



Pedagogická
fakulta
Faculty
of Education

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Pedagogická fakulta
Katedra psychologie

Bakalářská práce

Dopady disinhibičního efektu na sociálních sítích

Vypracovala: Zuzana Blažková
Vedoucí práce: Mgr. Jakub Staněk

České Budějovice 2022

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem autorem této kvalifikační práce a že jsem ji vypracoval(a) pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu použitých zdrojů.

Datum

22. 4. 2022

Podpis studenta

.....

Zuzana Blažková

Poděkování

Ráda bych tímto chtěla poděkovat svému vedoucímu práce, panu Mgr. Jakubovi Staňkovi, za veškerou pomoc při psaní této práce, za jeho podnětné připomínky, cenné rady a jeho vstřícný přístup po celou dobu tvorby práce. Dále bych touto cestou chtěla poděkovat všem respondentům, kteří se podíleli na vyplnění dotazníků a zejména těm, kteří mi pomohli s jeho šířením.

Abstrakt bakalářské práce

Název práce: Dopady disinhibičního efektu na sociálních sítích

Autor práce: Zuzana Blažková

Vedoucí práce: Mgr. Jakub Staněk

Počet stran: 84

Tato bakalářská práce pojednává o disinhibičním efektu a jeho dopadech na sociálních sítích. Jejím cílem je vytvoření dotazníku, který vychází ze Sulerovy teorie disinhibičního efektu, která opírá o 6 faktorů (anonymita, neviditelnost, asynchronita, solipsistická introjekce, disociační imaginace a minimalizace autority). Tento cíl byl navržen na základě nepřítomnosti podobného dotazníku v České republice. Teoretická část se zaměřuje na komunikaci na sociálních sítích a chování uživatelů. První kapitola blíže představuje jednotlivé sociální sítě, které jsou nejvíce populární jak v České republice, tak ve světě. Dále popisuje komunikaci v kyberprostoru a také samotný disinhibiční efekt, jeho faktory, projevy, příčiny a následky. Druhá kapitola popisuje dynamiku sociálních sítí a třetí kapitola rizikové chování uživatelů, které se zaměřuje především na problematiku kyberšikany, sextingu a sebeodhalování. Praktická část popisuje metodou tvoření dotazníku, který vychází ze Sulerovy teorie disinhibičního efektu. Výzkumný soubor tvoří 367 respondentů, kteří vyplnili finální verzi vytvořeného dotazníku. Výsledný dotazník se skládá ze 4 faktorů disinhibice (anonymity, solipsistické introjekce, asynchronicity a neviditelnosti) a je tvořen 15 položkami.

Klíčová slova: disinhibiční efekt, toxická disinhibice, benigní disinhibice, sociální sítě, virtuální komunikace, dotazník

Abstract of Bachelor Thesis

Title: Impacts of disinhibition effect on social networks

Author: Zuzana Blažková

Supervisor: Mgr. Jakub Staněk

Number of pages: 84

This bachelor thesis deals with the disinhibition effect and its effects on social networks. Its aim is to create a questionnaire based on Suler's theory of the disinhibition effect, which is based on 6 factors (anonymity, invisibility, asynchronicity, solipsistic introjection, dissociative imagination and minimization of authority). This aim was proposed on the basis of the absence of a similar questionnaire in the Czech Republic. The theoretical part focuses on communication on social networks and users' behavior. The first chapter presents the individual social networks that are the most popular both in the Czech Republic and in the world. Further describes communication in cyberspace and the disinhibition effect itself, its factors, manifestations, causes and consequences. The second chapter describes the issue of social networks and risky behavior of users, which focuses on cyberbullying, sexting and self-disclosure. The practical part describes the method of creating a questionnaire, which is based on Suler's theory of the disinhibition effect. The research group consists of 367 respondents who filled in the final version of the created questionnaire. The resulting questionnaire is consisting of 4 disinhibition factors (anonymity, solipsistic introjection, asynchronicity and invisibility) and consists of 15 items.

