulka 19.

Komunikace po internetu je ve většině případů méně kvalitní než tváří v tvář

Tabulka 20 Proč je komunikace po internetu méně kvalitnější?

rozeznané vlastnosti	počet vyjádřených respondentů	%
absence osobního kontaktu	27	58,70
absence neverbální komunikace	20	43,48
nemožnost vyjádřit city	2	4,35
možnost změny identity	1	2,17

Jako důvod, proč si respondenti myslí, že je komunikace po internetu ve většině případech méně kvalitnější než komunikace v reálném světě, nejvíce dotazovaných 27 tj. 58% odpovědělo, že jim chybí osobní kontakt. Dotazování například psali: „*Chýba tu priamy kontakt s danou osobou.*“ „*Člověk vidí na dotyčného a občas může poznat i jak se právě cítí a jak myslí.*“ „*Osobní jednání je o vnímání jednoho člověka druhým, a to je to nejdůležitější na komunikaci. Někdy víc než obsah sdělení.*“ „*Komunikace tváří v tvář se podle mého názoru nedá nahradit žádným prostředkem, právě komunikace a styk se společnostmi dělá člověka člověkem a společenskou bytostí.*“

Dvacet dotazovaných – 43% vidí komunikace po internetu méně kvalitní proto, že postrádá prvky neverbální komunikace. Dotazování uvádějí: „*Účastníci komunikace nedokáží sledovat mimiku, tón hlasu a komunikace se stává anonymní.*“ „*Komunikace je až z 80% neverbální, a internet ji podle mého názoru nemůže nahradit ani při přenosu videa a zvuku.*“ „*Protože při komunikaci tváří v tvář se využívá i neverbální komunikace jako například gesta a výrazy tváře a i intonace hlasu a to, že se to po internetu ztrácí, může vést k přidávání důrazu tam, kde není a naopak.*“

Dva dotazovaní – 4% požadují komunikaci po internetu za méně kvalitní proto, že je při ní nemožné vyjádřit city. Dotazovaní napsali: „*Elektronika nezná city a lidi si je upravují podle své potřeby.*“ „*My nejsme stroje, ale lidé s duší, která nejen myslí, ale i cítí.*“

Jeden dotazovaný 2% pak vidí důvod v možnosti změny identity. Napsal: „*Nepoznám, jestli člověk, s kterým komunikuji, je opravdu ten, s kým chci komunikovat.*“

Shrnuto v tabulce 20.

8.6.9 Otázka č. 9

Na internetu komunikujete za účelem (označte všechny možnosti, které vám vyhovují):

- a) pracovně (vyžaduje to vaše zaměstnání, komunikace s obchodními partnery, spolupracovníky)
- b) k vyhledávání informací
- c) pro zábavu (chcete se pobavit, hovořit o svých hobby)
- d) seznámení se (chcete se seznámit s novými lidmi, nalézt přátele)
- e) nalezení partnera/ky (chcete nalézt životního partnera/ku)
- f) za jiným účelem (napíšte prosím za jakým účelem):

Tabulka 21 Účel komunikace na internetu

nabízené možnosti	všichni	%	muži	%	ženy	%
pracovně	91	81,25	72	86,75	19	65,52
k vyhledávání informací	97	86,61	73	87,95	24	82,76
pro zábavu	93	83,04	68	81,93	25	86,21
seznámení se	29	25,89	16	19,28	13	44,83
nalezení partnera/ky	8	7,14	8	9,64	0	0,00
jiný účel: cílená komunikace	7	6,25	7	8,43	0	0,00
jiný účel: vzdělávání	2	1,79	2	2,41	0	0,00

Zhodnotíme-li nejprve účel komunikace po internetu bez rozdílu pohlaví, zjistíme, že nejvíce dotazovaných 97 tj. 87% komunikuje na internetu za účelem nalezení informací. Na druhém místě jako účel, za kterým dotazovaní na internetu komunikují, je zábava. Tu zvolilo 93 respondentů 83%. Za zábavou hned následuje účel pracovní. Označilo jej 91 respondentů – 81%. Účel seznámení se s novými lidmi uvedlo 29 respondentů – 26%. Za účelem nalezení partnerky vstupuje na internet 8 dotazovaných – 7%. Možnost jiného účelu označilo 9 respondentů – 8%.

Podíváme-li se nyní, jak volili účel komunikace muži a ženy, vidíme, že nejvíce mužů 73 tj. 88% shodně s celkovým počtem respondentů na internetu komunikuje za účelem vyhledávání informací. Ženy naopak nejvíce označily účel zábavy. 25 žen – 86%.

Druhý nejvyšší počet pak u mužů získal pracovní účel. Přiklonilo se k němu 72 mužů – 87%. U žen druhý nejvyšší počet označení získala zábava.

Ta pak u mužů získala třetí nejvyšší počet zvolení. Označilo jí 68 mužů – 81%. U žen nyní získal třetí nejvyšší počet pracovní účel. Označilo jej 19 žen – 66%.

Čtvrtý nejvyšší možný počet zatržení pak získal shodně účel seznamovací. Označilo jej 16 mužů – 26% a 13 žen – 45%.

Za účelem naleznutí partnerky pak na internet vstupuje 8 mužů – 8%. Z žen neoznačila tuto volbu žádná.

Možnost jiný účel pak zatklo 9 respondentů – 8%. Všichni byli muži. Sedm respondentů – 6% napsalo účel, který by se dal kategorizovat jako cílená komunikace. Uživatelé psali: *„Komunikace s přáteli, dohoda společných aktivit a podobně.“* *„Sdělení zážitků, důležitých informací, legrácek svým známým a přátelům, rodině; soukromá komunikace.“*

Dva respondenti – 1,79% pak za jiný účel označili vzdělání. Oba stručně napsali: *„Vzdělávání.“*

Znázorněno v tabulce 21.

8.6.10 Otázka č. 10

Každý prostředek sloužící ke komunikaci má své výhody a nevýhody, můžete se prosím pokusit napsat, jaké výhody a jaké nevýhody vám osobně komunikace po internetu přináší a proč?

Tabulka 22 - Počty uživatelů, kteří se vyjádřili k výhodám a nevýhodám komunikace na internetu

Vyjádřili se	celkem	%	muži	%	ženy	%
výhody	91	81,25	65	78,31	26	89,66
nevýhody	81	72,32	56	67,47	25	86,21

K výhodám internetové komunikace se vyjádřilo celkem 91 respondentů – 81%. Z nich 65 bylo mužů – 78% a 26 žen – 90%.

K nevýhodám internetové komunikace se vyjádřilo celkem 81 respondentů – 72%. Z nich 56 bylo mužů – 67% a 25 žen – 86%.

Znázorněno v tabulce 22.

Výhody komunikace po internetu

Tabulka 23 Výhody komunikace po internetu

rozeznané vlastnosti	počet vyjádřených respondentů	%
rychlost komunikace	53	58,24
rychlý a snadný přístup k informacím	43	47,25
komunikace je levná	21	23,08
komunikace s celým světem	11	12,09
přenos dat	8	8,79
zábava	7	7,69
anonymita	6	6,59
jsem otevřenější	4	4,40
mohu se seznámit	4	4,40

možnost komunikaci archivovat	3	3,30
komunikace je asynchronní	3	3,30
možnost písemné formy	2	2,20
komunikace je synchronní	2	2,20
svoboda vyjadřování	1	1,10
neviditelnost	1	1,10
skrytí handicapu	1	1,10
neosobní	1	1,10
spolehlivost	1	1,10

Jako největší výhodu komunikace po internetu uvedlo nejvíce respondentů 53 tj. 58% rychlost komunikace. Respondenti například napsali: „*Obrovská rychlost komunikace.*“ „*Hlavně rychlost.*“

Čtyřicet tři respondentů – 47% pak výhodu spatřuje v rychlém a snadném přístupu k informacím. Dotazovaní se vyjadřovali následovně: „*Okamžitá dostupnost informací.*“ „*Jde zde najít téměř jakoukoliv informaci z téměř jakéhokoli oboru.*“ „*Množstvo informací, prostě vsetko, co chcem vediet, najdem na par kliknuti.*“ „*Lze nalézt i takové informace, jaké bych nikde jinde nenašel.*“

Dvacet jedna respondentů – 23% uvedlo jako výhodu internetové komunikace její nízkou cenu. Napsali: „*V podstatě komunikace „zdarma“.*“ „*Respektive nejlevnější komunikace.*“ „*V závislosti na vzdialenosti je to zvacsa lacnejsie.*“

Jedenáct dotazovaných 12% vidí výhodu v tom, že mohou komunikovat s celým světem. O tomto napsali: „*KOMUNIKACE S CELÝM SVĚTEM, PŘÁTELÉ V ZAHRANIČÍ.*“ „*Dorozumím se ihned skoro s celým světem; bez bariér mezi kontinenty.*“ „*Smazány vzdálenosti mezi lidmi.*“

Možnost přenosu dat spatřuje jako výhodu 8 respondentů – 8%. K tomuto napsali: „*Možnost posílání příloh různého druhu; přenos obrázků, videa, audia.*“ „*Výhodou je i snadné získání hudby; mohu posílat soubory, warez; přenos dat + písemností.*“

Sedm respondentů – 7% vidí v komunikaci po internetu možnost pobavit se. „*Je tam většinou velká zábava.*“ „*Ukrácení dlouhé chvíle.*“

Šest respondentů – 6% spatřuje jako výhodu anonymitu. Stroze psali: „*Anonymita.*“

Čtyři dotazovaní – 4% uvedli jako výhodu, že se při internetové komunikaci více otevrou. *„Možnost být otevřenější.“ „V případě komunikace s potenciálním partnerem, lze mluvit o věcech o kterých by si člověk tváří v tvář nepopovídal (internet snese všechno).“ „Můžu si pokecat o čem chci.“*

Čtyři respondenti 4% uvádějí jako výhodu, že se mohou snadněji seznámit. *„Seznámení a diskuse s lidmi, kteří se specializují ve stejném oboru.“ „Seznámení se s lidma a to nejenom v ČR.“*

Tři dotazovaní – 3% uvádějí jako výhodu možnost komunikaci archivovat. *„Záznam komunikace se uchová, z toho můžu dál těžit.“ „Zdokumentovatelnost“ „Lze archivovat ve vizuální podobě.“*

Tři dotazovaní – 3% uvádějí jako výhodu asynchronní komunikaci. *„Můžu odpovědět, až se mi chce, ne jako na telefon.“ „Možnost napsat a odeslat a vím, že dotyčný si to dříve nebo později přečte – což je lepší než telefon, kdy pokud ho teď právě nezastihnu, tak nedomluví nic.“*

Dva dotazovaní 2% uvádějí jako výhodu možnost písemné formy komunikace. Napsali: *„Raději píšu.“ „To že když chci s někým komunikovat a nechci s ním mluvit, nemusím.“*

Dva dotazovaní 2% také jako výhodu uvedli synchronní komunikaci. Napsali: *„Je to relativně v reálnom čase.“ „On-line.“*

Po jednom uživateli - 1% pak spatřuje výhody v možnosti svobodně se vyjadřovat, v možnosti nebýt ostatními viděn, v možnosti skryt handicap, v možnosti neosobní komunikace a ve spolehlivosti. Ke všem, kromě skrytí handicapu, naposled vyjmenovaným výhodám se uživatelé vyjádřili jednoslovně. K možnosti skrytí handicapu dotazovaný napsal: *„Jsem zrakově postižený. Digitální technologie obecně skýtají při tomto druhu handicapu mnoho dobrého.“*

Znázorněno v tabulce 23.

