

**Univerzity Karlovy v Praze**  
**Filozofická fakulta**  
**Katedra psychologie**



FILOZOFICKÁ FAKULTA  
UNIVERZITY KARLOVY  
V PRAZE

## **Bakalářská práce**

Michaela Vlasáková

**Psychologické aspekty komunikace v prostředí internetu**

**Psychological aspects of communication on the internet**

Praha, 2014

Vedoucí práce: PhDr. Hedvika Boukalová, Ph.D.

### ***Poděkování***

*Na tomto místě bych velmi ráda poděkovala především PhDr. Hedvice Boukalové, Ph.D., za diskuzi a cenné rady během konzultací a za velkou ochotu a pomoc v průběhu psaní práce.*

*Své rodině a přátelům děkuji za podporu a pomoc.*

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

*V Praze dne 25. 7. 2014*

.....  
*Michaela Vlasáková*

## **ABSTRAKT:**

Bakalářská práce se věnuje internetu jako modernímu komunikačnímu prostředku, jež skýtá širokou škálu možností mezilidské interakce – od nízké angažovanosti uživatele, který na z internetu pouze přijímá informace, přes jeho účast na tvorbě obsahu a jeho sebevyjádření na webu, po navazování vztahů, sdílení zážitků s přáteli pomocí sociálních sítí, až po vedení druhého života na internetu. Teoretická část práce analyzuje tyto formy komunikace včetně jejich pozitivních i negativních dopadů, stejně další psychologické aspekty komunikace na internetu. Kromě „zdravé“ populace je internet životním prostorem i pro rozsáhlé řady uživatelů s psychickými poruchami. Těm může být internet jak neocenitelným prostředkem pro nastartování řešení jejich problému a místem setkávání s obdobně postiženými, ale i katalyzátorem rozvoje jejich potíží. Oba tyto pohledy práce ukazuje na různých psychických poruchách, se zaměřením na sociální fobii. Praktická část práce poté pracuje s konceptem experimentu - nácviku sociálních dovedností ve virtuálním prostředí, určeném právě pro lidi se sociální úzkostí a fobií. Záměrem bude ověřit, zda tento nácvik může mít vliv na snižování úzkosti v reálných sociálních situacích.

## **KLÍČOVÁ SLOVA:**

Psychologické aspekty komunikace na internetu, internet, virtuální prostředí, virtuální identita, komunikace na internetu

**ABSTRACT:**

The thesis addresses internet as a modern means of communication offering many different ways of usage. Both low engagement level of internet usage, consisting in purely gathering information, and higher engagement level – content creation and sharing, forming relationships, sharing updates with their friends through social networks and leading a second life online. The academic part analyses these forms of communication, their positive and negative impacts as well as other psychological aspects of online communication. Aside from „healthy“ population, we can find many users with mental disorders in cyberspace. The internet can benefit them as a useful tool and support for their problems but on the other hand it can also trigger further development of their disorder. Both these perspectives are pointed out in the thesis and illustrated through different examples of disorders, focusing on social phobia. The empirical part of the thesis presents a concept of an experiment - creation of a social skills training in cyberspace, designed precisely for people suffering from social anxiety and phobia. The aim of the experiment is to verify whether the virtual social skills training has an impact on lowering the level of anxiety in real life social situations.

**KEYWORDS:**

Psychological aspects of communication on the internet, internet, virtual space, virtual identity, online communication

## Obsah

1	Úvod.....	8
2	Internet a kyberprostor .....	10
3	Základní dimenze forem komunikace na internetu .....	12
3.1	Synchronicita .....	12
3.2	Anonymita.....	12
3.3	Exkluzivita .....	13
4	Mapa komunikace na internetu a průvodní jevy jejích forem.....	13
4.1	Internet jako informační médium.....	14
4.1.1	Vybrané pozitivní aspekty internetu jako informačního média .....	15
4.1.2	Vybrané negativní aspekty internetu jako informačního média.....	15
4.2	Internet jako prostor pro sebevyjádření, tvorbu obsahu a spolupráci.....	17
4.2.1	Vybrané pozitivní aspekty internetu jako prostoru pro sebevyjádření, tvorbu obsahu a spolupráci .....	17
4.2.2	Vybrané negativní aspekty internetu jako prostoru pro sebevyjádření, tvorbu obsahu a spolupráci .....	18
4.3	Internet jako prostředek pro vyhledání a poskytování pomoci .....	19
4.3.1	Vybrané pozitivní aspekty internetu jako prostředku pro vyhledání a poskytování pomoci .....	19
4.3.2	Vybrané negativní aspekty internetu jako prostředku pro vyhledání a poskytování pomoci .....	20
4.4	Internet jako prostor pro setkávání a sdílení .....	20
4.4.1	Vybrané pozitivní aspekty internetu jako prostoru pro setkávání a sdílení.....	21
4.4.2	Vybrané negativní aspekty internetu jako prostoru pro setkávání a sdílení.....	22
4.5	Internet jako prostor pro druhý život .....	23
4.5.1	Vybrané pozitivní aspekty internetu jako prostoru pro druhý život.....	24
4.5.2	Vybrané negativní aspekty internetu jako prostoru pro druhý život .....	24
5	Psychologické aspekty komunikace na internetu.....	25
5.1	Omezené smyslové vjemy.....	25
5.2	Překračování geografických hranic.....	26
5.3	Časová pružnost .....	26
5.4	Nepřetržitý záznam .....	26
5.5	Rovnoprávné postavení.....	27
5.6	Přístup k mnoha vztahům.....	27
5.7	Zkušenost černé díry .....	28

5.8	Pozměněné stavy vědomí.....	28
5.9	Proměnlivá identita a anonymita.....	28
5.10	Sebepojetí.....	29
5.11	Disinhibiční efekt.....	29
5.11.1	Anonymita.....	30
5.11.2	Neviditelnost.....	31
5.11.3	Asynchronicita.....	32
5.11.4	Solipsismus.....	32
5.11.5	Disociační stavy.....	32
5.11.6	Minimalizace autority.....	32
5.11.7	Individuální rozdíly.....	33
5.12	Fenomén virtuální identity.....	33
6	Psychické poruchy na internetu.....	34
6.1	Využívání vybraných forem komunikace na internetu lidmi s psychickými poruchami.....	34
6.2	Vliv vybraných psychologických aspektů komunikace na internetu na uživatele s psychickými poruchami.....	36
7	Návrh výzkumu.....	38
7.1	Cíle výzkumu.....	38
7.2	Analýza proměnných.....	38
7.3	Formulace hypotéz.....	40
7.4	Postup výzkumu.....	41
7.4.1	Výběr účastníků výzkumu.....	41
7.4.2	Vytvoření online platformy a její popis.....	42
7.4.3	Pilotní část experimentu.....	44
7.4.4	Vlastní experiment.....	44
7.4.5	Načasování výzkumného projektu.....	45
7.5	Popis a rozbor dat.....	46
7.6	Potvrzení nebo vyvrácení hypotéz.....	47
7.7	Diskuze.....	47
7.8	Výstupy z výzkumu.....	49
8	Závěr.....	50
9	Literatura.....	51
10	Přílohy.....	57

# 1 Úvod

Není tomu ještě tak dávno, kdy používání internetu bylo výsadou organizací, institucí a vymezeného okruhu jedinců, kteří k němu měli přístup. Dnes si již život bez něj nedokáže představit většina široké veřejnosti a z internetu se stalo nejrychleji se rozvíjející médium s obrovským potenciálem pro další růst. Zatímco jsme byli zvyklí na dělení generací na generaci X, Y nebo Z, dnes se čím dál více ujímá označení generací „digitálních domorodců“, „digitálních osadníků“ a „digitálních přistěhovalců“.

Ačkoliv původní záměr budování internetu byl vytvořit nový způsob komunikace a sdílení informací, prudký vývoj tento cíl brzy předčil. Komunikace a sdílení jsou jistě hlavní součástí online zkušenosti, ale do popředí se dostává i funkce navazování nových vztahů, vyhledávání pomoci nebo zažívání dobrodružství v kůži jiné, námi vytvořené postavy. Lidé již považují setkávání přes online komunikátory, na sociálních sítích nebo ve virtuálním světě, za stejně běžné jako posedět s rodinou u večeře či s přáteli v kavárně. Není tedy divu, že používání internetu s sebou nese i psychologické důsledky.

Cílem práce je poskytnout přehled o formách přítomnosti uživatelů na internetu a o psychologických aspektech takové přítomnosti. Návrh výzkumu poté ukáže nástin možnosti přenosu zkušenosti z virtuálního světa do reálného ve snaze o zúročení dovedností nabytých na internetu prostřednictvím virtuální identity.

V teoretické části práce nejprve pojedná o důležitých termínech spojených s pojmem internetu, které budou v dalším textu hojně užívány. Vzhledem k přesycení zdroji zabývajícími se historickým vývojem internetu a vzhledem k zaměření práce, která pokrývá současný stav jednotlivých druhů uživatelské zkušenosti, je v práci tato kapitola vynechána.

Namísto toho dojde k představení základních forem komunikace na internetu, jež lze popsat podle několika dimenzí. K nim se po stručném popisu přidává segmentace forem komunikace na základě angažovanosti uživatele – od nejnižšího stupně, charakterizujícího jedince jako konzumenta informací, až po nejvyšší stupeň – uživatele coby obyvatele virtuálního prostoru. Internet zde bude přiblížen jako informační médium, jako prostor pro sebevyjádření, tvorbu obsahu a spolupráci, pro vyhledávání a poskytování pomoci, jako prostředek pro setkávání a sdílení a jako prostor pro druhý život.



Stručně nastíním nejen pozitivní hledisko každé formy prezence člověka na internetu, ale i její negativní důsledky a průvodní jevy. Vysvětlím tedy například pojmy „Google efektu“, závislosti na internetu nebo kyberšikany.

Jelikož každé pojetí internetu s sebou nese určitý psychologický rozměr, následující kapitola se bude věnovat psychologickým aspektům komunikace na internetu. Bude zde i prostor pro zamyšlení nad skupinami uživatelů, kteří v reálném životě zažívají určité psychické potíže, a jak je může používání internetu ovlivnit a jak ho sami mohou zúročit ve svém životě.

Virtuální realita různých skupin lidí bude vstupem pro empirickou část, návrh výzkumu. Ten bude zaměřený na zkoumání vlivu nácviku sociálních dovedností ve virtuálním světě, na následnou úroveň sociální úzkosti při vystavení sociálním situacím v reálném životě.

Výstupem realizace výzkumu by mělo být zjištění, zda by nácvik sociálních dovedností ve virtuálním prostředí mohl být vhodným doplňkem psychoterapie či farmakoterapie sociální úzkosti nebo fobie, případně zda by bylo možné ho převzít jako vhodný model pro nácvik dalších dovedností.

## 2 Internet a kyberprostor

Pro snazší orientaci v tématu je zapotřebí vysvětlit význam vzájemně propojených pojmů – internetu, kyberprostoru a virtuálního prostředí.

### **Internet**

Ve své nejjednodušší definici představuje internet globální fyzickou infrastrukturu propojující počítače mezi sebou (Barabási, 2005), jedná se o síť sítí, obsahující miliony soukromých, firemních, veřejných, státních a akademických sítí spojujících jednotlivá koncová zařízení. Pro potřeby této bakalářské práce však budeme internet chápat ve smyslu World Wide Webu<sup>1</sup> jako komunikační médium, které v různých formách propojuje jednotlivé uživatele s informacemi nebo uživatele mezi sebou.

### **Kyberprostor**

Termín kyberprostor poprvé použil roku 1984 William Gibson ve svém sci-fi románu *Neuromancer* (Gibson, 1984). Autor zde pojem chápal jako počítačový trojrozměrný svět analogický s internetem, do něhož jsou lidé připojováni prostřednictvím nervového rozhraní, které v ní umožňuje pohyb. Tam pak uživatelé pracují s daty a informacemi. Ač svému futuristickému obrazu kyberprostor dodnes nedostal, termín jako takový se zachoval a je v současnosti používán ve smyslu inverze k reálnému prostoru (Adams, 1997). V kyberprostoru, tvořeném počítači a telekomunikačními sítěmi, se lidé vyskytují bez svých fyzických těl, jejich přítomnost je definována informacemi, které o sobě sdílejí (Rushkoff, 1994). Pro účely této práce termín ztotožním s prostředím internetu. Ve stejném smyslu budou používány i termíny virtuální prostor a virtuální prostředí.

### **Virtuální svět**

Virtuální svět je počítačem simulovaný (dnes již většinou 3D) obraz reálného prostředí, v němž se uživatel pohybuje prostřednictvím svého avataru (viz níže), viditelného ostatním, a kde může interagovat jak s nimi, tak s prostředím samotným (Bartle, 2004). Virtuální svět může kopírovat pravidla reálného světa (například fyzikální zákony), nebo může být zcela fiktivní (například různé virtuální fantasy světy). Pro účel práce bude nejdůležitější virtuální

---

<sup>1</sup> Síť vzájemně propojených dokumentů, v nichž uživatel naviguje pomocí odkazů ve vyhledávacích.

svět typu MMOG<sup>2</sup>, jako je například Second Life či jemu podobná prostředí, kde uživatel může pomocí svého avataru cestovat mezi virtuálními městy a státy, setkávat se s dalšími obyvateli světa (avatary jiných uživatelů), účastnit se volnočasových aktivit, nebo i podnikání (Boellstorff, 2008).

### **Avatar**

Avatar je grafická reprezentace postavy uživatele ve virtuálním prostředí (internetová diskuzní fóra, chaty, online komunity, online světy), která může mít podobu buď trojdimenzionální (například v již výše popsáných virtuálních světech), nebo dvoudimenzionální (formou ikony na diskuzním fóru a chatu). Avatar slouží k identifikaci, zosobnění uživatele nad rámec prezentovaného jména nebo přezdívky.

### **Identita a virtuální identita**

Pojmem identita rozumíme to, kým nebo čím je buď osoba, nebo společenství lidí. Je na jednu stranu vyjádřením totožnosti nebo příslušnosti k určité skupině, na druhou stranu ale i výčtem charakteristik, díky nimž osoba nebo skupina lidí zasluhuje respekt okolí a na nichž si zakládá svou hrdost (Výrost & Slaměník, 2008). Faeron (1999) dále identitu dělí na sociální a osobní. Sociální identitou je skupina lidí a příslušnost k této skupině, definována pravidly členství (ať již explicitně či implicitně vyjádřenými). Podle těchto pravidel jsou lidé do kategorie zařazeny nebo nikoliv a podle charakteristických rysů skupiny (podle nichž se očekává, že se příslušníci budou chovat) jsou dále vnímáni okolím. Osobní identitou poté autor chápe aspekty sebe sama tvořící základ sebehodnocení a sebeúcty osoby (Faeron, 1999).

Virtuální, neboli online identita, je poté virtuální reprezentací subjektu, kterou si vytváří v online komunitách a na webu (Šmahel, 2002). V základní formě je vyjádřena jménem nebo přezdívkou, avatárem uživatele, případně příslušenstvím k určité online skupině. Další prvky online identity již uživatel dotváří tím, jaké informace (ať již pravdivé, či nepravdivé) o sobě sděluje. Virtuální identita může být opět jak osobní (čím jsem jako osoba na internetu), tak sociální (čeho jsem na internetu součástí) (Šmahel, 2002). Virtuální identitě bude věnována kapitola 5.12.

---

<sup>2</sup> Massively Multiplayer Online Game – tedy online hry nebo herní světy pro mnoho hráčů

### 3 Základní dimenze forem komunikace na internetu

Při analýze komunikace na internetu Joinson (2003) hovoří o klasifikaci této podle tří hlavních rysů: synchronicity, anonymity a exkluzivity. Tyto dimenze jsou klíčové pro další identifikaci psychologických aspektů komunikace na internetu, neboť definují základní nastavení komunikačního prostředí, proto je zde stručně přiblížím.

#### 3.1 Synchronicita

Synchronicita jednotlivých komunikačních nástrojů určuje míru, do jaké se zdroj a příjemce sdělení na internetu setkávají v čase. Takto rozeznáváme komunikaci synchronní a asynchronní. K synchronní komunikaci dochází například při využívání služeb VoIP – hlasový a obrazový přenos komunikace po internetu (například služba Skype, apod.), kde je nutná přítomnost obou komunikačních stran k tomu, aby hovor nebo videohovor mohl proběhnout. Stejně tak je tomu i u online chatů, kde si účastníci posílají textové zprávy prostřednictvím online služby (například chat na seznamovacích serverech, online psychologické chaty a podobné), u webinářů, tedy časově omezených audio nebo video prezentací nebo přednáškách na internetu, z nichž po ukončení není poskytován záznam, nebo u většiny moderních počítačových her (Joinson, 2003).

Asynchronní nástroje jsou ty, pro něž není nutná přítomnost zdroje a příjemce sdělení k tomu, aby bylo předáno. Toto je případ většiny internetových služeb. Na sociálních sítích lidé sdílejí své zážitky, fotky a videa, ale jejich přátelé si je mohou prohlédnout s jakýmkoliv časovým odstupem, dokud je tam uživatel nechá k dispozici. Na blogu lze vyjádřit své názory a čtenáři blogu je opět mohou číst kdykoliv. E-maily, zanechávané zprávy na sociálních sítích, komentáře, diskuzní fóra i záznamy z přednášek dostupné na vzdělávacích serverech, to vše jsou příklady asynchronní komunikace na internetu (Joinson, 2003).