Keywords: disinhibition effect, toxic disinhibition, benign disinhibition, social networks, virtual communication, questionnaire

Obsah

Úvod.....	8
1 Komunikace na sociálních sítích	9
1.1 Sociální sítě	9
1.1.1 Facebook.....	10
1.1.2 Youtube.....	11
1.1.3 Instagram	11
1.1.4 Twitter.....	11
1.1.5 LinkedIn.....	12
1.1.6 Snapchat.....	12
1.1.7 TikTok.....	12
1.1.8 Tinder	13
1.2 Specifika virtuální komunikace	13
1.2.1 Další specifika.....	14
1.3 Disinhibiční efekt.....	15
1.3.1 Faktory disinhibice	15
1.3.2 Odlišné pohledy	18
1.3.3 Projevy a dopady.....	19
1.3.4 Dlouhodobé následky	20
2 Dynamika sociálních sítí.....	21
2.1 Změna a růst	21
3 Rizikové chování uživatelů	22
3.1 Kyberšikana	22
3.2 Sexting.....	25
3.3 Sebeodhalování.....	26
4 Cíl práce.....	27
4.1 Výzkumné cíle a hypotézy.....	27
5 Metodologie výzkumu	28
5.1 Metoda tvoření dotazníku	28
5.1.1 První sběr dat	28
5.1.2 Výzkumný soubor.....	29

5.1.3 Analýza dat.....	30
5.2 Metoda tvoření druhé verze dotazníku	30
5.2.1 Druhý sběr dat	31
5.2.2 Výzkumný soubor.....	31
5.2.3 Analýza dat.....	32
5.3 Metoda tvoření finálního dotazníku	37
5.3.1 Třetí sběr dat.....	38
5.3.2 Výzkumný soubor.....	38
5.3.3 Analýza dat.....	39
6 Ověřování hypotéz.....	44
6.1 Reliabilita.....	48
7 Diskuze	49
7.1 Limity.....	50
ZÁVĚR.....	52
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	53
PŘÍLOHY.....	59
Příloha 1	59
Příloha 2	60
Příloha 3	64
Příloha 4	66
Příloha 5	70
Příloha 6	72
Příloha 7	75
Příloha 8	76
Příloha 9	77
Příloha 10.....	79
Příloha 11	81
Příloha 12	82
Příloha 13	82

Úvod

Přestože virtuální komunikace se stala významnou součástí našich každodenních životů, což pandemie Covid-19 ještě více prohloubila, je problematika disinhibičního efektu stále pro většinu lidí neznámé téma. Disinhibiční efekt je zkoumán již od roku 2004, kdy internet jednoznačně nebyl tolik rozšířený jako dnes a sociální sítě byly na svém zrodu. Je důležité vědět, že online komunikace se v některých aspektech liší od reálné a vliv na ni nemají pouze osobnostní vlastnosti jednice, ale i již zmíněný disinhibiční efekt. Řada zahraničních výzkumů tuto problematiku zkoumá, avšak v České republice toto téma z výzkumného hlediska není dostatečně probádáno. Některé práce upozorňují na fenomén disinhibičního efektu v rámci jiného celku, ale není mu poskytnut dostatečný prostor pro jeho samostatné zkoumání. Taktéž v České republice chybí měřící nástroj, který by se tímto výzkumným problémem zabýval a mohl by ho přesněji definovat.

Tato práce přibližuje problematiku disinhibičního efektu z různých pohledů. Pro přiblížení je využita řada studií, které se tímto tématem zabývají, a nabízejí na něj různý náhled. Celková problematika je zasazena do kontextu sociálních sítí, a to zejména takových, na kterých tento fenomén vzniká. Souběžně jsou objasněny i jiné prvky, které ovlivňují komunikaci uživatelů na internetu a je přiblíženo i 6 faktorů disinhibice, které se mohou za různých situací různě prolínat. Popsány jsou i konkrétní formy rizikového užívání sociálních sítí, kde může docházet zejména ke kyberšikaně, sextingu nebo sebeodhalování. Výzkumná část sestrojuje vlastní nástroj pro měření disinhibičního efektu.