Nevýhody komunikace po internetu

Tabulka 24 Nevýhody komunikace po internetu

rozeznané vlastnosti	počet vyjádřených respondentů	%
chybí osobní kontakt	21	25,93
vysoká cena komunikace	13	16,05
anonymita	10	12,35
málo lidí s přístupem na internet	7	8,64
nedostatečná ochrana dat	6	7,41
nedostatečná zpětná vazba	5	6,17
napadnutelnost viry	5	6,17
zastaralé nebo nepravdivé informace	4	4,94
možnost změnit si identitu	4	4,94
veliká spotřeba času	4	4,94
možnost stát se závislým	2	2,47
nízká přenosová rychlost	2	2,47

Nejvíce respondentů 21 tj. 26% považuje za nevýhodu internetové komunikace chybějící osobní kontakt. V odpovědích dotazovaných mnohokrát zaznělo: „*Chybí osobní kontakt.*“ „*Není nad osobní prezentaci.*“

Třináct dotazovaných – 16% pak za nevýhodu internetové komunikace považuje její cenu. „*Ta cena - telecom je hrozný vyděrač.*“ „*Žere peníze.*“

Deset respondentů - 12% považuje za nevýhodu anonymitu. „*Anonymní*“ „*Z části anonymní, a proto méně účinné v pracovní oblasti.*“

Sedm dotazovaných – 9% řadí mezi nevýhody internetové komunikace omezený okruh lidí, s nimiž mohou komunikovat, protože přístup na internet má dnes relativně málo lidí. „*Nemožnost komunikovat s každým kamarádem – malé procento lidí, kteří vlastní internet.*“ „*Ne každý má internet a svou e-mailovou adresu.*“ „*Každý si internet nemůže z finančních důvodů pořídit, a to je škoda.*“

Nedostatečnou ochranu dat uvedlo jako nevýhodu 6 respondentů – 7%. Uvedli: „*Chybí ochrana dat.*“ „*Možný nechtěný únik informací.*“

Dostatečně rychlou zpětnou vazbu postrádá 5 respondentů – 6%. Napsali: „*Problematická možnost přímé reakce.*“ „*Není možná okamžitá reakce na akci.*“ „*Chybí interakce.*“

Napadnutelnost počítače viry v důsledku komunikace se v souvislosti s komunikací obává a za nevýhodu považuje 5 respondentů – 6%. Uvedli: „*Možnost virového napadení počítače.*“ „*Viry a další počítačová nebezpečí.*“

Čtyři respondenti – 5% uvádí jako nevýhodu zastaralé nebo nepravdivé informace, s nimiž se mohou setkat především na domovských stránkách. „*Neexistuje záruka pravdivosti, nejistota, zda informace jsou pravdivé.*“ „*Šíří se tam i nechtěné nebo falešné informace, nikdo to nehlídá.*“ „*Lidé si rádi vymýšlejí s tím souvisí nepřesnost některých informací.*“

Čtyři respondenti – 5% také jako nevýhodné uvádí možnost změnit si identitu. „*Možnost vydávat sa za niekoho ineho.*“ „*Špatná identifikace(možnost dělat ze sebe kohokoliv).*“ „*Možnost skrývat vlastní identitu.*“

Čtyři respondenti 5% se také zmiňují o neúměrné až zbytečné ztrátě času. Píší: „*Je to žrout času.*“ „*Riziko zbytečně stráveného času.*“

Nízká přenosová rychlost internetu vadí 2 respondentům – 2%. „*Nízká přenosová rychlost.*“

Znázorněno tabulkou 24.

8.6.11 Otázka č. 11

Co Vás na komunikaci prostřednictvím internetu nejvíce přitahuje? (Označte všechny možnosti, které vám vyhovují).

- a) anonymita (ti, s kterými komunikujete, nevědí, kdo jste)
- b) svoboda vyjadřování (můžete mluvit o čem chcete)
- c) svobodná volba identity (můžete být kýmkoliv chcete)
- d) velké množství subjektů, s nimiž se můžete identifikovat (lidé stejných zájmů, koníčků, sexuálního zaměření)
- e) něco jiného (prosím, pokuste se napsat, co):

Tabulka 25 Přitažlivé vlastnosti internetu

nabízené možnosti	všichni	%	muži	%	ženy	%
anonymita	38	33,93	25	30,12	13	44,83
svoboda vyjadřování	59	52,68	39	46,99	20	68,97
svobodná volba identity	27	24,11	20	24,10	7	24,14
mnoho subjektů	69	61,61	52	62,65	17	58,62
něco jiného	17	15,18	12	14,46	5	17,24
neodpovědělo	8	7,14	8	9,64	0	0,00

Z průzkumu vyplývá, že pro nejvíce uživatelů je z nabízených možností přitažlivá identifikace s velkým množstvím subjektů. Tedy s lidmi, kteří mají stejné zájmy, koníčky, sexuální zaměření. Tuto možnost označilo 69 respondentů – 62% z celkového počtu 112. Svoboda vyjádření, kdy uživatelé mohou mluvit o všem, o čem chtějí, je přitažlivá pro 59 respondentů – 53%. Anonymita je pak přitažlivá pro 38 dotazovaných – 34%. Po anonymitě následuje svobodná volba identity. Tu označilo 27 respondentů – 24%. Jako něco jiného označilo celkem 17 respondentů 15%. Tito uživatelé přikládají za komunikačně přitažlivé vlastnosti internetu rychlost: „*Jedině rychlost přenosu informací kamkoli na světě.*“ Dále dostupnost informací: „*Informácie kam sa len pozrieš.*“ A možnost hromadné korespondence: „*Možnosť jednoduchého rozeslání zpráv libovolnému počtu*

adresátů.“ Pro rychlost se vyslovilo 8 respondentů – 7%, pro dostupnost informací 7 dotazovaných – 6% a pro hromadnou korespondenci 2 respondenti – 2%.

Neodpovědělo 8 respondentů 7%.

Když spolu nyní porovnáme vyjádření mužů a žen, zjistíme, že u mužů se nejvyššího počtu označení dostalo identifikaci s mnoha subjekty. Tuto nabízenou možnost uvedlo 52 mužů – 63%. U žen byla situace jiná a nejvyššího počtu volby se dostalo svobodě vyjadřování. Pro ni se vyjádřilo 20 žen – 69 %.

Svoboda vyjadřování dosáhla u mužů druhého nejvyššího počtu zvolení. Vyjádřilo se pro ni 59 mužů – 53%. U žen naopak na druhém místě skončila identifikace s velkým množstvím subjektů. Zvolilo ji 17 žen – 59%.

Anonymita shodně dosáhla jak u mužů, tak i u žen třetího nejvyššího počtu označení. U mužů se pro ni vyjádřilo 25 respondentů - 30%. U žen pak 13 dotazovaných – 45%.

Pro svobodnou volbu identity se vyjádřilo téměř shodné procento mužů a žen. 20 mužů – 24% a 7 žen 24%.

Pro něco jiného se vyjádřilo 12 mužů – 14% a 5 žen – 17%.

Neodpovědělo 8 mužů – 10%.

Znázorněno v tabulce 25.

8.6.12 Otázka č. 12

Cítíte se vůči druhým více otevřenější při komunikaci na internetu oproti komunikaci tváří v tvář v reálném světě?

- a) ano, při komunikaci na internetu se vůči druhým cítím otevřenější nežli při komunikaci tváří v tvář
- b) ne, při komunikaci na internetu se vůči druhým cítím méně otevřenější nežli při komunikaci tváří v tvář
- c) při komunikaci na internetu jsem stejně druhým otevřen jako při komunikaci tváří v tvář v reálném světě

Prosím, pokud můžete, vysvětlíte:

Tabulka 26 Otevřenost uživatelů při komunikaci na internetu

nabízené možnosti	celkem	%	muži	%	ženy	%
cítím se otevřenější	47	41,96	32	38,55	15	51,72
cítím se méně otevřenější	11	9,82	8	9,64	3	10,34
cítím se stejně otevřen	50	44,64	41	49,40	9	31,03
nevyjádřilo se	4	3,57	2	2,41	2	6,90

K otázce otevřenosti komunikujících na internetu se vyjádřilo celkem 108 dotazovaných – 96%. Z nich se jich 50 tj. 45% cítí v komunikaci po internetu stejně otevřených jako při komunikaci tváří v tvář v reálném světě. 47 respondentů – 42% se cítí otevřeněji. Méně otevřeněji se cítí 11 respondentů – 10%.

Porovnáme-li teď mezi sebou vyjádření mužů a žen, zjistíme, že nejvíce mužů, 41 tj. 49%, se cítí při komunikaci na internetu stejně otevřeně jako při komunikaci tváří v tvář. Zatímco nejvíce žen, 15 tj. 52%, se cítí při komunikaci na internetu otevřenější než při komunikaci tváří v tvář.

O něco méně mužů, 32 tj. 39%, se na internetu cítí otevřeněji než při komunikaci tváří v tvář. O něco méně žen, 9 tj. 31%, se na internetu cítí stejně otevřeno jako při komunikaci tváří v tvář.

Méně otevřeněji se cítí při komunikaci na internetu než při komunikaci tváří v tvář zhruba stejné procento mužů a žen. 8 mužů – 10% a 3 ženy – 10%.

Ostatní, celkem 4 – 4%, kteří žádnou nabízenou možnost nezatrhli, napsali zdůvodnění, proč tak neučinili. Dva napsali, že neuvítají přímé komunikace, a tak nemají co napsat. Další dva respondenti se vyjádřili ve smyslu, že záleží na tom, s kým komunikují. „*U mě je rozhodující s kým komunikuji a také jak jsem momentálně naladěn(a). Někdy jsem otevřenější při komunikaci tváří v tvář a někdy po internetu.*“

Vše shrnuje tabulka 26.

Tabulka 27 Počet respondentů, kteří zdůvodnili svoji odpověď

	celkem	%	muži	%	ženy	%
cítím se otevřenější	26	23,21	15	18,07	11	37,93
cítím se méně otevřenější	4	3,57	3	3,61	1	3,45
cítím se stejně otevřen	23	20,54	19	22,89	4	13,79
nevyjádřili se	59	52,68	46	55,42	13	44,83

Z celkového počtu dotazovaných jen 26 respondentů – 23% uvedlo důvod, proč se cítí otevřenější v komunikaci na internetu než při komunikaci tváří v tvář. Z nich 15 bylo mužů – 18% a 11 byly ženy – 38%.

Z celkového počtu respondentů jen 4 tj. 4% obhájili svůj názor, proč se cítí při komunikaci na internetu méně otevřenější než při komunikaci tváří v tvář. Z nich 3 respondenti byli muži – 4% a 1 žena – 3%.

Zdůvodnění odpovědi, proč se dotazovaní cítí na internetu stejně otevřeni jako při komunikaci tváří v tvář uvedlo 23 respondentů – 21% . Z toho bylo 19 mužů – 23% a 4 ženy – 14%.

Možnost vyjádřit se nevyužilo 59 respondentů – 53%.

