

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Katedra managementu

Psychologie internetu

Bakalářská práce

Autor: Jiří Lacman

Studijní obor: Informační management, Im3

Vedoucí práce: prof. PhDr. Marek Franěk, CSc., Ph.D.

Prohlášení

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

V Hradci Králové dne 27. 4. 2018

Jiří Lacman

Anotace

Cílem této bakalářské práce je srovnání způsobu používání sociální sítě Facebook dvěma velmi odlišnými národnostmi a kulturami. Těmito národnostmi jsou Česká republika a Tchaj-wan. Tento problém byl zkoumán nejdříve v teoretické části bakalářské práce, kde se zabývám základním vymezením pojmů počínaje psychologií internetu a historie internetu přes základní otázky komunikace až po komunikaci na sociálních sítích. V praktické části se poté věnuji vyhodnocením otázek z dotazníků, které vyplnilo celkem 115 respondentů jak z České republiky, tak z Tchaj-wanu. V závěru práce byly vytvořeny profily vzorových uživatelů, jak podle zemí, z nichž pocházejí, tak i podle genderového rozdělení. Práce dokumentovala rozdíly v chování Tchajwanců a Čechů na sociální síti Facebook.

Annotation

The aim of the bachelor thesis is to explore cultural differences in the use of the social network site Facebook, specifically to compare culture of the Czech Republic and Taiwan. First, the terminology and the basic concepts were introduced, such as Internet and its development, communication in general and communication on social network sites. The empirical part of the thesis consists of a survey (N=115) conducted in both countries. Finally, typical profiles of Facebook users in particular countries, as well as gendered differences were discussed. To conclude, the thesis documented the differences between Facebook users in the Czech Republic and Taiwan.

Obsah

Úvod	1
1 Internet a jeho využití	3
2 Historie internetu	4
3 Internet v ČR	6
4 Komunikace.....	8
4.1 Funkce komunikace.....	8
4.2 Struktura komunikace	8
4.3 Druhy komunikace	9
5 Formy komunikace	9
5.1 Princip komunikace	10
6 Verbální komunikace.....	10
7 Neverbální komunikace.....	11
7.1 Řeč těla.....	12
7.1.1 Typy projevů řeči těla.....	12
8 Komunikace v prostředí internetu	12
9 Historie komunikace přes Internet.....	15
10 Sociální síť.....	17
11 Historie sociálních sítí	18
12 Facebook.....	19
13 Instagram	20
14 Twitter	20
15 Google+	20
16 LinkedIn.....	21
17 Youtube	21
18 Sociální sítě v Česku	21
19 Psychologie internetu	22
20 Netiketa.....	23

21	Kyberprostor	24
22	Well-Being	24
23	Výzkum well-beingu	25
	Praktická část	27
24	Cíl praktické části	27
25	Metoda výzkumu (dotazníkové šetření)	27
26	Rozdílná mentalita podle genderového rozdělení	50
26.1	Muži z Čech oproti mužům z Tchaj-wanu	50
26.2	Ženy z Čech oproti ženám z Tchaj-wanu	50
27	Zhodnocení výsledků	51
27.1	Průměrný muž z Čech	51
27.2	Průměrná žena z Čech	51
27.3	Průměrný muž z Tchaj-wanu	52
27.4	Průměrná žena z Tchaj-wanu	52
28	Porovnání výsledků z pohledu genderu	52
28.1	Muži obou národností	53
28.2	Ženy obou národností	53
28.3	Shrnutí	53
	Závěr	54
	Seznam použité literatury	55
	Seznam obrázků	57
	Seznam tabulek	58
	Seznam grafů	58
	Seznam příloh	59

Úvod

Téma této bakalářské práce je Psychologie internetu a konkrétněji srovnání využívání Facebooku u nás v České Republice s jeho využíváním v Tchaj-wanu. Toto téma je aktuální zejména z toho důvodu, že internet je a navždy už bude symbolem 21. století. Není člověka, který by o internetu buď neslyšel, nebo jej nevyužíval. Mnozí by mohli namítnout, že je internet symbolem 20. století, kdy vznikl, ale nejnovější statistiky ukazují, že v roce 1993 internet využívalo pouze 14 miliónů uživatelů, přičemž v roce 2016 je to už více než 3,4 miliardy (Internet Live Stats, 2016). Tyto údaje dokazují, že internet postupně ovládl naši společnost a zároveň se svým zvyšujícím využíváním vyvolal řadu problémů ve společnosti, kterým předešlé generace nemusely čelit. Je tedy velmi zajímavé se na tyto problémy podívat z psychologického hlediska a zjistit, proč lidé mají sklony k určitým modelům chování na internetu nebo přímo na sociálních sítích. Sociální sítě jsou dnes už neodmyslitelnou součástí internetu. První z nich se začaly objevovat již od roku 1978, ale formu, jakou známe dnes, získaly zavedením *MySpace* na síť roku 2003. Fenomén a davové šílenství ohledně sociálních sítí však započaly až v roce 2004, kdy student Harvardské univerzity Mark Zuckerberg představil *Facebook*. Je zajímavé, že nápad jednoho člověka dokázal změnit celý svět. Facebook se už dostal téměř do všech zemí světa a neustále se rozšiřuje a zlepšuje. Momentálně se dá považovat za nejpoužívanější sociální síť na světě a vypadá to, že tomu tak bude i nadále. Nejvíce uživatelů Facebooku v poměru k uživatelům na internetu najdeme v Asii, kde je více uživatelů než ve zbytku světa. Konkrétně je v Asii 736 mil. uživatelů Facebooku a ve zbytku světa 1 242 mil. (Internet World Stats, 2017).

Cílem mé bakalářské práce je dosáhnout porovnání způsobu chování obyvatel České republiky a Tchaj-wanu na sociální síti Facebook. Nebudu porovnávat pouze rozdílnou mentalitu těchto lidí, která může mít vliv na způsob používání Facebooku, ale i to, jak se na používání Facebooku tyto dvě odlišné kultury dívají. Aby bylo porovnání zajímavé, snažil jsem se najít zemi, která se opravdu liší od té naší především výše zmíněnou mentalitou. Díky spolupráci naší fakulty informatiky a managementu se zahraničními fakultami jsem měl možnost poznat mnoho lidí téměř z celého světa. Byla to ale až spolupráce s tchajwanskými univerzitami, která mi umožnila poznat studenty z této země a pomohla mi uvědomit si, že právě tato země bude tou pravou pro srovnání s Českou republikou. Po nějakém čase, jenž jsem s nimi strávil, mě osobně zaujalo jejich odlišné

chování od toho našeho dokonce i v běžném životě. Jejich uzavřenost, slušnost, pokora a strach se více veřejně projevit. Uvědomil jsem si, že bude velice zajímavé porovnat chování tentokrát na sociální síti Facebook a zjistit, jestli je i zde vidět nějaká odlišnost. Bakalářská práce se tedy snaží z psychologického hlediska porovnat využívání jedné z nejpopulárnějších sociálních sítí u dvou takto odlišných národností.

1 Internet a jeho využití

Internet je absolutním fenoménem dnešní doby. Podle statistických údajů stránky Worldmeters.com činí počet uživatelů internetu k únoru 2018 necelé 4 miliardy a každým dnem toto číslo narůstá. Dalo by se říci, že je to globální informační systém, který je propojen do jednoho celku pomocí globálního adresního prostoru, založeného na protokolu IP (internet Protocol) nebo na některém z jeho zástupců či nástupců. Momentálně se používá starší verze IPv4, v níž už bohužel dochází adresní prostor. V budoucnu by se mělo přejít na IPv6, zatím se o to snaží větší poskytovatelé internetu, není však jisté, kdy (a zda vůbec) dojde k tomuto přechodu. IP protokol podporuje komunikaci prostřednictvím soustavy protokolů TCP (Transmission Control Protocol) nebo pomocí jeho rozšíření/nástupců, případně prostřednictvím protokolů kompatibilních s protokolem IP, jako jsou například UDP, TFTP, nebo SCTP. Tyto protokoly jsou použity tam, kde není vhodné použít TCP (Sklenák, 2001).

Během své existence už internet a počítače prošly mnohými změnami. Počátky internetu byly ještě u sdílení času procesorů v 50. až 70. letech 20. století, kdy se o jeden počítač dělilo více uživatelů současně.

V dnešní době vlastní počítač podle Českého statistického úřadu 3,3 milióny domácností (Český statistický úřad, 2017). Od roku 2009 vzrostl počet domácností, které vlastní počítač, o jeden milión. Většina uživatelů (77 %) se k internetu připojuje denně. V Tchaj-wanu podle statistik z ledna 2017 činí počet uživatelů internetu téměř 87 % z celkové populace (Internet World Stats, 2017). Bez internetu se v dnešní době neobejde téměř nikdo. Je součástí běžných denních aktivit a mnoho profesí by ani nemohlo existovat bez jeho vzniku. Internet byl vytvořen před příchodem lokální počítačové sítě LAN, a musel se proto přizpůsobit novým technologiím. Jsou to technologie, které dříve ani neexistovaly, jako např. ATM (Asynchronous Transfer Mode). Internet byl zamýšlen především ke sdílení zdrojů a celkové spolupráci. Se svým vznikem však přinesl i velmi rychlý způsob komunikace, jejímž hlavním příkladem je elektronická pošta, která je dnes už nedílnou součástí každého, kdo používá počítač. O tom svědčí i statistika na webu www.worldometers.com, jež ukazuje, že každý den je posláno okolo 240 miliard e-mailů. Největším přínosem vzniku internetu byl World Wide Web (WWW), což je služba umožňující v prostředí internetu ukládání, prohlížení a odkazování dokumentů. V překladu

WWW znamená *celosvětová pavučina*. Díky ní můžeme používat internet tak, jak ho známe.

Na jednu důležitou věc by se nemělo zapomínat, a to, že internet začal jako projekt malé skupiny, ale měl obrovský úspěch a každý den nám připomíná svoji důležitost. Bylo by však bláhové si myslet, že internet je za svým pomyslným vrcholem úspěchu. Právě naopak, internet prodělává změny v podstatě každý den a každých pár desítek minut. Každým rokem se najde něco nového, co uživatelům zjednoduší život. Internet už nepoužíváme pouze jako globální komunikační systém, ale také jako zdroj zábavy (zdroj www.worldometers.com uvádí denní útratu za videohry okolo 220 miliónů dolarů), vědomostí a za posledních pár let se stal velmi důležitým nástrojem pro obchodování (Sklenák, 2001).

2 Historie internetu

Myšlenka o síti, která by spojovala nejdůležitější vojenské, vládní a vědecké počítače, vznikla v šedesátých letech minulého století v době vrcholící studené války. Ze začátku se jednalo o vojenskou síť vytvořenou pro použití v případě jaderného úderu. Proto jedním z hlavních požadavků bylo, aby síť byla decentralizovaná, bez hlavních uzlů, aby mohla fungovat i v případě výpadků některých uzlů. Přičemž je důležité, aby si všechny uzly byly rovnocenné a každý z nich mohl jak vysílat, tak přijímat zprávy (Sklenák, 2001).

Zprávy měly být rozděleny na části (packety) s jasně definovanou adresou určení. Dále měly být packety posílány z jednoho uzlu sítě do druhého. Velmi zásadní roli hrálo to, že packety neměly jasně definovanou cestu. Bylo to hlavně z důvodu hrozby jaderné války. Přičemž, kdyby taková situace skutečně nastala, bylo důležité, aby z důvodu zničení jednoho nebo více uzlů mohla síť stále fungovat a zbývající počítače spolu stále komunikovaly. Tento systém sice není efektivní, může být i pomalý, ale je spolehlivý. Proto můžeme označit internet jako síť s přepojováním paketů. Takto funguje internet dodnes.

První taková síť vznikla v roce 1968 v Národní výzkumné laboratoři ve Velké Británii. Americké ministerstvo obrany chtělo krátce poté vybudovat takovou síť i v Americe. Z toho důvodu vyčlenila finanční prostředky prostřednictvím agentury DARPA (Defense Advanced Research Project Agency). Na podzim roku 1969 byly v Americe propojeny první čtyři uzly UCLA (Univerzity of California, LA), SRI (Stanford Research

Institute), UCSB (University of California, SB) a Univerzity of Utah. Síť se jmenovala ARPANET (Sklenák, 2001).

ARPANET byl velmi úspěšný a chtělo se k němu poté připojit více akademických pracovišť. Roku 1971 bylo už k ARPANETU připojeno 16 uzlů, a o rok později dokonce 37. V té době se hlavně využíval ke komunikaci prostřednictvím elektronické pošty a k první elektronické konferenci.

Roku 1973 se k této síti připojily dvě neamerické instituce, jednalo se o britskou *University College of London* a norskou *Rooyal Radar Establishment*. Bohužel růst této sítě brzdil dosavadní protokol NCP (Network Control Protocol), který se staral o komunikaci prostřednictvím přepojováním packetů. Naštěstí roku 1974 byla představena specifikace protokolu, jež ho měl nahradit. Jednalo se o protokol TCP/IP.

V roce 1983 byly dokončeny práce na TCP/IP. Jednalo se o dokončení práce pouze na jejich základních částech, protože vývoj stále dodnes probíhá. V době dokončení práce na TCP/IP měl ARPANET již 500 uzlů. Mezitím byl v roce 1979 spuštěn USENET, který používal protokol UUCP. Roku 1981 vznikla akademická síť BITNET a dva roky poté byla vytvořena její evropská obdoba EARN. Roku 1983 se z ARPANETU oddělila síť MILNET pouze pro vojenské záležitosti.

Následně velmi vzrostl počet uživatelů, což vyvolalo potřebu zavést přidělování jmen. Proto vznikl dodnes používaný doménový systém DNS (Domain Name Service). Dalším důležitým krokem bylo vytvoření americké páteří sítě NSFNET společností NSF (National Science Foundation), která propojovala pět nejdůležitějších superpočítačových center.

Myšlenka služby World Wide Web se objevila v roce 1989, kdy Tim Berners-Lee popisoval možnosti vytvoření distribuovaného systému. Poté byl první prototyp serveru WWW spuštěn roku 1990. Ovšem obliba této služby nastala až o tři roky později, v roce 1993.

I když do té doby byl už internet jako takový spuštěn téměř 20 let, byl spíše akademickou záležitostí než nástrojem pro komerční využití. Vše se změnilo roku 1991, kdy americký Kongres přijal zákon *High Performance Computing Act*, který vedl k rozvoji národní informační infrastruktury, financování národní sítě a vzdělání v oblasti internetu

(Wikipedia, 2017a). Od té doby se začal internet používat i pro komerční využití (Sklenák, 2001).

3 Internet v ČR

Poprvé se internet v České republice objevil na začátku roku 1990. Jelikož v té době nebyla žádná pevná linka, dělaly se první počítačové sítě pomocí komutovaných linek veřejné telefonní sítě. V březnu téhož roku se dostala do České republiky síť FIDO. Poté v květnu následovala síť EUnet, která propojovala Unixové stanice. Velkou změnou byla v říjnu 1990 již zmiňovaná síť EARN (European Academic and Research Network), jejíž hlavní uzel v ČR byl v Praze v Oblastním výpočetním centru ČVUT. Byl to počítač IBM 4381.

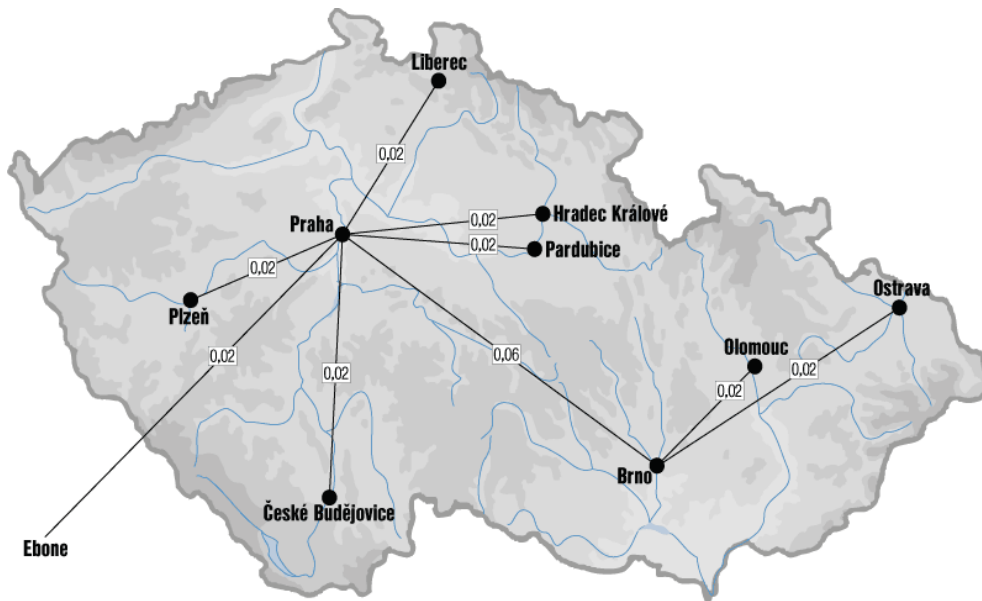
Ovšem první oficiální pokusy připojení na internet byly až v listopadu roku 1991. Linka byla z Prahy do rakouského Lince. Do té doby šlo o neoficiální připojení.

Dále byl v roce 1991 podán návrh na výstavbu celorepublikové páteřní sítě, která měla propojovat všechna tuzemská akademická centra a dále rozvádět internet na metropolitní síť. Tato síť se poté v České republice jmenovala CESNET (Czech Educational and Scientific NETWORK).

Síť byla realizovaná hvězdicovou topologií se středovými uzly v Praze a Brně a postupně se do ní zapojovala další akademická města. Už v březnu roku 1993 byl CESNET rozmístěn v 11 městech. V následujících letech byla většina uzlů připojena dvěma nezávislými spoji, kvůli případnému výpadku a zachování konektivity.

Od roku 1995 a 1996 vystupuje na popředí celá řada komerčních poskytovatelů připojení k internetu. Roku 1997 se dostaly do provozu dva mezinárodní okruhy datových společností SPT Telecom.

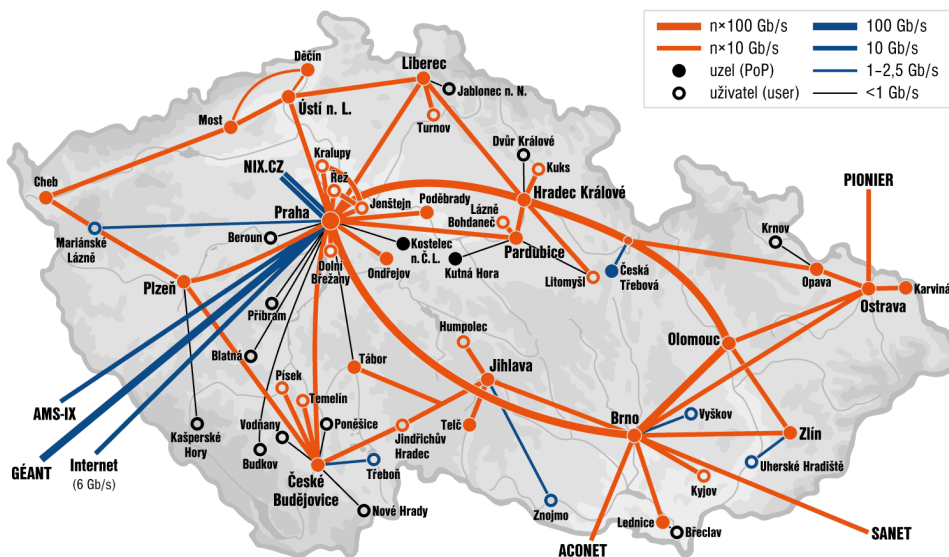
Obrázek 1 Obrazový materiál čerpaný ze stránek www.cesnet.cz



Zdroj: (Chlad, 2000)

Na začátku byla rychlost Praha – Brno 64kbp/s, roku 1995 to již byla rychlost 34Mbit/s a 10. února 2000 to byla rychlost až 2,5Gb/s. Momentální rychlost na páteřní síti mezi Prahou a Brnem je přes 100Gb/s.