Teoretická část se zaměřuje na komunikaci na sociálních sítích a chování uživatelů. První kapitola blíže představuje jednotlivé sítě, které jsou nejvíce populární jak v České republice, tak ve světě. Dále popisuje komunikaci v kyberprostoru a také samotný disinhibiční efekt, jeho faktory, projevy, příčiny a následky. Druhá kapitola popisuje dynamiku sociálních sítí a třetí kapitola rizikové chování uživatelů, které se zaměřuje především na problematiku kyberšikan, sextingu a sebeodhalování. Praktická část se zabývá metodou vytváření dotazníku a následnými kroky při jeho samotném tvoření.

1 Komunikace na sociálních sítích

Před uvedením disinhibičního efektu a jeho dopadů, je třeba si zde blíže představit sociální sítě a virtuální komunikaci. Komunikace sama o sobě označuje určitý přenos informací od jednoho zdroje ke druhému (Vybíral, 2009). Janoušek (2015, s. 198) uvádí že: „Verbální komunikace a její významová dynamika a struktura nabývají kvalitativně nové podoby v souvislosti s užitím počítačů jako prostředků pro komunikaci mezi lidmi.“ V tomto případě počítačem rozumíme zařízení, která mají k dispozici hardware a software, a díky tomu mohou pracovat s informacemi v digitální podobě (Janoušek, 2015).

1.1 Sociální sítě

Pod pojmem sociální sítě si mnoho lidí představí například Facebook, Instagram, LinkedIn nebo nyní velmi populární TikTok. Jako sociální sítě označujeme webové služby, na kterých je možné si vytvořit profil v rámci ohraničeného systému. Dále zde můžeme sestavit seznam propojených uživatelů, kteří sdílí spojení, a je zde možnost prohlížet si a procházet seznam ostatních, kteří jsou zde připojeni (Ellison, 2007).

Zdroje ohledně nejpoužívanějších sociálních sítí se místy liší, a to jak v České republice, tak ve světě. Většina webů uvádí, že k nejpoužívanějším sociálním sítím patří Facebook a Youtube a to celosvětově i v ČR. Digitální agentura AMI Digital provedla v roce 2021 kvantitativní výzkum zaměřený na sociální sítě v ČR. Z výsledků vychází, že průměrná doba uživatele na sociálních sítích se pohybuje okolo 2,5 hodin a 16 % uživatelů zde tráví více než 4 hodiny denně. Celkový počet minut strávených na sociálních sítích velmi vzrostl, což může být zapříčiněno i pandemií Covid-19. Konkrétně od roku 2017 průměrný počet minut strávených na síti vzrostl ze 144 na 159. Důvody, proč lidé užívají sociální sítě, jsou hlavně kontakt s přáteli, zábava a také jim slouží jako zdroj informací (Digitální agentura AMI Digital, 2021).

Jako nejpoužívanější sociální sítě v České republice byly podle výzkumu Digitální agentury AMI Digital v roce 2020 označeny sítě v tomto pořadí: Youtube, Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Snapchat, TikTok a Tinder (Digitální agentura AMI Digital, 2020). V roce 2021 se pořadí téměř nezměnilo. O první místo se s Facebookem dělí Youtube, následuje Instagram, TikTok a Snapchat (Digitální agentura AMI Digital, 2021). Oproti tomu, co se týká světové popularity, bylo v roce 2021 zjištěno, že vrchol obsadil Facebook, Youtube,

WhatsApp, Instagram, WeChat a TikTok. Avšak například Snapchat se umístil až na 14. místě, za ním dále Kuaishou, Pinterest, Twitter a Reddit (Statista Research Department, 2022).