Při komunikaci na internetu se vůči druhým cítím otevřenější než při komunikaci tváří v tvář

Tabulka 28 Proč se uživatelé cítí při komunikaci na internetu otevřenější?

rozeznané důvody	počet vyjádřených respondentů	%
nevidím reakci druhých	9	34,62
anonymita	9	34,62
neznám osobně ty, s nimiž komunikuji	6	23,08
asynchronní přenos	2	7,96

Devět respondentů – 35% napsalo, že se na internetu cítí otevřeněji, protože nevidí reakci druhých. Znájí se třeba navzájem, pouze se jen nevidí. Snáze se jim tak komunikuje. Dotazovaní například napsali: *„V osobním životě nerad sděluji nepříjemné věci lidem přímo a natvrdo, ztěžuje mi to oční kontakt.“* *„Nevím, jak to mám vysvětlit, ale v rozhovoru po internetu mohu skrýt své rozpaky atd.“* *„Protože můžu kdykoliv ukončit konverzaci s někým nepříjemným.“* *„Odpadá ze mě tréma způsobená osobním jednáním a můžu tak mluvit (psát) uvolněně. Nerad nosím oblek, který je při osobním jednání téměř povinný, necítím se v něm dobře a z toho pak vyplývá již zmíněná tréma.“*

Dalších devět respondentů 35% spatřuje důvod větší otevřenosti v anonymitě. Druzí nevědí, kdo jsou oni. Respondenti napsali: *„Právě anonymita v člověku probuzuje určitý pocit možnosti vyjádřit neomezeně své mínění nebo zkusit a říkat něco, co by si tváří v tvář nikdy nedovolil.“* *„Při této formě komunikace se víc ale hlavně dřív dokážu otevřít díky jistě anonymitě.“* *„Člověka na druhé straně neznám a on nezná mě - o nic nejde☺.“*

Šest respondentů – 23% vidí tento důvod v tom, že osobně neznají ty, s kterými komunikují. Respondenti to vyjádřili takto: *„Neposuzuji a nejsem posuzován podle vzhledu.“* *„Pokud bych někoho skoro vůbec neznal a myslel si, že ho nikdy nepotkám, budu k němu samozřejmě asi více otevřenější v komunikaci přes internet než v přímém styku.“* *„Protože tam nikoho neznám osobně-většinou, takže si nemůžu udělat trapas.“* *„Publikuji co chci.“*

Dva respondenti 8% označil jako příčinu své větší otevřenosti asynchronní přenos. Napsal: *„Také si předem mohu rozmyslet odpověď nebo reakci a v klidu ji napsat.“*

Shrnuto v tabulce 28.

Při komunikaci na internetu se vůči druhým cítím méně otevřenější, nežli při komunikaci tváří v tvář

Tabulka 29 Proč je komunikace méně kvalitní

rozeznané důvody	Počet vyjádřených respondentů	%
neznám ty, s nimiž komunikuji	3	75,00
nepřetržitý záznam	1	25,00

Tři respondenti – 75% jako důvod toho, proč se na internetu cítí při komunikaci méně otevření než při komunikaci tváří v tvář, napsali, že nevědí, s kým komunikují. Bojí se případného zneužití informací, které v hovoru poskytují. „*Nevím, kdo je na druhém konci drátu.*“

Jeden respondent - 25% se pak bojí nepřetržitého záznamu, který internetová komunikace umožňuje. Napsal: „*To, co jednou napíšu, už těžko vezmu zpátky.*“

Shrnuto v tabulce 29.

Při komunikaci na internetu jsem druhým stejně otevřen jako při komunikaci tváří v tvář v reálném světě

Tabulka 30 Proč je komunikace srovnatelná?

rozeznané důvody	Počet vyjádřených respondentů	%
nevidím žádný rozdíl mezi internetem a reálem	13	56,52
nemám co skrývat	5	21,74
komunikuji s těmi, které znám	4	17,39
ze zásady	1	4,35

Třináct respondentů – 56% jako důvod toho, proč se na internetu cítí při komunikaci srovnatelně otevření jako při komunikaci tváří v tvář se vyjádřili ve smyslu toho, že nevidí žádný rozdíl mezi komunikací a na internetu. Oba typy jim přijdou totožné. Respondenti například napsali: „*Na netu jsem stejnej jako v reálu.*“ „*Co na srdci, to na jazyku, a to jak v komunikaci po internetu, tak i „tváří v tvář” – nerozlišuju, jak zrovna a po čem*

komunikuju.“ „To, co jsem schopna napsat v emilku, tak dokážu říci i tváří v tvář a při psaní dopisu se neotevírám více, cítím se přirozeně.“

Pět respondentů – 22% se vyjádřilo tak, že nemají co skrývat. Myslí si tedy, že nemají důvod být více, či méně otevření. Respondenti napsali: *„Nemám důvod něco více skrývat nebo být více otevřený.“ „Není třeba se nějak přetvařovat a hrát si na něco.“*

Čtyři z respondentů – 17% pak uvedli, že komunikují s těmi, které znají a tedy u nich nemají žádný důvod být víc, či méně otevřený. Dotazovaní k tomuto napsali: *„Ve většině případů komunikuji s lidmi, které určitým způsobem znám i osobně.“ „Obvykle komunikuji s přáteli a probíráme novinky z našich životů jako při reálné komunikaci. Pokud s někým neznámým, tak se nějaké informace trochu zabarví, ale nikdy to nepřesahuje rámec možností.“*

Jeden respondent – 4% uvedl, že ze zásady nekomunikuje jinak než jako tváří v tvář. Stroze napsal: *„No prostě ze zásady.“*

Shrnuto v tabulce 30.

8.6.13 Otázka č. 13

Myslíte si, že je výhodou, když Vás v mnoha případech Váš protějšek, s kterým komunikujete fyzicky, nevidí?

- a) ano, ve většině případech jsem rád, že mě druzí na internetu nevidí
- b) ne, ve většině případech nejsem rád, že mě druzí na internetu nevidí

Proč:

Tabulka 31 Jak se uživatelé staví k tomu, že při komunikaci na internetu nejsou vidět

nabízené možnosti	celkem	%	muži	%	ženy	%
jsem rád, že mě druzí nevidí	43	38,39	34	40,96	9	31,03
nejsem rád, že mě druzí nevidí	46	41,07	31	37,35	15	51,72
je mi to jedno	20	17,86	15	18,07	5	17,24
neodpověděli	3	2,68	3	3,61	0	0,00

Budeme-li si všimnout všech respondentů, bez rozdílu pohlaví, nejvíce z nich, celkem 46 tj. 41% není rádo, že je ostatní při komunikaci na internetu nevidí. 43 respondentů 38% naopak rádo je.

Ač v nabídce odpovědí nebyla uvedena možnost je mi to jedno, doplnilo ji 20 respondentů – 18%.

Tři respondenti – 3% neodpověděli vůbec.

Podíváme-li se teď na to, jak odpovídali muži a ženy, zjistíme, že nejvíce mužů 34 tj. 41% odpovědělo, že ve většině případů jsou rádi, že při komunikaci na internetu nejsou vidět. Naopak je tomu u žen. Z těch se nejvíce vyjádřilo pro to, že nejsou rádi, když ve většině případů nejsou při komunikaci na internetu vidět. K tomuto názoru se přiklání 15 žen tj. 52%.

Tricet jedna mužů – 37% se pak vyjádřilo že nejsou rádi, když je druzí ve většině případů nevidí. 9 žen – 31% se naopak zase vyjádřilo, že jsou rádi, když je ve většině případů druzí při komunikaci na internetu nevidí.

Je mi to jedno zvolilo 15 mužů – 18% a 5 žen – 17%.

Neodpověděli 3 muži – 4%.

Vše shrnuje tabulka 31.

Tabulka 32 Počet respondentů, kteří zdůvodnili svoji odpověď

	celkem	%	muži	%	ženy	%
jsem rád, že mě druzí nevidí	19	16,96	12	14,46	7	24,14
nejsem rád, že mě druzí nevidí	32	28,57	23	27,71	9	31,03
je mi to jedno	18	16,07	13	15,66	5	17,24
nevyjádřili se	43	38,39	35	42,17	8	27,59

Tabulka 32 ukazuje, kolik respondentů ze všech dotazovaných zdůvodnilo svou odpověď.

Z celkového počtu se 19 respondentů – 17% vyjádřilo k tomu, proč je ve většině případů rádo, že při komunikaci na internetu není vidět. Z nich 12 bylo mužů – 15% a 7 žen – 24%.

Dále se z celkového počtu vyjádřilo 32 respondentů – 29% k tomu, proč není rádo, že je druzí při komunikaci na internetu nevidí. Z nich 23 respondenti byli muži – 28% a 9 žen – 31%.

Ze všech dotazovaných se pak 18 tj. – 16% uvedlo zdůvodnění, proč je jim jedno, že jsou či nejsou při komunikaci vidět. Z nich 13 bylo mužů – 16% a 5 žen – 17%.

Možnost vyjádřit svůj názor nevyužilo 43 respondentů – 38%.

Ve většině případů jsem rád, že mě druzí na internetu nevidí

Tabulka 33 Proč jsou uživatelé rádi, když nejsou vidět?

rozeznané důvody	Počet vyjádřených respondentů	%
upřednostnění podstaty sdělení	9	47,37
absence emocí	3	15,79
otevřenost	1	5,26
mohu si druhého představit	1	5,26
nevím	6	31,58

Devět respondentů – 47% zdůvodňuje, proč je ve většině případech rádo, že je druzí nevidí upřednostněním podstaty sdělení. Není důležité, jak vypadají, jak se tváří, ale co říkají. Dotazovaní napsali: *„Protože mě nesoudí podle zjevu, ale podle mých myšlenek.“* *„Kdo si může být sebou tak jistý a také spoléhat na to, neudělá-li si na něj druhá osoba názor též podle vzhledu, když jde přitom jenom o virtuální komunikaci... tedy čistě duševní stránku?“* *„Pouze z toho důvodu, že se více zaměří na podstatu věci, ne že by mně vadilo, že dotyčný vidí moji fyzickou podobu.“*

Tři respondenti – 16% jako důvod uvedli absenci emocí. Nejsou rádi, když druzí jejich emoce pozorují. Tito respondenti jako příklad uvedli: *„Když mám špatnou náladu, na hlase je to poznat, na textu moc ne.“* *„Když se bavíš s někým citově, tak není vidět, jak se červenáš.“*

Jeden respondent – 5% jako důvod proč se cítí raději druhými nepozorován, uvedl otevřenost.

Další dotazovaný - 5% pak uvedl, že když on sám není vidět, nevidí ani ostatní a může si představovat, jak vypadají, napsal: *„Přece když nevidím ten „xichtík“ na druhé straně, mohu si představit podle své fantazie, jak asi ten tam na druhém PC vypadá.“*

Zbývajících 6 dotazovaných - 32% uvedlo, že nevědí, proč se takto cítí lépe.

Vše shrnuje tabulka 33.

Ve většině případů nejsem rád, že mě druzí na internetu nevidí

tabulka 34 Proč nejsou uživatelé rádi, když je druzí nevidí?

rozeznané důvody	Počet vyjádřených respondentů	%
absence neverbální komunikace	16	50,00
chybí osobní kontakt	14	43,75
pomalá zpětná reakce	2	6,25

Šestnáct respondentů - 50% se vyjádřilo, že by druhými byli raději vidět, protože jim chybí prvky neverbální komunikace. Napsali: *„Neverbální komunikace při internetu chybí a mnohdy vypoví o člověku více než slova.“* *„Mnoho informací je sdělováno i neverbálně.“*

Čtrnáct dalších respondentů – 43% se vyjádřilo, že nejsou rádi proto, že jim chybí osobní kontakt. Napsali: *„Radši bych si chtěl s lidmi promluvit osobně; komunikaci s lidmi*

naživo preferuji.“ „RÁD BYCH SE NA NĚ SMÁL, NEBO SE TŘEBA POKLONIL, NEBO JEN TAK POKYNUL PŘÁTELSKY RUKOU.“ „Protože je například lepší osobní komunikace u kávy. “

Dva respondenti – 6% se vyjádřili ve smyslu nedostatečně rychlé zpětné reakce. Při komunikaci po internetu se jim dostává pomalejší odezvy, než by si přáli. Dotazovaní napsali: *“Neznám jejich okamžitou reakci.“ „Chybí mi zpětná reakce (nebo je pouze nedostatečná).“*

Vše shrnuje tabulka 34.

8.6.14 Otázka č. 14

Je zřejmé, když s někým na internetu komunikujete a nemáte příležitost ho vidět, nemusí to být vždy ten, kdo říká, že je. Myslíte si, že se většina lidí na internetu vydává za někoho jiného nebo jsou tím, kým říkají, že jsou.

- a) myslím, že většina uživatelů se na internetu chová čestně
- b) myslím, že většina uživatelů se na internetu chová nečestně
- c) myslím, že je to asi půl napůl.