Obrázek 2 Obrazový materiál čerpaný ze stránek www.cesnet.cz



Zdroj: (CESNET, 2016)

4 Komunikace

Slovo komunikace má latinský původ. V latině *communicare* znamená *communem reddere* – učinit společným (Mikuláščík, 2010). Komunikace tedy v širším slova smyslu znamená něco sdílet, činit něco společným. V užším slova smyslu jde o výměnu informací. Je to proces, kterého se každý člověk denně účastní a jehož znalost a praktické dovednosti jsou důležitým, často klíčovým faktorem úspěchu v řadě oblastí. Komunikace je přirozenou lidskou schopností, je součástí tzv. emoční inteligence. Vrozené komunikační schopnosti se u jednotlivých lidí liší, většina je však dokáže tréninkem zlepšit.

4.1 Funkce komunikace

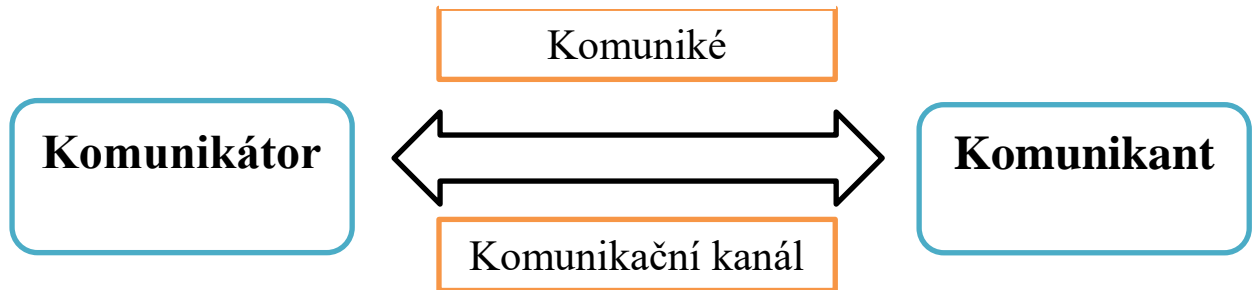
- Funkce informativní,
- funkce instruktivní,
- funkce přesvědčovací,
- funkce motivující a posilovací,
- funkce zábavná,
- funkce vzdělávací a výchovná,
- funkce socializační a společensky integrující Souvztažnost,
- funkce osobní identity,
- funkce poznávací,
- funkce svěřovací,
- funkce úniková (Mikuláščík, 2010, s. 21).

4.2 Struktura komunikace

- **Komunikátor** – jedinec nebo skupina, od níž pochází zpráva,
- **komunikant** – příjemce, adresát, jemuž zpráva náleží,

- **komuniké** – obsah sdělení,
- **komunikační kanál** – cesta, způsob doručení zprávy (Moslerová, 2004).

Obrázek 3 Struktura komunikace



Zdroj: Vlastní zpracování

4.3 Druhy komunikace

Komunikaci je možno rozlišovat podle mnoha hledisek. Rozdělení (Majerová, 2012):

- Z hlediska používání slov komunikace **verbální a neverbální**,
- z hlediska použité formy komunikace **písemná a mluvená**,
- z hlediska počtu účastníků komunikace **intrapersonální, interpersonální, skupinová a masová**,
- z hlediska časové prodlevy mezi vysláním a přijetím komunikace **synchrónní a asynchrónní**,
- z hlediska významové roviny komunikace **vztahová a obsahová, pozitivní a negativní, agresivní, manipulativní, pasivní a asertivní komunikace**,
- z hlediska naplnění cíle komunikace **úmyslná (záměrná) a neúmyslná (nezáměrná)**.

5 Formy komunikace

- Verbální komunikace – komunikace pomocí slov,
- neverbální komunikace – komunikování řečí těla a chováním lidí zapojených do konverzace,

- komunikace činem – sdělení pomocí vlastního chování, převládají zde neverbální projevy komunikace (Moslerová, 2004).

5.1 Princip komunikace

- Princip adaptace – jde o přizpůsobení a pochopení signálů vyslaných druhým člověkem,
- princip komplexnosti – je potřeba komunikaci jako takovou vnímat jako celek, jelikož člověk do svého projevu zahrnuje jak verbální, tak neverbální část,
- princip obsahového a vztahového rozměru – proces komunikace má část obsahovou, ale i část vztahovou, kde se odráží ten, komu informaci sdělujeme a v jakém je vztahu s námi,
- princip podnětů a následků – komunikace nemá přesný začátek a konec, ale podněty (to, co říkáme) a následky (jak na to komunikant reaguje),
- princip nevyhnutelnosti – někdy se komunikaci nejde vyhnout, člověk komunikuje neustále a i když se s někým nechce bavit, i přesto je to typ komunikace,
- princip jedinečnosti – každá komunikace je jedinečná, nikdy nejde komunikovat dvakrát úplně stejně,
- princip nevratnosti – jakmile už jednou něco řekneme, napíšeme, už to nejde vzít zpět,
- princip záměrnosti – vždy komunikujeme s nějakým záměrem (pět hlavních záměrů: *učit se, spojovat, pomáhat, ovlivňovat a hrát si*) (Moslerová, 2004).

6 Verbální komunikace

Komunikace prostřednictvím slov, pomocí jazyka, řeči. Nejuniverzálnější způsob dorozumívání.

Existuje pět charakteristik řeči:

- Denotační, konotační,

- míra abstrakce,
- míra přímočarosti,
- pravidla v komunikaci,
- význam komunikace.

Řečí můžeme popisovat skutečnost, předměty, události i lidi. Důležitost verbální komunikace se nedá popřít a mluvená podoba má několik paralingvistických podob:

- Intenzita hlasového projevu,
- výška tónu řeči,
- barva hlasu,
- rychlost řeči,
- objem řeči,
- plynulost řeči, pomlky a frázování,
- slovní vata,
- přesnost řeči,
- kvalita řeči (Mikuláščík, 2010).

7 Neverbální komunikace

Neverbální neboli mimoslovní komunikace je velmi důležitou součástí celkové komunikace. Uvádí se, že v celkovém rozhovoru tvoří komunikaci až 70 % neverbální komunikace. Dá se tedy říci, že neverbální komunikace je důležitější. U verbální komunikace si můžeme předem určit, o čem budeme povídat, popřípadě kam budeme chtít rozhovor směřovat, ale u neverbální komunikace si toto vybrat nemůžeme.

Funkce neverbální komunikace:

- Nahrazení řeči,
- podpora a regulace řeči,

- vyjádření emocí,
- vyjádření interpersonálního postoje,
- sebevyjádření (Moslerová, 2004).

7.1 Řeč těla

Je největším zastoupením neverbální komunikace celkově. Vše však nelze považovat za projev neverbální komunikace, každý člověk je originální, a tak neverbální projev u jednoho jedince nebude stejný jako u druhého, popřípadě tentýž projev u jednoho může u druhého znamenat nic.

7.1.1 Typy projevů řeči těla

- Vizika,
- mimika,
- gestika,
- kinezika,
- posturika,
- haptika,
- proxemika,
- chronemika,
- sdělování úpravou zevnějšku a prostředí (Moslerová, 2004).

8 Komunikace v prostředí internetu

Internet má dobrý i špatný vliv na komunikaci. Dobrým vlivem je informační dostupnost a přístupnost, interaktivnost a velká rychlost komunikace i na velké vzdálenosti. Nevýhody jsou zhoršování kvality řeči a myšlení, roztěkanost a zhoršení slovní zásoby (Vybíral, 2005).

V dnešní době již nelze říci, že slova *internet* a *komunikace* jsou od sebe vzdáleny. V podstatě každý, kdo má počítač nebo mobil s připojením na internet, využívá tuto službu alespoň částečně ke komunikaci.

V prostředí internetu existuje několik forem komunikace:

Online komunikace – pokud je někdo online a je připojen k počítačové síti; tato forma má dvě podoby:

- Synchronní – probíhá v reálném čase, jestliže jsou oba účastníci komunikace přítomni (chat, ICQ, Skype...),
- asynchronní – neprobíhá ve stejný čas pro oba komunikující, ale v rozdílných časech (e-maily, diskusní fóra, různé typy zpráv).

Offline komunikace – komunikace mimo počítačovou síť (dopisy, pohledy...) (Kopecký, 2007).

Jako další úkaz komunikace na internetu je ztráta disinhibice, což znamená odložení zábran, překonání nesmělosti, plachosti a ostychu na internetu. Podle Johna Sulera se na dishinbici v online komunikaci podílí těchto šest hlavních faktorů:

- Anonymita – nikdo neví, kdo jsem,
- neviditelnost – nikdo neví, jak vypadám, jak se tvářím,
- asynchronicita komunikace – mám možnosti si odpověď rozmyslet, než ji napíši,
- solipsistické introjekce – vytvářím si nereálnou představu o tom, jak vypadá člověk, se kterým komunikuji, jak se chová,
- neutralizace statusu – nehraje žádnou roli, jaké postavení ve světě mám,
- konečné další účinky samotné reakce (Vybíral, 2005).

Bylo dokázáno, že když nás člověk, s nímž komunikujeme, nevidí, máme větší tendenci k „odvazanosti“ a nejsme tak nesmělí. Proto lidé na internetu používají přezdívky daleko častěji než vlastní jména.

Další výhodou internetu je, že člověk může komunikovat s více lidmi najednou. Při průzkumu bylo dokázáno, že lidé hojně využívají internet i kvůli tomu, že mohou komunikovat s více lidmi najednou a s velkou rychlostí. To ale naopak tlačí komunikující k větší rychlosti, a mají proto méně času na rozmyšlenou. V tomto důsledku je spěch negativní a některé zprávy mohou být nepromyšlené a způsobit daleko více škody než užitku.

Nevýhodou internetové komunikace je chronologie komunikace. Dnes jsou řazeny všechny komunikace tak, že jako poslední se zobrazuje nejnovější zpráva. Tím pádem uživatel může číst nějakou diskuzi, u které nebyl, od nejnovější zprávy po nejstarší (tedy začátek

konverzace). Tím se může velmi jednoduše ztratit a vyvolává to u něj tendenci nejdříve se zajímat o to nejnovější, přičemž může být důležitější zpráva starší. Případně i když jsou obě informace stejně důležité, bude u něj mít větší váhu ta novější (Vybíral, 2005).

9 Historie komunikace přes Internet

Internet vznikl na základě sítě ARPAnet. V roce 1969, kdy začala její fyzická výstavba, se skládala ze čtyř počítačů a její základní aplikací bylo vzdálené připojení k počítači, využití jeho vzdálené výpočetní kapacity. Komunikace tedy byla omezena na předávání vzkazů v textových souborech. Až za nějaký čas lidé pochopili, že internet mohou používat k předávání zpráv, že je tato necentralizovaná síť dobrým komunikačním médiem. Je zajímavé sledovat, jak se internetová komunikace postupně blíží „normálnímu lidskému rozhovoru“ (Gregar, 2003).

Později, kdy už bylo na světě více počítačů, byl vytvořen e-mail.

Elektronická pošta, e-mail, je jeden z nejstarších způsobů komunikace uživatelů na internetu.

Její princip vytvořil Ray Tomlinson z firmy Bolt Beranek a Newman (BTT) na počátku 70. let (1971, dle ostatních zdrojů na počátku 1972). Nejprve docházelo k předávání samotných zpráv, v roce 1973 byly zprávy rozšířeny o doprovodné informace (Gregar, 2003).

Při užívání e-mailu se jedná o offline komunikaci (zpráva čeká ve schránce adresáta na přečtení).

Dalo by se říci, že e-mail je předchůdcem sociálních sítí. Sloužil a samozřejmě ještě slouží a dlouho složit bude nejen ke komunikaci mezi jednotlivci, ale umožňuje něco sdělit i většímu počtu adresátů (Handl, 2011).

Elektronická pošta je dodnes velmi používaná služba k přenosu textů a souborů. S přidanými utilitami umožňuje základy bezpečné komunikace, je ale pořád „offline“. Podobá se příliš *skutečné poště*. Včetně toho, že zprávu posíláte „do neznáma“ a nevíte, zda ji adresát dostane, či vůbec dostat může (Gregar, 2003).

Dalším důležitým mezníkem v komunikaci na internetu je program Talk.

Na rozdíl od předchozích způsobů komunikace je unixový program TALK opravdu interaktivní. Slouží ke komunikaci dvou uživatelů – okamžitě přenáší to, co jeden píše, i na obrazovku druhého (a naopak). Původně sloužil ke komunikaci mezi uživateli jednoho počítače, později i ke komunikaci mezi počítači. Zprávy, resp. pozvání k rozhovoru, byly doručovány okamžitě a bez ohledu na to, co adresát zrovna dělal (Gregar, 2003).

IRC (internet relay chat)

IRC je systém umožňující simultánní komunikaci mezi mnoha lidmi. Je vybudován na principu klient-server. Serverů existuje velké množství a jsou propojeny do sítí. Připojením na server klient získává možnost komunikovat s celou sítí. IRC se zrodilo roku 1988 ve Finsku. Jarkko Oikarinen na ouluské universitě vytvořil systém rozšiřující BBS službu, kterou na univerzitě spravoval.

IRC komunikace je rozdělena do „kanálů“, místností, kde probíhá veřejná komunikace. Pomocí kanálů je možné dělit komunikaci dle témat, umožňuje i různé nastavování kanálů – IRC totiž (na rozdíl od předchozích způsobů komunikace) začalo pracovat s *různými oprávněními uživatelů*. Proto jsou možné moderované kanály, uzavřené kanály (s nutným heslem), člověku může být zakázán přístup do kanálu (ban). IRC umožňuje přenos textu a souborů. Jedná se o *online* komunikaci, umožňuje *zjistit stav* druhého komunikujícího (Gregar, 2003).

IRC komunikaci zrychlila, byla to reálná komunikace s jedním nebo více uživateli. Oproti tomu další typ komunikace se vrací k myšlence elektronické pošty, kdy uživatel *má svou schránku*, a odtud sám posílá zprávy svým známým.

Existují i speciální programy **IM (Instant messengerů)**, kdy člověk má jednoznačnou identifikaci (jednoznačné číslo) a své kontakty si může ukládat do adresáře. Jedná se již o komunikaci v reálném čase (online), uživatelé si navíc upravují svůj status, jenž se zobrazuje formou ikony ostatním členům, kteří mají uživatele v adresáři.

Nejznámější IM programy:

IRC – Internet Relay Chat, nejstarší IM program.

ICQ – první a celosvětově nejrozšířenější komunikátor. Vytvořili jej čtyři izraelští studenti v létě 1996. Založili firmu Mirabilis, kterou v roce 1998 pohltil americký koncern AOL. Vzniklo mnoho verzí.

Google Talk – IM od společnosti Google.

Yahoo! messenger – v roce 1998 si portál Yahoo pořídil svůj komunikátor. Nejprve se jmenoval Yahoo pager. Také on využívá spojení s užívanou službou a je využíván hlavně v USA.

MSN (Windows) messenger – komunikátor Microsoftu, propojený se sítí MSN a OS Windows.

S myšlenkou vytvořit obecný a veřejný protokol pro IM vznikl XML protokol Jabber (v roce 1998) a později (2002) jeho standardizovaná podoba XMPP (extended Messaging and Presence Protocol).

Nástupcem IM programu byl **chat**.

Původně to byly pouze programy na online dialog dvou osob, později je vytlačily IM programy. V dnešní době jsou vytlačovány speciálními webovými servery, zaměřenými na tematické internetové diskuse – diskusní fóra.

Internetové diskuse

Webové servery, které se na diskuse přímo zaměřují. Diskuse může být moderovaná, kdy existuje jeden nebo více administrátorů s právy mazat nevhodné či tematicky špatně zařazené příspěvky.

Z internetových diskusí se zrodil velmi populární a stále používaný **blog**.

Uživatel na své stránky psal své nápady nebo názory pro ostatní, které se o tu konkrétní problematiku zajímali, nebo je zajímal sám autor. Slovo vzniklo spojením slov „web“ a „log“, jedná se tedy o jakýsi internetový zápisník. Bloggeři (autoři blogů) především komentují aktuální dění nebo jsou zaměřeni tematicky. Komunikace se může zdát jednosměrná, ale většinou mají čtenáři formou diskuse pod článkem umožněno na něj reagovat nebo jej hodnotit. Administrátoři následně hodnotí a čtenost blogů zveřejňují.

10 Sociální síť

Sociální síť je služba na internetu, která umožňuje svým členům vytvářet veřejné, uzavřené nebo i firemní profily, prezentace či diskusní fóra a nabízí prostor pro sdílení fotografií, videí, obsahu a dalších aktivit.

Téměř všechno obsah na sociálních sítích je nebo byl vytvořen uživateli, kteří tam jsou zaregistrovaní a přidávají příspěvky, komentáře nebo si s někým píšou. Oblibou se staly skupiny, diskusní fóra, která mohou být veřejná nebo neveřejná a v nichž si lidé mohou vyměňovat názory a nápady.

O rozmach sociálních sítí se postaral také takzvaný „neomezený internet“, jelikož před tím byl internet velmi drahý a nemohli si ho všichni dovolit. Od té doby uživatelů na sociálních sítích nepřetržitě přibývá (Kožíšek, Písecký, 2016).

11 Historie sociálních sítí

Pojem sociální síť byl poprvé použit v roce 1954 na londýnské ekonomické univerzitě profesorem J. A. Barnesem. Ten se zajímal o spojení mezi rybáři v Norské vesnici. Došel k závěru, že celá společnost se dá pojmout jako množina bodů, přičemž některé jsou propojeny a vytváří ucelenou síť – sociální síť. V následujících letech sociologové tuto definici upravili a dnes se dá říct, že sociální síť je „navzájem se ovlivňující, propojená skupina lidí nejen pomocí rodinných vztahů a přátelství, ale také společných zájmů, rodinné, rasové či náboženské příslušnosti.“ V dnešní době, tedy bez rozdílu věcí, je každý součástí nějaké sociální sítě.

Jak jsem již psal, na začátku byl ARPANET (1965–1972), kdy začaly první pokusy o internetovou komunikaci pomocí e-mailu.

Avšak první skutečná sociální síť se objevila až roku 1978, kdy vznikl BBS (Bulletin Board System). Systém fungoval pomocí elektronických nástěnek a uživatelé si mohli vyměňovat informace textem na nástěnkách. BBS byl tedy první systém, kde uživatelé mohli komunikovat v nějaké skupině. Tento proces byl ale velmi zdlouhavý a neefektivní, jelikož v jednu chvíli mohl být přihlášen pouze jeden uživatel. Tím se proces komunikace o jednom až dvou souvětích protáhl až na 24 hodin a více.

Moderní sociální síť vznikla až v roce 1997 a byla vytvořena na návrhu Web 2.0 (www.sixDegrees.com). Uživatelé, kteří se zaregistrovali, vytvářeli vlastní obsah. Ve své době měla tato služba milión registrovaných uživatelů a více než 100 zaměstnanců. Byla zde možnost vytvoření vlastního profilu, okruhu přátel, s nimiž bylo možné dále komunikovat a prohlížet jejich profil. Sami tvůrci řekli, že stránka je nástroj, který může

propojit uživatele na internetu. I přesto, že měla milión uživatelů, se stala stránka finančně neúnosnou a byla roku 2001 odpojena.

Mezi další důležitou sociální síť patří **www.friendster.com**, založená Jonathanem Abramsem roku 2002. Byla to sociální síť s myšlenkou seznamování „přátel s přáteli“, aby se lépe navazovaly kontakty. Oproti očekávání všech se tato sociální síť stala velmi úspěšnou, což dokazuje i počet uživatelů, který byl už během prvního čtvrtletí na hranici tří miliónů. V roce 2009 byla koupena asijskou firmou MOL Global a zaměřovala se na uživatele počítačových her až do roku 2015, kdy byla tato stránka odpojena.

V roce 2003 byla spuštěna sociální síť **www.MySpace.com**, a to po 10 dnech vývoje a vytvořili ji uživatelé sociální sítě friendster.com. Motto této sociální sítě bylo „prostor pro přátele“ a dovoľovala navíc kromě klasických funkcí například úpravu grafického profilu, přidávání audiopřehrávače a fotografií. Do expanze Facebooku byla MySpace největší sociální sítí na internetu. V roce 2006 měla více jak 100 miliónů registrovaných uživatelů. MySpace stále funguje, ale její místo největší sociální sítě na internetu zabral Facebook (Onlineandweb.com, 2013).