#### 3.2 Anonymita

Anonymita na internetu je sporným tématem, na které je možné nahlížet z mnoha různých směrů. Pro účely této práce ponechám stranou otázku anonymity ve smyslu ochrany osobních dat a možnosti narušení soukromí uživateli institucemi, spíše se zaměřím na tento fenomén ve smyslu jeho vlivu na komunikaci na internetu – na vytváření virtuální identity,

kteřá nemusí být ve shodě s reálnou, na disinhibici v komunikaci z důvodu ochrany anonymitou a další (Joinson, 2003).

Internetové nástroje lze rozčlenit na služby s nízkou, střední a vysokou úrovní anonymity. Nízkou úroveň vykazují například videohovory nebo reálné profily na profesních sociálních sítích. Střední úroveň má například e-mail, kde velmi záleží, v jakém vztahu jsou účastníci komunikace, zda jsou to lidé, kteří se znají i v reálném životě, nebo ne. Vysokou úroveň pak poskytují různé chaty, vzdělávací servery, počítačové hry a RPG.

### 3.3 Exkluzivita

Exkluzivita vyjadřuje, do jaké míry je předávané sdělení mezi odesílatelem a příjemcem výhradní, nebo osobní. Služby s nízkou exkluzivitou jsou například blogy nebo sociální sítě, kde uživatelé své příspěvky zviditelňují celé základně svých přátel, nebo dokonce i celé veřejnosti. Naopak vysokou exkluzivitou se vyznačuje většina synchronní komunikace, jako je chat nebo videohovor mezi dvěma lidmi. E-mail může mít různý stupeň exkluzivity, od privátní konverzace mezi přáteli, po rozesílání zpráv na široký okruh lidí z e-mailového seznamu (Joinson, 2003).

Synchronitou, anonymitou a exkluzivitou jsme schopni popsat jakýkoliv prostředek internetové komunikace. Nestačí však pro popis angažovanosti internetového uživatele v online komunikaci. Proto jsem vytvořila doplňující klasifikaci, která popisuje východiska pro možnosti tvorby virtuální identity.

## 4 Mapa komunikace na internetu a průvodní jevy jejích forem

Existuje mnoho různých způsobů, jakými může být uživatel přítomen na internetu, od pasivního přijímání informací z webu, přes participaci na diskuzích v online prostředí, až po vytváření virtuální postavy ve hře. Na základě způsobu jeho přítomnosti na webu, aktivity a angažovanosti v komunikaci s ostatními uživateli jsem prostředí internetu rozdělila na 5 základních vrstev, jež popisují většinu běžných online aktivit: internet jako informační médium, internet jako prostor pro sebevyjádření, tvorbu obsahu a spolupráci, internet jako prostředek pro vyhledání a poskytování pomoci, internet jako prostor pro setkávání a sdílení a konečně jako prostor pro druhý život. Blíže se jednotlivým vrstvám budu věnovat v samostatných kapitolách.

Z klasifikace vynechávám firemní komunikaci zákazníků prostřednictvím webových stránek, sociálních sítí, content marketingu<sup>3</sup>, virálních videí<sup>4</sup> a webové reklamy, stejně jako online formy marketingového výzkumu. Cílem práce je postihnout přítomnost a komunikaci jednotlivých uživatelů ve virtuálním prostředí. Je důležité zmínit, že roviny internetu jako různých forem prostoru se prolínají (například sociální sítě jsou zároveň prostorem pro sdílení i informačním médiem), snaha však je vyznačit hlavní zaměření jednotlivých forem.

#### 4.1 Internet jako informační médium

Když v 60. letech 20. století vznikal projekt ARPANET<sup>5</sup>, původním záměrem bylo vytvoření platformy pro komunikaci a sdílení informací v oblasti výzkumu (Banks, 2008). Během krátké doby byl tento rámec dalece přesažen a internet se postupně vyvinul do současné podoby prostředí sociálních sítí, online komunit a virtuálních světů. Svou informační hodnotu však nikdy neztratil, naopak Google neustále pokračuje ve snaze utřídit a poskytnout co největší množství informací a poznatků široké veřejnosti (Stross, 2008). Více než 92% uživatelů dnes využívá internetu pro vyhledávání informací prostřednictvím internetových vyhledávačů (Google, Yahoo, apod.), vyřizování e-mailů a čtení obsahu (online knihy, časopisy, blogy<sup>6</sup>, e-learning<sup>7</sup>, apod.), z časového hlediska to reprezentuje 60% času stráveného online, oproti 22% dedikovaných sociálním sítím (Nielsen, 2014). Roku 2002 bylo dokonce sloveso „googlovat“ (anglicky „to google“) vyhlášeno Americkou jazykovou společností (American Dialect Society, 2002) za nejužitečnější slovo roku.

V prostoru internetu definovaném jako informační médium figuruje uživatel coby spotřebitel a zpracovatel informací, ze všech zmíněných forem komunikace internet vykazuje nejnižší osobní angažovanost. Na tvorbě obsahu se nepodílí (odpovídání na e-maily zde není chápáno jako tvorba obsahu, pouze jako informativní komunikace). I přes

---

<sup>3</sup> Content marketing je forma marketingu využívajícího tvorbu obsahu k získávání zákazníků. Může jít o prezentaci informací v rozličných formátech – novinky, videa, případové studie, obrázky, apod., které potenciálnímu zákazníkovi přijdou zajímavé a užitečné (Lieb, 2011).

<sup>4</sup> Virální videa jsou videa, která se stávají populárními díky šíření samotnými uživateli na internetu. Typicky se jedná o zajímavé události, zachycení vtipných okamžiků, ale i nápadité reklamy určité společnosti (Scott, 2013)

<sup>5</sup> The Advanced Research Projects Agency Network, síť dotovaná z rozpočtu amerického Ministerstva obrany pro vědecké účely a spolupráci mezi univerzitami a výzkumnými laboratořemi.

<sup>6</sup> Blog je personalizovaná stránka uživatele, na níž může psát a zveřejňovat svůj deník, názory, články a jiné zajímavosti.

<sup>7</sup> E-learning je forma učení, která probíhá prostřednictvím počítače, bez nutnosti fyzické přítomnosti lektora. Jedná se o rozvojové programy, po jejichž zakončení uživatel může (ale nemusí) získat certifikát na základě výstupního testu. Zde je e-learningem myšlena forma bez interakce s ostatními studenty, pouze formou čerpání a zpracování informací.

jeho roli uživatele jako příjemce však s sebou internet nese řadu psychologických a dalších aspektů, které ho mohou pozitivně či negativně ovlivnit.

#### 4.1.1 Vybrané pozitivní aspekty internetu jako informačního média

Patrně nejzřejmějším pozitivním aspektem internetu je široká dostupnost informací, díky níž si v podstatě jakýkoliv uživatel může zjistit data, která by dříve pracně vyhledával v databázích nebo pomocí rešerši v knihovnách. Google odpoví prakticky na libovolný dotaz a tak se snadno dozvíme údaje, které nám většinou usnadňují a zefektivňují život, od toho, jaké dnes bude počasí a kdy navazuje dopravní spoj do práce, přes tipy na dovolenou a na zdravé stravování, až po informace o nejnovějších výzkumech v určité oblasti či trendech v jiné. Vyhledávač Google měsíčně využije více než 150 milionů různých uživatelů, kteří zde průměrně stráví hodinu a 42 minut (Pew Research Internet Project, 2014) během níž si mohou rozšiřovat obzory v rozličných tématech.

Zprostředkování informací mohou uživatelé ocenit i při snaze o rozvoj svých schopností. Online je k dispozici nepřehledné množství tréninkových programů na cvičení paměti, pozornosti, myšlení, kreativity a dalších, jež lze využít pro zdokonalování, nejen pro nabývání vědomostí.

#### 4.1.2 Vybrané negativní aspekty internetu jako informačního média

První negativní aspekt internetu jako informačního média je spojen s jednoduchostí vyhledávání a je známý pod pojmem „**Google efekt**“ (Sparrow, Liu & Wegner, 2011). Dnes již nemusíme investovat mnoho energie na doptávání se, studování literatury nebo zadávání rešerši. Vše je možné „vygooglovat“ – od zajímavých článků, po jméno autora oblíbené knihy. Autoři Sparrow, Liu a Wegner (2011) ve svém výzkumu ovšem ukázali, že pokud lidem položí složitější dotaz, pak si tito jako první vybaví, že by se měli jít podívat na internet a pokud člověk očekává, že si informaci bude moci opětovně vyhledat na internetu, pak se prudce snižuje míra výbavnosti informace samotné. Oproti tomu se zvýší míra výbavnosti místa, kde je možné ji najít a internet jakoby se stával naší externí pamětí, kde máme uložené informace (Sparrow, Liu & Wegner, 2011).

Další negativní důsledek využívání internetu jako informačního média souvisí s množstvím dat, které ve virtuálním prostředí najdeme. Je jím přehlcení informacemi, často také nazývané „**datový smog**“ (Shenk, 1997). Od momentu, kdy se připojíme k internetu, je

k nám vysílána řada sdělení, která nabádají k dalšímu čtení, vyhledávání a zkoumání informací. I když sami aktivně hledáme data o určitém tématu, na vyhledávačích se zobrazí tisíce odkazů, z nichž si potřebujeme vybrat ty relevantní a kvalitní. Již roku 1974 psychologové Jacoby, Speller a Berning (1974) identifikovali problém zahlcení informace a jeho důsledek v podobě snížené schopnosti rozhodování<sup>8</sup>. Ve své knize *Paradox of Choice* Barry Schwartz (2004) popisuje přehlcení informacemi jako jeden z negativních důsledků svobodné volby a zmiňuje se nejen o efektu na obtížnost rozhodování, ale i na frustraci a nervozitu spojenou s časovou zátěží, kterou pro nás zdlouhavé rozhodování o výběru informací představuje.

S uměním rozhodovat se, které informace a sdělení na internetu přijímat, souvisí bariéra na straně uživatelů. Přestože v USA má 93% populace přístup k internetu (doma, ve škole, v zaměstnání nebo v internetových kavárnách či knihovnách), 15% Američanů ve věku 18+ internet nepoužívá (Pew Research internet Project, 2014). Jedním z hlavních důvodů je tzv. **internetová negramotnost**, tedy neschopnost využívat internet jako moderní prostředek komunikace.

Problém se netýká pouze Spojených států amerických. Agentura STEM/MARK v České republice provedla výzkum počítačové gramotnosti (Šindelář, 2005), jehož součástí je i zkoumání internetové gramotnosti. Tu STEM/MARK definuje na základě 8 kompetencí, z nichž internetově gramotný uživatel musí ovládat nejméně 5. Kompetence jsou: vyhledat informace na internetu, rozpoznat internetovou adresu, napsat jednoduchý e-mail, poslat soubor e-mailem, vyplnit a odeslat webový formulář, změnit domovskou stránku v prohlížeči, vytvořit pravidlo pro příchozí zprávu a zveřejnit soubor na internetu (Šindelář, 2005). 40% respondentů ve výzkumu se ukázalo být internetově negramotnými (respondenti podstoupili dovednostní test), většina z nich patřila do věkové kategorie 60+. V době, kdy internet tvoří nedílnou součást našich životů, je schopnost orientace na internetu velmi potřebná a její nedostatečnost ohrožuje sebeúctu méně zdatných uživatelů (Livingstone, 2008).

---

<sup>8</sup> Jacoby, Speller a Berning provedli výzkum u 192 žen v domácnosti, jimž poskytli informace o různém počtu značek výrobků pro domácnost. Ukázalo se, že čím více značek bylo ženám prezentováno, tím hůře byly ženy schopné nejen se rozhodnout pro konkrétní značku, ale obtížněji stanovovaly kritéria pro rozhodování.



## 4.2 Internet jako prostor pro sebevyjádření, tvorbu obsahu a spolupráci

V tomto úseku mapy komunikace na internetu již uživatel vykazuje vyšší úroveň angažovanosti ve virtuálním prostředí. Zde není pouze pasivním příjemcem informací, ale spolutvůrcem a aktivním komunikátorem.

Patří sem například:

- Tvorba vlastních webů a blogů (zde ve smyslu prezentace vlastní osoby, názorů, myšlenek a práce, nebo sdílení věcí, které uživateli přijdou zajímavé)
- Podílení se na tvorbě obsahu webů (klasickým příkladem je Wikipedie, internetová encyklopedie vytvářená přímo uživateli)
- Přispívání na diskuzních fórech a skupinách (existuje celá řada diskuzních serverů na rozličná témata, kde uživatelé mají možnost přispět svým názorem, reagovat na ostatní myšlenky a podělit se o své zkušenosti)
- Spolupráce ve virtuálních týmech (zde se jedná například o spolupráci týmů jedné firmy napříč pobočkami v různých městech nebo státech)
- Spolupráce na projektech v interaktivních výukových programech (nyní mnoho vysokých škol po celém světě nabízí vybrané kurzy v online podobě; studenti mohou sledovat přednášky a prezentace, plnit zadané úkoly, vytvářet společně projekty a komunikovat s ostatními studenty prostřednictvím diskuzních skupin přidružených ke kurzům; výstupem úspěšně absolvovaného kurzu bývá poté certifikát od příslušné instituce)

Stejně jako prosté čerpání informací, i tvorba obsahu a spolupráce má na uživatele pozitivní nebo negativní dopady, které mohou ovlivnit jeho psychiku.

### 4.2.1 Vybrané pozitivní aspekty internetu jako prostoru pro sebevyjádření, tvorbu obsahu a spolupráci

Prezentace své osoby, názorů a myšlenek na internetu vyžaduje odvahu, obdobně jako když člověk vydává vlastní knihu. Dává okolí příležitost hodnotit ho a může se mu dostat nepříjemné odezvy. Mazzarella (2010) však uvádí, že to, že člověk tímto způsobem „jde s kůží na trh“ mu dává zakusit pocit, že se může svobodně vyjádřit a že jeho názory mají potenciální dopad na širokou skupinu příjemců. Tento pocit přispívá ke zvyšování

sebevědomí a vnímání vlastní hodnoty. U dospívajících<sup>9</sup> veřejná sebe prezentace (a specificky sebe prezentace na internetu) pomáhá utvářet vlastní identitu a i skrze ni uživatelé potvrzují svou příslušnost k různým sociálním skupinám (Mazzarella, 2010).

Spolupráce v rámci virtuálních týmů nebo studijních skupin může uživatele významně obohatit jak názorovou pluralitou, tak interkulturní výměnou. Virtuální týmy a studijní skupiny často sestávají z příslušníků různých národností, s nimiž by člověk jiným způsobem jen obtížně přišel do styku. Interkulturní spoluprací se zabývá například Ivan Nový (2005), který analyzuje různé kulturní standardy a zdůrazňuje důležitost komunikace s příslušníky jiných zemí pro významné rozšiřování obzorů, zvyšování interkulturní všímavosti a tolerance. Společné podílení se na projektech pak nabízí příležitost najít více rozmanitých způsobů řešení a poznání nových aspektů problémů, které s sebou přinášejí právě kulturní odlišnosti.

#### 4.2.2 Vybrané negativní aspekty internetu jako prostoru pro sebevyjádření, tvorbu obsahu a spolupráci

Negativním aspektem sebe prezentace na internetu a virtuální spolupráce je ztráta sociálního kontaktu. Ta je poté ještě více patrná například při využívání sociálních sítí. Sebe prezentace na internetu, obzvláště pokud je jednostranná a neumožňuje ostatním uživatelům odezvu na projev, ochuzuje prezentujícího o důležitou složku sociálního kontaktu – osobní zpětnou vazbu, která by pro něj byla důležitým signálem, zda jsou jeho myšlenky okolím přijímány či nikoliv (Mazzarella, 2010). Chybějící zpětná vazba, ale i další prvky komunikace (přímý kontakt, možnost sledovat mimiku, gestiku a emoce druhých, omezení neformální konverzace, která by při osobním kontaktu zajisté proběhla i nad rámec společné práce) se projevuje i při řešení online projektů a tím snižuje interkulturní zkušenost, již by si účastník odnesl při osobní spolupráci. Ačkoliv jsou virtuální týmy nepochybně efektivním a přínosným způsobem práce, kvůli svým komunikačním omezením nemohou nikdy plně nahradit osobní kontakt.

---

<sup>9</sup> Sharon Mazzarella (2010) provedla výzkumu u dospívajících amerických dívek, nepředpokládám ale velký rozdíl i u dospívajících chlapců.

### 4.3 Internet jako prostředek pro vyhledání a poskytování pomoci

Další rovinou uživatelské zkušenosti, kde člověk do virtuálního prostředí vstupuje s vyšším osobním vkladem, je vyhledávání a poskytování pomoci v případě problémů, především osobního a psychického rázu.

K poskytnutí či vyhledání pomoci může dojít například prostřednictvím:

- Diskuzního fóra – existuje množství specializovaných diskuzních fór o různých typech problémů, zaměřených na sdílení zkušeností uživatelů mezi sebou – od pomoci při ztrátě bližního, přes domácí násilí, deprese, úzkosti a další psychické poruchy
- Svépomocné skupiny – organizované skupiny zaměřené na dlouhodobou pomoc formovaným skupinám uživatelů, kteří se již mohou navzájem lépe znát, udržovat kontakt a navzájem se motivovat k řešení potíží (například Anonymní Alkoholici online, apod.)
- Online chatu linek důvěry a podobných institucí – linky důvěry poskytují kromě telefonické pomoci i možnost chatovat a pracovníkem linky, většinou ve vymezených hodinách během týdne. Klientům tak nabízejí vyšší úroveň anonymity než při telefonním rozhovoru a oslovují ty z nich, kteří mají s telefonickým rozhovorem potíže (bojí se možnosti identifikace, nebo telefonování obecně)
- Online psychoterapie nebo koučinku – někteří terapeuti nabízejí online psychoterapii nebo koučink jako plný ekvivalent standardní terapie a to v různých formách (e-mailem, po chatu nebo v audiovizuální podobě prostřednictvím komunikátorů a VoIP).