Tabulka 35 Jsou lidé na internetu tím kým říkají že jsou? Chovají se čestně?

nabízené možnosti	celkem	%	muži	%	ženy	%
většina uživatelů se chová čestně	31	27,68	27	32,53	4	13,79
většina uživatelů se chová nečestně	10	8,93	7	8,43	3	10,34
je to půl napůl	68	60,71	47	56,63	21	72,41
neodpověděli	3	2,68	2	2,41	1	3,45

Z celkového počtu respondentů si jich 68 tj. 61% myslí, že ve výsledku je poměr těch, kteří se chovají čestně k těm, kteří se chovají nečestně, shodný. Z těchto 68 respondentů je 47 mužů – 57% a 21 žen – 72%.

Dále 31 respondentů – 28% se domnívá, že se většina uživatelů internetu chová čestně. Nemění si svou identitu. Jsou těmi, kým říkají, že jsou. Z těchto 31 respondentů je 27 mužů – 33% a 4 ženy – 14%.

Možnost - většina uživatelů se na internetu chová nečestně - zvolilo celkem 10 dotazovaných tj. 9%. 7 mužů – 8% a 3 ženy 10%.

Neodpověděli 3 dotazovaní – 3%. 2 muži – 2% a 1 žena – 3%.

Znázorněno tabulkou 35.

8.6.15 Otázka č. 15

Když na internetu komunikujete Vy, měníte si svou identitu?

- a) nikdy
- b) zřídka
- c) často
- d) vždy

Tabulka 36 Mění si uživatelé identitu?

nabízené možnosti	celkem	%	muži	%	ženy	%
nikdy	60	53,57	43	51,81	17	58,62
zřídka	46	41,07	37	44,58	9	31,03
často	4	3,57	2	2,41	2	6,90
vždy	2	1,79	1	1,20	1	3,45

Z celkového počtu dotazovaných jich 60 tj. 54% uvedlo, že si identitu nikdy nemění. Vždy se snaží být těmi, kým ve skutečnosti jsou. Z těchto 60 respondentů je 43 mužů – 52% a 17 žen – 59%. Někteří z respondentů uvedli, proč by si identitu nikdy neměnily: „Nikdy jsem ještě nezkusil změnit identitu.“ „Neměním svou identitu, není proč. Jednám férově.“

K možnosti zřídka změnit identitu se přiznalo 46 respondentů – 41%. Z nich bylo 37 mužů – 45% a 9 žen – 31%.

Častou změnu identity uvedli 4 respondenti – 4%. 2 muži – 2% a 2 ženy 7%.

Jeden respondent – 1% uvedl, že si mění identitu vždy. Byl to muž – 1%.

Znázorněno tabulkou 36.

8.6.16 Otázka č. 16

Pokud se na internetu s cizí nebo se smyšlenou identitou prezentujete (prezentovali jste se), napište prosím, jaké důvody vás k tomu vedou (vedly).

Tabulka 37 Jaké důvody vedou uživatele ke změně identity?

rozeznané důvody	Počet vyjádřených respondentů	%
něco sdělit a nebýt identifikován	7	13,46
vlastní pobavení na úkor druhých	6	11,54
zachování soukromí	4	7,69
dělat se zajímavějším	3	5,77
testování reakcí druhých	3	5,77
někam se pod cizí identitou dostat	3	5,77
touha být někým jiným	2	3,85
vystupování za jinou reálnou osobu	1	1,92
neuvodli důvod	23	44,23

Celkem se ke změně vlastní identity přiznalo 52 respondentů.

Jako důvod ke změně vlastní identity uvedlo 7 respondentů – 13% touhu něco sdělit tak, aby při tom nebyli identifikováni. Respondenti k tomuto napsali: *„Byl to jistý problém. Ne, nechtěl jsem, aby se o tom někdo dozvěděl. Přeci jenom pár lidí mne zná a znáte to. Lidé rádi zneužívají slabin.“* *„Bylo to z osobních důvodů - komunikace s nadřizenými, kritika do vlastních řad.“* *„Moje názory jsou v rozporu s trestním zákonem potlačujícím svobodu myšlení a projevu (nejsem nácek ani komouš !!!).“*

Šest respondentů – 12% uvedlo jako důvod vlastní pobavení. Baví se na úkor druhých. Sami k tomu napsali: *„Většinou pouze za účelem rozptýlení se... zábava.“* *„Sranda“* *„Byla to recese.“*

Čtyři respondenti – 8% se domnívají, že si změnou identity zachovají vlastní soukromí. Mají panickou hrůzu z prozrazení jakéhokoliv reálného údaje. Dotazovaní napsali: *„Mám docela strach o své soukromí, nezaložila bych si např. mailovou adresu, kde bych měla uvést více informací než jméno.“* *„Při chatování nejsem ochotna říct ani křest.“*

jméno.“ *„Netuším, do jaké míry mohou být os. údaje zneužitelné, proto je raději nikam nepíšu.“*

Tři respondenti – 6% se pomocí změny identity dělají zajímavější. Napsali: *„Člověk chce být nejspíš asi zajímavější.“ „Kdysi dávno jsme jen tak chatovali pod smyšleným jménem, pak si člověk občas něco vymyslí, ale stejně to vychází z Tebe.“*

Další tři respondenti – 6% uvedli, že pod změněnou identitou testují reakce druhých. Napsali: *„Nechcel som dat vediet, kto naozaj som, chcel som vyskúšať reakcie ľudí, potreboval som, aby ma nespoznali, ale to všetko zaleží od situácie.“ „Když potřebuji něco zjistit (jak se chová např. váš kamarád), tak ano.“ „Chtěla jsem vidět, jaký bude rozdíl v komunikaci, jak se jedná s lidma, kteří mají jinou identitu.“*

Tři respondenti – 6% také jako důvod změny identity uvedli snahu, někam se pod touto identitou dostat, protože pod jejich pravou by jim to nebylo umožněno. Napsali: *„Záminka dostat se někam, kam by mě nepustili.“*

Touha být někým jiným vedla ke změně identity dva respondenty – 4%. Uvedli: *„Pocit být tím, kým si představuji, že bych chtěl být.“ „Začala se mi líbit jiná.“*

Nutnost vystupovat za jinou reálnou osobu uvedl 1 dotazovaný – 2%. Napsal: *„Vyřizuji poštu za kolegu v práci a není důvod to vysvětlovat adresátovi.“*

Z respondentů, kteří se přiznali ke změně identity, jich 23 tj. 44 % nezdůvodnilo svou odpověď.

8.6.17 Otázka č. 17

Pokud si myslíte (víte), že se někteří lidé s cizí, smyšlenou identitou, na internetu prezentují, napište, proč podle vás tak činí.

Tabulka 38 Jaké důvody vedou druhé ke změně identity?

rozeznané důvody	počet vyjádřených respondentů	%
sami se sebou nejsou spokojeni, chtějí být jiní	26	23,21
chtějí se pobavit	16	14,29
větší otevřenost komunikace, možnost řešit vlastní problémy	11	9,82
anonymita	6	4,46
zachování soukromí	5	5,36
nečisté úmysly	4	3,57
je to úchylka, jsou to pošuci	4	3,57
chtějí ublížit	2	1,79
zkoumají reakce okolí	2	1,79
někam se pod cizí identitou dostat	1	0,89

K této otázce se vyjádřilo celkem 75 respondentů – 67%, 37 respondentů – 33% se nevyjádřilo.

Nejvíce respondentů 26 tj. 23%, se domnívá, že příčinou změny identity druhých je, že sami se sebou nejsou spokojeni a chtějí být někým jiným. Respondenti se vyjádřili takto: „*Utíkají od reálného světa, mohou si tak splnit své představy a sny a na chvíli se do nich ponořit. Zřejmě nejsou spokojeni se sebou samým.*“ „*Jakési uspokojení představ o sobě samém jako o ideálu.*“ „*Chceli by takýto byť, prezentujú svoj idol.*“ „*Ale spousta lidí, alespoň podle mne, má jisté problémy se svou osobností a toto jim pomáhá a mohou se vydávat za to, co nejsou.*“

Šestnáct respondentů –14% vidí jako příčinu změny identity druhých to, že se chtějí na úkor druhých pobavit. „*Většina lidí, kteří něco podobného dělali a které jsem znal, to dělali z legrace.*“ „*Jen tak z legrace, že někoho přivádějí v omyl.*“

Jedenáct dotazovaných – 10% se vyjádřilo, že se se změněnou identitou mohou uživatelé internetu více druhým při komunikaci otevřít a řešit tak své problémy, o nichž by jinak nemluvili. Napsali: *„Také to jistě pomáhá při řešení jistých problémů. Jedna dívka se mi jednou svěřila a dokonce jsem se s ní i setkal, své problémy. Týkali se zdravotních problémů. Byla upoutaná na vozíčku, a když by komunikovala a řekla vše, spousta lidí by se s ní nebavilo. Ale znám i jiný případ. Jedna žena asi věku čtyřicet let měla problém se svou sexuální úchylnou a nechtěla, aby to věděli ostatní a internet a komunikace ji v tom pomáhala a ujišťovala, že není sama.“* *„Mají třeba problémy, nechtějí, aby se o nich mluvilo, že to jsou právě oni, kteří něco někomu napsali nebo se svěřili apod. Třeba se taky bojí, že to, co někdy někomu napsali, by mohlo být v budoucnu použito proti nim, což je v dnešní době dosti časté a obvyklé.“* *„Komunikují otevřeně i o věcech, které by za normálních okolností neventilovali.“*

Získání anonymity jako důvod změny identity uvedlo 6 dotazovaných – 4%. Respondenti napsali: *„Chtějí být 100% anonymní.“* *„Jsou to tajnůstkáři a chtějí vystupovat anonymně.“* *„Falešná identita má tytéž výhody co anonym.“*

Pět respondentů – 5% si myslí, že příčinou změny identity druhých je jejich snaha uchovat si své soukromí. *„Chtějí si zachovat svoje soukromí.“* *„Nechtějí, aby jejich aktivity na internetu zasahovaly (ohrožovaly) jejich skutečnou identitu.“*

Důvod jako nečisté úmysly uživatelů uvádějí 4 respondenti – 4%. Napsali: *„Nemají čisté úmysly.“* *„Hack, crack, šmelina.“*

Čtyři respondenti – 4% se také domnívají, že příčinou změny identity druhých může být jakási úchylna. Dotazovaní napsali: *„Netuším, sů to magori, zabavajú sa, sů perverzný a zvádžajú malé deti, majú k tomu ine dovody podobne tym mojim.“* *„Citově deprivovaní lidé a pošuci... paranoia!“* *„Možná druh jisté úchylny.“*

Dva dotazovaní – 2% odpověděli, že důvodem je touha druhým ublížit. Napsali: *„Chtějí někoho poškodit nebo mi i ublížit.“* *„Chtějí někoho naštvat.“*

Další dva respondenti – 2% se vyjádřili, že příčinou u druhých může být zkoumání reakcí okolí. Dotazovaní uvedli: *„Lidé si mění identitu, aby se dostali do situace, která nemusí být úplně všední, pro ně normální, v tom smyslu, že svou přirozenost znají a znají většinou i reakci na ni. Změnou identity získají jiné reakce, což může být zajímavé.“* *„Chtějí si vyzkoušet komunikovat jako někdo jiný, jsou zvědaví na reakce okolí.“*

Jeden dotazovaný – 1% pak jako důvod uvedl snahu dostat se někam, kam by se se svou pravou identitou nedostal. Napsal: *„Získání kontaktů, protože to považuji za vhodný prostředek k získání svého cíle.“* Shrnutí v tabulce 38.

8.6.18 Otázka č. 18

Myslíte, že je morální a přijatelné prezentovat se druhým na internetu s cizí nebo smyšlenou identitou?