12 Facebook

Facebook založil Mark Zuckerberg v době, kdy studoval na Harvardově univerzitě v roce 2004. Původně byla tato sociální síť myšlena pouze pro studenty, kteří studovali přímo na této univerzitě, a měla název thefacebook.com. Zájem o tuto sociální síť byl ale tak velký, že už do dvou měsíců byla rozšířená na některé další univerzity, které patří do tzv. Ivy League (sdružení osmi nejprestižnějších soukromých univerzit v Americe), a do konce roku se připojily další univerzity. Nakonec byla myšlenka theFacebooku pouze pro studenty Harvardu zamítnuta a na theFacebook se mohli přihlásit všichni uživatelé s univerzitní e-mailovou schránkou, popřípadě schválené zahraniční univerzity (Kirkpatrick, 2011).

V Česku se mohli jako první hlásit studenti Masarykovy univerzity v Brně, a to od 27. února 2006. Dále se začaly připojovat firmy a nakonec se od 11. srpna 2006 může připojit kdokoliv starší 13 let.

Na konci roku 2017 měl Facebook dvě miliardy a 129 miliónů uživatelů a číslo stále roste (The Statistics Portal, 2017). Což dostává Facebook na první místo jako sociální službu

i celkově mezi největší webové služby na internetu. Facebook je také lokalizován na 142 jazyků včetně češtiny (Quara, 2016).

I když má Mark Zuckerberg velmi vysoké IQ tak Harvard nedostudoval. Ale naplno se začal věnovat své sociální síti, což mu vyneslo velké jmění. Dnes má Facebook hodnotu okolo 550 miliard dolarů (Kirkpatrick, 2011).

Za posledních pár dní se akcie Facebooku propadly až o 10 % a společnost odepsala téměř 37 miliard dolarů (BRM, 2018). Za vše může skandál, kdy se zjistilo, že Facebook shromažďoval data o svých uživateli. Nejedná se ale pouze o shromažďování dat, ale i o ovlivňování amerických voleb v roce 2016, kdy vyhrál Donald Trump. Facebook na tuto zprávu okamžitě reagoval a od 4. 4. 2018 je zablokovaná služba hledání uživatelů prostřednictvím telefonního čísla či e-mailu, kterou využívali také tzv. „sběrači dat“ (Echo24.cz, 2018).

13 Instagram

Instagram je další velmi rozšířenou sociální síť. Nepřináší tolik možností jako Facebook, ale zaměřuje se hlavně na jednu konkrétní oblast. Tou je sdílení fotek a videí, které je možné ještě po pořízení upravit pomocí filtrů, jež Instagram nabízí. Další věc, kvůli které je tato sociální síť známá, je jednoduché vyhledávání skupiny/témat fotek a videí pomocí přidávání „hashtagů“ u každé fotky nebo videa (Kožíšek, Písecký, 2016).

14 Twitter

Tato sociální síť není v České republice příliš rozšířená. Umožňuje uživatelům psát krátké textové zprávy o délce 140 znaků. A tyto krátké tweety mohou poté číst lidé, kteří sledují jejich tvůrce. Twitter využívají především reportéři a firmy (Kožíšek, Písecký, 2016).

15 Google+

Tato sociální síť je společnosti Google a je v mnoha věcech podobná Facebooku, jenž je pravděpodobně jeho největším konkurentem. Google+ bohužel nedokázal být tak úspěšný jako Facebook, a proto se moc nevyužívá (Kožíšek, Písecký, 2016).

16 LinkedIn

Tato sociální síť funguje poněkud jinak než například Facebook. Profil zde funguje jako takové CV, zároveň umožňuje třeba i vkládání odborných článků. Na této sociální síti se pohybují především manažeři, konzultanti, ale třeba i celé firmy a další. Uživatelé zde mohou najít i svoji novou práci (Kožíšek, Písecký, 2016).

17 Youtube

Tato sociální síť je největší video službou na světě. Uživatelé sem mohou nahrávat videa, komentovat je, sdílet, hodnotit. Lidem, kteří nejsou přihlášení, umožňuje pouze přehrávat videa z celého světa (Kožíšek, Písecký, 2016).

18 Sociální sítě v Česku

Před nástupem Facebooku bylo několik sociálních sítí i v České republice, ale nebyly tak rozšířené jako Facebook. Avšak svoji komunitu si vybudovaly a na vrcholu měly i několikamiliónové registrace. S nástupem Facebooku však přišly o většinu svých uživatelů. I přesto ale některé z nich stále fungují, je možné se na nich zaregistrovat a používat je.

Nejznámější sociální sítě v Česku:

Xchat.cz – kdysi velmi významná síť, dnes už slouží pouze pro chatovací služby.

Spolužáci.cz – síť pro současné i bývalé spolužáky, kteří spolu mohou komunikovat prostřednictvím společné tabule, kam mohou všichni psát. Nicméně tato sociální síť bude v srpnu ukončena, jelikož v následujícím měsíci vstoupí do platnosti nová směrnice o ochranně osobních údajů a tato sociální síť ji nespĺňuje, proto se majitelé rozhodli ukončit její provoz (Denik.cz, 2018).

Lidé.cz – dříve největší česká sociální síť, kde si mohli uživatelé vytvářet profily a přidávat fotky, dokonce bylo možno komunikovat v chat skupinách na nějaké společné téma (Kožíšek, Písecký, 2016).

19 Psychologie internetu

Internet je z psychologického hlediska místo, kde mají lidé daleko menší zábrany než ve skutečném světě. Autor David Šmahel ve své knize *Psychologie a internet* (2003) označuje internet jako takzvané „prostředí bez zábran“. S tímto označením souvisí fakt, že se lidé na internetu prokazatelně méně zajímají o mínění druhých a potřeba sebe prezentace je také menší. Zde je nejdůležitějším faktorem anonymita. Pokud je uživatel v anonymitě, má pocit, že je v bezpečí a chová se jinak než ve skutečnosti. Zajímavé je však to, že anonymita je pro běžného uživatele na internetu natolik omezená, že se o ní téměř nedá hovořit. To si ovšem většina uživatelů vůbec neuvědomuje a už jen pouhý pocit anonymity spouští odlišné chování lidí ve virtuálním světě. Nelze však generalizovat, na někoho toto prostředí působí více a na někoho méně. Podle kvalitativního výzkumu Davida Šmahela, autora knihy *Psychologie a internet* (2003), byly identifikovány znaky chování, které souvisí s tzv. „fenomémem prostředí bez zábran“.

Specifika chování na internetu:

- Větší otevřenost,
- redukce úzkosti,
- absence sankcí,
- sexuální narážky,
- možnost lži a přetvářky,
- pocit fyzického bezpečí,
- absence sebe sama jako fyzického objektu,
- možnost ukončení kontaktu,
- anonymita.

Pokud nebudeme brát v potaz, že počítač a hlavně internet je pro většinu dospělých a některé dospívající formou obživy, můžeme jej vidět i jako formu zábavy, kde člověk nebere přímou zodpovědnost za své chování a je z velké části osvobozen. Je to prostředek určený k relaxaci a odreagování. Další věc, jež je velmi častá na internetu, je ve velké míře agresivita: „*Výzkumy ukázaly, že se na Internetu vyskytuje agresivní chování v podobě slovního napadení až 4x častěji než v reálném světě*“ (Šmahel, 2003).

20 Netiketa

Netiketa je zkrácené slovo z anglického Network Etiquette, poprvé bylo použito v roce 1995 a znamená jakousi sbírku pravidel na internetu, která by se měla dodržovat, jelikož jinak je komunikace na internetu neřízená (Kopecký, 2007). Americká autorka Virginia Shea shrnula Netiketu do deseti pravidel:

- Mysli na druhé,
- když s někým komunikujeme, neměli bychom zapomínat, že komunikujeme pořád s člověkem, a nikoliv se strojem,
- na internetu se chovej, jako se chováš ve skutečném světě,
- měli bychom mít stále na mysli, že zákony platné v reálném světě jsou platné i na internetu,
- mysli na to, kde se právě v kyberprostoru pohybuješ,
- měli bychom si dát pozor, když s někým komunikujeme, jaká je jeho kultura a jak vyznívají slova, která používáme,
- respektuj čas a informační kapacitu ostatních,
- nejprve bychom si měli něco přečíst a zjistit, než budeme ostatním psát o radu a okrádat je o čas,
- mysli na svou pověst v online prostředí,
- tak, jak se prezentujeme a vyjadřujeme na internetu, nás lidé mohou brát i v reálném světě a přistupovat tak k nám,

- poděl se s ostatními o své znalosti,
- pokud něčemu rozumíme, měli bychom poradit lidem, kteří se zajímají o doménu, v níž se vyznáme,
- vyvaruj se hrubého chování na internetu a nepodporuj ho,
- nejprve bychom se měli uklidnit, pokud nás něco rozrušilo, a poté až odpovědět nebo napsat nikdy nevíme, co mohou nadávky na internetu způsobit,
- respektuj soukromí druhých,
- neměli bychom přeposílat zprávu někomu dalšímu, který není s námi v té dané konverzaci, ani bychom se neměli přihlašovat k cizím účtům, které nejsou naše,
- nezneužívej svou sílu,
- neměli bychom zneužít pravomoc a číst cizí zprávy, pokud bychom už nějakou pravomoc měli,
- odpouštěj druhým jejich chyby,
- každý nějak na internetu začínal a učil se, proto bychom neměli ostatní poučovat (Kratochvíl, 2013).

21 Kyberprostor

Kyberprostorem je myšlen virtuální počítačový svět, ke kterému se můžeme kdykoliv připojit pomocí nějakého zařízení (počítač, mobilní telefon, tablet...) a pomocí něho komunikovat s ostatními lidmi, posílat si dokumenty nebo třeba platit (Wikipedia, 2017b). Tento virtuální počítačový svět je tvořen menšími počítačovými sítěmi po celém světě. Důležité je, že do kyberprostoru se můžeme kdykoliv a odkudkoliv připojit (Správa sítě, 2016).

22 Well-Being

Spojení well-being by se dalo přeložit jako dobře prožitý život a zahrnuje v sobě subjektivní pocit štěstí až po celkové chování člověka jak v reálném světě, tak i na internetu a mnohem víc. Je to kombinace našeho štěstí a radosti ze života, vztahů jak

minulých, tak současných, naší finanční situace, celkové fyzické kondice a nakonec kombinace sociálního prostředí, ve kterém se pohybujeme.

S well-being také souvisí i počet našich přátel na Facebooku, záleží na tom, jakou máme povahu nebo jestli jsme s někým ve vztahu.

Hlavní prvky well-beingu jsou:

- Naše cíle v životě a to, jak se jich snažíme dosáhnout,
- vztahy,
- naše finanční stránka,
- fyzické i duševní zdraví,
- společnost, ve které se pohybujeme (PROTHEA, 2015).

23 Výzkum well-beingu

V roce 2013 byl uskutečněn výzkum „*Jak interakce na Facebooku ovlivňuje well-being?*“ (Kross et al., 2013). Byl uskutečněn na 82 osobách s průměrným věkem 19,52 let. Testování proběhlo pomocí dotazníků, který respondenti 5x denně vyplňovali po dobu 14 dní.

V každém dotazníku respondenti odpověděli na pětici otázek:

- Jak se cítíte právě teď?
- Máte právě teď nějaké obavy?
- Jak se cítíte sám právě teď?
- Kolik času jste strávil na Facebooku od doby, kdy jsme se vás naposledy ptali?
- Jak často jste byli v přímém kontaktu s jinými lidmi od doby, kdy jsme se vás naposledy ptali?

Výsledek ukázal, že pokud je člověk více na Facebooku, vede to ke zhoršení well-beingu, toho, *jak se právě cítí a jak je spokojen se svým životem.*

Vysvětlením je, že pokud jsme více na Facebooku, sedíme u počítače nebo telefonu a fyzicky nic neděláme, proto se můžeme cítit hůř. Druhá věc je, že neustále srovnáváme druhé s námi. Na Facebooku lidé přidávají své úspěchy, a to má za následek, že po srovnání se vidíme v horším světle.

Praktická část

24 Cíl praktické části

V praktické části své bakalářské práce se budu zabývat především rozdílem v používání sociální sítě *Facebook* mezi uživateli České republiky a Tchaj-wanu. Zároveň budu zjišťovat, zda u tohoto rozdílného způsobu používání sociální sítě *Facebook* hraje roli národnosti. Je obecně známo, že obyvatelé asijských zemí jsou citlivější na své soukromí a na vyjadřování svých citů a názorů na veřejnosti. Češi jsou v tomto ohledu poněkud méně konzervativní. Předpokládám, že tyto způsoby chování se mohou projevit i ve virtuální realitě – tedy na sociálních sítích, konkrétně na *Facebooku*. Dalším cílem praktické části bakalářské práce je sledování genderových rozdílů mezi „typickým“ českým a „typickým“ tchajwanským uživatelem.

25 Metoda výzkumu (dotazníkové šetření)

V praktické části bakalářské práce je využito kvantitativní výzkumné metody – dotazníkového šetření. Dotazník byl vytvořen na stránce *Survio.com* pro české respondenty a prostřednictvím *Google formuláře* pro respondenty z Tchaj-wanu.

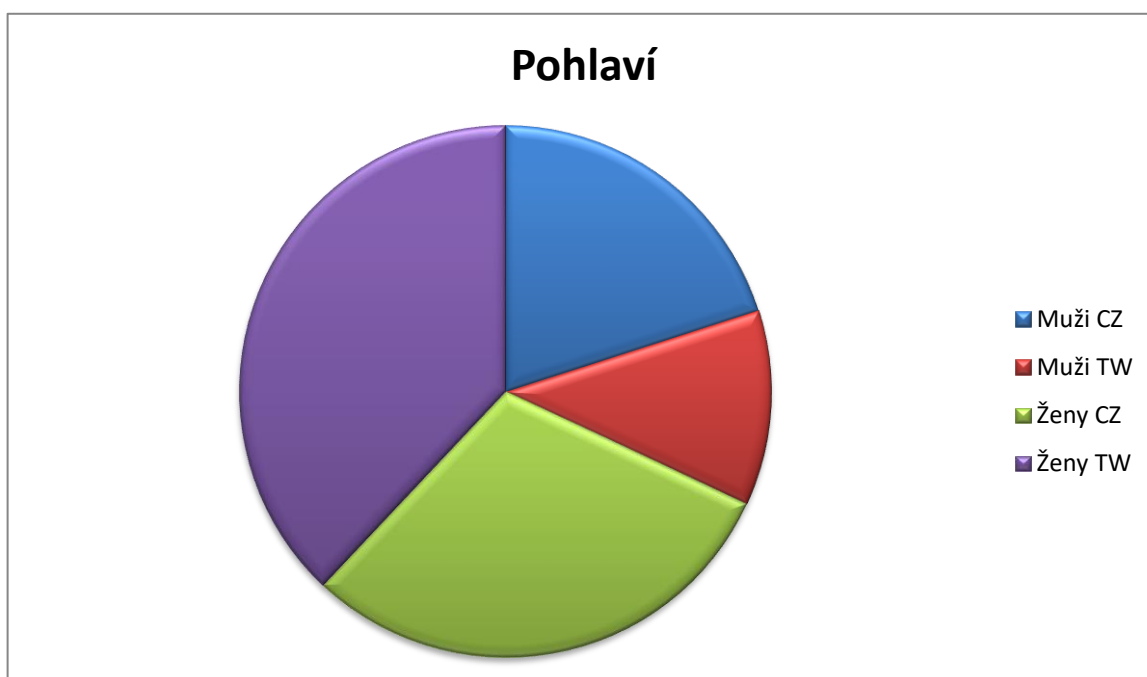
Dotazník pro tchajwanské respondenty byl přeložen do anglického jazyka a následně přeposlán studentovi, který se účastnil programu Erasmus na naší fakultě FIM a pocházel právě z Tchaj-wanu. Student anglický dotazník přeložil do severočínského dialektu a následně jej rozšířil mezi své vrstevníky. Český dotazník byl umístěn v několika skupinách, kde se vyskytují studenti Univerzity Hradec Králové.

Celý dotazník (jak v českém jazyce, tak i v severočínském dialektu) má celkově 23 otázek. Odpovědělo na něj 40 respondentů z Tchaj-wanu a 75 respondentů z České republiky. Celkově tedy 115 respondentů z obou zemí.

Otázka číslo jedna: Jaké je vaše pohlaví?

Dotazníkové šetření provedlo celkem 115 respondentů z obou zemí. Hodnota 115 respondentů tvoří tedy celkových 100 %. Z toho tvoří 67,5 % ženských respondentů a 32,5 % mužských. Toto genderové rozdělení je důležité zejména kvůli mému závěrečnému vyprofilování „typického“ muže a ženy z České republiky a „typického“ muže a ženy z Tchaj-wanu.

Graf 1 Pohlaví



Zdroj: Dotazníkové šetření

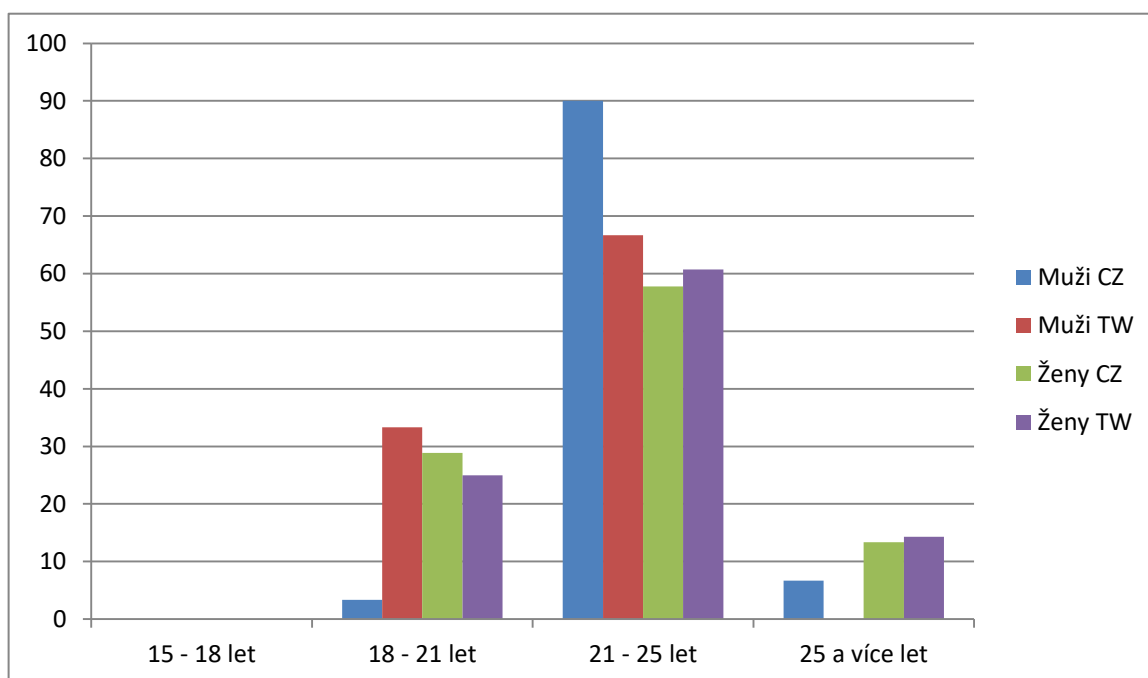
Otázka číslo dvě: Kolik vám je let?

U otázky číslo dvě byli respondenti dotazováni na jejich věk. Mohli vybírat ze čtyř věkových kategorií. Jednalo se o tyto kategorie:

- 15–18 let,
- 18–21 let,
- 21–25 let,
- a více let.

Z toho nejvíce respondentů bylo ve věkové kategorii 21–25 let, zatímco nejméně jich bylo ve věkové kategorii 15–18 let. Tento fakt vyplývá především z toho, kde jsem dotazníky šířil. Byly to hlavně stránky, kde se vyskytují absolventi nebo studenti vysokých škol, předem jsem tedy předpokládal, že jich bude většina. Překvapující bylo, že v obou případech u této kategorie odpovídalo více mužů než žen. Tedy jak v České republice, tak na Tchaj-wanu. Naopak u poslední kategorie 25 a více let odpovídalo více žen. Opět to tak bylo v obou zemích. U věkové kategorie 18–21 let to bylo nejméně jednoznačné. V Tchaj-wanu tuto věkovou kategorii označilo nejvíce mužů, zatímco v České republice nejvíce žen. Mužů z České republiky zde bylo naprosté minimum.