Pro konkrétnější představu Agentura FOCUS uvádí, že v roce 2019 v ČR užívalo Facebook - 5,3 miliónů, Instagram - 2,3 miliónů, LinkedIn – 1,6 miliónů, Twitter – 389 tisíc a Snapchat – 615 tisíc lidí. Zde je podle uvedených údajů jasně vidět, že popularita sociálních sítí se v průběhu let mění a celkově počet uživatelů do dnešního data roste. Zjištěná data také uvádějí, že na většině sociálních sítí dominují spíše ženy. Oproti tomu na Twitteru výrazně převažují muži (Milch, 2019).

Ačkoli většina sociálních sítí, které dnes používáme jsou spíše zahraniční, Česká republika také stojí za vznikem několika sociálních sítí. Patří sem například síť Dikobraz.cz, která se zaměřovala zejména na humoristy, Bezones.cz, kterou používala zejména komunita majitelů firem pro svou vzájemnou spolupráci, Lide.cz, jež byla využívána hlavně pro chat a seznamku a také zde byl prostor pro blogy nebo síť ČSFD.cz, kterou stále využívají filmoví fanoušci k hodnocení filmů či seriálů (SÍTĚ V HRSTI, 2022).

Nejznámější společnost, která poskytuje sociální sítě je The Facebook, dnes známe jako Meta. Ředitelem této společnosti je Mark Zuckerberg a sdružuje pod sebe nejen sociální sítě, ale i další služby. Ze sociálních sítích sem patří Facebook, Messenger, Instagram a WhatsApp (Meta, 2022).

1.1.1 Facebook

Sociální síť jménem Facebook vznikla na Univerzitě of Harvard v roce 2003 a jejím zakladatelem je Mark Zuckerberg. Původním cílem bylo zprostředkování komunikace mezi studenty již zmíněné univerzity. Postupem času se začala síť rozrůstat a byla čím dál přístupnější i pro širší veřejnost. Cíl této sociální sítě se od jejího počátku tolik nezměnil, stále je hlavní setkávání a komunikace mezi lidmi, kteří se osobně znají, tudíž používají pravá jména (Pospíšilová, 2016).

Součástí Facebooku je i Messenger, který může být na různých zařízeních používán i jako samostatná aplikace. Tato aplikace je zaměřena primárně na chat a díky ní spolu mohou uživatelé bezplatně komunikovat v soukromých zprávách jak jednotlivě, tak ve skupině. V této aplikaci je možnost i bezplatně zahájit hovor či videohovor. Další funkcí již zmíněného chatu

je i zasílání různých souborů, fotografií, videí, hlasových stop či různých samolepek a emotikonů (Effiong et al., 2021).

1.1.2 Youtube

Tato platforma byla původně založena v roce 2005 a byla zaměřena na obsah, který byl vytvářený uživateli. Stala se nejvyužívanější platformou pro online video a stejně tak místem pro některé z významných trendů a kontroverzí (Burgess, 2011). Algoritmus Youtube je proprietární, což znamená, že nikdo neví, čím přesně se řídí. Obsah může být ovlivněn jak zájmem samotného diváka, tak i prostřednictvím privilegovaného obsahu, který se od zájmu diváka může výrazně lišit (Munger & Phillips, 2020).