- a) ano, je to morální
- b) ne, není to morální
- c) záleží na kontextu situace (prosím specifikujte):

Tabulka 39 Je morální prezentovat se druhým na internetu s cizí, nebo smyšlenou identitou?

nabízené možnosti	celkem	%	muži	%	ženy	%
je to morální	16	14,29	10	12,05	6	20,69
není to morální	32	28,57	25	30,12	7	24,14
záleží na kontextu situace	59	52,68	45	54,22	14	48,28
neodpověděli	5	4,46	3	3,61	2	6,90

Z celkového počtu respondentů si jich 59 tj. 53% myslí, že nelze jednoznačně říci, zdali je morální, či není prezentovat se na internetu se smyšlenou identitou. Z těchto 59 respondentů je 45 mužů – 54% a 14 žen – 48%.

32 respondentů – 29% se domnívá, že komunikovat na internetu se smyšlenou identitou morální není. Z těchto 32 respondentů je 25 mužů – 30% a 7 žen – 24%.

16 respondentů – 14% se domnívá, že komunikovat na internetu se smyšlenou identitou je morální. Z nich je 10 mužů – 12% a 6 žen 21%

Neodpovědělo 5 dotazovaných – 5%. 3 muži – 4% a 2 ženy – 7%.

Shrnuto v tabulce 39.

Kdy je morální komunikovat se smyšlenou identitou?

Tabulka 40 Kdy je morální komunikovat se smyšlenou identitou?

komunikovat se smyšlenou identitou je morální	počet vyjádřených respondentů	%
pokud nejde o poškození druhé strany	13	81,25
pomáhá-li to člověku překonat určité bariéry	3	18,75

Kontext situace specifikovalo celkem 16 respondentů – 12%.

Třináct respondentů – 81% se vyjádřilo, že komunikovat se smyšlenou identitou je morální tehdy, pokud při tom nedojde k poškození druhé strany. Dotazovaní napsali: *„Pokud nejde o trestnou činnost, tak v tom nevidím problém. Ani v telefonu nevíte, s kým mluvíte!!!“*, *„Pokud to má někomu ubližovat, pak to považuji za nemorální.“* *„Pokud se nesnaží zneužít jakoukoliv formou ostatní členy komunikace.“*

Tři dotazovaní – 19% pak uvedli, že komunikace se změněnou identitou je morální v tom případě, pokud to člověku pomáhá překonávat určité bariéry v jeho komunikaci. Napsali: *„Pokud se někdo prezentuje s cizí identitou a pomáhá mu to překonávat jakési bariéry v komunikaci, se kterou má problémy a nikomu tím neublíží a nikoho tím nepoškozuje, pak je to vlastně jakýsi druh terapie.“* *„Pokud je člověk nesmělý, možná mu to může i určitým způsobem pomoci (k prvotnímu prolomení bariér) a posléze se skutečně představit, pokud to uzná za vhodné.“*

Shrnuto v tabulce 40.

8.6.19 Otázka č. 19

Používáte při komunikaci na internetu přezdívku (Nick) ?

- a) ano, přezdívku používám vždy
- b) ano, přezdívku používám ve většině případů
- c) ano, přezdívku používám zřídka
- d) ne, nikdy přezdívku nepoužívám

Můžete prosím výše uvedenou odpověď zdůvodnit?

Tabulka 41 Používání přezdívky

nabízené možnosti	celkem	%	muži	%	ženy	%
přezdívku používám vždy	19	16,96	14	16,87	5	17,24
přezdívku používám ve většině případů	41	36,61	30	36,14	11	37,93
přezdívku používám zřídka	22	19,64	17	20,48	5	17,24
nikdy přezdívku nepoužívám	27	24,11	21	25,30	6	20,69
neodpověděli	3	2,68	1	1,20	2	6,90

Z celkového počtu respondentů jich 41 tj. 37% používá přezdívku ve většině případů. Z nich je 30 mužů – 36% a 11 žen – 38%.

27 respondentů - 24% přezdívku nepoužívá nikdy. 21 mužů – 25% a 6 žen - 21%.

22 respondentů – 20% používá přezdívku zřídka. Z nich je 17 mužů – 20% a 5 žen – 17%.

19 respondentů – 17% používá přezdívku vždy. Z nich je 14 mužů – 17% a 5 žen – 17%.

3 respondenti – 3% se nevyjádřili. 1 muž – 1% a 2 ženy – 7%.

Shrnuto v tabulce 41.

Tabulka 42 Počet respondentů, kteří zdůvodnili svoji odpověď

počet zdůvodněných možností	celkem	%	muži	%	ženy	%
přezdívku používám vždy	13	11,61	9	10,84	4	13,79
přezdívku používám ve většině případů	26	23,21	16	19,28	10	34,48
přezdívku používám zřídka	13	11,61	9	10,84	4	13,79
nikdy přezdívku nepoužívám	16	14,29	12	14,46	4	13,79
neuvodli důvod	44	39,29	37	44,58	7	24,14

Z respondentů, kteří používají přezdívku vždy, jich svoji odpověď zdůvodnilo 13 tj. 12%. Z nich 9 bylo mužů – 11% a 4 ženy 14%.

Z těch, kteří uvedli, že přezdívku používají ve většině případů, jich svoji odpověď zdůvodnilo 26 tj. 23%. Dvanáct mužů – 14% a 5 žen - 17%.

Z dotazovaných, kteří odpověděli, že přezdívku používají zřídka, jich svoji odpověď zdůvodnilo 14 tj. 13%. Deset mužů – 12% a čtyři ženy – 14%.

Z těch, kteří uvedli, že přezdívku nepoužívají, jich svoji volbu zdůvodnilo 16 tj. 14%. Dvanáct mužů tj. 14% a čtyři ženy tj. 14%.

Zdůvodnění neprovedli 44 respondenti – 40%.

Shrnuto v tabulce 42.

Přezdívku používám vždy

Tabulka 43 Přezdívku používám vždy

rozeznané důvody	počet vyjádřených respondentů	%
nechci uvádět pravé údaje, anonymita	7	53,85
je to má přezdívka i v reálném světě	3	23,08
je to nutnost	2	15,38
zdá se mi to méně formální	1	7,69

Sedm respondentů – 54% jako důvod toho, že přezdívku používají vždy, uvádí, že nechtějí uvádět pravé údaje. Raději zůstávají v jisté anonymitě. Tito dotazovaní napsali: „Nechcem uvadzat prave meno.“ „Lebo mám 15.“ „Chci být anonymní!“ „Protože si udržuji určitou anonymitu.“

Tři dotazování – 23% uvádějí, že jejich přezdívka na internetu je i jejich přezdívkou v reálném světě. „*Můj nick je téměř shodný se jménem.*“

Dva dotazování - 15% uvádí, že používat přezdívku je nutnost, a proto ji tedy používají. Píší: „*Registrace je v řadě případů nutná (a i když ne, má certifikovaný uživatel větší možnosti).*“ „*Nick je požadován již při registraci.*“

Jeden respondent - 8% se pak vyjádřil ve smyslu toho, že komunikace vedená pod přezdívkou mu připadá méně formální. Napsal: „*Myslím, že jsem pak druhými snadněji oslovitelný.*“

Shrnuto v tabulce 43.

Přezdívku používám ve většině případů

Tabulka 44 Přezdívku používám ve většině případů

rozeznané důvody	počet vyjádřených respondentů	%
je to má přezdívka i v reálném světě	11	42,31
je to nutnost	7	26,92
na internetu to je zvyk	4	15,38
nechci uvádět pravé údaje, anonymita	3	11,54
jednoznačná identifikace	1	3,85

Jedenáct respondentů – 42% uvedlo, že používá stejnou přezdívku jako v reálném světě. Dotazování napsali: „*Mám přezdívku i v civilním životě - přátelé ji používají.*“ „*Protože uvedenou přezdívku mám i v „civilu“ už asi 17 let – takže služebně ji nepoužívám, soukromě vždy.*“ „*MÁM JI HODNĚ DLOUHO A VŠICHNI MI TAK ŘÍKAJÍ☺.*“

K použití přezdívky, jako k nutnosti, se vyjádřilo 7 dotazovaných – 27%. Tito psali: „*Většina komunikačních prostředků to vyžaduje.*“ „*Ve formách e-komunikace, kde to vyžaduje systém, nick používám, jinak píši své jméno.*“ „*Na chatu je potřeba.*“

Čtyři respondenti – 15% se k používání přezdívky vyjádřili jako ke zvyku. Napsali: „*Je to zvyk v i-netovem světě, nepotřebuji nic předstírat, ale taktéž nepotřebuji o sobě dávat příliš na vědomí.*“ „*Mnohdy bych asi vypadal přímo divně, kdybych rovnou používal své civilní jméno. Takový chat, to je prostě trochu jiný svět, než ten občanský tam venku.*“

Tři respondenti – 12% pak uvedli, že přezdívku používají proto, že ostatním o sobě nechtějí dávat pravé údaje. Napsali: „*Své jméno udávám pouze v „úředních“ záležitostech, nechci, aby každý věděl mé pravé jméno.*“ „*Dokud si nejsem aspoň trochu jistý protějškem, tak rád zůstávám v anonymitě.*“

Jeden dotazovaný - 4% se pak vyjádřil, že přezdívku používá proto, že přezdívka je unikátní a jednoznačně jej od ostatních odlišuje. Napsal: „*Protože lidí se stejným jménem je spousta, ale se stejnou přezdívkou už třeba tolik lidí není.*“

Shrnuto v tabulce 44.

Přezdívku používám zřídka

Tabulka 45 Přezdívku používám zřídka

rozeznané důvody	počet vyjádřených respondentů	%
na internetu to je zvyk	3	23,08
je to nutnost	3	23,08
její použití není většinou nutné	3	23,08
jednoznačná identifikace	2	15,38
nechci uvádět pravé údaje anonymita	2	15,38

Tři respondenti – 23% uvedli, že přezdívku používají hlavně proto, že je to zvyk. Je to obvyklé. Stroze napsali: „*Protože je to obvyklé.*“

Další tři respondenti – 23% se k tomuto vyjádřili jako k nutnosti. Psali: „*Když je vyžadována.*“

Tři respondenti – 23% pak také napsali, že přezdívku mnoho nepoužívají, protože to není většinou nutné. „*Ve většině případů není nutná.*“

Dva dotazovaní – 15% uvedli, že užití přezdívky vede k jednoznačné identifikaci – 3%. „*Je to originální, svědčí o fantazii, nápaditosti, líp si tě zapamatují jako např. Lumise než Martina M.*“ „*Jedná se o nick pod nímž občas programuji – nazvěme to reklamou.*“

Dva dotazovaní – 15% se pak vyjádřili, že přezdívku používají tehdy, když nechtějí udávat pravé údaje. Napsali: „*V některých případech není žádoucí udávat své pravé jméno.*“ „*Pouze tam, kde není nutné vystupovat jako konkrétní osoba.*“

Shrnuto v tabulce 45.

Nikdy přezdívku nepoužívám

Tabulka 46 Nikdy přezdívku nepoužívám

rozeznané důvody	počet vyjádřených respondentů	%
nechci být anonymní	9	56,25
k používání nemám důvod	7	43,75

Devět respondentů – 56% uvedlo, že přezdívku nepoužívají z toho důvodu, že nechtějí být anonymní. Napsali: *„Za svými názory si stojím.“* *„Nestydím se za Já.“* *„Nekomunikuji na internetu s lidmi, které neznám, tudíž žádnou přezdívku nepotřebuji.“*

Sedm respondentů - 44% pak napsalo, že k užívání přezdívky nemají důvod. *„Není důvod.“* *„Nepoužívám chaty a ani jiné diskusní skupiny.“* *„Nechatuji a nejsem účastníkem diskusních skupin.“* *„Na stránky, kde to potřebují, nechodím.“*

Shrnuto v tabulce 46.