Graf 2 Věkové rozmezí



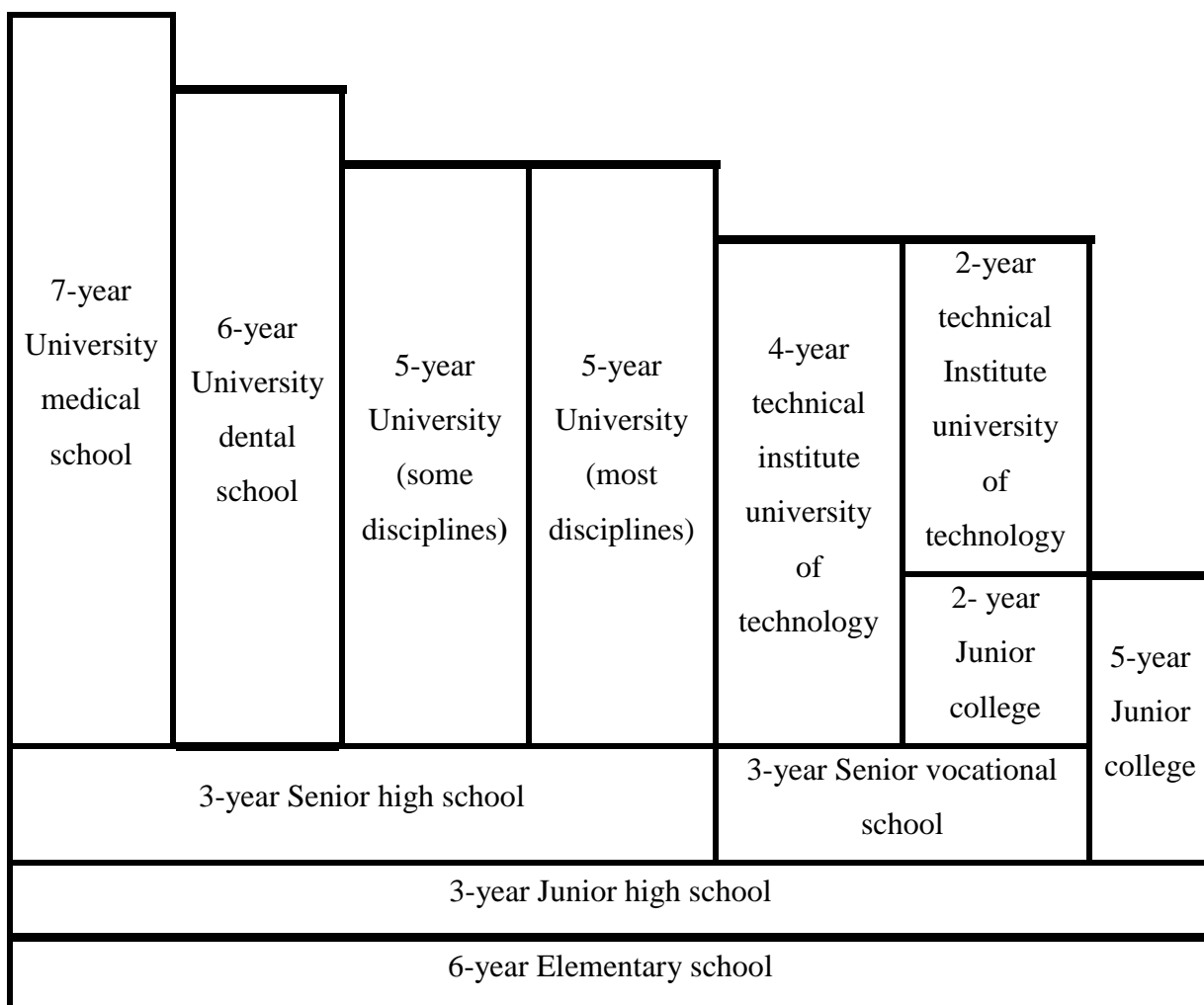
Zdroj: Dotazníkové šetření

Otázka číslo tři: Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Po konečném zvážení jsem se rozhodl nepočítat tuto otázku do výsledků prováděného výzkumu. Bohužel až v průběhu šetření jsem si uvědomil, že tchajwanský školský systém je natolik rozdílný, že by odpovědi ze strany tchajwanských respondentů mohly být irelevantní a konečné vyhodnocení výsledků by mohlo být zavádějící a nepřesné.

Pro představu uvádím školský systém uplatňovaný v Tchaj-wanu:

Tabulka 1 Školský systém uplatňovaný v Tchaj-wanu



Zdroj: Vlastní zpracování

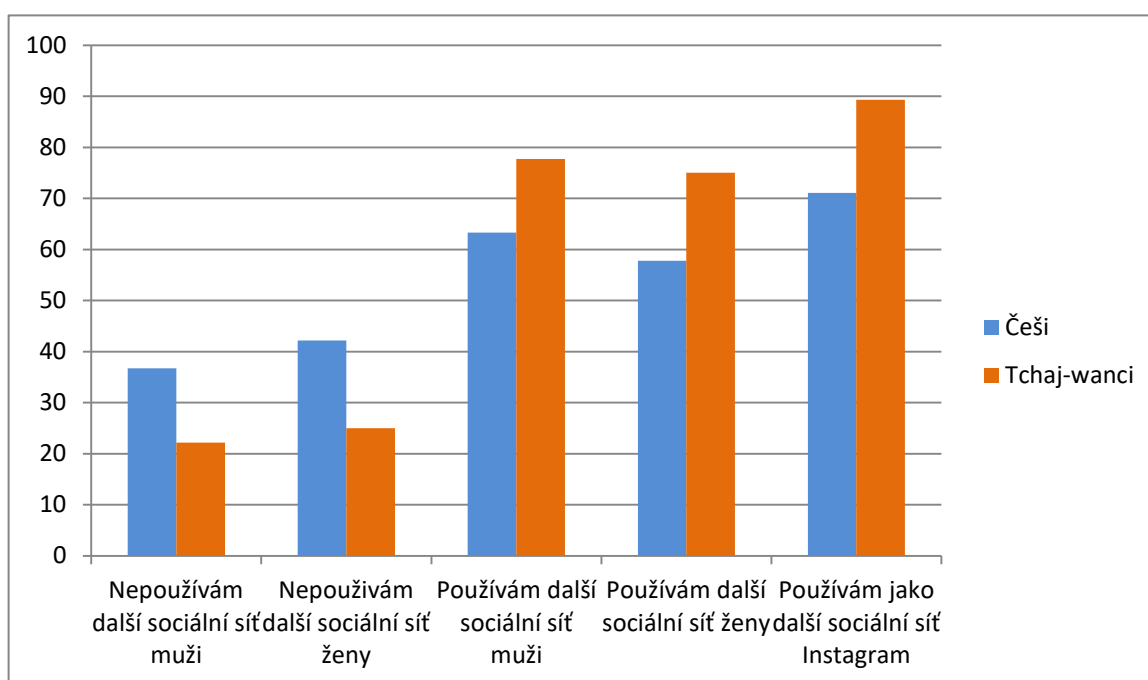
Otázka číslo čtyři: Používáte Facebook?

Tato otázka byla použita spíše jen jako kontrolní otázka. Bylo mi jasné, že ve většině případů bude vyplněna pozitivní odpověď. Mé předpoklady se vyplnily. Všech 115 respondentů z obou zemí odpovědělo **ano**, používám sociální síť Facebook.

Otázka číslo pět: Používáte nějakou jinou sociální síť?

Otázka číslo pět se zaměřovala na používání jiných sociálních sítí, než je Facebook. Při analýze výsledků u této otázky vyšlo najevo hned několik zajímavých faktů. První je, že v České republice používá jinou sociální síť o 15 % respondentů méně než respondentů z Tchaj-wanu. Další zajímavý fakt, který vzešel z analýzy této otázky, je, že pokud lidé z ČR využívají jinou sociální síť než Facebook, z 71 % je to Instagram a z 24 % Twitter. V Tchaj-wanu je druhou nejvyužívanější sociální sítí Instagram, kde jeho používání činí až 89,2 %.

Graf 3 Používání jiných soc. sítí



Zdroj: Dotazníkové šetření

Otázka číslo šest: Kolik času denně přibližně strávíte na Facebooku?

Otázkou číslo šest jsem zjišťoval počet hodin, kolik respondenti z obou zemí stráví na sociální síti Facebook. Vycházel jsem z předpokladu a ze statistik, že se běžný občan jak z České republiky, tak z Tchaj-wanu připojuje denně. V této otázce nešlo o zjištění

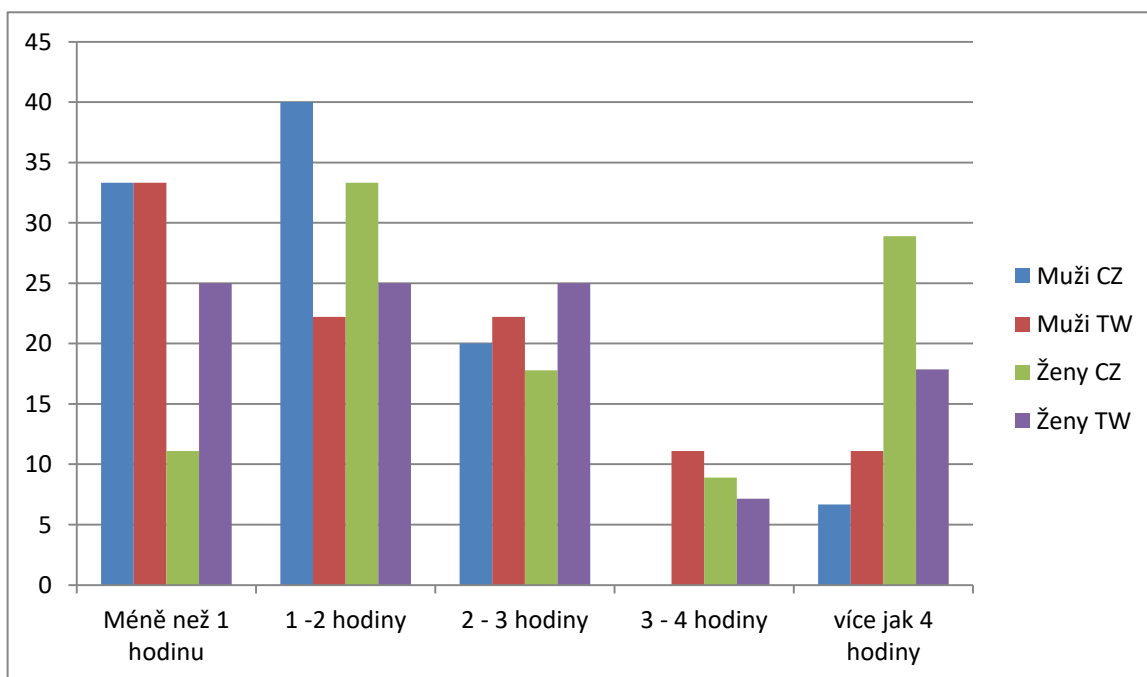
toho, co v danou dobu respondenti na Facebooku dělají, ale šlo výhradně o to, kolik přibližně času denně na této sociální síti stráví. Počet hodin jsem rozdělil do těchto pěti kategorií:

- Méně než 1 hodina denně,

- 1–2 hodiny denně,
- 2–3 hodiny denně,
- 3–4 hodiny denně,
- více než 4 hodiny denně.

Pokud porovnáme respondenty pouze z genderového hlediska, tedy pokud nevezmeme v úvahu národnost, můžeme jednoznačně říci, že muži všeobecně využívají sociální sítě méně než ženy. Pokud však vezmeme v úvahu národnost, muži z České republiky využívají Facebook přibližně o 15 % méně než muži z Tchaj-wanu. U žen je výsledek opačný. Ženy z České republiky používají Facebook o 13,9 % více než ženy z Tchaj-wanu. Pokud se zaměříme na konkrétní kategorie, muži z obou států tráví v průměru na této sociální síti méně než 1 hodinu nebo 1 až 2 hodiny denně. Zatímco ženy volily nejvíce kategorii 1 až 2 hodiny denně a poté více než 4 hodiny denně.

Graf 4 Kolik času strávíte u facebooku

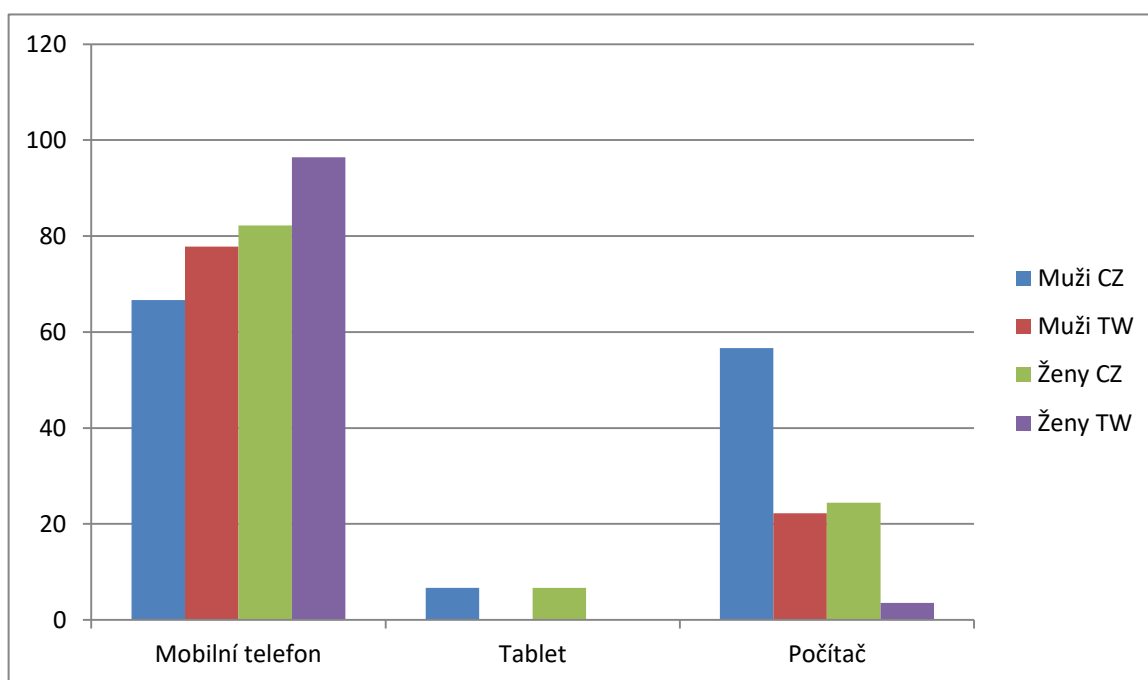


Zdroj: Dotazníkové šetření

Otázka číslo sedm: Z jakého zařízení se nejčastěji připojujete na sociální sítě?

Otázkou číslo sedm jsem zjišťoval, z jakého zařízení se respondenti nejčastěji připojují na sociální síť Facebook. Chtěl jsem se zaměřit především na fakt, že mobilní telefony v dnešní době už neslouží pouze k volání a posílání zpráv SMS. Jsou nejčastěji využívané pro připojení na internet a sociální sítě. Souvisí to s trendem být neustále online. Podle výzkumu *Taiwan Network Information Center* využívá k připojení na internet mobilní telefony 68,8 % Tchajwanců. Tomu odpovídají i mé výsledky z této otázky, kdy Tchajwanci nejčastěji k připojení na Facebook využívají právě mobilní telefony (Twnic, 2015). V České republice jsou to podle nejnovějších statistik ČSÚ čtyři z deseti dospělých (41 %, 3,6 mil. osob) (ČSÚ, 2017), přičemž u mladých lidí ve věku 16–24 let je to 81 %. I u Čechů se předchozí tvrzení potvrdilo a většina se připojuje na Facebook přes svůj mobilní telefon. Muži z České Republiky volili také to, že se připojují na sociální sítě pomocí počítače.

Graf 5 Zařízení

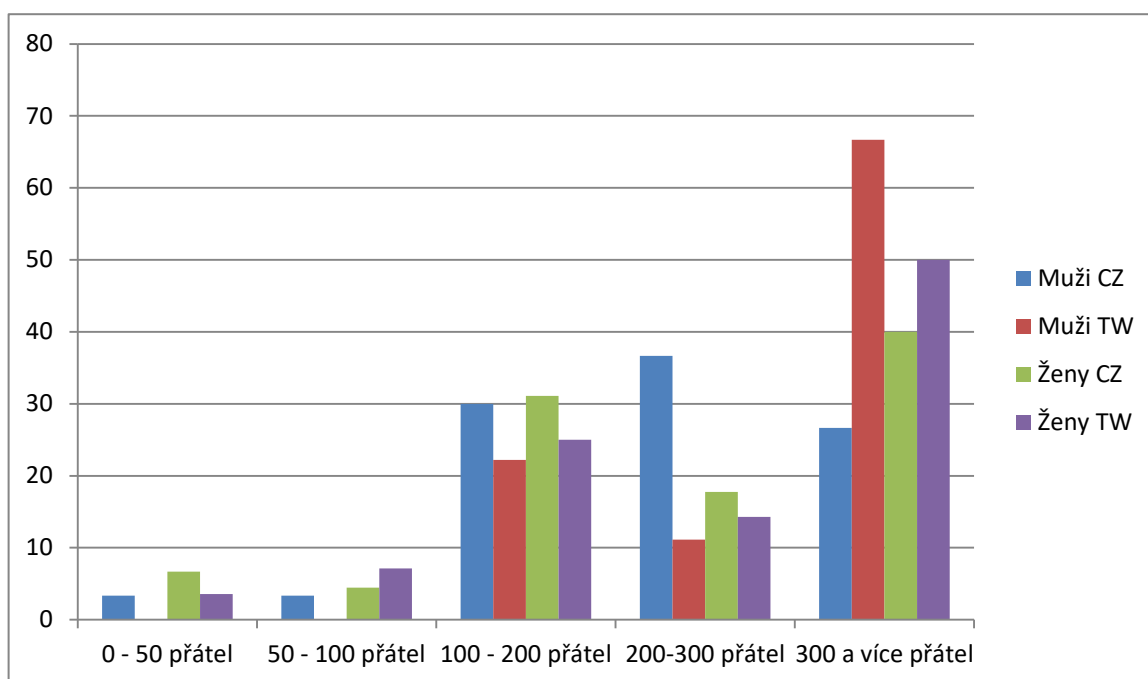


Zdroj: Dotazníkové šetření

Otázka číslo osm: Kolik máte přibližně přátel na Facebooku?

Otázka číslo osm sloužila ke zjištění přibližného počtu přátel respondentů na sociální síti Facebook. Nejvíce volenou kategorií byla kategorie s nejvyšším počtem přátel, tedy kategorie *300 a více přátel*. Jak lze z grafu vyčíst, obyvatelé Tchaj-wanu mají obecně více přátel na Facebooku, než mají obyvatelé z České republiky, dokonce muži z Tchaj-wanu mají přibližně o 22 % více přátel na této sociální síti než muži v České republice. Ženy mají podobný počet přátel, je zde rozdíl jen o 6 %. Zajímavý fakt je, že paradoxně tuto kategorii (*300 a více přátel*) volili především muži z Tchaj-wanu, což je zajímavé vzhledem k tomu, že v předchozích otázkách volili spíše menší počet hodin, který na Facebooku stráví. Čas tedy u počtu přátel nehraje až tak velkou roli. Tato otázka byla také velmi důležitá pro mnou stanovený cíl praktické části této bakalářské práce, jímž je zjištění, zda hraje národnost a s ní spojená mentalita roli při používání sociálních sítí. Jak už jsem jednou zmínil, všeobecně platí fakt, že jsou Asiaté spíše uzavřenější a u navazování kontaktů zdrženlivější. Zjištění, že na sociálních sítích tato skutečnost neplatí, je celkem klíčové a mohlo by vyvracet předsudek o tom, že jsou Asiaté zdráhavější v kontaktu s lidmi, minimálně co se virtuální reality a sociálních sítí týče.