1.1.3 Instagram

Tato sociální síť byla vytvořena v roce 2010 za účelem sdílení fotografií a videí. Rozlišuje se zde profil soukromý a veřejný. U veřejného profilu mohou vidět obsah všichni, kdo si uživatele vyhledají, ale u soukromého pouze ti, kteří ho sledují. Aplikace nabízí různé druhy filtrů, které mohou jednotlivci využívat na úpravu obsahu, který sdílí. Příspěvky, které jsou sdíleny, mohou být doprovázeny i textem. Další funkcí je možnost soukromé zprávy, která je značně využívána. Stejně tak je populární označovat sdílený obsah hashtagy, díky kterým je lépe dohledatelný. Je zde také možnost sdílení více obrázků či videí v jednom příspěvku. Neméně důležitá je funkce příběhů, kde se obsah zobrazuje uživatelům pouze 24 hodin nebo dokud ho uživatel, který ho sdílel, nesmaže. Většina obrázků, která je na této platformě sdílena, je pečlivě vybírána svým uživatelem a bývá spíše pozitivně laděna, zatímco příběhy mohou působit neformálně a někdy i soucitně. Instagram se stal hodně oblíbený hlavně u adolescentů (oblíbenější než Facebook), a i díky tomu je vidět, jak bude důležitou platformou do budoucna (Carpenter et al., 2020).

1.1.4 Twitter

Tato platforma je využívána jako nástroj pro šíření různých zpráv, diskuzí, nápadů a komentářů ke světovému dění. Nyní se odhaduje, že má více než 500 milionů uživatelů po celém světě. Twitter se stal důležitým nejen díky sdílení již zmíněných nápadů, diskuzí a komentářů klasických uživatelů, ale stal se z něj i zdroj oficiálních zpráv a vyjádření. Využívá zejména psaný text, ale uživatelé mohou sdílet i fotografie či videa (Garcia & Berton, 2021).

1.1.5 LinkedIn

Jedná se o největší sociální síť, která je zaměřena na profesní využití. Používá se zejména k nalezení stáže nebo nové práce. Díky této síti je zde možnost lepšího propojení a posílení vztahů na pracovišti, zlepšení dovedností jednotlivých uživatelů, což následně může vést ke kariéernímu růstu (LinkedIn Corporation, 2020). Svě využití zde najdou i absolventi a vysokoškolští studenti k propagaci svých znalostí, schopností a dovedností (Daniels & Dempsey, 2021). Další výhodou této sítě je, že se zde může vytvořit off-line událost, uživatelé se zde mohou připojit do skupin a mohou zde zveřejňovat videa i fotky. Nabízí jak bezplatnou verzi, tak verzi Premium, která nabízí například náborové, prodejní, výukové či marketingové produkty (LinkedIn Corporation, 2020).

1.1.6 Snapchat

Sociální síť Snapchat je známá více jako mobilní aplikace, která se používá zejména ke sdílení fotografií, videí nebo zpráv svým jednotlivým „přátelům“. Jako „přátele“ rozumíme lidi, s nimiž je uživatel ve spojení. Tento obsah se může přímo zaslat nebo je možné ho zveřejnit pro všechny „přátele“ po dobu 24 hodin. Takto zasláná videa či fotografie nesou označení „snap“. Pokud si příjemce „snap“ otevře, následně zmizí do deseti sekund. Obsah, který se dá na Snapchatu nalézt, je považován za pomíjivý, protože je krátkodobý a zároveň není pro ostatní uživatele znovu přístupný (Makki et al., 2017). Snapchat nemá například oproti Instagramu přístup do fotoalb uživatele. Díky tomu je považován jako intimnější způsob komunikace, který probíhá mezi lidmi, kteří spolu většinou mají silnější vazby (Choi & Sung, 2018).

1.1.7 TikTok

Platforma TikTok byla vyvinuta čínskou společností ByteDance se využívá hlavně ke sdílení krátkých videí, které mají maximálně 60 sekund. Uživatel v nich projevuje zejména svoji kreativitu. V roce 2020 se stal sedmou nejstahovanější a také nejrychleji rostoucí aplikací za poslední desetiletí (Weimann & Masri, 2020). Nejvíce je oblíbený mezi dětmi a dospívajícími, ale je stále oblíbenější i v širší populaci. Značně převyšuje popularitu například Facebooku, Snapchatu či Instagramu, hlavně svojí aktivitou. Jejím předchůdcem byla sociální síť Musical.ly, která jako první nejvíce přitahovala děti, kterým bylo méně než 13 let. Děti pod

13 let by samy ze zákona neměly tyto sítě využívat, ale měly by být pod dohledem rodiče (De Leyn et al., 2021).