8.6.20 Otázka č. 20

Napište prosím, co si představujete pod pojmem demokracie a svoboda vyjadřování na internetu.

Na tuto otázku odpovědělo celkem 76 respondentů - 68%. 52 mužů tj. 63% a 24 žen tj. 83%.

Mnoho respondentů se vyjádřilo velmi obsažně, avšak v základu téměř ve stejném smyslu. Demokracie na internetu by podle většiny měla být stejná jako v reálném světě. Shodná ze zákony dané země. Internet jen dává každému větší přístup k informacím a k publikování vlastních názorů.

Kromě uvedeného základu se v odpovědích respondentů vyskytlo mnoho pojednání o demokracii a chápání demokracie, avšak bez vztahu ke komunikaci. Tyto odpovědi zde proto nebudu rozebírat.

8.7 Diskuse k výsledkům výzkumu

Mám-li se vyjádřit k výsledkům celého výzkumu bude nejvhodnější, když zhodnotím postupně odpovědi na jednotlivé otázky. Vyjadřovat se nebudu pouze k otázkám č. 18 a č. 20, které mnoho přínosného z důvodu jejich horší formulace pro tuto problematiku nepřinesly.

8.7.1 Diskuse k výsledkům otázky č.1

Otázka čistě kvantitativního charakteru č.1 zodpovídá jaké je rozložení uživatelů českého internetu rozdělených podle pohlaví. Porovnáme-li získaná data s výzkumným projektem „*Struktura a využití českého internetu v roce 2000*“⁸, jejímž zadavatelem bylo Ministerstvo kultury ČR, zjistíme, že se hodnoty získané v tomto výzkumu a výzkumu prováděného v rámci zmiňovaného projektu od sebe mnoho neliší. Vyhodnocení této otázky nám říká, že internet v ČR užívá 26% žen a 74% mužů. Projekt ministerstva kultury uvádí 22% žen a 78% mužů. Přihlédneme-li k tomu, že v okolních evropských státech je na internetu něco přes 30 % žen a přes 60% mužů⁹, což znamená, že počet žen na internetu má rostoucí tendenci, dají se získané hodnoty v otázce č.1 považovat za korektní.

8.7.2 Diskuse k výsledkům otázky č.2

Otázka čistě kvantitativního charakteru č. 2 dává odpověď na to, jak jsou jednotliví uživatelé na internetu rozloženi podle věku. Ač v dotazníku bylo uvedeno jiné dělení věkových kategorií, nežli bylo použito ve zmiňovaném projektu „*Struktura a využití českého internetu v roce 2000*“ výsledky se v kategoriích, které jsou srovnatelné, opět shodují. Ve svém výzkumu jsem došel k výsledku, že více jak polovina uživatelů internetu je mladší 25 let. I zde se tedy ztotožňuji s výzkumem Ministerstva kultury ČR. Taktéž u obou projektu souhlasí kumulativní procenta u uživatelů do 35 let. Tento výzkum dochází k výsledku 84%, výzkum Ministerstva ČR k 80%.

⁸ URL: <http://www.vyzkuminternetu.cz>

⁹ URL: http://cyberatlas.internet.com/big_picture/demographics/article/0,,5901_959421,00.html

8.7.3 Diskuse k výsledkům otázky č. 3

Otázka čistě kvantitativního charakteru č. 3 ukazuje, jak jsou jednotliví uživatelé na internetu rozloženi podle vzdělání. Ač i v tomto výzkumu je uvedeno trochu jiné rozdělení jednotlivých kategorií, vesměs se dá říci, že se výsledky opět v přijatelné míře shodují. Výzkum Ministerstva vnitra ČR uvádí: „Z hlediska vzdělání tvoří nejpočetnější skupinu lidé se středoškolským vzděláním s maturitou 51%, dále lidé s vysokoškolským vzděláním 31%, lidé se základním vzděláním 10%, se středoškolským vzděláním bez maturity 5%, a vyučení.“

8.7.4 Diskuse k výsledkům otázky č. 4

Otázka čistě kvantitativního charakteru č. 4 uvádí, jak jsou jednotliví uživatelé na internetu rozloženi podle frekvence jeho užívání. I zde vyhodnocení přineslo obdobné výsledky jako projekt Ministerstva kultury ČR. Projekt Ministerstva kultury ČR uvádí, že denně používá internet 60% lidí, týdně 33%, měsíčně 4,4% a méně často pak 2,9 %. Tabulka 4 uvádí tyto hodnoty: denně 59%, týdně 38% a měsíčně 4%. Hodnoty získané otázkou č. 4 lze tedy považovat za korektní.

8.7.5 Diskuse k výsledkům otázky č. 5

Otázka čistě kvantitativního charakteru č. 5 ukazuje, jak jsou jednotliví uživatelé na internetu rozloženi podle délky jeho užívání. Ve výzkumu Ministerstva kultury ČR jsem tuto kategorii nenalezl, a tak nemám výsledky dosažené analýzou otázky č. 5 s čím srovnávat. Podívám-li se však na kolonku „počet“ v tabulce 5, vidím jistou vzestupnou tendenci počtu uživatelů v závislosti na době používání internetu. Uživatelé kteří používají internet 2 a 3 roky se této vzestupné tendenci vymykají. Z tohoto důvodu tedy nedokáží říct, nakolik jsou data v tabulce 5 korektní.

8.7.6 Diskuse k výsledkům otázky č. 6

Tato otázka dává odpověď na to, jaké prostředí preferují při komunikaci uživatelé internetu.

Tabulka 6 ukazuje používání jednotlivých prostředí jednotlivými uživateli. Relativně malé užívání BBS je dáno nejspíše tím, že jsou tyto systémy čistě textové a jejich ovládání není na první pohled zřejmé. Malé používání MUD a grafického chatu je zase nejspíš dáno

tím, že se na serverech v ČR téměř nevyskytují. Nejvíce jsou provozovány v zahraničí v anglickém jazyce. Velkou roli zde hraje jazyková bariéra.

Tabulka 7 nám ukazuje, jak jsou jednotlivá prostředí užívána uživateli rozdělenými podle vzdělání. Výsledky v tabulce se mi zdají až na jednu hodnotu korektní. Tato zarážející hodnota se vyskytuje u BBS používanými uživateli se základním vzděláním. Domnívám se, že 17% správných není. Když jsem se pokoušel zjistit, čím je toto neúměrně vysoké procento uživatelů se základním vzděláním způsobeno, našel jsem, že tato osoba, která užívání BBS uvedla spadá do kategorie respondentů 26 - 35 let.

Tabulka 8 nám ukazuje, jak jsou jednotlivá prostředí užívána uživateli rozdělenými do jednotlivých věkových kategorií. Zde se domnívám, že se údaje získané analýzou této otázky budou od skutečnosti mírně lišit. Za nesprávnou zde považují hodnotu 94% náležející používání emailu věkovou kategorií 26-35 let. Myslím si, že tato hodnota by měla být vyšší na úkor ostatních věkových kategorií. Dále si také nejsem jist hodnotami 44% u elektronické konference a 11% u MUD a grafického chatu. Vyšší hodnoty bych očekával u uživatelů mladší generace.

Tabulka 9 nám ukazuje, jak jsou jednotlivá prostředí preferována uživateli rozdělenými podle doby užívání internetu. Ani zde se bohužel nemohu domnívat, že procentuální hodnoty získané vyhodnocením dotazníků přesně popisují situaci na českém internetu. Nepravděpodobně zde například vypadá kategorie těch, kteří internet využívají dva roky. Hodnoty získané u této kategorie se mi zdají vzhledem k jiným kategoriím nepřiměřeně vyšší.

8.7.7 Diskuse k výsledkům otázky č. 7

Tato otázka prozrazuje, proč uživatelé komunikují jednotlivými prostředky. I když se k této otázce nevyjádřili všichni respondenti, považují veškeré získané informace vyplývající z volných odpovědí respondentů za velký přínos pro tuto problematiku. .

8.7.8 Diskuse k výsledkům otázky č. 8

Tato otázka objasňuje, do jaké míry je pro jednotlivé uživatele komunikace na internetu srovnatelná s komunikací tváří v tvář v reálném světě. Myslím, že procentuální hodnoty, které ukazuje tabulka 16, nejsou daleko od skutečnosti. Za přínos této otázky považuji možnost provést srovnání výsledků u žen a mužů.

O něco vyšší procento žen než mužů se domnívá, že komunikace vedená na internetu je ve většině případů méně kvalitní než komunikace tváří v tvář. Naopak větší procento mužů než žen se domnívá, že komunikace je ve většině případů srovnatelná. Tento rozdíl u jednotlivých pohlaví je dán tím, že ženy více než muži touží po fyzické přítomnosti druhého, což internetová komunikace neumožňuje..

V tabulkách 18, 19, a 20 jsou k jednotlivým nabízeným možnostem uvedeny všechny nalezené kategorie zakládající se na volných odpovědích jednotlivých respondentů. Tyto nalezené kategorie jsou opět velkým přínosem této otázky ke zkoumané problematice..

8.7.9 Diskuse k výsledkům otázky č. 9

Otázka č. 9 přináší sdělení za jakým účelem jednotliví uživatelé na internetu komunikují. Přínosem této otázky je zviditelnění rozdílu mezi účelem komunikace mužů a žen. Muži nejvíce internet využívají k vyhledávání informací, pak k pracovnímu účelu, pro zábavu, k seznámení a k nalezení partnerky. Ženy naproti tomuto uvedli, že nejvíce jim internetová komunikace slouží pro zábavu, pak teprve k vyhledávání informací, k pracovnímu účelu a k seznámení. Žádná z žen nepřiznala hledání partnera.

8.7.10 Diskuse k výsledkům otázky č. 10

Tato otázka odhaluje, jaké výhody a nevýhody přináší komunikace po internetu svým uživatelům. Jednotliví respondenti se vyjadřovali jak ke kladům, tak i k záporům této komunikace. Za velmi přínosné u této otázky považují kromě jiného rozpoznání kategorií nazvaných "*velká spotřeba času*" a "*možnost stát se závislým*". To proto, že poukazují na částečné povědomí těchto záporů mezi uživateli.

8.7.11 Diskuse k výsledkům otázky č. 11

Tato otázka dává odpověď na to, co uživatelé na komunikaci po internetu nejvíce přitahuje.

Přínosná je zde možnost porovnání rozdílu mezi odpověďmi mužů a žen (tabulka 25). Muže na prvním místě nejvíce přitahuje na internetové komunikaci mnoho subjektů, s nimiž se mohou identifikovat, a teprve až pak svoboda vyjadřování, anonymita a svobodná

volba identity. Ženy nejvíce přitahuje možnost svobodně se vyjádřit, a dále pak mnoho subjektů, s nimiž se mohou identifikovat, anonymita a nakonec svobodná volba identity.

8.7.12 Diskuse k výsledkům otázky č. 12

Tato otázka přináší srovnání, jak rozdílně pocítují uživatelé komunikující po internetu otevřenost vůči druhým v porovnání s komunikací tváří v tvář.

Za přínosné u této otázky opět považují možnost všimnout si rozdílu mezi muži a ženami (tabulka 12). Zatímco největší procento mužů při komunikaci na internetu cítí stejnou otevřenost jako při komunikaci tváří v tvář, ženy se cítí při komunikaci na internetu otevřenější.

Kategorizace volných odpovědí jednotlivých uživatelů je u této otázky též přínosem zkoumané problematiky.

8.7.13 Diskuse k výsledkům otázky č. 13

Tato otázka zkoumá, jak se uživatelé internetu staví k tomu, že ve většině případů nejsou druhými uživateli vidět. V tabulce 31 se opět jako přínosný ukazuje rozdíl mezi vyjádřením mužů a žen. Zatímco se shodují muži i ženy, že ve většině případů není lepší, když je druzí nevidí, pak o rozdílném názoru svědčí výsledek, kdy zastává o hodně větší procento žen než mužů přesvědčení, že je lépe, když je druzí nevidí.