Graf 6 Počet přátel

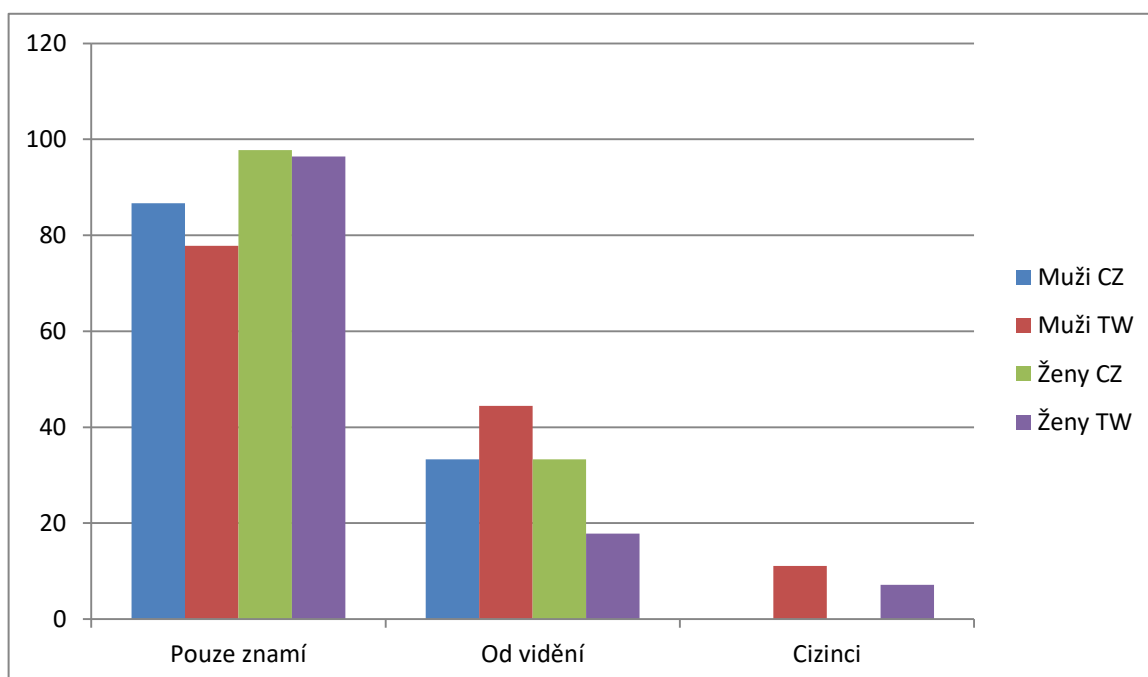


Zdroj: Dotazníkové šetření

Otázka číslo devět: Jaké lidi si přidáváte do přátel?

U této otázky bylo důležité to, jak moc respondenti dbají na bezpečí a své soukromí. Zda si přidávají pouze známé lidi (ať už přímo, nebo „od vidění“), nebo úplně cizince. Je vidět, že lidé z České republiky by si cizince do přátel nepřidali. Maximální výjimkou jsou lidé „od vidění“. Lidé z Tchaj-wanu jsou na tom sice podobně, ale jak je vidět, i malé procento (přes 11 % u mužů a přes 7 % u žen) by si i cizince do přátel přece jen přidalo.

Graf 7 Jaké lidi si přidáváte do přátel

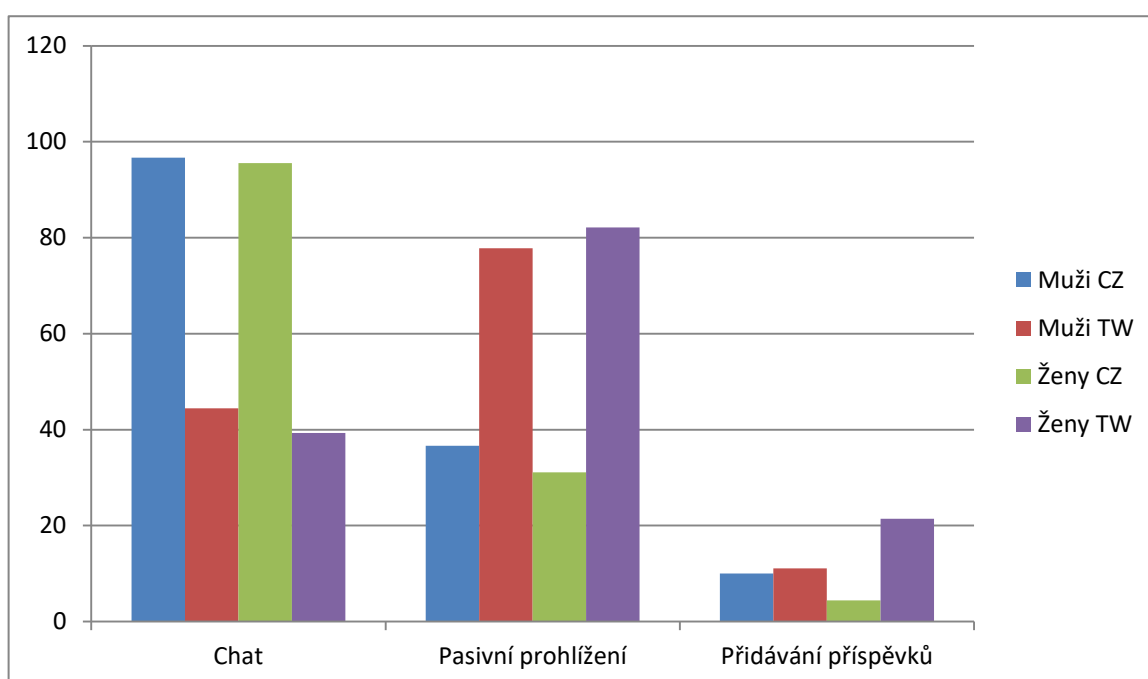


Zdroj: Dotazníkové šetření

Otázka číslo deset: K čemu nejčastěji využíváte Facebook?

Další otázka byla, k čemu účastníci nejčastěji využívají Facebook. I v této otázce mohli účastníci výzkumu zaškrtnout více odpovědí. Jak je vidět z grafu, v České republice využívají Facebook k psaní muži až o 54 % více a ženy dokonce o 58 % více než lidé z Tchaj-wanu. U pasivního prohlížení je to naopak, lidé z Tchaj-wanu používají Facebook více, a to muži o 52 % a ženy dokonce o 62 % více než lidé z České republiky. U poslední kategorie, přidávání příspěvků, byly zjištěny nejvyšší hodnoty u žen z Tchaj-wanu. Zde mají až o necelých 80 % více než ženy z Čech. Muži z obou zemí jsou na tom podobně.

Graf 8 Využití facebooku



Zdroj: Dotazníkové šetření

Otázka číslo jedenáct: Jak často přidáváte fotografie na Facebook?

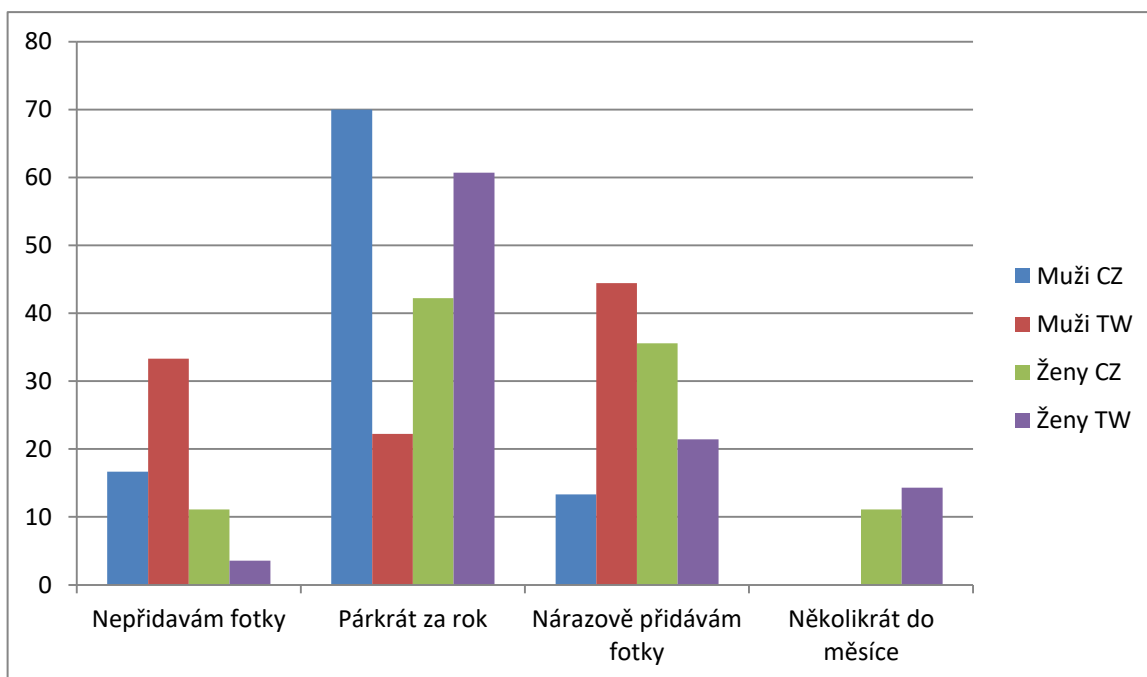
Respondenti mohli vybírat z těchto kategorií:

- Nepřidávám fotografie,
- párkrát za rok přidám pár fotografií,
- nárazově přidávám fotografie (při nějaké události např. Vánoce, Nový rok, narozeniny...),

- několikrát za měsíc přidávám fotografie. (Po zaškrtnutí této varianty byli respondenti vyzváni, ať napíšou číslo, kolik jich zhruba přidávají.)

Jak je z grafu zřejmé, téměř všichni přidávají fotky na Facebook alespoň párkrát za rok. Až na muže z Tchaj-wanu, u nichž je dominantní odpověď „Nárazově přidávám fotografie (při nějaké události)“. Muži obecně volili nejvíce kategorie jedna až tři. Poslední kategorií, tedy kategorií „Přidávám fotografie několikrát za měsíc“, volily pouze ženy, a to z obou zemí. Dalo by se říci, že ženy přidávají fotografie více než muži a je irelevantní, jestli jsou z České republiky nebo Tchaj-wanu. Pokud respondenti (v tomto případě ženy z obou zemí) přidávají fotky několikrát do měsíce, měli za úkol napsat přibližný počet přidávaných fotek. U českých žen se objevují čísla od dvou až dokonce do deseti fotek za měsíc. U žen z Tchaj-wanu není toto číslo tak velké a pohybuje se od dvou do pěti fotek za měsíc.

Graf 9 Četnost přidávání fotek



Zdroj: Dotazníkové šetření

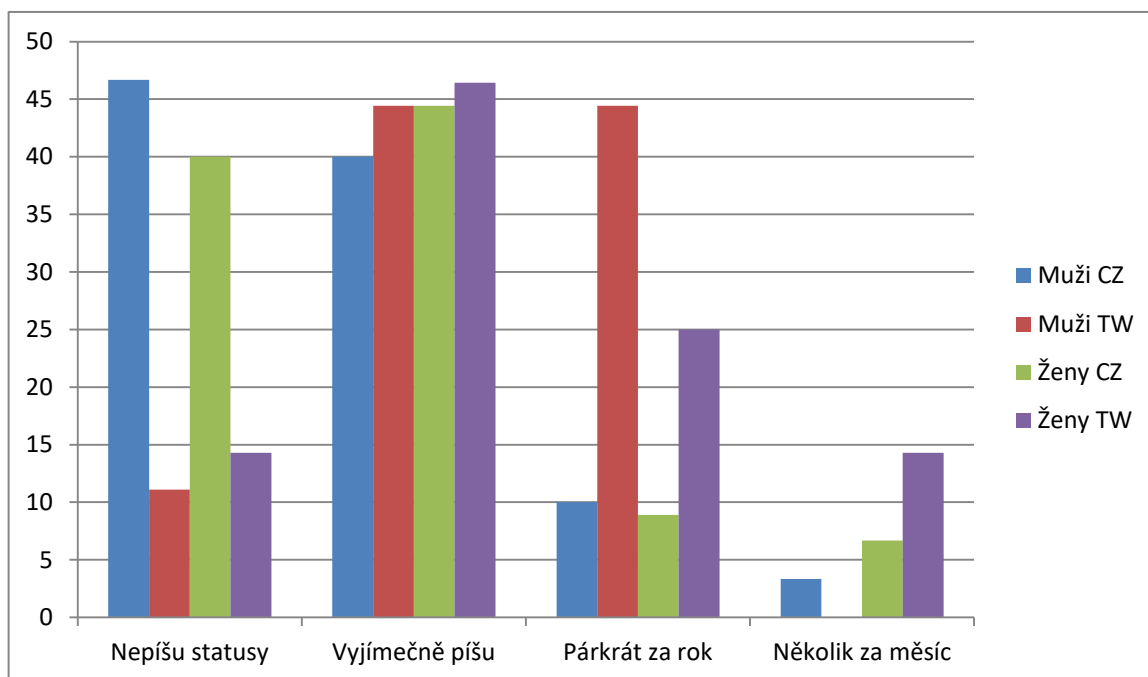
Otázka číslo dvanáct: Kolik statusů napíšete?

I u této otázky byly čtyři možnosti:

- Nepíšu statusy,
- výjimečně píšu statusy,
- párkrát za rok píšu statusy,
- několikrát za měsíc. (Jako v předchozí otázce byli respondenti po zaškrtnutí této varianty dotazování, kolik přibližně napíšou statusů měsíčně.).

U otázky číslo dvanáct jsem zjišťoval, kolik statusů respondenti přidávají na Facebook. I počet statusů přidaných na Facebook nám může ukázat to, jak otevřeně se na sociální síti chovají lidé z Čech a lidé z Tchaj-wanu. Nejčastější odpověď obou národů byla „*Výjimečně píšu statusy (tedy k nějakým příležitostem atd.)*“. Výjimkou jsou muži z Tchaj-wanu, kteří zaškrtnuli stejně jak možnost číslo dvě, tak možnost číslo tři. Muži z Čech nejčastěji přidávají tři až čtyři statusy měsíčně. Ženy z Čech přidávají statusy také dvakrát až čtyřikrát za měsíc. Ženy z Tchaj-wanu přidávají dva až pět statusů měsíčně.

Graf 10 Četnost psaní statusů

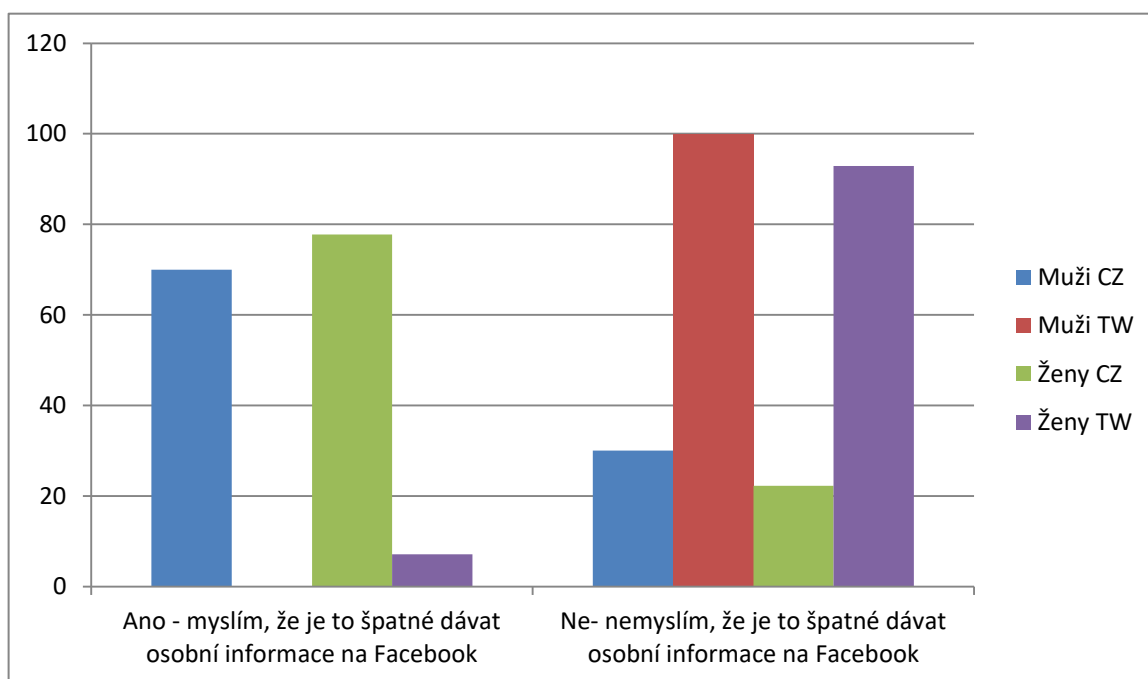


Zdroj: Dotazníkové šetření

Otázka číslo třináct: Myslíte si, že je špatné dávat na Facebook své osobní informace (telefon, bydliště, e-mail, věk)?

U této otázky se zaměřuji na osobní informace, jelikož jsou v dnešní době jednou z nejdůležitějších věcí, které by se na internetu měly pečlivě hlídat. Je všeobecně známo, že by se na internetu ve velké míře neměly zveřejňovat osobní informace. Ukazuje se však, že ne každý toto obecné pravidlo ctí a dodržuje. Proto mě zajímalo, jestli si respondenti myslí, že je špatné dávat osobní informace na Facebook. U této otázky lze jednoznačně říct, že jak ženy, tak muži z Čech neshledávají přidávání osobních informací na internet (konkrétně na sociální síť Facebook) za správné. Naopak Tchajwanci si myslí, že na přidávání osobních informací není nic špatného.

Graf 11 Osobní informace

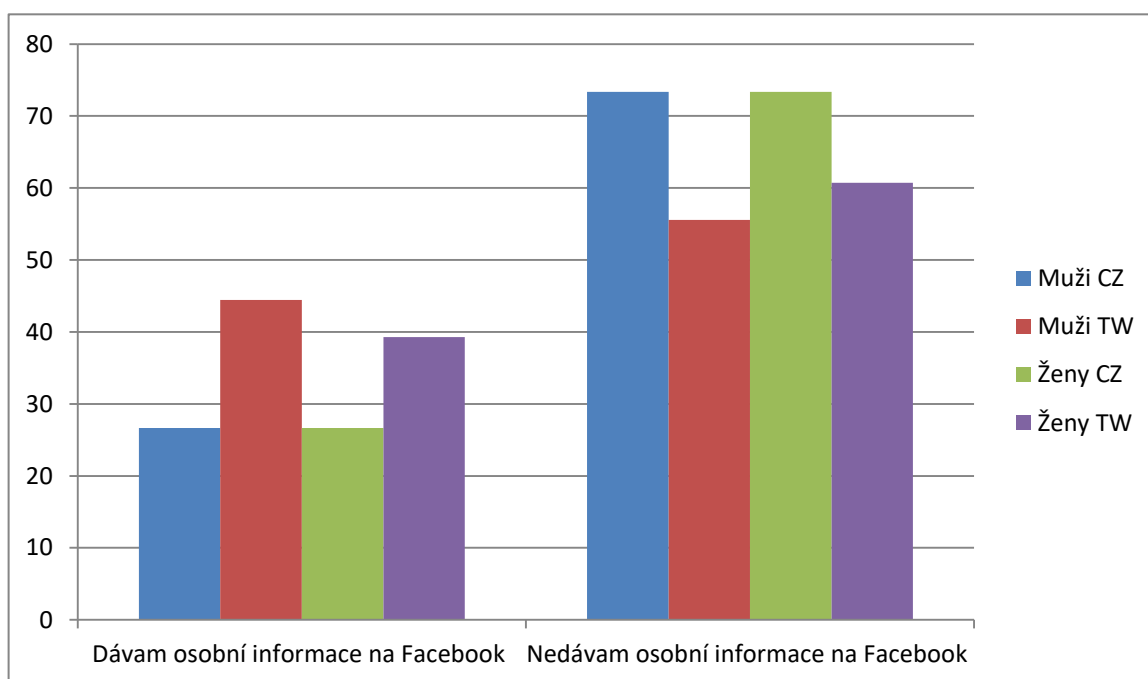


Zdroj: Dotazníkové šetření

Otázka číslo čtrnáct: Dáváte na Facebook své osobní informace (telefon, bydliště, e-mail, věk)?

Tato otázka slouží jako kontrolní otázka k té předchozí. I přesto, že v předchozí otázce téměř všichni z Tchaj-wanu zaškrtnuli, že nepovažují za nesprávné dávat své osobní informace na Facebook, u této otázky uvedli, že je tam nedávají. Muži z Tchaj-wanu, kteří předtím úplně všichni odpověděli, že není špatné dávat osobní informace na Facebook, zde v nadpoloviční většině (55 %) sdělili, že je i přesto neudávají. V České republice se dokonce shodují procentuálně muži a ženy z Čech, kteří nezveřejňují na Facebooku své osobní informace v 73 %.