#### 4.3.1 Vybrané pozitivní aspekty internetu jako prostředku pro vyhledání a poskytování pomoci

Pozitivním aspektem vyhledávání pomoci je funkce rozcestníku pro osoby, které zažívají potíže, s nimiž se nechtějí nebo nemohou svěřit svému okolí, případně tyto potíže neumějí identifikovat. Člověk řešící intimní problém, za nějž se stydí (například oběť domácího násilí, která se bojí o něm otevřeně hovořit), může v diskuzních skupinách najít nejen důležité informace vedoucí k rozpoznání závažnosti problému (indikace, zda se již jedná o domácí násilí), ale i kontakty pro získání pomoci nebo ujištění, že v podobné situaci není sama (prostřednictvím příběhů jiných obětí). To za podmínek anonymity, kterou si uživatel sám nastaví tak, aby pro něj komunikace o problému byla bezpečná. Uvedený případ

domácího násilí je jen jedním z mnoha směrů, v nichž může být internet a významně přispívat k udržování well-beingu<sup>10</sup> uživatelů (Erickson & Johnson, 2011). Důležitou funkcí online svépomocných skupin je také společná motivace členů k řešení problémů a vzájemná podpora při dodržování nastaveného programu či režimu.

#### 4.3.2 Vybrané negativní aspekty internetu jako prostředku pro vyhledání a poskytování pomoci

Anonymita v případě online psychoterapie nebo koučinku přes všechny výhody, které skýtá, má i negativní důsledky. Klasická psychoterapie velmi těžší ze vztahu terapeuta a klienta a terapeutická práce spočívá ve velké míře na rozpoznávání a reflektování emocí klienta a jejich využití pro jeho rozvoj. Čím více je komunikace mezi oběma stranami smyslově omezená (pokud chybí vjem hlasu i obrazu klienta, například při e-mailové nebo chatové terapii), tím méně má terapeut prostor pro identifikaci klientových pocitů a rozpoložení, což může do velmi brzdit terapeutický proces (Kicklighter & Guthrie, 2001).

Autoři Kicklighter a Guthrie (2001) také upozorňují na obtížnější možnost posoudit kvalitu online psychoterapeuta, vzhledem k omezeným podnětům které od něj klient dostává. Je tedy nutné terapeuta pečlivěji prověřit, sehnat si reference na jeho činnost a vyžádat si od něj informace o akreditaci.

#### 4.4 Internet jako prostor pro setkávání a sdílení

Neustále rostoucí oblastí internetu jsou sociální sítě a seznamovací servery. V mapě komunikace patří ke způsobu komunikace s velmi vysokou mírou osobní angažovanosti uživatele, neboť hlavním cílem zde je navazování a udržování mezilidských vztahů a sdílení informací a zážitků s ostatními.

Sociální sítě umožňují navazování a uchovávání kontaktů prostřednictvím profilu, který si každý uživatel při registraci vytvoří. Mezi nejoblíbenější sociální sítě patří například Facebook (s více než 1,2 miliardou uživatelských účtů), Twitter, LinkedIn, Pinterest nebo Google+ (eBiz MBA, 2014) a na všech z nich může uživatel s ostatními – ať již jsou to kontakty pouze virtuální, nebo i z reálného prostředí – sdílet údaje o sobě, jako jsou koníčky, názory, zážitky, fotografie nebo takzvané statusy, krátká shrnutí toho, jak se uživatel

---

<sup>10</sup> Well-being lze definovat jako osobní pohodu, tedy stav, kdy je člověku dobře jak po tělesné, tak po duševní stránce (Kebza, 2005).

momentálně cítí, nebo co zajímavého prožil. Na sociálních sítích je také možné utvářet zájmové skupiny, plánovat hromadná setkání nebo prostřednictvím vlastních vytvořených stránek prezentovat myšlenky a dále je propagovat.

Seznamovací servery slouží primárně k účelu navazování nových vztahů, k jejich udržování poté lidé již využívají osobní kontakt nebo již výše zmíněné sociální sítě. Nejznámějším světovým seznamovacím webem je Match.com, v České republice je to například Seznamka.cz nebo Lidé.cz. Existuje také řada seznamovacích serverů zaměřených na určitou skupinu lidí nebo přímo na to, jaký vztah člověk hledá – weby zaměřené na navazování přátelství, na dopisování, na hledání sexuálních vztahů, partnerů pro sport a různé aktivity, nebo na homosexuální komunitu. Pro využití služeb seznamovacího webu je nutná registrace spojená s různou mírou podrobností, které o sobě uživatel musí sdělit – od prostého vyplnění základních údajů (pohlaví, uživatelského jména a hesla), po rozsáhlé psychologické profily, podpořené mnohdy i psychologickými testy.

Analýza sociálních sítí a seznamovacích serverů je sama o sobě velmi rozsáhlým tématem, přesahujícím možnosti této práce, proto uvádím jen hlavní aspekty tohoto způsobu komunikace na internetu.

#### 4.4.1 Vybrané pozitivní aspekty internetu jako prostoru pro setkávání a sdílení

Pozitivním aspektem komunikace na sociálních sítích je bezesporu udržování kontaktu s přáteli a sdílení zážitků a novinek s nimi. Uživatelé vnímají sociální sítě jako další způsob komunikace s lidmi, se kterými se momentálně nemají příležitost setkat a zároveň jako dobré médium pro oslovení všech přátel najednou, pokud se chtějí podělit o důležité novinky. Sociální sítě jsou pro ně zdrojem pocitu sounáležitosti a pocitu, že nejsou sami, neboť mohou být s přáteli kdykoliv ve spojení (Ross et al., 2009). Toto platí především pro uživatele, kteří mají i mimo virtuální prostředí dobré sociální zázemí. Jak si ukážeme v negativních aspektech internetu jako prostoru pro sdílení, uživatelé s malým sociálním okruhem mohou vnímat sociální sítě zcela opačně (Brooks, 2014).

V neposlední řadě se díky možnosti přenosu po síti urychluje komunikace s lidmi, s nimiž by jinak uživatel obtížně udržoval kontakt kvůli geografické vzdálenosti nebo nedostatku času. Komunikační programy sociálních sítí zprostředkovávají možnost dávat si o sobě s přáteli vědět a uchovávat tak vztah, který by se jinak mohl pomalu začít vytrácet

(Boase et al., 2006). Zároveň nám elektronická média umožňují vzájemnou komunikaci archivovat, máme tedy neustále možnost sledovat historii vztahu s jinou osobou (Suler, 2001).

Pozitivní aspekt seznamovacích serverů vyplývá již ze samotného jejich názvu. Uživatelé mají díky nim možnost se potkat s potenciálními přáteli, sexuálními či životními partnery nebo s lidmi sdílejícími stejné zájmy. Ve Velké Británii si například až 9% lidí na seznamovacích webech najde životního partnera a 43% sexuálního partnera (Ali & Wibowo, 2011). Seznámit se mohou jak lidé, kteří nemají příležitost ve svém okolí najít vhodného partnera, nebo dostatek času na hledání, popřípadě trpí sociální úzkostí a kontakt zprostředkovaný přes online službu v nich vzbuzuje menší obavy (Ali & Wibowo, 2011).

#### 4.4.2 Vybrané negativní aspekty internetu jako prostoru pro setkávání a sdílení

Jak bylo zmíněno, pozitivní důsledky využívání sociálních sítí pocítují především lidé se silným sociálním zázemím v reálném životě. Naopak pro osoby, které se cítí osaměle, nemají ve skutečném světě mnoho přátel a tento fakt je trápí, jsou sociální sítě zdrojem nepříjemných pocitů. Pokud přes ně navazují nové vztahy, jsou si mnohem více vědomi toho, že tyto vztahy nutně nemusejí být přenosné do reality a mohou být velmi pomíjivé. To jen zvyšuje jejich pocit osamělosti a může navodit depresivní stavy. Navíc, pokud mají mezi přáteli na sociálních sítích uživatele se širokým okruhem známých, často se u nich objevuje žárlivost a závist, kterou by v realitě pocítovali vůči svým sociálně silnějším přátelům méně (Brooks, 2014).

Závažným a velmi diskutovaným problémem současnosti je **kyberšikana**. Jedná se o druh šikany využívající elektronická média, jako jsou sociální sítě, blogy nebo seznamovací weby. Formou této šikany je například zasílání obtěžujících, urážejících nebo útočných e-mailů (z falešného účtu pro zachování anonymity odesílatele), vytváření falešných seznamovacích inzerátů (například vytvoření inzerátů s explicitním sexuálním podtextem jménem oběti), blogů či profilů (dehonestující profil na sociální síti jménem oběti) za účelem poškození jiné osoby, nebo záměrné vystavení záznamu (často digitálně upraveného), na němž osoba figuruje v ponižující roli, na internet (Kopecký & Krejčí, 2010).

Dalším negativním jevem je **kyberstalking**. Jedná se o stalking, neboli pronásledování druhé osoby, za použití internetu a má podobu nevyžádaných e-mailů, chatových vzkazů,

sdělení (jak soukromých, tak veřejných) na sociálních sítích, nebo šíření pomluv, zasilání virů a spamů (Kopecký & Krejčí, 2010). Kyberstalking na své oběti velmi podobný dopad jako pronásledování v reálném životě. Oběti se stávají obezřetnější, úzkostné, paranoidní anebo agresivní (Divínová, 2005). Často se důsledkem kyberstalkingu mění jejich životní styl a mohou mít tendenci vyhýbat se používání internetu.

#### 4.5 Internet jako prostor pro druhý život

Formou komunikace na internetu s patrně nejvyšším stupněm angažovanosti uživatele je život ve virtuálním světě v rámci masivně hraných online her, neboli MMOG<sup>11</sup>. Existuje několik druhů MMOG, od klasických bojových a strategických her, po hudební hry, sportovní hry a simulace. Pro účely práce je však pro nás významný především segment takzvaných sociálních MMOG, virtuálních světů, kde si uživatel dlouhodobě vytváří svou vlastní virtuální postavu, která poté komunikuje s ostatními „obyvateli“, navazuje vztahy, věnuje se svým koníčkům, simuluje vztahy, rodinný život, práci a v podstatě většinu aktivit dostupných i v reálném životě, podle stupně propracovanosti daného světa. Jedním z nejznámějších a nejvíce diskutovaných sociálních virtuálních světů je Second Life<sup>12</sup>.

Atraktivita tohoto virtuálního světa tkví v simulaci situací, které by pro uživatele z různých důvodů nebyly dostupné nebo dosažitelné, ale také v možnosti být tím, kým chceme být, podle toho, jak si sami své virtuální „já“ vytvoříme a rozvíjíme. V neposlední řadě se lidé angažují ve vztazích, které ve virtuálním světě mohou fungovat více dle jejich představ, než ve skutečném životě, nebo i nahrazovat neexistující vztahy (Costa, 2003). Vzhledem k tomu, že většina uživatelů vztahy na Second Life vyhledává za účelem zábavy, méně se v kontaktu avatarů vyskytují některé nepříjemné jevy přítomné v reálných vztazích, jako hádky, společné řešení problémů nebo stereotyp všedního dne. I proto mnohdy uživatelé svým vztahům ve virtuálním světě přisuzují větší hodnotu než vztahům v jejich reálném životě (Boellstorff, 2008).

---

<sup>11</sup> Massively Multiplayer Online Games, hry vyznačující se velkým množstvím účastníků, které probíhají vždy na online platformě.

<sup>12</sup> Second Life (doslova Druhý život) vzešel z dílny společnosti Linden Lab a zahájil svůj provoz v roce 2003. V tomto virtuálním světě uživatelé mezi sebou interagují prostřednictvím avatarů, které vypadají jako reálné osoby a které si personalizují dle svého výběru - jak fyzický vzhled (barva očí, vlasů, pohlaví, výška, tvar obličeje) – tak i oblečení (k dispozici jsou různé typy úborů, je dokonce možné postavě přikoupit módní doplňky za virtuální měnu). V Second Life je možné simulovat různé druhy vztahů (rodinně, partnerské, obchodní), účastnit se skupinových aktivit, chodit do práce, nebo vlastnit pozemky a budovy, s nimiž se opět obchoduje pomocí virtuální měny, již je poté možné konvertovat do reálné. V Second Life dokonce probíhají i výukové programy nebo marketingový či psychologický výzkum (Linden Lab, 2014).

#### 4.5.1 Vybrané pozitivní aspekty internetu jako prostoru pro druhý život

Pozitivním aspektem života ve virtuálním světě jsou na jedné straně zážitky a sny, které si člověk může prostřednictvím své virtuální postavy splnit. Může se seznámit s novými lidmi, účastnit se různých koníčků, nebo i například učit na virtuální univerzitě. Pokud si uživatel uchová odstup a je schopen mít na paměti, že to, co se odehrává online, není skutečným zážitkem reálné postavy, pak je virtuální prostředí užitečným „trenažerem“ pro nácvik rozličných dovedností nebo pro odhodlání začít s různými aktivitami i v reálném světě (Joinson, 2003). Setkávání s virtuálními postavami může pomoci odstranit ostych ze setkání s reálnou osobou, prezentace ve virtuální místnosti může být prvotním impulzem pro vyzkoušení prezentování naživo. Zážitek virtuální reality v tomto ohledu má potenciál napomoci získávání sebedůvěry i v reálném životě (Joinson, 2003).

#### 4.5.2 Vybrané negativní aspekty internetu jako prostoru pro druhý život

Pocit ztotožnění se svou virtuální postavou je velmi silný, tím více, čím více se virtuální postava podobá naší reálné osobnosti – jak fyzicky, tak svým projevem (Joinson, 2003). Zážitky, které postava prožívá, tedy mají lidé tendenci pokládat za své vlastní. Při velmi vysoké frekvenci trávení času ve virtuálním světě se uživatelům stává, že se pro ně hranice mezi realitou s virtuální realitou stírají. Uživatel si poté není jistý, které zážitky patří ještě jeho virtuální postavě a které jemu. Alternativní online svět pro něj může být postupem času tak atraktivní díky zážitkům, které by v reálném světě nemohl mít a aktivitám, které by si nemohl dopřát, že preferuje trávení času ve světě virtuálním, nikoliv skutečném, a vyhýbat se řešení reálných problémů či vyhledávání reálných kontaktů (Gorrindo & Groves, 2012).

S tímto jevem souvisí i závislost na internetu, která se vyskytuje již na předchozích stupních v mapě komunikace na internetu, zde je však nejvíce patrná. Existují různé přístupy k hodnocení nadměrného používání internetu a internetové závislosti, zde použijí klasifikaci Kimberley S. Young (Suler, 1998b), která hodnotí člověka jako závislého, pokud splní 4 nebo více z 10 kritérií závislosti (viz Příloha). Jako následek závislosti na internetu pak Suler (1998b) zmiňuje obecný pokles fyzické aktivity, snížení sociability, zanedbávání osobních nebo pracovních povinností, zanedbávání důležitých vztahů, vznětlivost, deprese nebo spánkovou deprivaci.



## 5 Psychologické aspekty komunikace na internetu

Přestože v mnohých ohledech virtuální svět kopíruje ten reálný a pro četné uživatele se již hranice mezi reálným a virtuálním prostorem stírají, existují patrné rozdíly, které považují za důležité mít při komunikaci na internetu na zřeteli a na jejich základě i danou komunikaci posuzovat. Nejkomplexnější přehled odlišností komunikace na internetu dle mého názoru předkládá Suler (1998a), ve výčtu tedy použiji jeho klasifikaci, doplněnou o některé další aspekty (Šmahel, 2003).

### 5.1 Omezené smyslové vjemy

Omezenost smyslového vnímání je specifikum internetu nejvíce patrné při komunikaci čistě textové, tedy bez využití audio nebo audiovizuálních komunikátorů VoIP (Skype, apod.). V případě textové komunikace je komunikační partner ochuzen o většinu senzorických projevů – svůj protějšek necítí, neslyší, nemůže ho nahmatat a z vizuální stránky vnímá pouze verbální složku psaného projevu, prostou přenosu emocí.

Méně smyslově omezenou formou komunikace po internetu je hlasový přenos. Zde již příjemce může pomocí sluchu zaznamenat vedle verbálního projevu i neverbální složku – intonaci, tempo řeči, latence v odpovědích, apod. (DeVito, 2008). Sluchové vnímání však na internetu může ovlivnit kvalita přenosu – například pomalé připojení, latence v odezvách, trhaný zvuk nebo šum, jež se během přímé komunikace v reálném světě příjemce nevyskytují.

Zatím nejvyšší formou komunikace na internetu je audiovizuální přenos (tedy již zmíněné VoIP), kde se kromě zvuku přenáší i obraz. Ten umožňuje sledovat i mimiku a lépe tak vyčíst emocionální rozpoložení komunikačního partnera. Přesto se ale nejedná o komunikaci ekvivalentní s reálným světem, neboť i sem vstupuje faktor kvality přenosu a navíc příjemce vidí většinou jen obličej a nemá tak celistvý obraz, chybí mu vnímání gestiky, proxemiky a stále není přítomen smysl hmatu, čichu a případně chuti. To jsou prvky, o něž se snaží projekty virtuální reality, nejsou však zatím masově dostupné (Vybíral, 2005). Ačkoliv je internetová komunikace v současné době již téměř nepostradatelnou formou předávání informací, vzhledem k omezenému smyslovému vnímání nemůže plnohodnotně nahradit přímou komunikaci v reálném světě.