Rozeznané kategorie jsou taktéž velmi přínosné pro tuto problematiku.

8.7.14 Diskuse k výsledkům otázky č. 14

Tato otázka dává odpověď na to, jak se jednotliví respondenti dívají na pravdivost identity druhých.

Tabulka 35, která tuto otázku shrnuje, nám ukazuje, že nejvíce respondentů se domnívá, že poměr skutečné a smyšlené identity druhých je vyrovnaný, když shodně uvádí, že polovina uživatelů jsou sami sebou a druhá polovina se za někoho vydává.

Druhou skupinu tvoří respondenti, kteří zastávají názor, že se většina uživatelů je sama sebou.

Nejmenší část respondentů si myslí, že se většina uživatelů skrývá pod cizí identitou.

8.7.15 Diskuse k výsledkům otázky č. 15

Tato otázka přináší zjištění, jak si jednotliví uživatelé mění vlastní identitu.

Přínosné u výstupu této otázky (tabulka 36) je možnost jejího srovnání s výstupem předchozí otázky (tabulka 35). Ta se zabývala tím, jak se uživatelé internetu dívají na změnu identity druhých. Když toto srovnání provedeme, zjistíme, že domněnky uživatelů internetu o identitě druhých jsou nesprávné. Analýza této otázky totiž jasně ukazuje, že více jak polovina respondentů si identitu nemění nikdy. Více jak 40% pouze zřídka. Jen malé procento uživatel si identitu mění často a vždy.

Možnost změny identity tedy není natolik využívána, jak se uživatelé internetové komunikace domnívají.

8.7.16 Diskuse k výsledkům otázky č. 16

Otázka č. 16 uvádí, jaké důvody vedou uživatele internetu k prezentaci pod cizí identitou. Za přínosné zde považuji kategorizaci vyjádření jednotlivých respondentů a možnost dát tuto otázku do souvislosti s výsledky otázky následující.

8.7.17 Diskuse k výsledkům otázky č. 17

Tato otázka dává odpověď na to, jak jednotliví uživatelé smýšlí o důvodech, které vedou jiné ke změně identity. Úzce tato otázka souvisí s otázkou předchozí. Když si porovnáme důvody ke změně identity (tabulka 37), které uvádí samotní uživatelé, s důvody (tabulka 38) o nichž si myslí, že vedou ke změně identity druhé uživatele, zjistíme, že uživatelé smýšlí o důvodech změny identity druhých až příliš černě. Kategorie jakými jsou „chtějí ublížit“, „je to úchylka, jsou to pošuci“, „nečisté úmysly“ se u předchozí otázky neobjevily.

8.7.18 Diskuse k výsledkům otázky č. 19

Otázka č. 19 ukazuje, jak se uživatelé internetu dívají na užívání přezdívky.

Významným zjištěním u této otázky je různá interpretace přezdívky mezi větší skupinou uživatelů, kteří přezdívku alespoň někdy používají a menší skupinou uživatelů, kteří přezdívku nepoužívají vůbec. Uživatelé, kteří přezdívku vůbec nepoužívají o ní

smýšlí až příliš černobíle. Kategorie „nechci být anonymní“ je toho příkladem. Uživatelé, kteří pod přezdívkou alespoň někdy komunikují, uvádí i jiné důvody, nežli je anonymita.

8.8 Shrnutí výsledků výzkumu

Provedený výzkum ukázal, že nejvíce uživatelů používá ke komunikaci na internetu elektronickou poštu. Dále pak následují homepage, chaty, elektronické konference, BBS, MUD a grafické chaty.

K používání elektronické pošty vede uživatele především její rychlost, nízká cena, snadné ovládání a rozšířenost.

Homepage slouží lidem jako zdroj informací a prezentační médium.

Na chaty lidé přistupují, když si chtějí s někým popovídat, pobavit se, odreagovat se a seznámit se.

Elektronické konference lidé užívají, když mají nějaký problém a nebo se snaží druhým lidem s jejich problémem pomoci.

Většina uživatelů se domnívá, že komunikace po internetu je méně kvalitní než komunikace tváří v tvář v reálném světě. Dále ji pak velké procento lidí považuje za srovnatelnou.

K tomu, aby komunikace na internetu byla stejně kvalitní jako v reálném světě, postrádají lidé osobní kontakt a možnost neverbálního vyjadřování.

Nejvíce lidí komunikuje na internetu za účelem vyhledávání informací, dále pro zábavu a pracovní. Malé procento lidí hledá na internetu nové přátele a nebo si chce nalézt partnera či partnerku.

Největší výhody komunikace po internetu jeho uživatelé spatřují v rychlosti komunikace vedené na větší vzdálenost, v rychlém a snadném přístupu k informacím, ve finanční nenáročnosti, v možnosti komunikovat s celým světem a možnosti přenosu dat.

Nevýhody internetu spatřují jeho uživatelé v absenci osobního kontaktu, cenové náročnosti, v možnosti snadného získání anonymity a v nedostatečné ochraně dat.

Na internetové komunikaci uživatele nejvíce přitahuje značné množství subjektů, s nimiž se mohou identifikovat. To znamená mohou se sdílet s lidmi stejných zájmů a koníčků. Dále uživatele přitahuje svoboda vyjadřování. Méně pak uživatele přitahuje možnost, kdy se mohou stát pro ostatní anonymní a nebo se prezentovat se změněnou identitou.

Většina uživatelů se při internetové komunikaci cítí k druhým stejně otevřena jako při komunikaci tváří v tvář v reálném světě. O něco méně lidí se pak na internetu cítí být otevřenější. Jen malé procento uživatelů se cítí být méně otevřenější.

Procenta uživatelů, kteří by chtěli, aby je druzí při komunikaci viděli a těmi, kteří naopak nechtějí, jsou téměř shodná. Jen malému počtu uživatel je to jedno.

Uživatelům, kteří preferují možnost, že na internetu nejsou vidět, tato neviditelnost přináší, že se mohou více zaměřit na podstatu sdělení než na toho, kdo sdělení pronáší. Lépe se jim také skrývají emoce a jsou více otevřeni.

Uživatelé, kteří by na internetu chtěli být viděni a nejsou, postrádají hlavně možnost neverbální komunikace, osobní kontakt a rychlou zpětnou reakci.

Většina komunikujících na internetu si identitu nemění nikdy. Menší procento uživatelů si pak mění identitu zřídka. Jen velmi malé procento uživatelů si identitu mění často, nebo se pod ní prezentují vždy.

Většina uživatelů smýšlí o pravosti identity druhých až příliš pesimisticky. Uživatelé si myslí, že na internetu se prezentuje pod falešnou identitou mnohem více lidí, než ukazuje skutečnost.

Důvody které uživatele ke změně identity vedou jsou následující: Uživatelé chtějí cosi sdělit a při tom nechtějí být druhými identifikováni. Chtějí se na úkor druhých pobavit. Chtějí si zachovat soukromí. Chtějí být pro druhé zajímavějšími. Touží se pod cizí identitou někam dostat. Chtějí být někým jiným. Testují tak reakce druhých.

Uživatelé se domnívají, že druhé ke změně identity vede fakt, že sami se sebou nejsou spokojeni. Dále, že se chtějí pobavit. Touží se při komunikaci více otevřít, řešit problémy. Chtějí být anonymní, zachovat si soukromí, mají nečisté úmysly, chtějí druhým ublížit, zkoumají reakce druhých a touží se někam pod cizí identitou dostat.

Většina uživatelů si myslí, že měnit si na internetu identitu je morální tehdy, pokud důsledkem její změny není nikdo poškozen, a pokud tato změna pomáhá dotyčnému překonávat určité bariéry.

Většina uživatelů se na internetu prezentuje pod přezdívkou.

Důvody, které uživatele k prezentaci pod přezdívkou vedou, jsou, že jejich internetová přezdívka je současně i přezdívkou v reálném světě. Mnoho komunikačních prostředí přezdívku vyžaduje. Nechtějí uvádět skutečné údaje, chtějí si zachovat jistou anonymitu. Ze zvyku.

O demokracii na internetu většina uživatelů smýšlí stejně jako o demokracii v reálném světě.

9 Závěry a doporučení

Na tomto místě bych se rád zamyslel na tím, co vše tato práce přinesla dané problematice, kterou je psychologie komunikace na internetu, v čem by se v budoucnu dalo na tuto práci navázat a jak by se dále ke zkoumání této problematiky mohlo přistupovat.

V teoretické části práce jsem za přispění literatury vysvětlil pojem kyberprostor a jeho vztah k internetu, navrhl jsem obecné schéma komunikačního aktu v kyberprostoru a popsal jeho základní psychologické aspekty. Dále jsem pak identifikoval prostředky a prostředí a provedl jejich kategorizaci. Tato kategorizace by v budoucnu mohla být přínosná pro popis a zařazení jednotlivých komunikačních prostředků a prostředí. Ve stručnosti jsem popsal jednotlivá prostředí. Krátce jsem se pak také vyjádřil k anonymitě a etice na internetu.

V praktické části práce jsem pak našel odpovědi na mnoho zajímavých aspektů, které komunikace po internetu přináší. Podal jsem odpověď na to, v jakých jednotlivých prostředích uživatelé internetu komunikují. Co je k jejich používání vede. Za jakým účelem jednotliví uživatelé na internetu komunikují. Jaké jim internetová komunikace přináší výhody a jaké nevýhody. Co uživatele na internetové komunikaci přitahuje. Nakolik jsou při této komunikaci druhým otevření. Co pro ně znamená fakt, že je ve většině případů jiní uživatelé nevidí a že oni je také nevidí. Jak se dívají na možnost utajení, kterou jim i ostatním internet nabízí. Nakolik je z jejich pohledu změna identity morální. A jaké důvody je, ale i ostatní, ke změně identity vedou.

Kromě těchto odpovědí jsem při výzkumu identifikoval i spoustu nových významných kategorií, které se v budoucnu dají použít pro další a hlubší výzkum.

Pro další výzkumnou práci psychologických aspektů komunikace na internetu bych doporučil dát přednost výzkumům kvalitativního charakteru před výzkumy kvantitativními.

Seznam použité literatury

1. ABELSON, H., LESSIG, L.: *Digital Identity in Cyberspace*, 1998 (citace prosinec, 7., 2001). Přístup z internetu:
URL: <http://www.swiss.ai.mit.edu/classes/6.805/student-papers/fall98-papers/identity/white-paper.html>
2. CRISPEN, P.: *Roadmap 96*, 1998 (citace říjen, 14., 2001). Přístup z internetu:
URL: <http://netsquirrel.com/roadmap96/map26.html>, 1998.
3. DONATH, J. S.: *Identity and Deception in the Virtual Community*, 1996 (citace leden, 20., 2001). Přístup z internetu:
URL: <http://smg.media.mit.edu/people/Judith/Identity/IdentityDeception.html>
4. ERICKSON, T.: *The World Wide Web as Social Hypertext*, 1996 (citace listopad, 14., 2001). Přístup z internetu:
URL: http://www.pliant.org/personal/Tom_Erickson/SocialHypertext.html
5. FEIBEL, W.: *The Encyclopedia of Networking*. Sybex Inc., Alameda 1996, s. 90.
6. GIBSON, W.: *Neuromancer*. Laser, Plzeň 1992, s. 46-47.
7. GROMOV, G.: *The Roads and Crossroads of Internet History*, 2002 (citace únor, 16., 2002). Přístup z internetu: URL: <http://www.netvalley.com/intval.html>, 2002.
8. HAGERTY, L.: *The Spirit of the Internet*. Matrix Masters, Inc. Tampa, Florida 2000, s. VII, 5.
9. HARTL, P.: *Psychologický slovník*. TERCIE, Praha 1996, s. 82, 195.
10. KEHOE, B.: *Zen and the Art of the Internet*, 1992 (citace leden, 15., 2002). Přístup z internetu: URL: http://www.cs.indiana.edu/docproject/zen/zen-1.0_toc.html
11. PASTORE, M.: *The Web: More Than 2 Billion Pages Strong*. CyberAtlas, 2002 (citace únor, 28., 2002). Přístup z internetu:
URL: http://cyberatlas.internet.com/big_picture/traffic_patterns/article/0,,5931_413691,00.html
12. PERTL, J.: *Jak se internet dostal do Čech*. Hradecké noviny, r.11, 16. února, 2002 str. 3.
13. PERTL, J.: *Kolik lidí visí na světové síti*. Hradecké noviny, r.11, 16. února, 2002 str. 3.
14. PERTL, J.: *K čemu vám osobně slouží internet?* Hradecké noviny, r.11, 16. února, 2002 str. 3.