Graf 12 Osobní informace

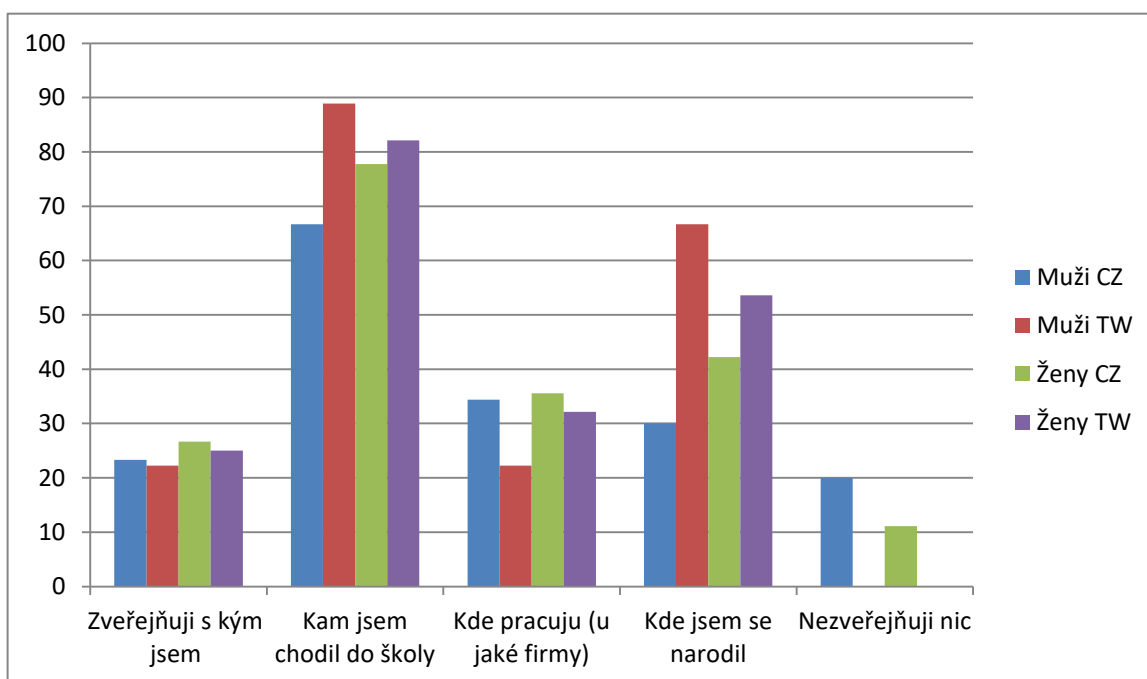


Zdroj: Dotazníkové šetření

Otázka číslo patnáct: Jaké další důležité informace o sobě zveřejňujete na Facebooku?

Osobní informace jako věk, e-mail, bydliště a telefon jsou ty nejzákladnější. Proto byla další otázka směřována na méně základní osobní informace, ale stále ještě velmi důležité, které má většina lidí má na svých profilech zveřejněných. Jak je vidět, nejvíce zveřejněné další osobní informace jsou „Kam jsem chodil/a do školy.“ a „Kde jsem se narodila.“. Tyto dvě možnosti volily nejvíce muži a ženy z Tchaj-wanu a ženy z České republiky. Muži z Čech mají nejčastěji „Kam jsem chodil/a do školy.“ a jako další „Kde pracuji.“. Zvláštní zjištění je, že poslední kategorii, nezveřejňuji nic, využili pouze lidé z České republiky. A to ve větší míře muži než ženy.

Graf 13 Důležité informace

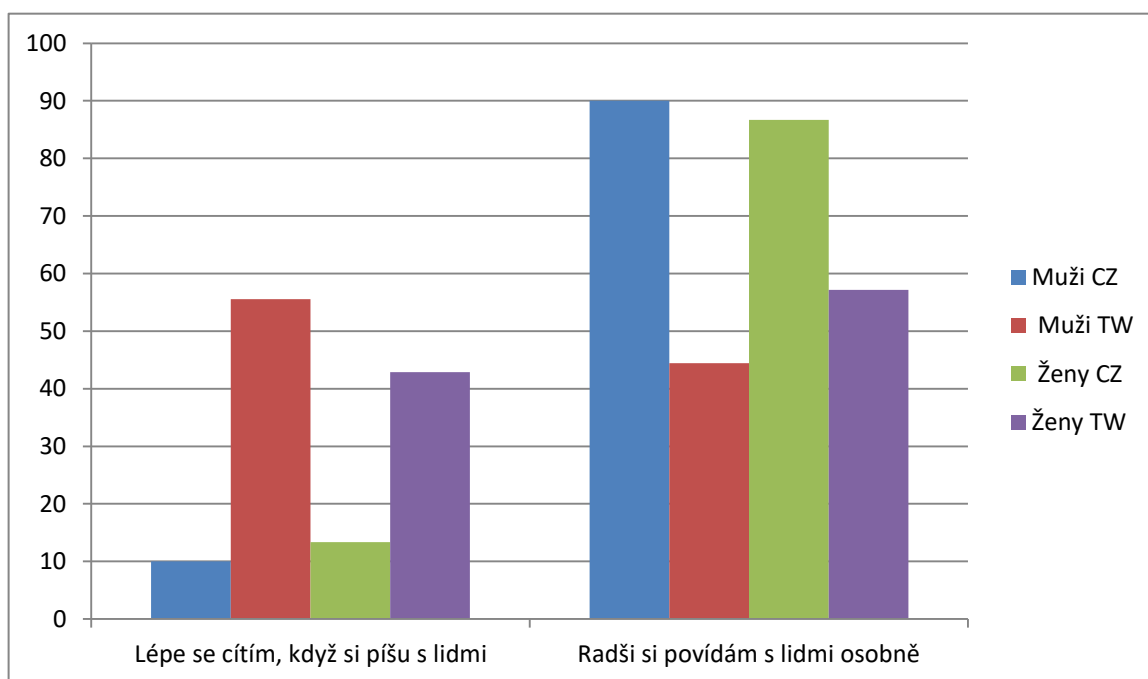


Zdroj: Dotazníkové šetření

Otázka číslo šestnáct: Píše se vám na Facebooku s lidmi lépe než povídá ve skutečném světě?

Další otázka zjišťovala, jestli se respondenti cítí lépe při komunikaci přes sociální sítě, nebo si raději povídají osobně. Výsledek byl velmi zářející. Je zde zřejmé, že lidé z Tchaj-wanu si raději píšou s lidmi přes Facebook, než aby si osobně povídali. Může to mít souvislost s jejich mentalitou, že jsou více uzavření než lidé z Čech. Když se pozorně podíváme na graf, vidíme, že muži z Tchaj-wanu se cítí lépe při psaní přes sociální sítě o 82 % než muži z České republiky. U žen je menší rozdíl, a to přibližně o 68 %. U osobního kontaktu se výsledek otočil, zde dominuje Česká republika. Muži z Čech raději volí osobní kontakt o 50 % a u žen je ten rozdíl ještě menší, činí jen 34 %.

Graf 14 Psaní nebo povídání

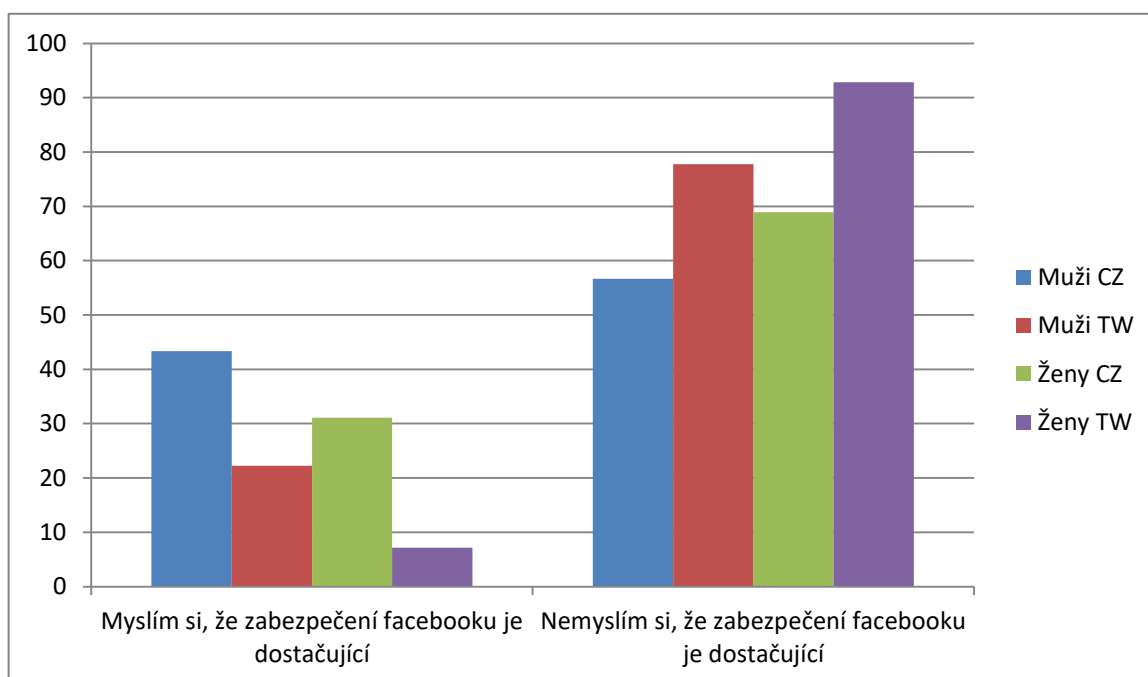


Zdroj: Dotazníkové šetření

Otázka číslo sedmnáct: Myslíte si, že zabezpečení Facebooku je dostačující?

Jelikož lidi zveřejňující své osobní informace, ať už ty základní, nebo doplňující, na sociálních sítích, je na místě otázka ohledně zabezpečení Facebooku. Zda je zabezpečení na Facebooku dostačující. Jak je vidět z grafu, velké množství respondentů Facebooku nevěří, až na muže z Čech, kteří ze 43 % zabezpečení Facebooku věří. Naopak nejméně Facebooku věří ženy z Tchaj-wanu a na druhém místě jsou muži z Tchaj-wanu.

Graf 15 Zabezpečení

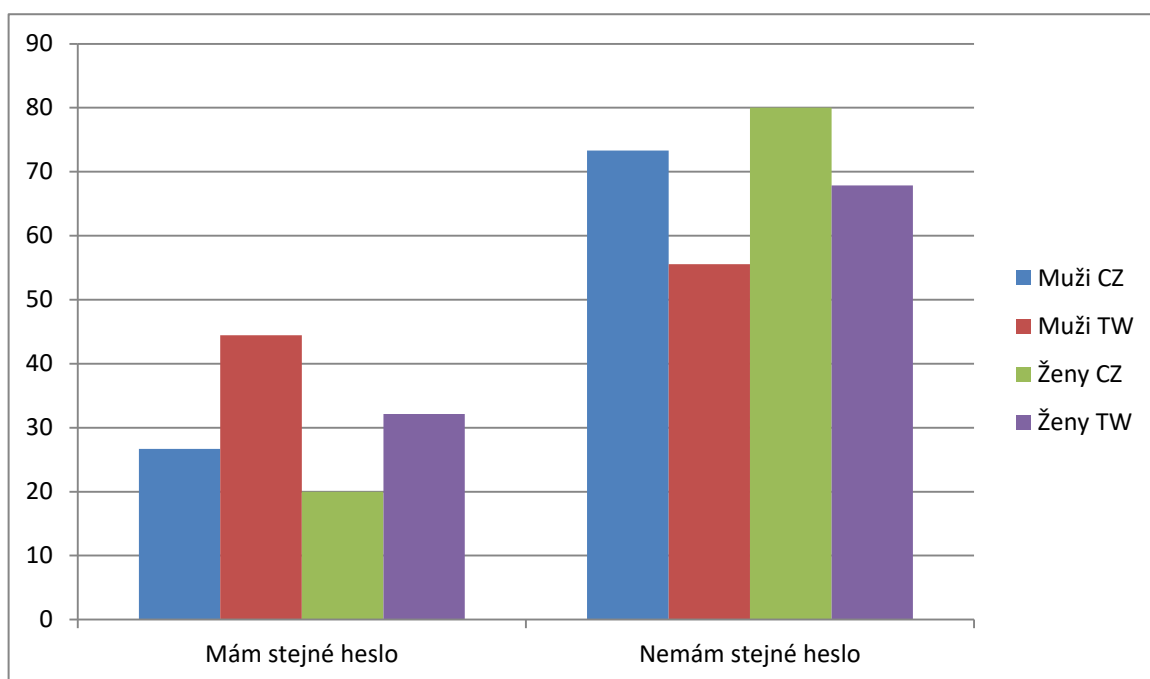


Zdroj: Dotazníkové šetření

Otázka číslo osmnáct: Máte heslo na Facebooku stejné jako ostatní hesla, která používáte na přihlašování k jiným účtům?

Tato otázka se váže k minulé otázce. Kdyby někdo věřil zabezpečení Facebooku, potom by bylo pravděpodobné, že by se nebál mít stejné heslo jak na tomto profilu, tak i u jiných sociálních sítí. Jak se ukázalo, není moc lidí, kteří by měli stejné heslo. Pokud vezmeme v potaz všechny čtyři kategorie dohromady, vidíme, že stejné heslo má jen 30 % všech účastníků výzkumu. Přitom nejvíce zastoupenou kategorií jsou muži z Tchaj-wanu a nejméně ženy z Čech.

Graf 16 Heslo

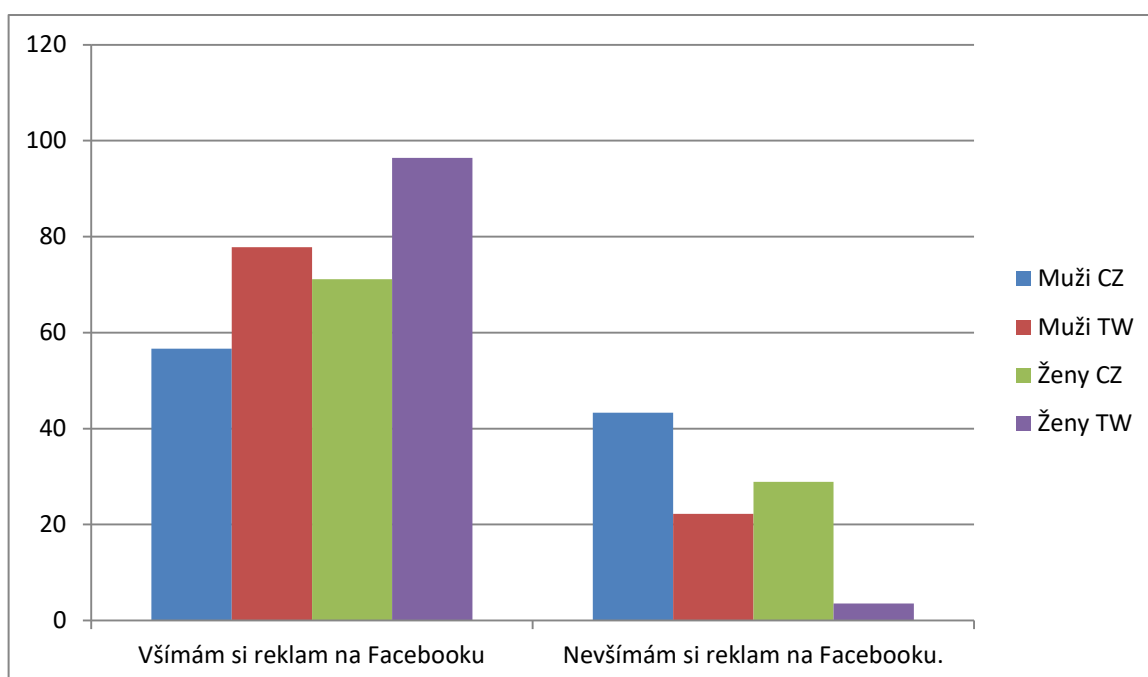


Zdroj: Dotazníkové šetření

Otázka číslo devatenáct: Všímáte si reklam na Facebooku?

Další otázkou bylo, jestli si dotazovaní všímají reklamy na Facebooku. Zde odpověděla většina lidí, že ano. Jak je vidět, firmy do reklam na Facebooku investují nemalé peníze a je to momentálně velmi mocný nástroj k manipulaci uživatelů. Z výsledků by se dalo říct, že nejvíce si reklam na Facebooku všímají lidé z Tchaj-wanu, konkrétně ženy. Muži z Tchaj-wanu jsou druhí, ale jen o kousek před ženami z Čech. Naopak nejméně všímaví, co se týká reklam, jsou muži z Čech.

Graf 17 Reklamy

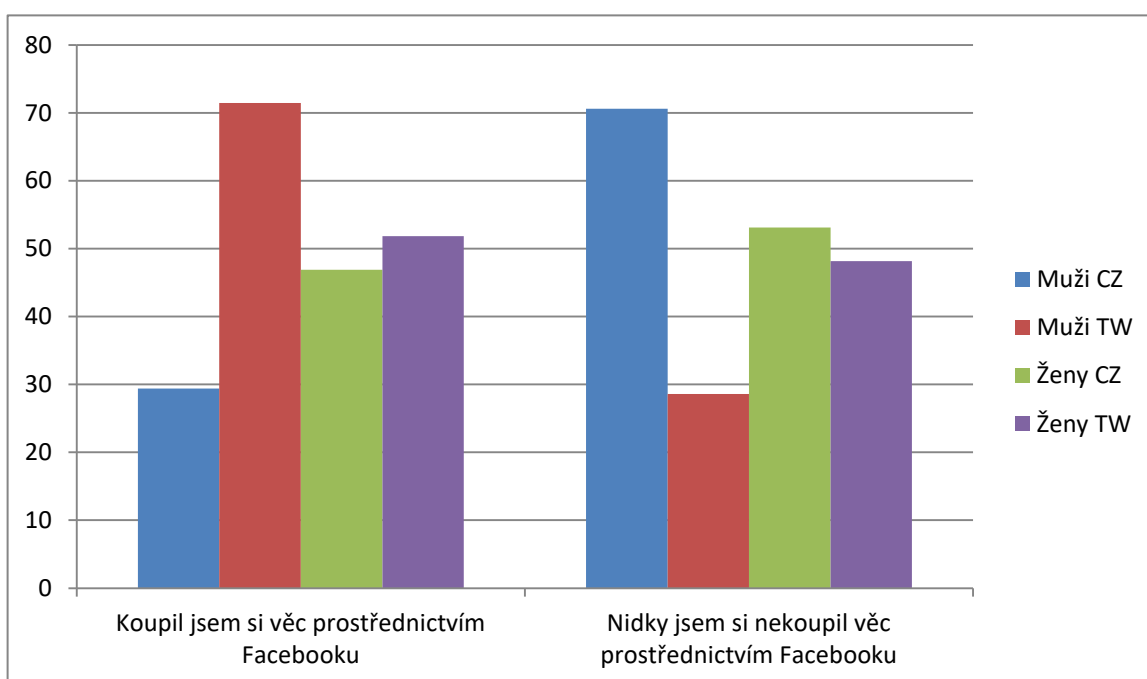


Zdroj: Dotazníkové šetření

Otázka číslo dvacet: Jestliže si všimáte reklam na Facebooku, využili jste je už někdy, abyste si něco koupili? (Pokud jste zvolili ne v předchozí otázce, tuto otázku nevyplňujte.)

Tato otázka navazuje na předchozí otázku. Je vidět, že lidé z Čech zřejmě příliš nedůvěřují nakupování na Facebooku a raději si stejnou věc koupí někde jinde na e-shopu nebo přímo někde v prodejně, i když by zboží mělo stejnou kvalitu. Nejméně důvěřiví jsou muži z Čech. Naopak nejvíce na Facebooku nakupují lidé z Tchaj-wanu, a to přímo muži, kteří nakupují dokonce o 27 % více než ženy z Tchaj-wanu. Mezi ženami takový rozdíl není, pouze kolem 9 %.