## 5.2 Překračování geografických hranic

V kyberprostoru neexistují územní hranice v geografickém slova smyslu a je jednoduché kdykoliv „vstoupit“ do jiného státu prostým zadáním zahraniční webové adresy. Pokud člověk ovládá jazyk používaný na dané webové stránce, není omezen žádnými vnějšími limity, kromě autorizace přístupu na některé stránky, výlučné pro vybrané skupiny uživatelů. Jedním z důsledků je, že nikdy s jistotou nevíme, zda náš komunikační partner přebývá v sousedním městě, nebo na jiném kontinentu a víceméně musíme spoléhat na to, co nám o sobě sdělí. Na druhou stranu překračování geografických hranic skýtá obrovské možnosti interkulturní výměny, mezinárodní spolupráce (jak na úrovni jednotlivců, tak na úrovni firem či v akademické sféře) a seznámení se s potenciálním partnerem jiné národnosti, s nímž bychom se jiným způsobem pravděpodobně nikdy nesetkali (Ben-Ze'ev, 2004).

## 5.3 Časová pružnost

Časová pružnost souvisí s pojmem synchronicity a asynchronicity, o nichž jsem se zmiňovala v kapitole 3 o základních dimenzích komunikace na internetu. Čas se na internetu prodlužuje nebo zkracuje v závislosti na zvoleném způsobu komunikace a pohybu v kyberprostoru (Suler, 1998a).

K prodlužování času dochází s možností reagovat na komunikaci s určitým zpožděním. To může být od několika sekund až minut v případě synchronní komunikace na chatu, až po dny či ještě delší úseky při asynchronní komunikaci prostřednictvím e-mailu a dalších (Šmahel, 2003). Čas se naopak pomyslně zkracuje při navazování vztahů v kyberprostoru. Zatímco v reálném světě by nám seznámení s několika lidmi zabralo například dny nebo týdny, ve virtuálním světě je toto možné během několika minut. A to nezávisle na tom, v jakém státě se druhý nachází (Šmahel, 2003).

## 5.4 Nepřetržitý záznam

Zatímco v reálném světě má na uchování informací a zážitků velký vliv naše paměť, na internetu funkci paměti nahrazuje nepřetržitý záznam komunikace. Většina záznamů pořízených v prostředí internetu je možné uchovat v podobě dokumentů a složek a vyhledávat v jejich historii, je-li potřeba.

S trochou nadsázky můžeme říct, že si tímto způsobem lze uchovat celou historii určitého vztahu na internetu a kdykoliv jeho jednotlivé úseky přehodnocovat nebo znovu prožívat. Samozřejmě s tím omezením, že jeden text může vyvolávat různé emoce v době, kdy byl psán a při opětovném pročitání, což je především způsobeno tím, že psaný text, jak již bylo zmíněno výše, postrádá emoční náboj, díky kterému bychom si mohli pamatovat, jak druhá strana rozhovor prožívala. Ve vzpomínkách se tedy omezujeme na to, jak daný rozhovor působil a nově působí na nás (Palfrey & Gasser, 2008).

Důsledkem nepřetržitého záznamu však není jen to, že si člověk znovu vybaví předmět konverzace měsíce zpátky. Stinnou stránkou je to, že si jsou obě strany komunikace vědomy toho, že jejich názory jsou kdykoliv zpětně dohledatelné. Toto vědomí může vyústit v úzkost a nedůvěru a v důsledku v nechuť sdělovat o sobě osobní informace, nebo v tendenci tyto informace záměrně zkreslovat a upravovat tak svou identitu (Mansell & Nietzsche, 2012).

## 5.5 Rovnoprávné postavení

Ve většině případů má každý uživatel internetu stejné právo se vyjádřit nezávisle na svém sociálním postavení, pohlaví, vyznání nebo povolání. Nezáleží na tom, jak se člověk v reálném životě obléká nebo co vlastní. Všichni začínají se stejným potenciálem vybudovat si určitou virtuální identitu, což bývá označováno jako „**internetová demokracie**“ (Dyson, 2001). Seznamujeme se a začínáme konverzovat s kýmkoliv na určitém serveru, bez ohledu na to, z jakého prostředí on nebo my pocházíme. Na internetu určují vliv, který má uživatel na ostatní, jeho komunikační dovednosti, schopnost vyjadřovat názory v písemné formě a kvalita jeho myšlenek.

## 5.6 Přístup k mnoha vztahům

Na internetu se člověk velmi snadno dostane do kontaktu s rozsáhlým počtem dalších uživatelů, má tedy takzvaně přístup k mnoha vztahům. Má příležitost hovořit s ostatními nebo seznámit se na seznamovacích serverech, na sociálních sítích, chatech, diskuzních fórech, na blogu či při společném online kurzu.

Tato vlastnost virtuálního prostoru jednoznačně odlišuje od reálného, neboť na internetu lehce vyhledáme uživatele podle různých kritérií a lze tak poznat i lidi, s nimiž by se člověk v realitě nesetkal (Ben-Ze'ev, 2004). V relativně krátkém časovém úseku se může dostat do

kontaktu se stovkami i tisíci lidí. To mimo jiné vede ke ztrátě exkluzivity a výjimečnosti takových vztahů a k jejich relativnímu znehodnocení či k povrchnosti (Vybíral, 2005).

### 5.7 Zkušenost černé díry

Zkušenost černé díry na internetu souvisí s poruchovostí přenosu, která v extrémním případě ústí ve ztrátu sdělení mezi dvěma uživateli. Ani jedna ze stran se o tom však zpravidla nedozví a to může mít značný dopad na vnímání komunikace oběma stranami (Suler, 1998b).

Uživatel, který sdělení vyslal a nyní nedostává odpověď, prožívá úzkost či hněv, neboť neví, zda mlčení komunikačního partnera je dané nechutí odpovědět, jeho absencí od připojení, nebo ho snad sdělení pobouřilo, či již nechce v komunikaci pokračovat. O tomto však komunikační partner nemá ponětí, protože zprávu nedostal a sám žije v pochybnosti, proč nepřichází odezva. Pokud nedojde k iniciativně jedné ze stran s cílem zjistit, kde vznikl problém, může dojít k úplnému zastavení komunikace, potažmo ke ztrátě vztahu.

Zkušenost černé díry je specifická pro kyberprostor, v přímé komunikaci je takový zážitek znemožněn tím, že je vždy zaručena alespoň určitá zpětná vazba na to, jaký vliv má naše sdělení na druhou stranu.

### 5.8 Pozměněné stavy vědomí

Když sedí uživatel u počítače v klidu a dívá se do monitoru, nebo když hraje počítačové hry, může se dostat do pozměněného stavu vědomí (Suler, 1998b). V něm zažívá věci, k nimž v realitě nemá přístup (například může řídit kosmickou loď nebo se pohybovat na jiné planetě), ale dokonce může porušovat fyzikální zákony (procházet zdmi, létat, apod.), což mu je jinak zpřístupněno pouze ve snu. A skutečně se stav vědomí, v němž se člověk při této surrealistické zkušenosti nachází, velmi podobá snění.

Je to také jedním z faktorů, které způsobují závislost na počítačích a internetu, neboť tento typ zkušenosti je pro uživatele velmi atraktivní (Riha, 2012).

### 5.9 Proměnlivá identita a anonymita

Proměnlivost identity a anonymita spolu velmi úzce souvisí, anonymita bývá chápána jako katalyzátor proměnlivosti identity (Baym, 2010). Vzhledem k tomu, že anonymita ve velké míře znemožňuje ověřit totožnost komunikačního partnera, je snadné pozměnit

jakékoliv údaje o sobě a identity libovolně měnit či zakládat nové. Při textové komunikaci je možnost změny identity téměř neomezená, člověk může vystupovat pod přezdívkou, jiným pohlavím, věkem, povoláním a jakýmkoliv dalšími údaji, které druhé straně vyše, a toto s libovolnou frekvencí měnit (Šmahel, 2003). Při hlasové komunikaci je změna identity obtížnější, nicméně lze uzpůsobit hlas pro znesnadnění identifikace. Obrazový přenos je v tomto nejvíce limitujícím médiem, nicméně i zde je určitá modifikace možná. Je důležité tedy mít na paměti, že stejně jako já mohu vystupovat jako někdo jiný, i můj komunikační partner může v tuto chvíli být někým jiným, než tím, jakého si ho představujeme.

### 5.10 Sebepojetí

Matheson a Zanna (1988) vyslovili teorii o dvou komponentách sebepojetí<sup>13</sup> v prostředí internetu – vnějším a vnitřním vědomí sebe sama. Zatímco vnější vědomí sebe sama představuje to, jak nás vidí ostatní, jak nás hodnotí a co si o nás myslí, vnitřní vědomí sebe sama je vlastním uvědoměním si sebe sama, svých potřeb, motivací a cílů. Podle teorie dvou komponent sebepojetí je ve virtuálním prostředí vnější komponenta mnohem slabší než v reálném prostředí, naopak vnitřní komponenta výraznější než při komunikaci tváří v tvář (Šmahel, 2003). Pokud tedy člověk komunikuje elektronicky, je zaměřen více sám na sebe, na své pocity a méně vnímá to, jak ho hodnotí okolí. Matheson a Zanna (1988) tento jev ověřovali pomocí experimentu, při němž nechali pacienty popisovat své symptomy a u pacientů, kteří je měli sepsat elektronicky, dostali mnohem detailnější popis více symptomů. Schouten, Valkenburg a Peter (2009) ve svém experimentu pak prokázali, že v online komunikaci účastníci sdělovali statisticky významně více informací o intimních tématech, než při komunikaci tváří v tvář.

### 5.11 Disinhibiční efekt

**Disinhibice** v komunikaci vyjadřuje odložení zábran a skrupulí, ztrátu nebo překonání neshybnosti, plachosti a ostychu. V pozitivním slova smyslu znamená jistou otevřenost a smělost v komunikaci a uvolnění zábran, vede však často k úplné nevázanosti na normy, která může být až anomální (Vybíral, 2005).

---

<sup>13</sup> Nakonečný (1998) definuje sebepojetí jako schopnost učinit objektem vnímání a posuzování také sebe sama. V průběhu celého svého života si člověk utváří představu o sobě samém, ví, co může a co nikoliv a jak jej vnímají a posuzují druzí, a tak si utváří sebepojetí a sebehodnocení.

Ve výzkumu, který Vybíral dělal mezi mladými uživateli chatu, vyzdvihovali dvacetiletí vysokoškoláci jako příznak komunikační disinhibice více vtipnosti, odvázanosti a prosazování se při internetové komunikaci. Někteří také zmiňovali, že ve virtuálním prostředí si dovolí rozčítit se, přestože v reálné situaci by se ovládli (Vybíral, 2005). Jev je na internetu tak rozšířený, že je již znám jako „**online disinhibiční efekt**“.

Jako pozitivní důsledek disinhibice na internetu můžeme vnímat uvolnění potlačených emocí, strachu nebo přání a jejich komunikace, lidé se díky efektu často chovají velkoryse a jdou velmi daleko, aby pomohli ostatním. Této formě říkáme „**benigní disinhibice**“ (Suler, 2001). Na druhé straně mohou být lidé více kritičtí, neslušní, nenávistní nebo vyhrožující a navštěvovat místa internetového podsvětí propagující násilí a zločin, kam by v reálném světě nikdy nevkročili. To je příznakem „**toxické disinhibice**“ (Suler, 2001).

Benigní forma je obecně procesem poznávání a rozvoje sebe sama, řešení intrapsychických problémů a problémů v mezilidských vztazích, nebo způsobem zkoumání nových dimenzí vlastní identity. Oproti tomu je toxická disinhibice pouze slepým povolením průchodu pocitům vzteku, nenávisti či patologických potřeb a obvykle ústí v urážlivé či nenávistné výlevy (flame) (Suler, 2001).

Disinhibice na internetu je způsobena několika faktory. U některých lidí stačí k vyvolání disinhibičního efektu jeden nebo dva faktory, většinou se ale spojují a disinhibice je výsledkem jejich kombinace. Mezi tyto faktory Suler řadí: anonymitu, neviditelnost, asynchronicitu, solipsismus, disociační stavy, minimalizaci autority a individuální rozdíly.

#### 5.11.1 Anonymita

V online světě může člověk svou identitu více či méně utajit. Na diskuzních fórech, chatech i sociálních sítích lze používat falešné přezdívky a ani e-mailová adresa o nás mnoho neprozradí. Ostatní uživatelé tedy většinou mají pouze ty informace, které jim sdělíme a ani o nich nemohou s jistotou tvrdit, že jsou pravdivé. Suler (2001) tuto anonymitu nazývá faktorem „**Neznáš mě**“.

Šmahel (2003) dělí anonymitu na internetu na objektivní a subjektivní. **Objektivní anonymitou** označuje míru reálné možnosti identifikace uživatele, pokud o něm někdo cíleně informace vyhledává (hledá jeho pravé jméno, adresu, apod.). Jde tedy o určitou formu technické odhalitelnosti (Šmahel, 2003).

**Subjektivní anonymitou** nazývá názor uživatele, jaký má na utajení své vlastní identity na internetu. Objektívni a subjektivní anonymita se může velmi lišit, nicméně na disinhibiční efekt má vliv právě subjektivní anonymita.

Lidé se na internetu o své utajení velmi obávají, zároveň však chtějí ostatním „dát něco ze sebe“, vyjádřit své názory a přispět do online komunity (Vybiral, 2002). Subjektivní anonymita jim umožňuje se odpoutat od toho, jak chtějí působit v reálném životě a jak je v něm lidé vnímají a v důsledku toho se cítí méně zranitelní a naopak připravení více o sobě odhalit nebo vyjádřit svůj názor. Za své činy a názory na internetu uživatelé cítí menší odpovědnost, dokonce mohou sami sebe přesvědčit, že „nebyli sami sebou“ (Suler, 2001).

Ve virtuálním světě sledujeme ještě takzvanou **řízenou anonymitu** (Vybiral, 2005). Uživatelé láká vlastní subjektivní kontrola nad jejich anonymitou, to, že pokud chtějí, mohou o sobě odhalit více či méně podrobností a tím dát do popředí určité své rysy, které chtějí zveřejnit. Efekt tohoto „řízeného striptýzu“ (Suler, 1998b) může pro uživatele být velmi atraktivní.

#### 5.11.2 Neviditelnost

Neviditelnost, neboli dle Sulera efekt „**nevidíš mě**“, charakterizuje většinu virtuálního světa, kde při komunikaci nedochází k vizuálnímu kontaktu uživatelů. Tato neviditelnost dodává lidem odvalu jít na místa, kam by se v reálném světě neodvážili, nebo jejichž navštívení by pro ně mohlo mít nepříjemné následky a v neposlední řadě chovat se tak, jak by se v realitě nechovali (Suler, 2001).

Bez vizuálního kontaktu a s utajenou anonymitou se lidé nemusejí starat o to, jak vypadají, jak jsou oblečeni, jak se vyjadřují nebo jak se tváří. Vzhledem k tomu, že neviditelnost je téměř vždy oboustranná, nedostáváme ani některé druhy zpětné vazby, které by byly přítomné v reálném rozhovoru – například znužený pohled, vzdychání, kroucení hlavou, rozzlobenou reakci, či jiné drobné náznaky, že naše sdělení je negativně přijímáno – a které by nás zneklidňovaly.

Disinhibiční efekt funguje na internetu dokonce i v případě, že hovoříme s lidmi, jejichž identitu známe. Prostá neexistence vizuálního kontaktu u nás způsobuje disinhibované chování i vůči dobrým přátelům.

### 5.11.3 Asynchronicita

Asynchronicita, neboli podle Sulera faktor „**uvidíme se později**“, disinhibičnímu efektu napomáhá možností zpožděné reakce na sdělení druhé strany. Na odpověď můžeme čekat minuty, hodiny, ale i dny či týdny. Právě tento čas, kdy se nemusíme zabývat partnerovou okamžitou reakcí, vyvolává disinhibici. Na internetu tak často nezažíváme pocit, že jsme něco měli říct jinak, ale vhodná odpověď nás napadla až po skončení konverzace. Zde se můžeme rozmyslet a odpovědět právě až nás tato vhodná odpověď napadne (Suler, 2001).

Zároveň asynchronicita zvyšuje tendenci vyjadřovat hluboké city, protože máme více času na to, abychom je zformulovali tak, jak je skutečně vnímáme a ne pod tlakem okamžiku, kdy od nás druhá strana očekává reakci ihned (Joinson, 2003).

### 5.11.4 Solipsismus

Solipsismus je ve filozofii označení přesvědčení člověka o tom, že vnější svět existuje jenom v jeho hlavě, v jeho vědomí (Vybíral, 2005). Ve virtuálním světě, kde má uživatel s ostatními jen textový kontakt, si má tendenci vytvářet fantazie o svém komunikačním partnerovi – o tom, jak vypadá, jak zní jeho hlas, jaký je, podle toho, jak komunikuje. Tato tvorba představ poté vede k přesvědčení, že druhou osobu známe, že přesně víme, s kým mluvíme. Rozhovor se odehrává v hlavě uživatele a ten do něj promítá svá očekávání, přání i potřeby, jak chce, aby druhý vypadal, zněl a komunikoval, což upravuje podle toho, co on vysílá za sdělení. Suler tento faktor nazývá „**vše je v mé hlavě**“ (Suler, 2001).