15. PETERKA, J.: *Nezapomínejte na předmět*. Profit, č.38, 2001 (citace prosinec, 19., 2001). Přístup z internetu: URL: <http://archiv.czech.net/b01/b0000009.php3>
16. PETERKA, J.: *Podepisujte své mailly!*. Profit, č.40, 2001 (citace prosinec, 19., 2001). Přístup z internetu: URL: <http://archiv.czech.net/b01/b0000010.php3>, 2001
17. PLAŇAVA, I.: *Jak (to) spolu mluvíme. (Psychologie dorozumívání i nedorozumění mezi lidmi)*. Vydavatelství Masarykovy univerzity, Brno 1996.
18. RAYBOURN, E. M.: *The Quest for Power, Popularity, and Privilege in Cyberspace: Identity Construction in a Text-Based Multi-User Virtual Reality*. University of New Mexico, 1998 (citace prosinec, 21., 2001). Přístup z internetu: URL: <http://www.cs.unm.edu/~raybourn/moo5d~1.htm>
19. REID, E.: *Electropolis: Communication and Community On Internet Relay Chat*. University of Melbourne, 1991 (citace květen, 6., 2001). Přístup z internetu: URL: <http://home.earthlink.net/~aluluei/electropolis.htm>
20. REID, E.: *Cultural Formations in Text-Based Virtual Realities*. University of Melbourne, 1994 (citace květen, 6., 2001). Přístup z internetu: URL: <http://home.earthlink.net/~aluluei/cult-form.htm>
21. REYMERS, K.: *Identity and the Internet*, 1998 (citace prosinec, 7., 2001). Přístup z internetu: URL: <http://www.acsu.buffalo.edu/~reymers/identity.html>
22. RHEINGOLD, H.: *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*, 1996 (citace březen, 5., 2002). Přístup z internetu: URL: <http://www.well.com/user/hlr/vcbook/index.html>
23. SEMPSEY, J.: *The Psycho-Social Aspects Of Multi-User Dimmensions In Cyberspace*, 2001 (citace prosinec, 21., 2001). Přístup z internetu: URL: <http://www.netaxs.com/~jamesiii/mud.htm>
24. SHEA, V.: *Core Rules of Netiquette*. Educom Review, 29, 1994.
25. STERLING, B.: *The Hacker CrackdownI*. Bantam Books, NY, 1993 (citace listopad, 5., 2001). Přístup z internetu: URL: <http://www.mit.edu/hacker/introduction.html>
26. SULER, J.: *Cyberspace as Psychological Space*. In *The Psychology of Cyberspace*, 1998 (citace leden, 8., 2002). Přístup z internetu: URL: <http://www.rider.edu/users/suler/psycyber/psycyber.html>
27. SULER, J.: *The Basic Psychological Features of Cyberspace*. In *The Psychology of Cyberspace*, 1998 (citace leden, 8., 2002). Přístup z internetu: URL: <http://www.rider.edu/users/suler/psycyber/psycyber.html>

28. SULER, J.: *The Online Disinhibition Effect*. In *The Psychology of Cyberspace*, 2001 (citace leden, 8., 2002). Přístup z internetu:
URL: [http:// www.rider.edu/users/suler/psycyber/psycyber.html](http://www.rider.edu/users/suler/psycyber/psycyber.html)
29. SULER, J.: *E-Mail Communication and Relationships*. In *The Psychology of Cyberspace*, 1998 (citace leden, 8., 2002). Přístup z internetu:
URL: [http:// www.rider.edu/users/suler/psycyber/psycyber.html](http://www.rider.edu/users/suler/psycyber/psycyber.html)
30. SULER, J.: *Life at the Palace*. In *The Psychology of Cyberspace*, 1996 (citace leden, 8., 2002). Přístup z internetu:
URL: [http:// www.rider.edu/users/suler/psycyber/psycyber.html](http://www.rider.edu/users/suler/psycyber/psycyber.html)
31. SULLIVAN, B.: *Netiquette*. Computerworld, r. 36, č.10, 2002, s. 48
32. ŠMAHEL, D.: *Specifika komunikace prostřednictvím elektronické pošty*. Brno:Katedra psychologie FSS MU, bakalářská práce, 2000.
33. VYBÍRAL, Z.: *Mění se lidská psychika v éře internetu?*. Psychologie dnes, č. 3, 2001, s.18.
34. Autor neuveden: *Dočkáš se, vážený Oldo, psal Havel*. MF Dnes, r. 12, 15. března 2001, str. 3.

Příloha č. 1

Dotazník – psychologické aspekty komunikace na internetu

Vážení, obracím se na Vás s prosbou o spolupráci. Jsem studentem Univerzity Hradec Králové fakulty Informatiky a Managementu. Pracuji na diplomové práci na téma Psychologické aspekty komunikace na internetu, jejímž cílem je zmapovat, jak lidé na internetu komunikují a jak se prezentují. Tímto bych Vás chtěl poprosit o pomoc, která spočívá ve vyplnění následujícího dotazníku. Za Vaši pomoc děkuji.

U otázek, na které jsou odpovědi a), b), ... označte vždy tu nejvýstižnější. Pokud je u otázky napsáno, že se může označit více odpovědí, označte všechny odpovídající možnosti. K volným otázkám dopište, co si myslíte. V případě, že by vaše odpovědi na volné otázky byly delší a na vyznačené místo pod otázkou se nevešly, připište je prosím na volné místo na konec dotazníku nebo na samostatný papír. U volných otázek, na něž nebudete z jakékoliv příčiny chtít odpovědět, napište N.

1. Pohlaví: muž žena

2. Věk: 10 – 18 let 19 – 25 let 26 – 35 let 36 – 45 let nad 45 let

3. Vzdělání:

- a) základní
- b) vyučen
- c) střední
- d) student střední školy
- e) vysokoškolské
- f) student vysoké školy

4. Používáte internet ke komunikaci:

- a) méně než 1x za měsíc
- b) 1-3x za měsíc
- c) 1-6x týdně
- d) denně

5. Kolik let internet užíváte?

- a) méně než 1 rok
- b) 1 rok
- c) 2 roky
- d) 3 roky
- e) 4 roky
- f) 5 let a více

6. Ke komunikaci na internetu používáte (označte všechny možnosti, které vám vyhovují):

- a) e-mail (elektronická pošta)
- b) elektronické konference
- c) BBS
- d) MUD (multi user dimension, multi user dungeons, multi user domain)
- e) chaty (xchat, xko, ICQ, IRC, ...)
- f) grafické chaty (The Palace, Worlds Chat, Virtual Places, V-Chat ...)
- g) home page (domovské, osobní stránky)
- h) audio - video přenos (audio, nebo audio-video – telefonování)

7. Proč používáte pro komunikaci právě výše označené prostředí a ne jiné ?

8. Domníváte se, že komunikace po internetu je srovnatelná s kvalitami komunikace tváří v tvář, která se odehrává v reálném světě?

- a) ano, ve většině případů je srovnatelná
- b) ne, není srovnatelná. Komunikace vedená po internetu je ve většině případů kvalitnější.
- c) ne, není srovnatelná. Komunikace po internetu je ve většině případů méně kvalitní.

Proč se tak domníváte?

9. Na internetu komunikujete za účelem (označte všechny možnosti, které vám vyhovují):

- a) pracovně (vyžaduje to vaše zaměstnání, komunikace s obchodními partnery, spolupracovníky)
- b) k vyhledávání informací
- c) pro zábavu (chcete se pobavit, hovořit o svých hobby)
- d) seznámení se (chcete se seznámit s novými lidmi, nalézt přátele)
- e) nalezení partnera/ky (chcete nalézt životního partnera/ku)
- f) za jiným účelem (napíšte prosím za jakým účelem):

10. Každé prostředí sloužící ke komunikaci má své výhody a nevýhody, můžete se prosím pokusit napsat, jaké výhody a jaké nevýhody vám osobně komunikace po internetu přináší a proč?

Výhody:

Nevýhody:

11. Co Vás na komunikaci prostřednictvím internetu nejvíce přitahuje? (Označte všechny možnosti, které vám vyhovují).

- a) anonymita (ti, s kterými komunikujete, nevědí kdo jste)
- b) svoboda vyjadřování (můžete mluvit o čem chcete)
- c) svobodná volba identity (můžete být kýmkoliv chcete)
- d) velké množství subjektů, s nimiž se můžete identifikovat (lidé stejných zájmů, koníčků, sexuálního zaměření)
- e) něco jiného (prosím, pokuste se napsat, co):

12. Cítíte se vůči druhým více otevřenější při komunikaci na internetu oproti komunikaci tváří v tvář v reálném světě?

- a) ano, při komunikaci na internetu se vůči druhým cítím otevřenější nežli při komunikaci tváří v tvář
- b) ne, při komunikaci na internetu se vůči druhým cítím méně otevřenější nežli při komunikaci tváří v tvář
- c) při komunikaci na internetu jsem stejně druhým otevřen jako při komunikaci tváří v tvář v reálném světě

Prosím, pokud můžete, vysvětlíte:

13. Myslíte si, že je výhodou, když Vás v mnoha případech Váš protějšek, s kterým komunikujete fyzicky, nevidí?

- a) ano, ve většině případech jsem rád, že mě druzí na internetu nevidí
- b) ne, ve většině případech nejsem rád, že mě druzí na internetu nevidí

Proč:

14. Je zřejmé, když s někým na internetu komunikujete a nemáte příležitost ho vidět, nemusí to být vždy ten, kdo říká, že je. Myslíte si, že se většina lidí na internetu vydává za někoho jiného nebo jsou tím, kým říkají, že jsou.

- a) myslím, že většina uživatelů se na internetu chová čestně
- b) myslím, že většina uživatelů se na internetu chová nečestně
- c) myslím, že je to asi půl napůl.

15. Když na internetu komunikujete Vy, měníte si svou identitu?

- a) nikdy
- b) zřídka
- c) často
- d) vždy

16. Pokud se na internetu s cizí nebo se smyšlenou identitou prezentujete (prezentovali jste se), napište prosím, jaké důvody vás k tomu vedou (vedly).

17. Pokud si myslíte (víte), že se někteří lidé s cizí, smyšlenou identitou, na internetu prezentují, napište, proč podle vás tak činí.

18. Myslíte, že je morální a přijatelné prezentovat se druhým na internetu s cizí nebo smyšlenou identitou?

- a) ano, je to morální
- b) ne, není to morální
- c) záleží na kontextu situace (prosím specifikujte):

Používáte při komunikaci na internetu přezdívku (Nick) ?

- a) ano, přezdívku používám vždy
- b) ano, přezdívku používám ve většině případů
- c) ano, přezdívku používám zřídka
- d) ne, nikdy přezdívku nepoužívám

Můžete prosím výše uvedenou odpověď zdůvodnit?

20. Napište prosím, co si představujete pod pojmem demokracie a svoboda vyjadřování na internetu.

Za vyplněný dotazník Vám velmi děkuji.