Graf 18 Reklama

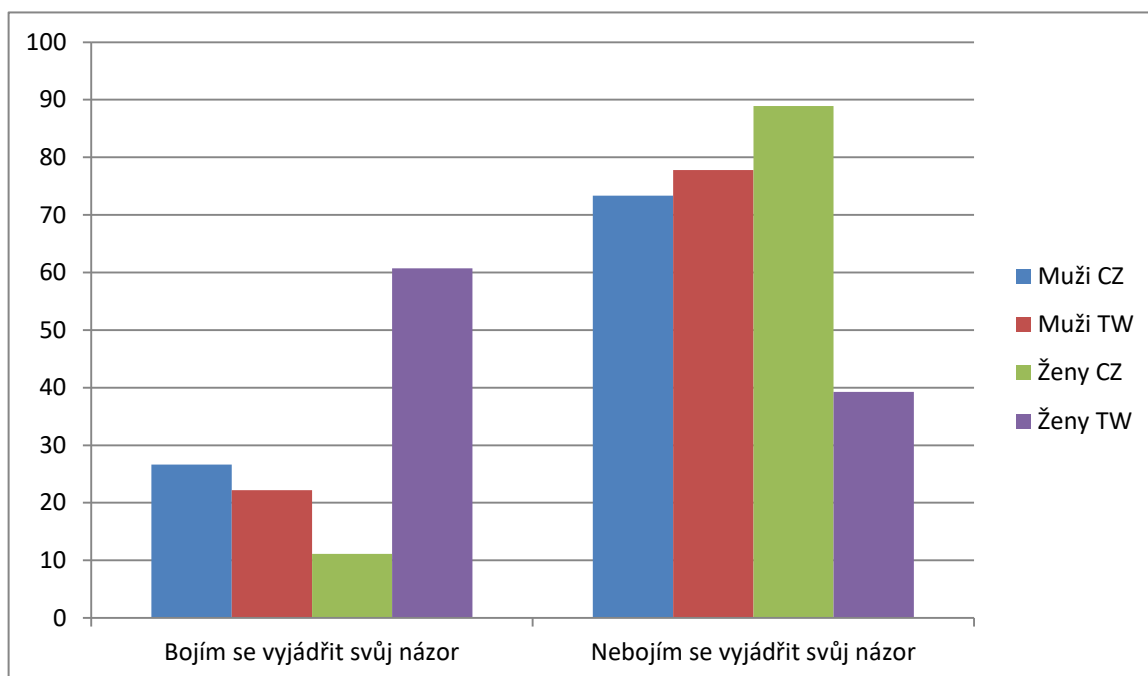


Zdroj: Dotazníkové šetření

Otázka číslo dvacet jedna: Bojíte se na Facebooku vyjádřit svůj názor?

Další otázkou bylo, jestli se respondenti bojí vyjádřit svůj názor veřejně na svých profilech na Facebooku. V dnešní době je velmi běžný fakt, že se lidé skrývají za své virtuální profily a získávají pocit bezpečí při projevení svého názoru na aktuální otázky či všeobecně na jakákoli témata. Zatímco v běžném životě by na danou věc nereagovali a báli by se projevit svůj názor, na sociálních sítích svůj ostych ztrácí. Přesto u žen z Tchaj-wanu převažuje to, že se bojí vyjádřit svůj názor i na sociálních sítích, ale ženy z Čech nikoliv. Můžeme se domnívat, že za tento fakt může místo, kde se jednotliví respondenti narodili, a také kultura, ve níž byli vychováni.

Graf 19 Názor

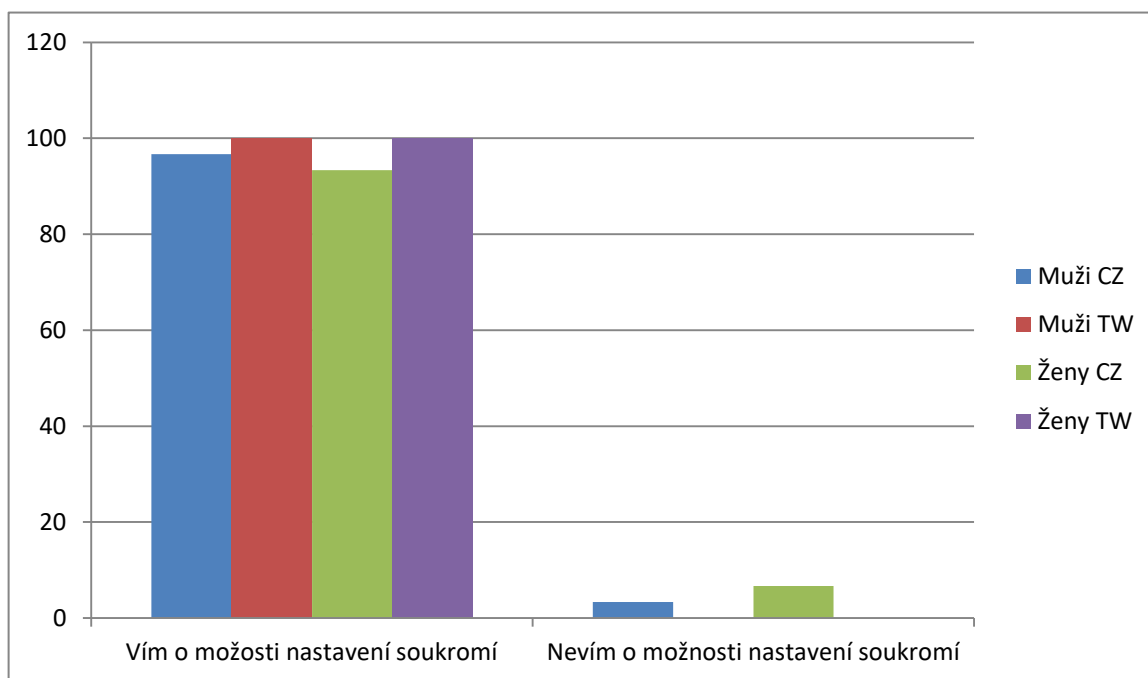


Zdroj: Dotazníkové šetření

Otázka číslo dvacet dva: Víte, že na Facebooku můžete využívat různé druhy ochrany soukromí?

Předposlední otázkou zkoumám mnohdy opomíjenou součást zabezpečení, a to nastavení soukromí. Naštěstí zde mi téměř všichni odpověděli, že vědí o možnosti zabezpečení soukromí, až na minimální výjimky z řad českých mužů a žen.

Graf 20 Ochrana soukromí



Zdroj: Dotazníkové šetření

Otázka číslo dvacet tři: Jaký druh ochrany soukromí používáte na Facebooku?

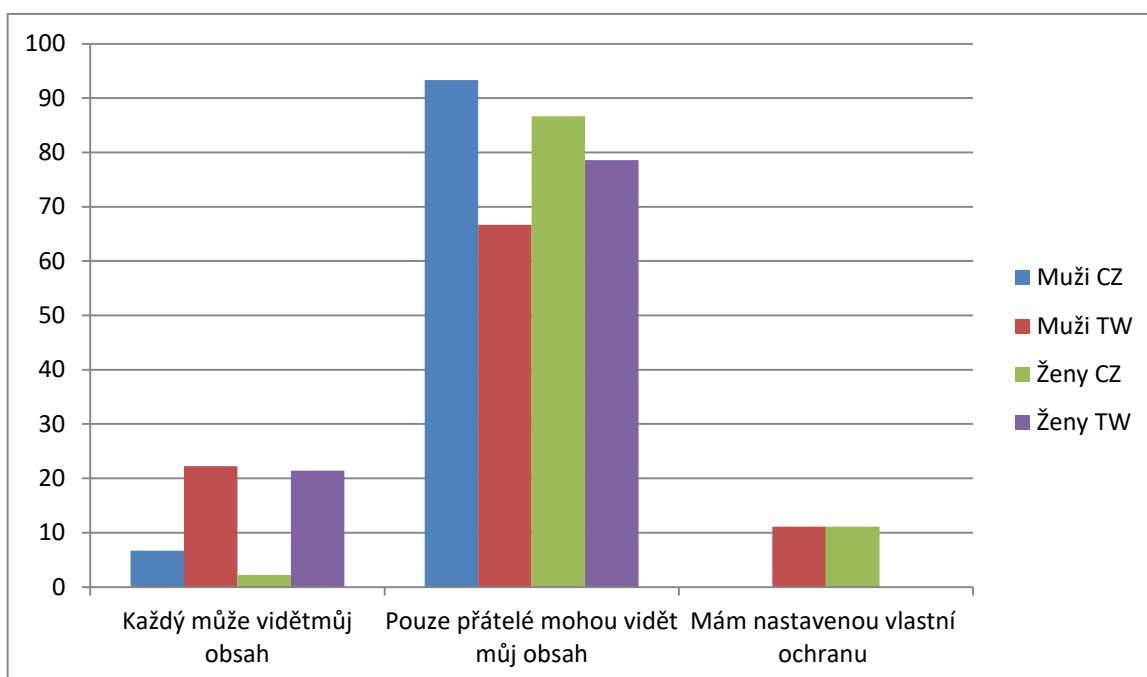
Poslední otázkou navazuji na předposlední a zjišťuji, jaké konkrétní nastavení soukromí respondenti mají. Byly na výběr tři možnosti:

- Každý, i ti co nemám v přátelích, mohou vidět můj profil. Jaké mám fotografie, kde mě kdo označil nebo třeba i mé osobní informace, které o sobě zveřejňuji.
- Pouze přátelé mohou vidět tyto informace a většinou je nastavena jedna, dvě profilové fotografie, které mohou vidět i neznámí. Ale není ani výjimkou, že je vidět jen jméno.
- Poslední nastavení je specifické pro každého. Je potřeba delšího nastavení, ale odměnou je větší ochrana. Můžeme mít dokonce nastaveno, že každý vidí náš

profil, až na nějaké lidi, co nechceme. Důležité je, že tuto specifickou ochranu si může každý zvolit dle svého, a tak má každý jinou.

Jednoznačně zvítězila volba, že obsah mohou vidět pouze přátelé. Tato volba je velmi rychlá a je nastavována automaticky. Jde vidět, že se žádný z národů až tolik o nastavení soukromí na sociálních sítích nezajímá. Stačí jim pouze průměrná ochrana, která není stoprocentní. Přesto se našla jedna výjimka z každého státu. Vlastní nastavení zvolil jeden muž z Tchaj-wanu a jedna žena z Čech.

Graf 21 Druhy ochrany soukromí



Zdroj: Dotazníkové šetření

26 Rozdílná mentalita podle genderového rozdělení

Zde bych mezi sebou rád porovnal z genderového hlediska oba národy, jelikož muž se chová jinak než žena. To se dá i ověřit na výsledcích, které jsem dostal v předchozích dvaceti třech otázkách.

26.1 Muži z Čech oproti mužům z Tchaj-wanu

Muž z Tchaj-wanu je na Facebooku denně méně než jednu hodinu, zatímco muž z Čech je na Facebooku mezi jednou a dvěma hodinami denně. Muž z České republiky má na Facebooku 200 až 300 přátel, oproti tomu muž z Tchaj-wanu má více než 300 přátel. I používání Facebooku je dosti odlišné. Muž z Čech používá Facebook převážně k psaní s přáteli, muž z Tchaj-wanu k tomu, aby ho pasivně prohlížel. I u přidávání fotek a statusů se velmi liší. V Česku muž přidává fotografie párkrát za rok, ale muž z Tchaj-wanu nepřidává vůbec. Oproti tomu statusy muž z Tchaj-wanu přidává výjimečně až párkrát za rok, kdežto muž z Čech nepřidává statusy vůbec. Typický muž z Čech si myslí, že dávat své osobní informace na Facebook je špatné, muž z Tchaj-wanu si to nemyslí, ale žádný ze sledovaného vzorku je tam i přesto nedával. Muž z Tchaj-wanu si raději píše s lidmi přes sociální síť, než s nimi hovoří ve skutečnosti. Muž z Čech má raději komunikaci osobně než po internetu. Posledním rozdílem je, že muž z České republiky si nikdy nic přes Facebook nekoupil, ale muž z Tchaj-wanu již alespoň jednou ano.

26.2 Ženy z Čech oproti ženám z Tchaj-wanu

Muži se mezi sebou poměrně dost lišili, zatímco ženy se od sebe už tolik neliší. Ve většině otázek udávají stejnou odpověď. Žena z České republiky je na Facebooku podobně jako muž z Čech jednu až dvě hodiny denně, žena z Tchaj-wanu méně než jednu hodinu až tři hodiny. Žena z Tchaj-wanu používá Facebook k pasivnímu prohlížení profilů nebo obrázků a žena z Čech ho používá k chatování s přáteli. I u otázky o osobních informacích se národy shodují. Žena z Čech si myslí, že dávat osobní informace na Facebook je špatné, žena z Tchaj-wanu nikoliv. Žena z Tchaj-wanu už alespoň jednou něco koupila přes Facebook, ale žena z Čech ještě ne. Poslední otázka, u které se odpovědi liší, je, zda se bojí vyjádřit názor na sociální síti. Zde uvedla žena z Tchaj-wanu, že se bojí vyjádřit svůj názor, žena z Čech takový názor nesdílí a nebojí se vyjádřit, co si myslí.

27 Zhodnocení výsledků

Na základě výsledků z dotazníků je možné sestavit profily chování mladých lidí, mužů a žen obou národností ve věku 21–25 let na Facebooku.

27.1 Průměrný muž z Čech

Používá další sociální síť, kterou je Instagram. Stráví průměrně na Facebooku jednu až dvě hodiny denně a přihlašuje se z mobilního telefonu. Má 200 až 300 přátel, kteří jsou jeho známí. Používá Facebook převážně na chat, aby si mohl psát s přáteli. Fotky na Facebook přidává velmi výjimečně, jen párkrát za rok, statusy nepíše vůbec. Má povědomí o tom, že je špatné dávat na Facebook své osobní informace, a také je tam nedává. Když už nějaké osobní informace na profilu zveřejnil, tak to, kam chodil do školy. Preferuje osobní kontakt s lidmi než přes chat. Zabezpečení Facebooku je nedostačující, proto má heslo na přihlašování jiné. Všimá si reklam na Facebooku, ale raději přes ně nikdy nenakoupil. Nebojí se vyjádřit svůj názor. Ví, že je možné nastavit ochranu soukromí, aby ho každý na Facebooku neviděl, a také má nastavenou ochranu tak, aby ho viděli pouze jeho přátelé.

27.2 Průměrná žena z Čech

Používá další sociální síť, kterou je Instagram. Je více než čtyři hodiny denně na Facebooku a hlavním zařízením, z něž se připojuje, je mobilní telefon. Má více než 300 přátel, kteří jsou její známí. Využívá Facebook hlavně k psaní na chatu. Fotografie i statusy na Facebook přidává velmi výjimečně, jen párkrát za rok. Ví, že je špatné dávat na Facebook své osobní informace, a proto je tam nedává. Když už nějaké zveřejní, tak to, kam chodila do školy. Preferuje osobní kontakt před kontaktem na internetu. Ví, že zabezpečení Facebooku je nedostačující, a proto má jiné heslo pro přihlašování. Všimá si reklam na Facebooku, ale přesto prostřednictvím nich nenakoupila. Nebojí se vyjádřit svůj názor. Ví, že je možné nastavit různé druhy ochrany soukromí, a používá nastavení, aby ji viděli pouze přátelé.

27.3 Průměrný muž z Tchaj-wanu

Používá další sociální síť, kterou je Instagram. Na Facebooku je méně než hodinu denně a používá k připojení pouze mobilní telefon. Má více než 300 přátel a většinou to jsou známí. Facebook používá převážně k pasivnímu prohlížení. Fotografie přidává nárazově a statusy výjimečně nebo párkrát za rok. Myslí si, že není špatné dávat osobní informace na Facebook, ale nedává je tam. Když už nějaké zveřejní, tak to, kam chodil do školy. Preferuje psaní na Facebooku před osobním rozhovorem. Ví, že Facebook nemá dostačující zabezpečení, a proto používá jiné heslo pro přihlašování. Všimá si reklam na Facebooku a také už přes ně někdy v životě nakoupil. Má povědomí o možnostech nastavení různé ochrany soukromí a používá takové nastavení, aby ho mohli vidět pouze přátelé.

27.4 Průměrná žena z Tchaj-wanu

Používá další sociální síť, kterou je Instagram. Tráví nejčastěji dvě až tři hodiny na Facebooku a používá k připojení pouze mobilní telefon. Má více než 300 přátel a jsou to její přátelé. Facebook používá k pasivnímu prohlížení. Fotografie i statusy přidává na Facebook velmi výjimečně, několikrát za rok. Nedává osobní informace o sobě na Facebook, ale nemyslí si, že by to bylo špatné. A když už nějakou informaci o sobě zveřejní, tak to, kam chodila do školy. Jen něco málo přes polovinu žen z Tchaj-wanu preferuje osobní rozhovor před tím na internetu. Ví, že Facebook nemá dostačující zabezpečení, a proto má jiné heslo pro přihlašování. Všimá si reklam, polovina z našeho vzorku si už koupila nějakou věc přes Facebook, druhá polovina nikoliv. Bojí se vyjádřit názor na Facebooku. Má ponětí o možnosti nastavení různé ochrany soukromí a využívá je tak, a by ji mohli vidět pouze přátelé.

28 Porovnání výsledků z pohledu genderu

Porovnání bude provedeno mezi muži a ženami obou národností. Dále mezi muži a ženami stejné národnosti. Chtěl bych tím ukázat podobnost odpovědí jak v rámci jedné národnosti, tak i mezi stejným pohlavím. Nakonec bych chtěl poukázat na odpovědi, které byly společné pro všechny kategorie dohromady.

28.1 Muži obou národností

Muži obou národností používají další sociální síť, kterou je samozřejmě Instagram, a používají Facebook především na mobilním telefonu. Počet přátel se liší, ale přátelé jsou jejich známí. Osobní informace nezveřejňují, a pokud už nějakou osobní informaci zveřejnili, tak to, kam chodili do školy. Uvědomují si, že zabezpečení Facebooku je nedostačující, a zřejmě proto nemají stejné heslo k přihlašování. Všimají si reklam. Ví, že je možné nastavit si ochranu soukromí, a také ji mají nastavenou, aby je mohli vidět pouze přátelé.

28.2 Ženy obou národností

Ženy obou národností rovněž používají další sociální síť, kterou je Instagram. Na Facebooku jsou čtyři hodiny denně a k připojení používají mobil. Přátel mají více než 300 a jsou to jejich známí. Fotografie přidávají párkrát za rok a statusy píšou jen výjimečně. Osobní informace nezveřejňují, a pokud už nějakou zveřejní, tak to, kam chodily do školy. Preferují osobní kontakt ke komunikaci. Nevěří, že Facebook má dostačující zabezpečení, a proto mají jiné heslo pro přihlašování. Všimají si reklam. Mají povědomí o nastavení zabezpečení ochrany soukromí a mají ho nastavené tak, aby je mohli vidět jen přátelé.

28.3 Shrnutí

V dnešní době je velmi moderní mít více sociálních účtů – „Kolik sociálních sítí máš, tolikrát jsi člověkem.“ Proto se není čemu divit, že lidé mají více účtů a že další nejpoblíbenější sociální síť je nepochybně Instagram. Další nemyslitelnou věcí je být „offline“, proto se nejčastěji využívá přihlašování přes mobil, kde mohou být lidé „online“ celý den i v noci. Virtuální přátelé jsou známí. Těžko by někdo v dnešní době plně podvodů přijal žádost o přátelství od osoby, kterou vůbec nezná. S tím souvisí i to, že lidé nechtějí dávat své osobní informace na Facebook, což je nepochybně dobře. Informace o tom, kam chodili do školy, kterou se neobávají zveřejnit, je ta nejméně zneužitelná. Lidé mnoha věcem nevěří, proto nevěří ani Facebooku a jeho zabezpečení. To je přirozeně dobře, proto ani nemají stejné heslo pro přihlašování do více elektronických systémů. Nakonec to, že člověk by neměl mít stejné heslo pro více přihlašování, se učí už od základní školy. Jak je vidět, Facebook má velmi dobře zpracovaný marketing, jelikož téměř každý si všimá

reklamy. Rovněž mají všichni povědomí o nastavení zabezpečení ochrany soukromí a mohou je vidět jen přátelé.

Závěr

Tématem mé bakalářské práce byla Psychologie internetu a v užším pojetí srovnání způsobu používání sociální sítě Facebook dvěma velmi odlišnými národnostmi a kulturami. Dvěma zkoumanými národnostmi byly Česká republika a Tchaj-wan.