### 5.11.5 Disociační stavy

Disociační stavy Suler nazývá „**je to jen hra**“ (Suler, 2001). Jedná se o formu odmítání zodpovědnosti za své výroky nebo jednání ve virtuálním světě. Díky anonymitě prakticky není možné nikoho přímo hnát k odpovědnosti a uživatel se tak dostává do stavu, kdy ani sám sebe nemusí trápit výčitkami. Pokud se například uživatel účastní online diskuze a agresivně na ostatní účastníky útočí, nebo si prohlíží stránky podporující násilí či pornografii, může se po odpojení dostat do stavu, kdy si sám bude říkat, že to přeci nebyl on, kdo se tak choval, aby nemusel za své chování sám před sebou převzít odpovědnost.

### 5.11.6 Minimalizace autority

Jak již bylo zmíněno, na internetu existuje rovnoprávnost statusu, který Suler nazývá „**jsme si rovni**“ (Suler, 2001). Pokud jsou uživatelé na internetu anonymní a neviditelní, pak



ani o sobě navzájem nevědí, zda jejich protistrana je významným politikem či celebritou, nebo „obyčejným“ člověkem. To má velký dopad na disinhibiční efekt a způsob komunikace s touto protistranou, máme tendenci si se všemi psát jako se sobě rovnými. Dokonce i v případě, že známe identitu protistrany a opravdu se jedná o autoritu či známou osobnost, přesto disinhibiční efekt funguje a chováme se jinak, než jak bychom se chovali v realitě při setkání s danou osobou – tedy více otevřeně a méně formálně, bez strachu z ponížení, zesměšnění nebo trestu.

#### 5.11.7 Individuální rozdíly

Disinhibiční efekt do značené míry ovlivňují i osobnostní dispozice jednotlivých uživatelů. Kupříkladu lidé s histrionskými rysy osobnosti mají tendenci být otevření a emotivní, kompulzivní osobnosti mají větší sklon k sebekontrolě, schizotypní osobnosti se více uchylují k fantaziím. Disinhibiční efekt s těmito osobnostními rysy interaguje a v některých případech způsobuje jejich umocnění, jindy změnu opačnou oproti chování v reálném světě (Suler, 2001).

#### 5.12 Fenomén virtuální identity

Používáme-li termín **virtuální identita**, máme tím na mysli identitu své virtuální reprezentace, již si na internetu vytváříme (virtuální reprezentace je souborem dat, které sdílíme v online prostředí s ostatními uživateli a podle nichž předpokládáme, že nás budou vnímat, nebo chceme, aby nás vnímali). Virtuální identita se může v různé míře lišit od naší reálné identity, nikdy s ní ale není zcela totožná a to jak z důvodu své digitální podstaty, tak proto, že nikdo se nezná tak dokonale, aby byl schopen vědomě na internetu reprodukovat všechny aspekty své osobnosti (Šmahel, 2003). S virtuální identitou je možné experimentovat, od hraní rolí (v případě, že každý zúčastněný hraje a všichni o tom vědí), až po přehánění, polopravdy a lhaní (vědomé lhaní, sloužící k oklamání ostatních účastníků), které je na internetu považováno za podvod stejně jako v reálném životě (Divínová, 2005).

Přestože mnoho lidí si zpočátku vytváří virtuální identitu odlišnou o té vlastní, s postupem času u většiny lidí rysy a chování virtuální identity konvergují k těm reálným. Je tomu zřejmě proto, že uživatelé touží i na internetu být sami sebou a pokud je virtuální identita v rozporu s reálnou, neudrží konzistenci jejího online chování (Joinson, 2003).

Ke změně virtuální identity dochází pokaždé, změníme-li jakoukoliv část své virtuální reprezentace (přezdívku, e-mail, apod.). Tím se mění i představy, které si o nás ostatní uživatelé vytvářejí (Šmahel, 2003). Lze mít více virtuálních identit, z nichž každá reprezentuje určitou sociální roli – například na základě našeho profilu na profesní sociální síti LinkedIn, kde vystupujeme pod e-mailovou adresou svého zaměstnavatele, si o nás druzí udělají jiné představy než když na sociální síti Facebook sdílíme fotografie z dovolené a hovoříme o trávení volného času, jiné opět pokud si na seznamovací server dáme inzerát pod velmi vyzývavou přezdívkou.

Virtuální identita slouží k mnoha účelům prospěšným pro rozvoj osobnosti. Lidé se na internetu prostřednictvím rozhovorů s ostatními zamýšlejí nad svou reálnou identitou (kdo jsou, co chtějí v životě dosáhnout, apod.), prožívají pocity intimity a začlenění, odreagovávají svou frustraci v anonymním prostředí, rozvíjejí své sociální dovednosti, nebo získávají zážitky s různými formami vztahů na internetu (Suler, 1998b).

Naopak představuje i nebezpečí, která již byla zmíněna v mapování komunikace na internetu – závislost na internetu, rozplynutí hranic mezi reálnou a virtuální identitou, kyberšikana prostřednictvím virtuální identity nebo deprese a frustrace v případě, že si uživatelé uvědomují velké rozdíly mezi tím, čeho dosáhli ve virtuálním a reálném světě.

## 6 Psychické poruchy na internetu

Mezi osobnostmi uživatelů internetu panuje velká rozmanitost, není tedy divu, že se mezi nimi nachází i mnoho lidí s různými typy psychických poruch – od úzkostných a depresivních poruch, až po psychózy a poruchy osobnosti. Tito uživatelé mohou v online světě existovat i z mírně odlišných důvodů než „zdraví“ lidé a psychologické aspekty komunikace na internetu na ně působí ještě v kontextu jejich obtíží. O některých specifikách se zde zmíním, zaměřím se při tom na oblast sociální úzkosti a sociální fobie, která poté bude vstupem do empirické části návrhu výzkumu (pro charakteristiku sociální fobie viz Příloha).

### 6.1 Využívání vybraných forem komunikace na internetu lidmi s psychickými poruchami

Internet jako zdroj informací skýtá kromě nepřeberného množství dat i široké spektrum pornografického materiálu, uspokojujícího celou škálu více či méně obvyklých sexuálních preferencí. Zřejmě nejdiskutovanějším tématem v rámci této odnože internetu je ilegální

dětská pornografie, na níž existují rozličné názory. Ačkoliv ochránci dětských práv volají po nekompromisním trestání jakékoliv formy poskytování dětského pornografického obsahu, například Weiss (2002) podporuje myšlenku povolení animované verze dětské pornografie, díky níž sexuální devianti uspokojí své masturbační fantazie a nebudou mít tedy nutkání realizovat je ve skutečnosti.

Internet jako prostor pro sebevyjádření poskytuje možnost prezentovat své názory veřejně. Díky tomu mohou například lidé s různými poruchami osobnosti (například narcistickou nebo histrionskou) realizovat svou touhu po zviditelnění (Mazzarella, 2010). Na druhou stranu například lidem se sociální úzkostí či fobií může možnost projevit se online za podmínek relativní anonymity pomoci překonat prvotní stud při komunikaci s publikem a budovat sebedůvěru (Andersson et al., 2006).

Internet jako prostor pro vyhledání pomoci je pro lidi s různými psychickými poruchami velmi důležitou oblastí online prostředí. Díky němu získávají miliony uživatelů se závislostmi, afektivními, úzkostnými, fobickými nebo jinými poruchami podporu od komunity podobně postižených lidí na diskuzních fórech či na specializovaných webech. Pro mnohé z nich je v tomto ohledu internet prvním záchytným bodem na cestě k řešení potíží. Například pro nemocné sociální fobií může být skupinová diskuze na internetu prvním podnětem pro docházku na terapii in vivo, k níž by se kvůli podstatě své poruchy sami neodhodlali (Andersson et al., 2006).

Sociální sítě a seznamovací weby poskytují hojnou příležitost potkat nové přátele nebo partnera. „Seznamky“ usnadňují seznámení lidem se sociální úzkostí, neboť první kontakt, který pro ně bývá nejobtížnější, nahradí inzerát a také fakt, že motivace obou stran je stejná (oba na server jdou proto, že hledají partnera – pro život, pro společné aktivity, apod.), lze tedy předejít počátečnímu nedorozumění, kdy jedna strana má zájem na navázání vztahu, druhá nikoliv (Ben-Ze'ev, 2004).

Sociální sítě mohou být stejným katalyzátorem seznámení, na druhou stranu ale mohou působit nepříznivě na lidi s úzkým sociálním okruhem. Jak již bylo zmíněno v kapitole 4.4.2., lidé s depresemi nebo sociální úzkostí mohou negativně vnímat informace od sociálně zdatnějších uživatelů (se širším sociálním okruhem) a může být pro ně zdrojem depresivních nálad nebo závisti (Brooks, 2014).

Internet jako prostor pro druhý život se svými virtuálními světy nabízí nespočet alternativ skutečného života a zážitků. Domnívám se, že negativní aspekty této formy přítomnosti na internetu (například závislost na internetu, stírání rozdílů mezi virtuální a skutečnou realitou v mysli subjektu) mohou být pro lidi s poruchami znesnadňující skutečný kontakt s okolím (úzkostné poruchy, sociální fobie, agorafobie) ještě závažnější než pro standardní uživatele.

Na druhou stranu je zde pro ně cenný prostor pro nácvik určitých dovedností. Z výzkumu terapie formou nácviků ve virtuální realitě (Anderson et al., 2013) vyplývá, že pacienti se sociální úzkostí nebo fobií, zařazení do programu, v němž se zúčastnili coby přednášející na veřejných prezentacích simulovaných ve virtuálním prostředí, se zlepšili v dovednosti veřejně prezentovat i v reálném životě (došlo k signifikantnímu zlepšení oproti skupině, která simulovaným nácvikem neprošla). Virtuální nácvik prokázal obdobné pozitivní výsledky jako skupinová terapie, již prošla ve stejný čas kontrolní skupina. Na toto zjištění naváže praktická část práce, která bude mít za cíl rozšířit simulaci veřejné prezentace o nácvik dalších sociálních dovedností, prostřednictvím platformy Second Life.

## 6.2 Vliv vybraných psychologických aspektů komunikace na internetu na uživatele s psychickými poruchami

Anonymita je základním faktorem komunikace na internetu, který poskytuje bezpečný prostor pro experimentování s vlastní identitou i pro zakrývání osobních potíží. Díky ní mohou lidé se sexuálními odchylkami, nepřijatelnými pro jejich sociální okolí nebo pro společnost, na internetu realizovat své fantazie například na erotických chatech, aniž by se museli obávat vyzrazení. Oběti násilí, lidé trpící závislostmi nebo neurotickými poruchami se mohou se svými problémy svěřovat, aniž by jim hrozila stigmatizace v reálném světě. Lidé se sociální fobií zmiňují anonymitu jako hlavní důvod atraktivity internetu pro ně, neboť se za ni mohou skrýt. Když jim začne být interakce s jiným uživatelem nepříjemná, mohou kdykoliv odejít a přijít jako někdo jiný (Sociální fobie info, 2014).

Rovnoprávné postavení a minimalizace vnímání autority jsou také velmi důležitým aspektem internetu pro osoby se sociální úzkostí. Tito lidé mívají z autority a z komunikace s ní strach (Prašková & Praško, 2000) a neznalost identity komunikačního partnera pomáhá tento strach překonat. Dokonce i v případě, že je identita druhého známa, bezpečí internetu vnímání autority snižuje (Suler, 1998b).

Disinhibiční efekt z principu své definice vyjadřuje odložení zábran a ztrátu nebo překonání neshybnosti, plachosti a ostychu (Vybíral, 2002). Uživatelé s afektivními poruchami nebo poruchami osobnosti zde mohou dát průchod svým náladám, vybit si agresie nebo sdílet své emoce tak, jak by se v reálném životě zdráhali. Fakt, že je nikdo nevidí, nezná a reálně nemůže hnát k zodpovědnosti za to, co na internetu vyjádřili, jim poskytuje pocit bezpečí. Pro uživatele se sociální úzkostí nebo fobií představuje disinhibice úlevný mechanismus, díky němuž zažívají na internetu to, co většina zdravých lidí zná z reálného života – komunikaci s druhými bez ostychu, bez strachu ze ztrapnění, z červenání a jiných fyziologických projevů, nebo z hodnocení druhými (Anderson, 2013).

Všechny psychologické aspekty používání internetu pro lidi s psychickými poruchami mají jak svou pozitivní, tak i negativní stránku. Na jednu stranu je anonymita důležitá pro lidi, kteří se jinak zdráhají o svých problémech hovořit, na druhou stranu je katalyzátorem toxické disinhibice, kdy si někteří lidé vybíjejí svou agresie na diskuzních fórech bez strachu z postihu a ubližují tím ostatním uživatelům. Princip disinhibice také přispívá ke škodlivým jevům v oblasti mezilidských vztahů na internetu (jednotlivé faktory efektu disinhibice mohou dát prostor vzniku kyberšikany, kyberstalkingu nebo v rámci online sexuálních vztahů virtuálnímu znásilnění (Divínová, 2005) a podobné silně nežádoucím projevům).

Může vést i k rozvoji různých patologických fenoménů, jako je například online gambling (hazardní hráčství na internetu), velmi nebezpečný právě pro svou virtuální povahu a neexistenci vizuální kontroly, kolik je ještě možné vsadit (v reálném světě je touto kontrolou objem hotovosti, kterou s sebou hráč má a která mu ukazuje limit, jenž lze vsadit; elektronická hotovost, jako jsou peníze na kreditní kartě, nebo virtuální peníze na internetu, takový efekt nemá) (Raghubir & Srivastava, 2008).

Ačkoliv lze internet vnímat jako silný podpůrný prvek pro uživatele trpící psychickými poruchami, je důležité mít na zřeteli i jeho negativa, která jim mohou ublížit, dokonce prohloubit jejich potíže nebo katalyzovat patologické projevy jejich poruchy.

## 7 Návrh výzkumu

Tématem výzkumu je zmapování vlivu nácviku zvládnání sociálních situací ve virtuálním prostředí, na snižování sociální úzkosti v reálných sociálních situacích u lidí trpících sociální úzkostí nebo fobií.

### 7.1 Cíle výzkumu

Cílem výzkumu, v tomto případě experimentu, je zkoumat, zda nácvik zvládnání sociálních situací v rámci virtuální identity, ve virtuálním prostředí Second Life, bude mít vliv na snižování úzkosti u lidí trpících sociální úzkostí nebo sociální fobií, když si obdobné sociální situace vyzkoušejí v reálném životě. Cílem je také stanovit, jaký bude mít nácvik ve virtuálním prostředí vliv na sociální úzkost v reálných situacích, oproti klasicky používaným formám terapie. Výzkum by měl napomoci určit, zda je nácvik sociálních dovedností ve virtuálním prostředí možným vhodným doplňkem nebo dokonce náhradou jiných forem terapie sociální fobie.

### 7.2 Analýza proměnných

Nezávislými proměnnými jsou v experimentu sociální situace, kterým jsou účastníci výzkumu vystavováni jak v reálném, tak ve virtuálním světě.

Závislými proměnnými jsou pak skóry na Liebowitzově stupnici příznaků sociální fobie (Liebowitz, 1987) a Sheehanově stupnici úzkosti (Sheehan, 1983) (viz Příloha).

Intervenující proměnné a způsoby jejich eliminace:

- Počítačová a internetová gramotnost: pro experiment potřebujeme, aby byl uživatel schopen komunikovat jak s výzkumným týmem, tak s ostatními účastníky výzkumu, elektronickou formou. Taktéž od něj bude požadována registrace a orientace ve virtuálním prostředí, aby byl schopen účasti na nácviku sociálních situací ve virtuálním světě. Vzhledem k tomu, že bez splnění podmínky nelze pro počítačově negramotného účastníka zařídit participaci na experimentu jiným způsobem, je nutné ho vyřadit. Podle Šindeláře (Šindelář, 2005) lze za počítačově gramotného jedince považovat toho, kdo je schopen vyhledat a zpracovat informace za použití obvyklého počítačového vybavení a je dále schopen orientovat se v různých oblastech práce s počítačem a efektivně ho používat. Pro experiment vybereme

účastníky na základě jejich posouzení vlastní počítačové gramotnosti, nebo na základě ověření jeho schopnosti registrace do virtuálního prostředí. Vzhledem k tomu, že se lidé trpící sociální fobií často vyskytují na internetových diskuzích a fórech, předpokládám u cílové skupiny vysokou gramotnost, obzvláště u mladší věkové skupiny. U starší skupiny, obyvatel rurálních oblastí a lidí s nižším vzděláním obecně může být internetová gramotnost nižší, nabízí se tedy prostor k diskuzi o vhodnosti metody nácviku ve virtuálním prostředí právě pro tyto osoby.

- Komorbidita s dalšími poruchami: vzhledem k vysoké komorbiditě sociální fobie s dalšími psychickými poruchami (Prašková & Praško, 2000), například specifickými fobiemi (59%), agorafobií (45%), generalizovanou úzkostnou poruchou (43%), nebo zneužíváním alkoholu (19%), považuji za nutné pro účast v experimentu subjekty s komorbiditou vyloučit, neboť by některé poruchy mohly intervenovat se schopností výkonu sociálních situací (například alkoholismus by mohl vést k disinhibičnímu efektu, agorafobie ke zkreslení rozdílu mezi absolvováním sociální situace ve virtuálním a reálném světě, apod.). Vyloučení bych nechala na kompetenci ošetřujícího lékaře, nebo lékaře účastnícího se výzkumu.
- Probíhající farmakoterapie: vzhledem k tomu, že pacienti trpící sociální fobií jsou často na medikaci psychofarmaky, jejich vyloučení z výzkumu by mohlo ohrozit velikost cílové skupiny pro výběr vzorku. Absolvování farmakoterapie tedy nebudeme brát jako eliminující kritérium, pouze budeme klást důraz na podobné zastoupení lidí s psychofarmaky a bez nich v jednotlivých experimentálních skupinách.
- Vlastnictví účtu a virtuální identity v Second Life: orientace a zkušenost se sociálními situacemi v prostředí Second Life by u účastníků mohlo zkreslit výsledky snížení úzkosti, proto bude podmínkou pro vstup do experimentu neznalost Second Lifu nebo vyloučení vlastnictví účtu.

Vzhledem k tomu, že přílišný důraz na eliminaci intervenujících proměnných by mohl vyústit ve snížení ekologické validity, některé intervenující proměnné odstraňovat

nebudeme (například to, že při vystavení reálným sociálním situacím budou účastníci interagovat s rozdílným publikem, apod.).

### 7.3 Formulace hypotéz

Hypotézy stanovuji na základě výsledků výzkumu zmíněného v kapitole 6.1. týkajícího se nácviku situací ve virtuálním prostředí u pacientů se sociální fobií (Anderson et al., 2013). Předpokládám, že nácvik sociálních situací ve virtuálním prostředí bude mít u účastníků pozitivní vliv na snížení úzkosti při vystavení reálným sociálním situacím oproti účastníkům, kteří se nácviku nezúčastní. Očekávám podobný účinek na snižování úzkosti u nácviku ve virtuálním prostředí, jako u kognitivně-behaviorální terapie, které by se po stejnou dobu účastnila kontrolní skupina. Nejúčinnější předpokládám, že bude kombinace nácviku dovedností ve virtuálním prostředí a kognitivně-behaviorální terapie. Hypotézou také je, že účinky nácviku ve virtuálním prostředí přetrvají přes časové období 6 měsíců, respektive 1 roku.

V experimentu budeme mít 4 skupiny účastníků:

Skupina A: subjekty, které podstoupí nácvik sociálních situací ve virtuálním prostředí

Skupina B: subjekty, které podstoupí nácvik sociálních situací ve virtuálním prostředí a zároveň budou v průběhu experimentu účastny skupinové kognitivně-behaviorální terapie

Skupina C: subjekty, které budou v průběhu experimentu účastny pouze skupinové kognitivně-behaviorální terapie

Skupina D: subjekty, které v průběhu trvání experimentu nebudou účastny žádné formy terapie nebo nácviku sociálních situací.

Pro podrobný rozpis skupin viz Příloha.

Skupiny A a B považujeme za experimentální, skupiny C a D za kontrolní. Základním předpokladem je, že absolvování kognitivně-behaviorální terapie má vyšší vliv na snížení úzkosti v sociálních situacích než neabsolvování žádné formy terapie (Prašková & Praško, 2000).



### **Hypotézy:**

- 1) Skupina A dosáhne v průměru lepších skóreů na Liebowitzově stupnici sociální fobie a Sheehanově stupnici úzkosti než skupina D.
- 2) Skupina A dosáhne v průměru stejných skóreů na Liebowitzově stupnici sociální fobie a Sheehanově stupnici úzkosti než skupina C.
- 3) Skupina B dosáhne v průměru lepších skóreů na Liebowitzově stupnici sociální fobie a Sheehanově stupnici úzkosti než skupina D.
- 4) Skupina B dosáhne v průměru lepších skóreů na Liebowitzově stupnici sociální fobie a Sheehanově stupnici úzkosti než skupina C.
- 5) Při retestu po 6 a 12 měsících budou stále platit hypotézy 1) – 4).

## **7.4 Postup výzkumu**

V první fázi po rekrutaci necháme účastníky během 4 týdnů projít sadou sociálních situací v reálném světě, po nichž vyplní Liebowitzovu škálu sociální fobie a Sheehanovu škálu úzkosti. Ty budou vstupními hodnotami pro experiment. V samotném experimentu se účastníci registrují do virtuálního světa Second Life ve své virtuální identitě, kterou si vytvoří dle možností tohoto světa. Tam poté během několika týdnů podstoupí nácvik sociálních situací simulovaných přes rozhraní Second Life. Na konci experimentu opět vyplní zmíněné stupnice, které budou výstupními hodnotami z experimentu. Poté opět projdou sadou sociálních situací v reálném světě a na škálách změříme, zda se jejich sociální úzkost vlivem virtuálního nácviku změnila. Po 6 a 12 měsících dojde k re-testu opětovným podstoupením sociálních situací v reálném světě a vyplněním škál.

### **7.4.1 Výběr účastníků výzkumu**

Výběr účastníků výzkumu bude probíhat dvěma cestami. První cestou bude oslovení lékařů a psychologů, u nichž je vysoká pravděpodobnost, že k nim na léčbu nebo terapii docházejí lidé trpící sociální fobií. Ty oslovíme s prosbou, aby účast na výzkumu nabídli svým pacientům či klientům a vysvětlíme jim výzkumný záměr. Požádáme je, aby s nimi vyplnili Liebowitzovu a Sheehanovu stupnici a na základě toho určili, zda pacienti/klienti ochotní spolupracovat patří do skupiny s mírnou (I), středně vážnou (II) nebo vážnou (III) sociální fobií. Skupiny budou odpovídat výsledkům Liebowitzovy stupnice (skupina s mírnou sociální fobií: skóre 30 až 59, skupina se středně vážnou sociální fobií: skóre 60 až 89, skupina s vážnou sociální fobií: skóre 90 a výš). Skupiny chci oddělit, aby bylo možné

sledovat posun u všech skupin jednotlivě. Jsem si vědoma možné újmy na ekologické validitě, nicméně v tomto případě dávám přednost vyhodnocení skupin zvlášť. V případě, že nebude možné naplnit požadovaný počet účastníků, dojde k přerozdělení účastníků podle Liebowitzovy stupnice (např. 30 – 70, 70 a výš).

Druhou cestou bude samovýběr potenciálních účastníků přes online diskuzní fóra a stránky, zaměřené na sociální fobii (například [www.socialnifobie.info](http://www.socialnifobie.info), apod.). Zájemci o účast ve výzkumu se dostaví na pohovor (buď fyzicky, nebo přes Skype) s výzkumným lékařem, který s nimi vyplní Liebowitzovu a Sheehanovu stupnici a po rozhovoru s nimi pomůže určit zařazení do experimentálních skupin obdobným způsobem, jako první cestou.

Ve výsledku chceme získat 4 skupiny (A, B, C, D) pro každou úroveň sociální fobie (sety I, II a III). V každé skupině bude 10 lidí, celkově tedy 120 účastníků. Vzhledem k 13% prevalenci sociální fobie (různých úrovní) v populaci (Prašková & Praško, 1999) předpokládám, že se počet podaří naplnit. Je zapotřebí brát v úvahu ochotu účastníků participovat na experimentu ve virtuálním prostředí. Na druhou stranu i neochota participovat je zajímavou zpětnou vazbou na budoucí využitelnost nácviku ve virtuálním prostředí jako terapeutického nástroje.

Vzhledem k omezeným informacím o demografické struktuře populace trpící sociální fobií se budeme snažit o reprezentativitu vůči celkové populaci, s přihlédnutím k ochotě vstoupit do experimentu, která bude korelovat s počítačovou gramotností (tedy předpokládám vyšší ochotu i schopnost se zúčastnit u mladších účastníků, obyvatel měst a lidí s vyšším vzděláním).

Vzhledem k nácviku sociálních situací spojených s partnerskými vztahy budeme skupiny sestavovat co možná nejvyváženěji podle pohlaví.

#### 7.4.2 Vytvoření online platformy a její popis

Pro experiment bychom nechali vytvořit uzavřený systém v rámci projektu Second Life. Second Life umožňuje provádění výzkumů ve svém prostředí a je možné si vybudovat samostatnou platformu, která nebude dostupná ostatním uživatelům Second Lifu, pouze účastníkům experimentu a interakce s externími uživateli bude pouze formou řízené intervence (v případě nácviku interakce s autoritou, při potřebě většího množství postav při tréninku veřejného projevu, apod.). Je také možné kombinovat experimentální a obvyklé

prostředí Second Lifu s tím, že účastníci nějakou dobu stráví v uzavřeném systému plněním úkolů, poté ale budou mít možnost interagovat i se zbytkem populace Second Life.

System by měl formu městečka, s vnitřním i venkovním prostředím pro nácvik různorodých sociálních situací. Měla by zde být diskuzní místnost, společenská místnost, místnost pro intimní rozhovory a venkovní prostředí, jako park, obchodní centrum, apod.

Účastníci by měli možnost vytvořit si personalizovaný avatar v plném rozsahu možností Second Lifu (bez omezení nutností nákupu některého vybavení, která se na standardní uživatele Second Lifu vztahuje).

Pro zabezpečení psychické pohody účastníků by po celou dobu experimentu fungovala supervize psychology, na které by se účastníci mohli kdykoliv obrátit v případě, že by v nich virtuální prostředí vyvolávalo úzkost nebo jiné potíže. Ostatní postavy ve virtuálním prostředí nebudou o komunikaci daného účastníka s psychologem zpraveny. Psycholog vůči skupině bude vždy vystupovat pouze jako pozorovatel, nikdy nebude přímo intervenovat do sociálních situací.

Ve virtuálním prostředí experimentu budou dva speciální instituty, které mohou účastníci v případě nutnosti použít.

Institut „stop“ umožňuje ukázat „stopku“ v případě, že situace je účastníkovi momentálně nanejvýš nepříjemná a chce si odpočinout. Po dobu zvednutého „stop“ se může účastník odmlčet a ostatním postavám bude znemožněná interakce s ním. Když se účastník bude cítit, že může pokračovat, „stop“ svému avataru odebere a pokračuje v aktivitě.

Institut „exit“ umožňuje účastníkovi opustit místnost nebo sociální situaci a neúčastnit se až do konce aktivity.

Psycholog v roli pozorovatele bude mít za úkol sledovat frekvenci používání „stop“ a „exitu“ a nabídnout konzultaci jak účastníkovi, který ji použije, tak účastníkovi, s nímž právě sdílel sociální situaci (například v případě nácviku intimního rozhovoru se může účastník cítit znejistěný, proč druhý použil „exit“). Bude též možnost zprostředkování vysvětlení postavě či skupině, pokud nějaký účastník použije „stop“ či „exit“. Kdykoliv bude samozřejmě také možnost zcela odstoupit od celého experimentu.

Při experimentu bude přítomna postava moderátora, který bude vysvětlovat pravidla jednotlivých sociálních situací a zadávat úkoly, může také fungovat jako facilitátor diskuze,

pokud to bude nutné. S účastníky bude komunikovat jak v jednotlivých místnostech a sociálních situacích, tak po e-mailu nebo chatu.

Pro anonymizaci experimentu nebude znát pravou identitu účastníků nikdo z ostatních účastníků, ani moderátor či psycholog. Stejně tak i moderátor a psycholog budou mít pravou identitu skrytou před účastníky. Pravou identitu všech zúčastněných znají pouze výzkumníci.

#### 7.4.3 Pilotní část experimentu

Před začátkem výzkumu provedeme s testovací skupinou 10 osob s nulovou nebo mírnou sociální úzkostí, kterým obvykle sociální situace nedělají problémy, vystavení sociálním situacím v reálném světě, abychom otestovali časovou náročnost nebo jiné nežádoucí proměnné, které by nám do výzkumu mohly vstupovat. Podle nich upravíme seznam sociálních situací k provedení.

Dva týdny před samotným experimentem provedeme zkušební provoz online platformy Second Life a nácviku sociálních situací uvnitř platformy.

Pokusné osoby z testovací skupiny budou mít za úkol vyzkoušet registraci do prostředí Second Life, vytvořit personalizovaný profil, pohybovat se v prostředí a vyzkoušet jeho možnosti. Budou se pobývat jak v prostředí nadefinovaném speciálně pro účely výzkumu, tak volně v Second Lifu jako takovém. Poté budou zkoušet nácvik všech sociálních situací designovaných pro virtuální prostředí.

Po otestování prostředí proběhne s testovací skupinou debrief a podniknuty kroky k odstranění nežádoucích proměnných objevených v rámci pilotáže a k úpravě virtuálního prostředí tak, aby lépe odpovídalo záměrům výzkumu.

#### 7.4.4 Vlastní experiment

Výzkum proběhne v rozmezí půl roku a bude rozdělen do několika částí: rekrutace, přípravná fáze, fáze experimentu, fáze ověřování v reálném světě a re-testy. Pro podrobné načasování experimentu viz další kapitola.

Po rekrutaci dojde k absolvování sociálních situací účastníky v reálném světě (pro seznam situací viz Příloha). Na základě pilotáže bude stanoveno, zda si účastníci budou moci vybrat určité situace, nebo zda o některé budou přímo požádáni a zbytek budou moci volit

dle uvážení. Výsledkem budou vyplněné Liebowitzova a Sheehanova stupnice jako vstup do experimentu.

Poté proběhne registrace účastníků skupin A a B do virtuálního prostředí, tvorba avataru a tutoriál pohybu ve virtuálním prostředí, na něž bude navazovat samotný experiment v podobě nácviku sociálních situací (simulace stejných situací, jaké si měli možnost vyzkoušet v reálném světě) podle časového rozpisu (ten je nutný pro možnost asistence psychologa a výzkumného týmu všem skupinám paralelně). Souběžně budou účastníci požádáni, aby si vedli deník, v němž si budou poznamenávat postřehy jak k aktivitám, které prožili ve virtuálním světě, tak k tomu, co se děje v jejich reálném životě, abychom mohli ex post vysledovat, zda jejich chování neovlivnily důležité životní události. Účastníci skupin C a D budou též požádáni o vedení deníku událostí.

Po experimentu opět vyplní stupnice, které budou výstupní hodnotou z experimentu. Poté dojde k opětovnému absolvování sociálních situací naživo a vyplnění stupnice. Všechny vyplněné stupnice budou podkladem pro analýzu a potvrzení či vyvrácení hypotéz.

Pro účastníky bude k dispozici psychologická péče i po skončení experimentu pro případ, že by u někoho došlo k akutnímu zvýšení úzkosti či jiným vážným potížím.

Po 6 a 12 měsících dojde k re-testu, kdy účastníci opět absolvují sociální situace v reálném světě, abychom měli data pro posouzení trvanlivosti účinku nácviku ve virtuálním světě.

#### 7.4.5 Načasování výzkumného projektu

Výzkumný projekt proběhne v průběhu 6 měsíců, s následnou revizí po 6 a 12 měsících. Časový plán výzkumu bude následující (ukázka pro skupinu A paralelně u setů I, II a III):

<b>Týdny</b>	<b>Náplň z hlediska účastníka</b>	<b>Náplň z hlediska výzkumného týmu</b>
<b>Týden 1 - 6</b>	Přihlášení do experimentu, vyplnění Liebowitzovy stupnice a sebeposouzení pro počítačovou gramotnost	Vytváření experimentálních skupin, spolupráce s lékaři Briefing účastníků pro úvodní část in vivo
<b>Týden 7 - 10</b>	Absolvování sociálních situací in vivo, v reálném světě, poté vyplnění Liebowitzovy a	Pilotáž – testování sociálních situací v reálném světě a platformy Second Life lidmi bez sociální fobie nebo s mírnou sociální fobií, odstranění

	Sheehanovy stupnice jako vstup pro experiment	nežádoucích intervenujících proměnných
<b>Týden 11</b>	Registrace do platformy Second Life, vytvoření profilu virtuální identity	Kontrola průběhu registrací, případné úpravy prostředí Briefing účastníků pro experiment
<b>Týden 12 - 16</b>	Samotný experiment – nácvik sociálních situací ve virtuálním světě Second Life a vedení deníků	Sledování experimentu, administrace sociálních situací
<b>Týden 17</b>	Debriefing, zpětná vazba a vyplnění Liebowitzovy a Sheehanovy stupnice jako výstup z experimentu	Debriefing experimentu, briefing účastníků pro finální část in vivo
<b>Týden 18 - 21</b>	Opětovné absolvování sociálních situací in vivo, v reálném světě, poté vyplnění Liebowitzovy a Sheehanovy stupnice jako výstup z výzkumného projektu	Zpracování deníků, zpětné vazby a výstupů z experimentu
<b>Týden 22 - 25</b>	Již není třeba aktivní účast	Zpracování výsledků výzkumu
<b>Po 6 měsících</b>	Opětovné vyplnění Liebowitzovy a Sheehanovy stupnice pro re-test	Zpracování výsledků re-testu
<b>Po 12 měsících</b>	Opětovné vyplnění Liebowitzovy a Sheehanovy stupnice pro re-test	Zpracování výsledků re-testu

Pro skupinu B platí stejný časový plán jako pro skupinu A, jen v týdnech 11 – 18 budou navíc docházet na kognitivně-behaviorální terapii s nácviky sociálních situací v reálném světě.

Pro skupinu C platí stejný časový plán, jen v týdnech 11 – 18 se nebudou účastnit samotného experimentu ve virtuálním světě, budou místo toho docházet na kognitivně-behaviorální terapii s nácviky sociálních situací v reálném světě.

Pro skupinu D platí stejný časový plán, jen v týdnech 11 – 18 nepodstoupí žádnou formu terapie ani nácviku sociálních dovedností.

## 7.5 Popis a rozbor dat

V analýze dat budeme srovnávat skóry na Liebowitzově škále sociální fobie a Sheehanově škále úzkosti, a to hodnoty před vstupem do experimentu po prvotním vystavení reálným sociálním situacím (nebudeme brát jako vstupní hodnoty ty, které je při rekrutaci kvalifikují pro zařazení do jednotlivých skupin, neboť již vystavení reálným sociálním situacím u nich může hodnoty posunout), hodnoty po experimentu ve virtuálním světě, a konečně po opětovném vystavení sociálním situacím.

Pro statistickou analýzu použijeme párový t-test, který porovná skupinové výsledky v čase, tedy před experimentem a po experimentu.