Teoretická část bakalářské práce se zabývala samotným fenoménem internetu, a to od vzniku až po jeho využití. Internet se stal nedílnou součástí naší společnosti, a proto považují za důležité mu věnovat dostatek pozornosti. Neodmyslitelnou součástí internetu jsou sociální sítě, proto byla teoretická část dále věnována i jim. Byly v ní zmíněny jak světové sociální sítě, tak i ty menší, co se počtu uživatelů týče. Největší prostor byl věnován samozřejmě Facebooku jakožto hlavnímu tématu celé bakalářské práce. V této části jsem také rozebral způsob užívání internetu a sociálních sítí z psychologického hlediska, především to, jaký má na uživatele vliv fakt, že se v tomto virtuálním světě může pohybovat celkem anonymně a bez jakýkoliv zábran.

Praktická část byla už konkrétně zaměřena na mnou zvolené dvě národnosti a rozdíl v používání sociální sítě Facebook. Z dosažených výsledků můžeme vyvodit závěr, že oba národy se od sebe liší v některých způsobech používání Facebooku. Přestože každý národ opravdu nahlíží na používání Facebooku jinak, existují i podobnosti mezi muži obou národností, stejně tak jako mezi ženami obou národností. Největší rozdíl v používání Facebooku je mezi mužem z Tchaj-wanu a ženou z Čech a naopak. Pokud vezmeme v úvahu genderové hledisko, z dotazníkového šetření vyšlo, že se muži z České republiky a Tchaj-wanu mezi sebou liší daleko víc, než se mezi sebou liší ženy z obou národů. Konkrétně se muži lišili v 40 % svých odpovědí. U žen je tento rozdíl opravdu o něco menší, je to jen něco málo okolo 25 % odlišných odpovědí.

Seznam použité literatury

Zdroje publikace

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

KOPECKÝ, K., 2007. *Moderní trendy v e-komunikaci*. Olomouc: Hanex. ISBN isbn978-80-85783-78-0.

KOŽÍŠEK, M. a PÍSECKÝ, V., 2016. *Bezpečně n@ internetu: průvodce chováním ve světě online*. Praha: Grada Publishing, a. s. ISBN 978-80-247-5595-3

MAJEROVÁ, P., 2012. *Sociální komunikace: studijní opora pro kombinované studium: bakalářský studijní program*. České Budějovice: Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích. ISBN 978-80-7468-014-4.

MIKULÁŠTÍK, M., 2010. *Komunikační dovednosti v praxi*. 2., dopl. a přeprac. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-2339-6.

MOSLEROVÁ, N., 2004. *Interpersonální komunikace*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, Pedagogická fakulta. ISBN 80-7042-692-6.

SKLENÁK, V., 2001. *Data, informace, znalosti a Internet*. Praha: C. H. Beck. ISBN 80-7179-409-0.

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

Zdroje elektronické

BRM, 2011. Podezření z úniku dat drtí akcie Facebooku, společnost „zchudla“ o miliardy – iDnes.cz [online]. 2011 [cit. 2018-04-11]. Dostupné z: https://ekonomika.idnes.cz/facebook-burza-nasdaq-propad-akcie-d5d-/eko-zahranicni.aspx?c=A180320_174959_eko-zahranicni_mato

CESNET, 2016. Historie národní sítě pro vědu, výzkum a vzdělávání. *Cesnet.cz* [online]. Praha: CESNET [cit. 2018-03-27]. Dostupné z: <https://www.cesnet.cz/sdruzeni/dokumenty/historie-narodni-site-pro-vedu-vyzkum-a-vzdelavani/>

ČSÚ [Český statistický úřad], 2017. Informační společnost v číslech 2017 (Shrnutí vývoje – rok 2017). *Czso.cz* [online]. Praha: ČSÚ [cit. 2018-04-09]. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/10180/46014808/061004-17_S.pdf/b9a0a83e-7a6f-4613-b1df-33fe8b5d1a8e?version=1.1

Deník.cz, 2018. Služba Spolužáci.cz na konci srpna skončí. Po čtrnácti letech. *Deník.cz* [online]. 2018 [cit. 2018-04-11]. Dostupné z: <https://www.denik.cz/ekonomika/sluzba-spoluzaci-cz-na-konci-srpna-skonci-kvuli-gdpr-20180404.html>

ECHO24, 2018. Obří skandál Facebooku. Únik osobních údajů se mohl týkat dvou miliard lidí. *Echo24.cz* [online]. 2018 [cit. 2018-11-04]. Dostupné z: <https://echo24.cz/a/SMbyP/obri-skandal-facebooku-unik-osobnich-udaju-se-mohl-tykat-dvou-miliard-lidi>

GREGAR, T., 2003. Historie internetové komunikace. *Muni.cz* [online]. Brno: Masarykova univerzita Brno [cit. 2018-03-27]. Dostupné z: <https://www.fi.muni.cz/usr/jkucera/pv109/2003p/xgregar.htm#1>

HANDL, J., 2011. Jak nám sociální sítě změnilly komunikaci. *Tyinternety.cz* [online]. 2011 [cit. 2018-03-27]. Dostupné z: <http://tyinternety.cz/socialni-site/jak-nam-socialni-site-zmenily-komunikaci/>

CHLAD, R., 2000. *Faculty of Informatics Masaryk University* [online]. Brno: Masarykova univerzita Brno [cit. 2018-03-27]. Dostupné z: <https://www.fi.muni.cz/usr/jkucera/pv109/2000/xchlad.htm>

Internet Live Stats, 2016. Number of Internet Users. *Internetlivestats.com* [online]. 2016 [cit. 2018-04-11]. Dostupné z: <http://www.internetlivestats.com/internet-users/>

Internet World Stats - Usage and Population Statistics, 2017. Facebook World Stats and Penetration in the World - Facebook Statistics [online]. 2017 [cit. 2018-04-11]. Dostupné z: <https://www.internetworldstats.com/facebook.htm>

Internet World Stats - Usage and Population Statistics, 2018. Asia Internet Usage Stats Facebook and 2018 Population Statistics. *Internetworldstats.com* [online]. 2018 [cit. 2018-04-09]. Dostupné z: <https://www.internetworldstats.com/stats3.htm>

KRATOCHVÍL, J., 2013. Netiketa a bezpečnost na Internetu. *Muni.cz* [online]. Brno: Masarykova univerzita Brno [cit. 2018-04-11]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/el/1411/podzim2015/VLLL021/um/02/netiketa/index.html>

KROSS, E. et al., 2013. Facebook Use Predicts Declines in Subjective Well-Being in Young Adults. *PLoS ONE*. 8(8): e69841. doi:10.1371/journal.pone.0069841.

Onlineandweb.com, 2013. Sociální sítě a jejich vývoj – pohled do historie. *Onlineandweb.com* [online]. 2013 [cit. 2018-03-27]. Dostupné z: <http://objevit.cz/socialni-site-vyvoj-pohled-do-historie-t22280>

PROTHEA, 2015. Co je wellbeing? *Prothea.cz* [online]. © 2015 [cit. 2018-04-11]. Dostupné z: <http://prothea.cz/blog/co-je-wellbeing/>

QUORA. How many languages can Facebook support? *Quora.com* [online]. 2016 [cit. 2018-04-11]. Dostupné z: <https://www.quora.com/How-many-languages-can-Facebook-support>

Správa sítě - slovník pojmů: správa sítě, zabezpečení sítě, outsourcing IT, 2016. Co je to kyberprostor? *Sprava-site.eu* [online]. © 2016 [cit. 2018-04-11]. Dostupné z: <https://www.sprava-site.eu/kyberprostor/>

STATISTA [The Statistics Portal], 2017. Number of monthly active Facebook users worldwide as of 4th quarter 2017 (in millions). *Statista.com* [online graf]. 4th quarter 2017 [vid. 2018-03-27]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>

TWNIC, 2015. A Survey on Broadband Internet Usage in Taiwan [online]. 2015 [cit. 2018-04-11]. Dostupné z: <https://www.twonic.net.tw/download/200307/20150901d.pdf>

Wikipedia, 2017a. High Performance Computing Act of 1991. *Wikipedia.org* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001-2017 [cit. 2018-03-27]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/High_Performance_Computing_Act_of_1991

Wikipedia, 2017b. Kyberprostor. *Wikipedia.org* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001-2017 [cit. 2018-04-11]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Kyberprostor>

Seznam obrázků

Obrázek 1	Obrazový materiál čerpaný ze stránek www.cesnet.cz	7
Obrázek 2	Obrazový materiál čerpaný ze stránek www.cesnet.cz	7

Obrázek 3 Struktura komunikace	9
--------------------------------------	---

Seznam tabulek

Tabulka 1 Školský systém uplatňovaný v Tchaj-wanu	30
---	----

Seznam grafů

Graf 1 Pohlaví.....	28
Graf 2 Věkové rozmezí.....	29
Graf 3 Používání jiných soc. sítí.....	31
Graf 4 Kolik času strávíte u facebooku	32
Graf 5 Zařízení.....	33
Graf 6 Počet přátel.....	34
Graf 7 Jaké lidi si přidáváte do přátel.....	35
Graf 8 Využití facebooku	36
Graf 9 Četnost přidávání fotek	37
Graf 10 Četnost psaní statusů	38
Graf 11 Osobní informace	39
Graf 12 Osobní informace	40
Graf 13 Důležité informace	41
Graf 14 Psaní nebo povídání	42
Graf 15 Zabezpečení.....	43
Graf 16 Heslo	44
Graf 17 Reklamy	45
Graf 18 Reklama.....	46
Graf 19 Názor	47
Graf 20 Ochrana soukromí	48
Graf 21 Druhy ochrany soukromí.....	49

Seznam příloh

Příloha 1 Dotazník Psychologie internetu v českém jazyce	60
Příloha 2 Dotazník Psychologie internetu v anglickém jazyce	63
Příloha 3 Dotazník Psychologie internetu v severočínském dialektu.....	66
Příloha 4 Zadání bakalářské práce.....	70

Příloha 1 Dotazník Psychologie internetu v českém jazyce

1. Jaké je vaše pohlaví?
 - a. Muž
 - b. Žena
2. Kolik vám je let?
 - a. 15 – 18 let
 - b. 18 – 21 let
 - c. 21 – 25 let
 - d. 25 let a více
3. Jaké máte nejvyšší dosažené vzdělání?
 - a. Základní
 - b. Středoškolské
 - c. Středoškolské s maturitou
 - d. VOŠ
 - e. Vyšší
4. Používáte Facebook?
 - a. Ano
 - b. Ne
5. Používáte nějakou další sociální síť?
 - a. Ne
 - b. Ano (jakou?)
6. Kolik času denně přibližně strávíte na Facebooku?
 - a. Méně než jednu hodinu
 - b. Jednu až dvě hodiny
 - c. Dvě až tři hodiny
 - d. Tři až čtyři hodiny
 - e. Více jak čtyři hodiny
7. Z jakého zařízení se nejčastěji připojujete na sociální sítě?
 - a. Mobilní telefon
 - b. Tablet
 - c. Počítač
8. Kolik máte přibližně přátel na Facebooku?

- a. 0 až 50
 - b. 50 až 100
 - c. 100 až 200
 - d. 200 až 300
 - e. 300 a více
9. Jaké lidi si přidáváte do přátel?
- a. Pouze lidi, které opravdu znám
 - b. Lidi, které znám pouze od vidění
 - c. Lidi, které neznám
10. K čemu nejčastěji využíváte Facebook?
- a. Psaní s přáteli
 - b. Pasivnímu využití (pouze sledováním toho, co přidali přátelé)
 - c. Přidávání příspěvků
11. Jak často přidáváte fotky na Fecook?
- a. Nepřidávám fotky
 - b. Pouze párkrát za rok
 - c. Nárazově
 - d. Několikrát za měsíc (přibližně kolik?)
12. Kolik statusů napíšete?
- a. Nepíšu statusy
 - b. Výjimečně při příležitostech
 - c. Párkrát za rok
 - d. Několikrát za měsíc (přibližně kolik?)
13. Myslíte si, že je špatné dávat na Facebook své osobní informace (telefon, bydliště, email, věk)?
- a. Ano
 - b. Ne
14. Dáváte na Facebook své osobní informace (telefon, bydliště, email, věk)?
- a. Ano
 - b. Ne
15. Jaké další důležité informace o sobě zveřejňujete na Facebooku?
- a. Vztah s někým
 - b. Kam jsem chodil do školy
 - c. Kde pracujete

- d. Kde jste se narodili
 - e. Jiné (jaké?)
16. Píše se vám na Facebooku s lidmi lépe, než povídá ve skutečném světě?
- a. Ano
 - b. Ne
17. Myslíte si, že zabezpečení Facebooku je dostačující?
- a. Ano
 - b. Ne
18. Máte heslo na Facebook stejné, jako ostatní hesla které používáte na přihlašování k jiným účtům?
- a. Ano
 - b. Ne
19. Všimáte si reklam na Facebooku?
- a. Ano
 - b. Ne
20. Jestliže ano, využili jste už někdy reklam na Facebooku, aby jste si něco koupili?
(pokud jste zvolili ne v předchozí otázce, nevyplňujte otázku)
- a. Ano
 - b. Ne
21. Bojíte se na Facebooku vyjádřit svůj názor?
- a. Ano
 - b. Ne
22. Víte, že na Facebooku můžete využívat různé druhy ochrany soukromí?
- a. Ano
 - b. Ne
23. Jaký druh ochrany soukromí používáte na Facebooku?
- a. Obsah může vidět každý
 - b. Obsah mohou vidět pouze přátelé
 - c. Jiné (jaké?)

Příloha 2 Dotazník Psychologie internetu v anglickém jazyce

1. What is your gender?
 - a. Male
 - b. Female
2. How old are you?
 - a. 15 - 18 years
 - b. 18 - 21 years
 - c. 21 - 25 years
 - d. 25 and more years
3. What is the highest level of education you have completed?
 - a. Whitch?
4. Do you use Facebook?
 - a. Yes
 - b. No
5. Do you use any other social media except Facebook?
 - a. No
 - b. Yes (Which one?)
6. How much time do you spend on the Facebook per day?
 - a. Less than 1 hour a day
 - b. 1 – 2 hour a day
 - c. 2 – 3 hours a day
 - d. 3 – 4 hours a day
 - e. More than 4 hours a day
7. What kind of device do you use for signing into your social media account?
 - a. Mobile phone
 - b. Tablet computer
 - c. Computer
8. How many friends do you have on Facebook?
 - a. 0 – 50 friends
 - b. 50 – 100 friends
 - c. 100 – 200 friends
 - d. 200 – 300 friends

- e. 300 and more friends
9. What kind of people do you add on Facebook?
- a. Just people that I really know
 - b. People that I saw just couple of times but they are not my friends
 - c. Strangers
10. What are you doing on Facebook the most?
- a. Chatting with friends
 - b. Just watching what other people added on facebook
 - c. Adding photos or statuses
11. How often do you add photos on facebook?
- a. I don't add photos at all
 - b. Just few times a year
 - c. Rarely
 - d. Several times during a month (How often?)
12. How often do you write status on Facebook?
- a. I don't write statuses
 - b. Just few times a year
 - c. Rarely
 - d. Several times during a month (how much?)
13. Do you consider putting you personal information on Facebook as a wrong thing? (phone number, address, e-mail, age..?)
- a. Yes
 - b. Ne
14. Do you put your personal information on Facebook?
- a. Yes
 - b. No
15. What kind of important information do you publish on Facebook?
- a. Relationship (boyfriend/girlfriend)
 - b. Name of school where I study or I have studie dat
 - c. Job
 - d. Where I was born
16. Is chatting via Facebook easier for you or you prefer to talk with your friends in person?
- a. Prefer chatting on Facebook

- b. Prefer talking with friends in person
17. Is security on Facebook good enough?
- a. Yes
 - b. No
18. Do you have the same password for every social media? OR do you have special password for Facebook account?
- a. Same password
 - b. Special password
19. Can you see a lot of advertisements on your Facebook wall?
- a. Yes
 - b. No
20. Have you ever bought anything that you saw in that advertisement?
- a. Yes
 - b. No
21. Are you afraid to express you opinion online?
- a. Yes
 - b. No
22. Do you know that there is more than one option of „privacy“ on Facebook?
(for example: you can choose that your pictures can see just your friends etc.)
- a. Yes
 - b. No
23. What kind of privacy do you use?
- a. Everyone can see everything
 - b. Only my friends can see things that I put on Facebook
 - c. Different (Whitch?)

Příloha 3 Dotazník Psychologie internetu v severočínském dialektu

1. 性別?
 - a. 男
 - b. 女
2. 年齡?
 - a. 15-18歲
 - b. 18-21歲
 - c. 21-25歲
 - d. 25歲以上
3. 學歷?
 - a. 研究所(含)以上
 - b. 大學
 - c. 高中職
 - d. 國中
4. 是否使用臉書?
 - a. 是
 - b. 否
5. 有使用其他社群媒體嗎?
 - a. 無
 - b. 其他?
6. 每天平均花多少時間在臉書上?
 - a. 小於1小時
 - b. 1-2小時
 - c. 2-3小時
 - d. 3-4小時
 - e. 4小時(含)以上
7. 你主要是使用何種裝置來瀏覽臉書呢?
 - a. 智慧型手機
 - b. 平板電腦
 - c. 桌上型電腦(筆記型電腦)

8. 你在臉書上有多少朋友呢？
- a. 0-50人
 - b. 50-100人
 - c. 100-200人
 - d. 200-300人
 - e. 300人以上
9. 哪一種朋友你會發送邀請呢？
- a. 我一定認識的朋友
 - b. 比較不熟的朋友(例如: 只見過幾次面、只會打招呼)
 - c. 陌生人
10. 你最常在臉書上進行何種活動呢？
- a. 聊天
 - b. 瀏覽塗鴉牆的資訊
 - c. 發文(發照片)
11. 你多久在臉書上新增一次照片呢？
- a. 我從不新增照片
 - b. 極少
 - c. 很少
 - d. 個月內會頻繁新增照片(請在其他欄內填答一個月大概會新增多少張照片)
 - e. 其他
12. 你多久在臉書上新增一篇貼文呢？
- a. 我從不新增貼文
 - b. 極少
 - c. 很少
 - d. 個月內會頻繁新增貼文(請在其他欄內填寫一個月大概會新增多少篇貼文)
 - e. 其他
13. 你有考量過將自己的私人資訊放在臉書上是不安全的嗎?(私人資訊例如: 電話號碼、地址、電子信箱或年齡等)

- a. 有
 - b. 沒有
14. 你有將你的私人資訊放在臉書上嗎?
- a. 有
 - b. 沒有
15. 你曾經公開哪一類的重要資訊在臉書上?
- a. 感情狀態(交往中/單身)
 - b. 就讀的學校
 - c. 職業
 - d. 出生地
16. 藉由臉書與人交談來的比與人面對面交談來的簡單嗎?
- a. 是
 - b. 不是
17. 你認為臉書的安全性夠嗎?
- a. 夠
 - b. 不夠
18. 對於臉書的密碼是否與其他的社群媒體有所不同?
- a. 沒有, 是同一組密碼
 - b. 有, 是不同組密碼
19. 你會在臉書上看到很多的廣告嗎?
- a. 是
 - b. 不是
20. 你曾經藉由臉書上的廣告進而"購物"嗎?
- a. 有
 - b. 沒有
21. 你會害怕在臉書上說出你真實的想法嗎?
- a. 會
 - b. 不會
22. 你知道在臉書上的隱私安全設定有分為很多種嗎?(例如:可以設定閱讀權限, 只限朋友閱讀)

- a. 知道
- b. 不知道

23. 哪一種安全隱私設定是你所設定的呢？

- a. 公開
- b. 朋友

Příloha 4 Zadání bakalářské práce

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Akademický rok: 2015/2016

Studijní program: Systémové inženýrství a informatika
Forma: Prezenční
Obor/komb.: Informační management (im3-p)

Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
Lacman Jirí	Lísková 1747, Čáslav - Čáslav-Nové Město	I14372

TÉMA ČESKY:

Psychologie internetu

TÉMA ANGLICKY:

Psychology of internet

VEDOUcí PRÁCE:

prof. PhDr. Marek Franěk, CSc. - KM

ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

Cíl: Teoreticky pojednat o vybraných otázkách psychologie internetu a provést vlastní výzkum.

Osnova
Úvod
Teoretická část
Provedení výzkumu
Vyhodnocení výsledků
Závěr

SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:

Bude zadána v průběhu práce.

Podpis studenta:


.....

Datum:

6.10.2016
.....

Podpis vedoucího práce:


.....

Datum:

6.10.2016
.....