## 7.6 Potvrzení nebo vyvrácení hypotéz

Na základě výsledků testů a rozboru dat po experimentu (týden 22 – 25) se rozhodneme, zda zamítnout či ne hypotézy 1) až 4) ohledně předpokladů výsledků jednotlivých skupin. Na základě výsledků testů a rozboru dat při re-testech po 6 a 12 měsících se rozhodneme, zda zamítneme či ne hypotézu 5), tedy ohledně stálosti pravdivosti či nepravdivosti hypotéz 1) až 4) v čase.

## 7.7 Diskuze

Diskuze poskytne prostor rozboru různých aspektů realizovaného experimentu. Zaměří se především na sporné body, které se vyskytly při přípravě experimentu, výběru vzorku, průběhu samotného experimentu nebo při zpracování dat. Vyhodnotíme kontrolu nežádoucích intervenujících proměnných a vyvodíme závěr, do jaké míry mohla tato kontrola omezit ekologickou validitu experimentu. Upozorníme na přednosti a rezervy statistického zpracování dat a zvolených metod. Zároveň bude navržen způsob aplikace poznatků a rozšíření provedeného výzkumu.

Ošetření intervenujících proměnných v experimentu bude poměrně složité, vzhledem k tomu, že experiment bude probíhat v rámci dlouhého období, může dojít k mnoha událostem, které i přes vedení deníku účastníci nemusejí plně reflektovat. Proměnnou, kterou můžeme jen obtížně ovlivnit, je věk účastníků, neboť dopředu předpokládáme, že do výzkumu se budou spíše hlásit mladší lidé. I to je však cenným podnětem pro případná omezení budoucí aplikace projektu nácviku ve virtuálním prostředí.

Jednou z otázek je míra zásahu a účasti psychologa na experimentu. V současném designu experimentu je psycholog přítomen po celou dobu experimentu coby pojistka pro účastníky, kteří budou mít s nácvikem sociálních situací problémy. Institut psychologa je zařazen i proto, aby pomohl odhalit potíže způsobené charakterem virtuálního prostředí (nevhodně simulované prostředí určitých sociálních situací, apod.) nebo chováním ostatních účastníků, které by se v reálném světě pravděpodobně nevyskytovalo (například pokud budou dva účastníci v nácviku sociální situace „schůzky se záměrem navázat romantický nebo sexuální vztah“ a jeden z partnerů nečekaně použije institut „exit“, psycholog může nabídnout oběma podporu a rozebrat s nimi, jak k situaci došlo). Na druhou stranu samotná

existence možnosti obrátit se kdykoliv na psychologa (byť jen písemnou formou na online chatu) může snižovat ekologickou validitu experimentu, neboť v reálných situacích člověk podobnou možnost pravděpodobně mít nebude. Z tohoto důvodu by bylo vhodné po úpravě charakteristik prostředí, popřípadě vnitřních pravidel systému, provést experiment bez asistence psychologa. Stejným způsobem je vhodné přistoupit k pojetí postavy moderátora a míře jeho zasahování do chodu skupiny.

V návrhu výzkumu je vyloučena možnost interakce účastníků výzkumu s ostatními uživateli platformy Second Life. Vzhledem k tomu, že se ale obvykle lidé se sociální fobií na internetu pohybují nejen v prostředí diskuzních fór a skupin s tématem sociální fobie, pro zvýšení ekologické validity by bylo vhodné otestovat i způsob, jakým budou sociální situace zvládat v rámci běžného prostředí Second Lifu. Jako varianta se nabízí vytvoření experimentální skupiny E, která se místo nácviku v uzavřeném prostředí bude pohybovat v celém světě Second Life, nebo dedikování určitého časového úseku všem skupinám, aby se mohli pohybovat v otevřeném systému. Zároveň je vhodné podchytit (například formou deníkového záznamu) míru, s jakou se účastníci výzkumu budou během výzkumu zajímat o téma sociální fobie nad rámec experimentu – například studovat informace o tématu, bavit se se svým okolím, apod.

Dalším tématem by byl počet sociálních situací, které by účastníci měli vyzkoušet jak v reálném světě, tak v tom virtuálním. Je důležité zvolit počet, který bude pro účastníky zvladatelný, abychom snížili jejich odchodovost z experimentu v průběhu experimentu, zároveň ale dostatečný proto, aby jejich nácvik ve virtuálním světě mohl přinést výsledky pro reálný život. Důležitým krokem pro určení optimálního počtu bude pilotáž, v níž testovací skupina vyzkouší všechny situace. Je poté možné buď snížit, nebo zvýšit počet sociálních situací, případně seskupit sociální situace podle obdobných úrovní obtížnosti a nechat si z každé skupiny účastníky vybrat. V úvahu přichází i hodnocení jednotlivých situací body a podle frekvence a úspěšnosti podstoupení situací srovnávat bodové výsledky účastníků (ty nebudou ostatním subjektům samozřejmě známe).

S počtem úkolů souvisí i celková časová náročnost experimentu, která nesmí účastníkům bránit v běžném životě (zaměstnání, studiu, apod.). I tuto otázku je nutné ošetřit v pilotáži.

Důležitým aspektem experimentu bude ochota lidí se ho účastnit. Pokud bude prokázáno, že výcvik ve virtuálním prostředí přináší zajímavé výsledky, je velmi žádoucí



moci odhadnout, kolik lidí bude ve skutečnosti ochotných takový nácvik využívat a zda implementace nácviku do rámce terapie má smysl či ne.

Pro srovnávací a experimentální skupiny, v nichž účastníci budou docházet na kognitivně-behaviorální terapii (skupiny B a C), vyvstává otázka ochoty účastnit se buď individuální, nebo skupinové terapie. To může ovlivnit výsledky nácviku sociálních situací. Zároveň, pokud budou účastníci docházet na skupinovou terapii, je nutné zajistit, aby se na skupině nepotkali s jinými výzkumnými subjekty. Vzhledem tomu, že účastníci budou do skupin (A až D) přiřazeni v rámci stanovených kritérií náhodně, je vhodné obzvláště kontrolní skupině, která se nebude v průběhu experimentu účastnit žádné formy terapie, nabídnout psychologickou pomoc po skončení experimentu, aby se jí v případě potřeby dostalo péče.

Další otázky jistě vyjdou na světlo v průběhu samotného experimentu a budou v diskuzi ošetřeny ex post.

V neposlední řadě vyvstává finanční hledisko realizace výzkumu. Vzhledem k jeho komplexitě a povaze platformy, na níž bude prováděn, předpokládám značnou finanční zátěž s ním spojenou. Jako podmínku uskutečnění výzkumu bych tedy stanovila získání grantu finanční podpory. O grant bych primárně žádala Grantovou agenturu České republiky (GAČR, 2014), případně Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy (MŠMT, 2014) na specifický vysokoškolský výzkum, pro nějž bych se coby studentka VŠ mohla kvalifikovat. Zároveň bych zvažila žádost o příspěvek u nadací různých korporací, například telekomunikačních operátorů (nadace Think Big od O2 již v minulosti podpořila projekty zaměřené na sociální fobii) (ThinkBig, 2014).

## 7.8 Výstupy z výzkumu

Závěr výzkumného projektu bude věnován aplikovatelnosti výsledků do praxe – tedy v ideálním případě, zda ano či ne využít nácvik sociálních dovedností ve virtuálním prostoru jako jeden z vhodných doplňků klasické terapie nebo farmakoterapie při léčbě sociální fobie nebo jako vhodnou tréninkovou pomůcku pro nácvik sociálních dovedností pro snižování sociální úzkosti.

Dále na základě podnětů z diskuze navrhneme kroky pro další případný výzkum na toto téma, či jeho rozšíření. Zajímavý by byl například výzkum nácviku ve virtuálním prostředí jako modelu pro nácvik dalších dovedností, nebo řešení dalších psychických potíží.

## 8 Závěr

Lidé ve společnosti ztělesňují řadu sociálních rolí a to, kým jsme v kyberprostoru, a co promítáme do své virtuální reprezentace, je jednou z nich. Fyzicky sedíme na židli před obrazovkou počítače, virtuálně můžeme v tu samou dobu zažívat různá dobrodružství, seznamovat se s potenciálním partnerem nebo řešit pracovní projekt s kolegou na druhém konci světa. Ačkoliv se do online světa vydáváme pouze svou myslí, je nutné si přiznat, že vliv kyberprostoru proniká i do našeho reálného světa a vzhledem k místu, které internet v našem životě zaujímá a čím dál více zaujímat bude, je moudré neztratit ze zřetele, že kromě pozitivních aspektů s sebou nese i stinné stránky.

Teoretická část práce na příkladech ukázala, že díky internetu můžeme najít oporu v ostatních při řešení problémů, zvýšit svou sebedůvěru prezentováním vlastních myšlenek online, rozšířit sociální okruh, zažít rozmanitá dobrodružství ve virtuálním světě nebo pracovat na rozvoji svých dovedností. Naopak nám hrozí nebezpečí agresivních až nenávistných výlevů, obtěžování až pronásledování od lidí, kteří se kvůli internetové anonymitě domnívají, že jsou obtížně vysledovatelní, dále pak závislost na internetu a s ní spojené pocity prázdnoty, když nejsme na síti, a další obtíže.

Lidé s psychickými obtížemi vnímají internet jak na stejné rovině, jako „zdraví“ uživatelé, tak na něj nahlízejí skrze svou poruchu, kterou virtuální prostředí jak kladně, tak záporně ovlivňuje. Mohou zde najít podporu a pomoc se svým problémem, na druhou stranu kyberprostor může některé jejich projevy katalyzovat a ve výsledku na ně mít škodlivý dopad.

Je tedy důležité hledat více způsobů, jak přenést z virtuálního do reálného prostředí především pozitivní vlivy internetu. V empirické části práce je zobrazena snaha o ověření možnosti takového přenosu pro lidi trpící sociální úzkostí. Nácvik sociálních dovedností, pokud by se prokázala jeho účinnost, by se mohl stát vhodným podpůrným prostředkem pro řešení sociální úzkosti a fobie a zařadit se tak k online nástrojům, rozvíjejícím dovednosti uživatelů internetu.

## 9 Literatura

- Adams, P. C. (1997): *Cyberspace and virtual places*. Geographical review, 97 (2). pp. 155-177.
- Ali, A. I. and Wibowo, K. (2011) Online Dating Services - Chronology and Key Features Comparison with Traditional Dating. *Competition Forum, 2011, vol. 9, no. 2*. pp. 481-488.
- American Dialect Society (2002). [www.americandialect.org/2002\\_words\\_of\\_the\\_year](http://www.americandialect.org/2002_words_of_the_year). Datum přístupu: 7. 7. 2014.
- Anderson, P., Price, M., Edwards, S., Obasaju, M., Schmertz, S., Zimand, E., & Calamaras, M. (2013). Virtual reality exposure therapy for social anxiety disorder: A randomized controlled trial. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, vol. 81(issue 5), pp. 751-760.
- Andersson, G., Carlbring, P., Holmström, A., Sparthán, E., Furmark, T., Nilsson-Ihrfelt, E., Buhrman, M., & Ekselius, L. (2006). Internet-based self-help with therapist feedback and in vivo group exposure for social phobia: A randomized controlled trial. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, vol. 74(issue 4), pp. 677-686.
- Anderson, J. Q. (2005). *Imagining the internet: personalities, predictions, perspectives*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Banks, M. A. (2008). *On the Way to the Web: The Secret History of the Internet and Its Founders*. APress/Springer Verlag.
- Barabási, A. (2005). *V pavučině sítí*. Praha: Paseka.
- Bartle, R. A. (2004). *Designing Virtual Worlds*. New York: New Riders Publishing.
- Baym, N. K. (2010). *Personal connections in the digital age*. Cambridge: Polity.
- Ben-Ze'ev, A. (2004). *Love online: emotions on the Internet*. New York: Cambridge University Press.
- Boase, J., Horrigan, J., Wellman, B., Rainie, L. (2006). *The internet and email aid users in maintaining their social networks and provide pathways to help when people face big decisions*. Dostupné z: [www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2006](http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2006). Datum přístupu: 2. 7. 2014.

- Boellstorff, T. (2008). *Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human*. New Jersey: Princeton University Press.
- Brooks, B. (2014). *Why Facebook is the Cause for Your Loneliness*. Carlsbad: Brock Press.
- Clough, J. (2010). *Principles of cybercrime*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Costa, D. *Second Life: of all the Virtual Worlds we Visited, Second Life is the One we Want to Come Back to the most*. New York: Ziff-Davis Media Inc, Oct 28, 2003.
- DeVito, J. (2008). *Základy mezilidské komunikace*. Praha: Grada.
- Divínová, R. (2005) *Cybersex: forma internetové komunikace*. Praha: Triton.
- Dyson, E. (2001). *Release 2.0.: Vize života v digitálním věku*. Praha: Management Press.
- eBiz MBA (2014). <http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites>. Datum přístupu: 15. 7. 2014.
- Erickson, J. and Johnson, G. M. (2011). Internet use and Psychological Wellness during Late Adulthood. *Canadian Journal on Aging, 06, 2011, vol. 30, no. 2*. pp. 197-209.
- Fearon, J. D. (1999). What is Identity (as we now use the word)? Dostupné z: <https://web.stanford.edu/group/fearon-research/cgi-bin/wordpress/wp-content/uploads/2013/10/What-is-Identity-as-we-now-use-the-word-.pdf>.
- Grantová agentura České republiky (2014). <http://www.gacr.cz/podpora-vyzkumu/>. Datum přístupu: 10. 7. 2014.
- Gibson, W. (1984). *Neuromancer*. New York: Ace Books.
- Gorrindo, T., Groves, J. E. (2012). The Psychodynamics of Transference-A Virtual Reality Model. *American Journal of Psychotherapy, 2012, vol. 66, no. 2*, pp. 151-63.
- Jacoby, J., Speller, D. E., Berning, C. K. (1974): Brand Choice Behavior as a Function of Information Load: Replication and Extension. *Journal of Consumer Research Vol. 1, No. 1 (Jun., 1974)*, pp. 33-42.
- Joinson, A. N. (2003). *Understanding the psychology of Internet behaviour: virtual worlds, real lives*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Kebza, V. (2005). *Psychosociální determinanty zdraví*. Academia, Praha.

- Kicklighter, K., Guthrie, P. (2001) *Online Therapy Offers Anonymity, has its Drawbacks. Special section: Healthy Living*. Atlanta: GA. Apr 22, 2001.
- Kopecký, K., Krejčí, V. (2010): *Rizika virtuální komunikace*. Olomouc: Net University, 2010.
- Lieb, R. (2011). *Content Marketing. Think Like a Publisher – How to Use Content to Market Online and in Social Media*. New York: Que Publishing.
- Liebowitz M. R. (1987). *Social Phobia*. Mod Probl Pharmacopsychiatry.
- Linden Lab (2014), <http://www.lindenlab.com>. Datum přístupu: 13. 7. 2014.
- Livingstone, S. (2008). *Internet Literacy: Young People's Negotiation of New Online opportunities. Digital Youth, Innovation, and the Unexpected*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Mansell, R., & Nietzsche, F. (2012). *Imagining the Internet: communication, innovation, and governance*. Oxford: Oxford University Press.
- Matheson, K, Zanna, M. P. (1988). The Impact of Computer-Mediated Communication. *Computer in Human Behavior*, 4, pp. 221 - 233
- Mazzarella, S. R. (2010). *Girl wide Web 2.0: revisiting girls, the internet, and the negotiation of identity*. New York: Peter Lang.
- Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy (2014), <http://www.msmt.cz/vyzkum-a-vyvoj/pravidla-pro-poskytovani-ucelove-podpory-na-specificky>. Datum přístupu: 10. 7. 2014.
- Nakonečný, M. (1998). *Psychologie osobnosti*. Praha: Academia.
- Nadace O2, projekt Think Big (2014), <http://www.o2thinkbig.cz/>. Datum přístupu: 10. 7. 2014.
- Nielsen Company (2014), <http://www.nielsen.com>. Datum přístupu: 2. 7. 2014.
- Nový, I. (2005). *Spolupráce přes hranice kultur*. Praha: Management Press.
- Palfrey, J. G., Gasser, U. (2008). *Born digital: understanding the first generation of digital natives*. New York: Basic Books.

- Pew Research Internet Project (2014). <http://www.pewinternet.org>. Datum přístupu: 2. 7. 2014.
- Prašková, H., & Praško, J. (1999). *Trápí vás nadměrný stud, aneb, Jak překonat sociální fóbii*. Praha: Grada.
- Prašková, H., & Praško, J. (2000). *Úzkostné a fobické poruchy: malá psychiatrie pro praktické lékaře*. Praha: Galén.
- Raghubir, P., Srivastava, J. (2008). Monopoly money: The effect of payment coupling and form on spending behavior. *Journal of Experimental Psychology: Applied*. 2008, vol. 14, issue 3, s. 213-225
- Ricardo, F. J. (2009). *Cyberculture and new media*. Amsterdam: Rodopi.
- Riha, D. (2012). *Frontiers of cyberspace*. Amsterdam: Rodopi.
- Ross, C., Orr, E. S., Sisic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G., Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior* 25 (2009). pp. 578–586.
- Rushkoff, D. (1994). *Cyberia. Life in the Trenches of Hyperspace*. New York: Clinamen Press.
- Sheehan, D. V. (1983). *The Anxiety Disease*. New York: Charles Scribner & Sons.
- Shenk, D. (1997). *Data smog: surviving the information glut*. San Francisco: Harper Edge.
- Schouten, A., Valkenburg, P., & Peter, J. (2009). An Experimental Test of Processes Underlying Self-Disclosure in Computer-Mediated Communication. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 3(2), article 3.
- Schwartz, B. (2004). *The paradox of choice: why more is less*. New York: HarperCollins.
- Scott, M. (2013). *The New Rules of Marketing and PR. How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases and Viral Marketing to Reach Buyers Directly*. New Jersey: John Wiley and Sons.
- Smolík, P. (2002). *Duševní a behaviorální poruchy: průvodce klasifikací, nástin nozologie, diagnostika*. Praha: Maxdorf.
- Sociální fobie info. (2014). <http://www.socialnifobie.info>. Datum přístupu: 18. 7. 2014.

- Soukup, P. a kol.(2008). *Češky a Češi v kyberprostoru*. Praha: FSV UK, 2008.
- Sparrow, B., Liu, J., Wegner, D. M. (2011). *Google Effects on Memory: Cognitive Consequences of Having Information at Our Fingertips*. Dostupné z: <http://www.sciencemag.com>. Datum přístupu: 2. 7. 2014.
- Stross, R. (2008). *Planeta Google: O troufalém plánu jedné firmy organizovat všechno, co známe*. Brno: Computer Press.
- Suler, J. (1998a): *Cyberspace as Psychological Space*. In *The Psychology of Cyberspace*, Dostupné z: [http:// www.rider.edu/users/suler/psycyber/psycyber.html](http://www.rider.edu/users/suler/psycyber/psycyber.html). Datum přístupu: 20. 6. 2014.
- Suler, J. (1998b): *The Basic Psychological Features of Cyberspace*. In *The Psychology of Cyberspace*. Dostupné z: [http:// www.rider.edu/users/suler/psycyber/psycyber.html](http://www.rider.edu/users/suler/psycyber/psycyber.html). Datum přístupu: 20. 6. 014.
- Suler, J. (1998c): *E-Mail Communication and Relationships*. In *The Psychology of Cyberspace*, Dostupné z: [http:// www.rider.edu/users/suler/psycyber/psycyber.html](http://www.rider.edu/users/suler/psycyber/psycyber.html). Datum přístupu: 20. 6. 2014.
- Suler, J. (2001): *The Online Disinhibition Effect*. In *The Psychology of Cyberspace*, Dostupné z: [http:// www.rider.edu/users/suler/psycyber/psycyber.html](http://www.rider.edu/users/suler/psycyber/psycyber.html). Datum přístupu: 20. 6. 2014.
- Šindelář, J. (2005). Počítačová gramotnost v ČR - unikátní průzkum znalostí populace. Dostupné z: <http://www.zive.cz/Clanky/Pocitacova-gramotnost-v-CR---unikatni-pruzkum-znalosti-populace/sc-3-a-126364/default.aspx>. Datum přístupu: 5. 7. 2014.
- Šmahel, D. (2003). *Psychologie a internet: děti dospělými, dospělí dětmi*. Praha: Triton.
- Taylor, M. & Quayle, E. (2003). *Child pornography: an Internet crime*. Hove: Brunner-Routledge.
- Tredinnick, L. (2008). *Digital information culture: the individual and society in the digital age*. Oxford: Chandos.
- Vybíral, Z. (2002). Výzkum disinhibice u mladých uživatelů chatu. In Plaňava, I., Pilát, M. *Děti, mládež a rodiny*. Brno: Barrister&Principal. Str. 275 – 288.
- Vybíral, Z. (2005). *Psychologie lidské komunikace*. Praha: Portál.

Výrost, J., Slaměník, I. (2008). *Sociální psychologie: moderní učebnice sociální psychologie*. Praha: Grada.

Waggoner, Z. (2009). *My Avatar, My Self: Identity in Video Role-Playing Games*. Jefferson: McFarland and Company, Inc. Publishers.

Weiss, P. (2002). *Sexuální deviace: klasifikace, diagnostika, léčba*. Praha: Portál.



## 10 Přílohy

### **Příloha 1 : Kritéria závislosti na internetu podle Kimberley Young (Suler, 1998)**

Člověk je hodnocený jako závislý na internetu, pokud odpoví „ano“ na alespoň 4 z následujících 10 otázek:

1. Máte pocit, že myslíte na internet nebo on-line služby, když jste offline?
2. Cítíte potřebu trávit více času online, abyste dosáhli uspokojení?
3. Nejste schopni kontrolovat své používání internetu?
4. Cítíte se neklidní nebo vznětliví a popudliví, když se pokoušíte ukončit své online aktivity?
5. Chodíte na internet, abyste unikli před problémy či se zbavili pocitů bezmocnosti, viny, úzkosti nebo deprese?
6. Lžete rodině a přátelům, abyste zakryli, jak často a jak dlouho býváte online?
7. Riskujete svým používáním internetu ztrátu významného vztahu, zaměstnání nebo příležitosti pro vzdělání či kariéru?
8. Přestože utrácíte příliš mnoho peněz za internetové poplatky, stále se vracíte do online prostředí?
9. Máte abstinenční příznaky, jako narůstající depresi, náladovost nebo popudlivost, když jste offline?
10. Zůstáváte online déle, než jste původně zamýšleli?

## **Příloha 2: Sociální fobie**

Převzato z: knihy Duševní a behaviorální poruchy (Smolík, 2002)

### **1. Definice**

Strach ze zkoumavých pohledů, který vede ke strachu ze styku s jinými lidmi. Závažnější sociální fobie jsou obvykle spojeny s nízkým sebevědomím a strachem z kritiky. Pacienti si mohou stěžovat na to, že se červenají, na třes rukou, nauzeu nebo nucení k močení, přičemž někdy jsou přesvědčeni o tom, že primárním problémem je některý z těchto sekundárních projevů úzkosti. Příznaky se mohou stupňovat až k panické atace.

### **2. Diagnostika**

#### **Diagnostická kritéria MKN-10 pro 40.1 Sociální fobie**

- A. Musí být přítomny oba následující příznaky:
  - (1) výrazný strach být středem pozornosti nebo strach ze způsobu vlastního chování, který bude trapný nebo ponižující;
  - (2) nápadné vyhýbání se situacím, kdy by pacient byl středem pozornosti neb kdy by se mohl chovat způsobem, který by vedl k rozpakům nebo ponížení.
- B. Od počátku poruch se musí v obávané situaci projevovat současně nejméně dva příznaky úzkosti, společně s nejméně jedním z následujících příznaků:
  - (1) Zrudnutí nebo třesy;
  - (2) Strach ze zvracení;
  - (3) Strach z pomočení nebo pokálení.
- C. Příznaky nebo vyhýbavé chování způsobují výraznou emoční nepohodu a nemocný si uvědomuje, že jsou nadměrné nebo nesmyslné.
- D. Příznaky jsou omezeny na situace, ze kterých má pacient strach, nebo se převážně vyskytují při nich nebo při jejich očekávání.
- E. Nejběžněji užívané vylučovací podmínky. Příznaky uvedené v kritériích A a B nejsou důsledkem bludů, halucinací nebo jiných poruch, jako jsou organické duševní poruchy (F00 – F09), schizofrenie a příbuzné poruchy (F20 – F29), poruchy nálady (F30 – F39) nebo obsedantně-kompulzivní porucha (F42.-), a nejsou výsledkem obecně rozšířených pověr.

### **Příloha 3: Rozložení experimentálních a kontrolních skupin:**

Set představuje celek 4 skupin (A, B, C, D) pro určitou míru vážnosti sociální fobie vyhodnocené na základě Liebowitzovy stupnice a lékařského posudku.

Skupiny A, B, C, D pak označují experimentální skupiny, které se budou experimentu účastnit v různé formě nácviku sociálních dovedností

<b>Set I: Účastníci s mírnou formou sociální fobie</b>	
<b>Index skupiny</b>	<b>Popis skupiny</b>
I.A	Účastníci s mírnou sociální fobií, kteří podstoupí nácvik sociálních situací ve virtuálním prostředí
I.B	Účastníci s mírnou sociální fobií, kteří podstoupí nácvik sociálních situací ve virtuálním prostředí a zároveň budou v průběhu experimentu docházet na kognitivně-behaviorální terapii
I.C	Účastníci s mírnou sociální fobií, kteří budou v průběhu experimentu docházet na kognitivně-behaviorální terapii
I.D	Účastníci s mírnou sociální fobií, kteří nebudou v průběhu trvání experimentu účastni žádné formy terapie nebo nácviku sociálních dovedností.

<b>Set I: Účastníci se středně vážnou formou sociální fobie</b>	
<b>Index skupiny</b>	<b>Popis skupiny</b>
II.A	Účastníci se středně vážnou sociální fobií, kteří podstoupí nácvik sociálních situací ve virtuálním prostředí
II.B	Účastníci se středně vážnou sociální fobií, kteří podstoupí nácvik sociálních situací ve virtuálním prostředí a zároveň budou v průběhu experimentu docházet na kognitivně-behaviorální terapii
II.C	Účastníci se středně vážnou sociální fobií, kteří budou v průběhu experimentu docházet na kognitivně-behaviorální terapii
II.D	Účastníci se středně vážnou sociální fobií, kteří nebudou v průběhu trvání experimentu účastni žádné formy terapie nebo nácviku sociálních dovedností.

<b>Set I: Účastníci s vážnou formou sociální fobie</b>	
<b>Index skupiny</b>	<b>Popis skupiny</b>
III.A	Účastníci s vážnou sociální fobií, kteří podstoupí nácvik sociálních situací ve virtuálním prostředí
III.B	Účastníci s vážnou sociální fobií, kteří podstoupí nácvik sociálních situací ve virtuálním prostředí a zároveň budou v průběhu experimentu docházet na kognitivně-behaviorální terapii
III.C	Účastníci s vážnou sociální fobií, kteří budou v průběhu experimentu docházet na kognitivně-behaviorální terapii
III.D	Účastníci s vážnou sociální fobií, kteří nebudou v průběhu trvání experimentu účastni žádné formy terapie nebo nácviku sociálních dovedností.

#### Příloha 4: Liebowitzova stupnice příznaků sociální fobie

Pro účel experimentu používám překlad dotazníku, jak je prezentován v příručce od Praškové a Praška (1999)

**Instrukce:** Všechny položky hodnotíte podle toho, jak jste se cítil/a v průběhu posledního týdne včetně dnešního dne. Pokud se některá ze situací v průběhu minulého týdne neobjevila, hodnotíte podle svého přesvědčení, jak byste se zachoval/a v případě, že byste byl/a se situací konfrontován/a. Pro každou situaci hodnotíte jak stupeň strachu či úzkosti, tak frekvenci, se kterou jste se vyhýbal/ a nebo byste se vyhýbal/a.

V níže uvedených situacích prožívám strach:

<b>Žádný</b>	<b>Mírný</b>	<b>Střední</b>	<b>Silný</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>

Následujícím situacím se vyhýbám:

<b>Nikdy (0%)</b>	<b>Příležitostně (1 -33%)</b>	<b>Často (34 – 67%)</b>	<b>Obvykle (68 – 100%)</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>

<b>Situace</b>	<b>Strach</b>	<b>Vyhýbání</b>
1. Telefonovat na veřejnosti		
2. Účastnit se aktivity v malé skupině		
3. Jít na veřejnosti		
4. Pít nápoje na veřejnosti		
5. Rozhovor s autoritou		
6. Hrát, vystupovat nebo mluvit před publikem		
7. Trávit čas na večírku		
8. Být pozorován při práci		
9. Být pozorován při psaní		
10. Telefonovat někomu, koho dobře neznáte		
11. Mluvit tváří v tvář s někým, koho dobře neznáte		
12. Mít schůzku s cizím člověkem		
13. Užít veřejné toalety		
14. Vstoupit do místnosti, kde ostatní již sedí		
15. Dostat se do centra pozornosti		
16. Mluvit na schůzi bez předchozí přípravy		
17. Podrobit s testu schopností, dovedností, nebo znalostí		
18. Vyjádřit nesouhlas nebo námitku člověku, kterého dobře neznáte		
19. Dívat se přímo do očí někomu, koho dobře neznáte		
20. Přednést připravenou zprávu před skupinou lidí		
21. Dát si schůzku se snahou navázat romanticky nebo sexuální vztah		
22. Vrátit zakoupené zboží a žádat o vrácení peněz		

23. Uspořádat večírek		
24. Odolat náporu prodejce, dealera nebo pojišťovacího agenta		

### **Vyhodnocení (Liebowitz, 1987):**

Celkově je možné dosáhnout maximálně 144 bodů.

0 – 30 bodů	žádná nebo mírná sociální fobie
30 – 59 bodů	specifická sociální fobie (omezena na určité sociální situace)
60 – 89 bodů	generalizovaná sociální fobie (určité potíže činí většina sociálních situací)
90 a výš:	vážná forma sociální fobie (v tomto bodovém rozpětí se nacházejí pacienti, kteří mohou být i v invalidním důchodu)

## Příloha 5: Sheehanova stupnice úzkosti

Pro účel experimentu používám překlad dotazníku, jak je prezentován v příručce od Praškové a Praška (1999)

**Instrukce:** Zde je uveden seznam problémů a potíží, které lidé někdy mívají. Zaškrtněte sloupec napravo, který nejlépe popisuje, jak moc vás tyto problémy nebo potíže obtěžovaly během posledních 2 týdnů. U každé položky označte pouze jeden sloupec a žádnou položku nevynechejte.

Problém nebo potíž	0	1	2	3	4
	vůbec	málo	středně	značně	extrémně
1. Závratě, pocity na omdlení, točení hlavy					
2. Pocity nejistých nohou					
3. Potíže s rovnováhou, jako byste měli upadnout					
4. Lapání po dechu nebo zrychlené dýchání					
5. Zrychlení tepu nebo bušení srdce					
6. Bolest nebo tlak na hrudi					
7. Dušení nebo pocit knedlíku v krku					
8. Mravenčení nebo znecitlivění v různých částech těla					
9. Návaly horka nebo chladu					
10. Pocity na zvracení nebo žaludeční potíže					
11. Průjmy					
12. Bolesti hlavy nebo šíje					
13. Pocity únavy, slabosti nebo vyčerpanosti					
14. Občas zvýšená citlivost na zvuky, světlo nebo doteky					
15. Stav nadměrného pocení					
16. Pocity, že okolí je divné, nereálné, zamlžené nebo jako za sklem					
17. Pocity oddělení nebo odcizení části nebo celého těla nebo pocity vznášení se					
18. Přílišné starosti o vlastní zdraví					
19. Pocity ztráty kontroly nebo strachu, že se zblázníte					
20. Strach ze smrti, nebo že se stane něco hrozného					
21. Chvění nebo třes					
22. Nečekané návaly depresivní nálady objevující se po malém nebo žádném podnětu					
23. Pocity nálady značně kolísající nahoru a dolů v závislosti na změnách kolem vás					
24. Závislost na druhých					

25. Musíte rituálně opakovat stejnou činnost (například kontrolování, mytí, počtání), i když to není nutné					
26. Opakující se slova nebo myšlenky, které se vám trvale vtírají do mysli a kterých je těžké se zbavit					
27. Potíže s usínáním					
28. Probouzení se uprostřed noci nebo lehký přerušovaný spánek					
29. Vyhýbání se situacím, ze kterých máte strach					
30. Napětí a neschopnost uvolnit se					
31. Úzkost, nervozita, pocity neklidu					
32. Náhlé nečekané záchvaty paniky, objevující se téměř nebo úplně bez příčiny					
33. Náhlé nečekané záchvaty podobné panickým bez úplné paniky, objevující se téměř nebo úplně bez příčiny					
34. Epizody úzkosti, které vznikají, když očekáváte, že musíte něco udělat a které jsou intenzivnější, než u většiny lidí v podobné situaci					
35. Záchvaty paniky, které se objevují, když jste v situaci, ze které máte fobii					

### Vyhodnocení (Sheehan, 1983):

Celkově je možné dosáhnout maximálně 140 bodů.

- 0 – 30 bodů                      bez úzkosti, stav zdravého jedince
- 30 – 79 bodů                    neobvyklý stav, vhodná terapie
- 80 a výš                         velmi vážný stav, nanejvýš doporučená terapie a medikace

## Příloha 6: Seznam sociálních situací

Sociální situace	Simulace sociální situace v prostředí Second Life
Účastnit se aktivity v malé skupině	Procházka avatarů ve venkovním prostředí Second Life a diskuze v rámci experimentální skupiny
Rozhovor s autoritou	Zapojení externího avataru, označení jako významného profesora nebo politika
Mluvit před publikem	Zinscenovat plný sál osob v Second Life, kde bude mít avatar mluvit na připravené téma.
Mluvit s někým, koho dobře neznáte	Zapojit externí avatar, úkol po určitý čas s ním konverzovat
Vstoupit do místnosti, kde ostatní již sedí a o něčem diskutují	Avatar má za úkol do virtuální místnosti, kde již ostatní sedí, a zapojit se do diskuze
Dostat se do centra pozornosti	Úkol pro avatar něco pro ostatní zahrát, zvládat poznámky ostatních
Mluvit na schůzi bez předchozí přípravy	V diskuzním kroužku začít ihned mluvit o zadaném tématu bez přípravy
Dát si schůzku se snahou navázat romantický nebo sexuální vztah	Oslovit jinou osobu z experimentální skupiny, případně externí, a vést intimní rozhovor.
Uspořádat večírek	Vybraná osoba má za úkol v prostředí Second Life uspořádat večírek – pozvat ostatní, připravit program, uvítat je, řídit zábavu
Vrátit zboží a požadovat navrácení peněz	Virtuální uživatel dostane vadné zboží, jeho úkolem je zajít do simulovaného obchodu a vrátit ho, přemluvit prodejce k navrácení peněz