1.1.8 Tinder

Mobilní aplikace Tinder se stala jednou z nejznámějších sociálních sítí působící jako seznamka. Co se týče uživatelů, Tinder měl v roce 2019 přes 50 milionů a z toho 10 milionů, kteří byli denně aktivní (Her & Timmermans, 2020). Tato aplikace používá informace o poloze, kde se daný uživatel nachází v reálním čase, a proto je možné díky tomu snáze najít spojení s jiným uživatelem. Aplikace byla představena v roce 2012 na univerzitním kampusu a od té doby je hojně využívána k navazování jak romantických, tak sexuálních vztahů. Prostředí pro seznamování mladých se výrazně změnilo, protože přes 50 % uživatelů, kteří tuto síť využívají, jsou v rozmezí 18–25 let. Nutno podotknout, že minimální věková hranice na této platformě je 18 let (Berkowitz et al., 2021).

1.2 Specifika virtuální komunikace

Vybíral (2009, s. 271) uvádí že: „Vliv internetu na lidskou komunikaci lze hodnotit jako obohacující nebo neblahý. Využívání internetu má dopady na kvalitu řeči a myšlení (ochuzování a zužování slovní zásoby, zpragmatictění projevu, anglikanismy, roztěkanost, úsečnost atd.), dopadá na životní styl.“ Přínos internetu je zejména informační dostupnost a prostupnost, dále interaktivnost při výměně zpráv a hlavně rychlost, kterou je kontakt zprostředkován (Vybíral, 2009).

Podle Janouška (2015, s. 199): „Celosvětovou, globální počítačovou sítí se stal internet.“ Právě ten umožňuje jak komunikaci, tak i přístup k obsahu jako jsou fotografie, videa, články určené ke čtení a různé blogy. K nejstarším formám patřilo předávání a sdílení souborů dat, což se později rozvinulo v obecný přístup ke zdrojům informací (Janoušek, 2015). Všichni, kteří si zvykli používat internet, si jen těžko dokážou představit, že by se ho dobrovolně vzdali. Virtuální komunikace je zejména urychlována pomocí emailů a různých chatů. Dříve se hodně využívalo ICQ, kde šlo o intimnější komunikaci mezi dvěma osobami, nebo virtuální diskusní skupiny, zájmové komunity, blogy, kde tohle všechno má zjevný i méně zjevný vliv na psychiku každého, kdo těchto možností využívá (Vybíral, 2009).

Bohužel se dá říct, že internet pozměnil naše komunikační návyky. Příkladem může být, že většina lidí odesílá větší množství zpráv druhým osobám. Může se stát, že pokud do konverzace nezahrneme emotikony, tak může znít velmi chladně a neosobně. Pokud nedostaneme odpověď hned, může se tato skutečnost negativně odrazit na naší psychice tím, že bude následně vznikat frustrace (Vybíral, 2009).

1.2.1 Další specifika

Jednou z okolností, která ovlivňuje virtuální komunikaci je multiplicita. Tento pojem označuje komunikaci s více lidmi najednou. Je potvrzeno, že řada uživatelů volí vícečetnou synchronní komunikaci. Díky tomu mohou chatovat s více lidmi najednou, přičemž na novou příchozí zprávu jsou upozorněni zvukovým znamením. Mohou si tak dopisovat například s partnerem, s přáteli a zároveň vyřizovat pracovní e-maily. Uživatelé, kteří komunikaci tohoto typu provozují, tvrdí, že prožívají stavy vzrušení, stresu a nervozity a často své stavy přirovnávají ke stavu „flow“, kdy nepozorují plynutí času (Vybíral, 2009).

Následující fenomén, který virtuální komunikaci ovlivňuje, je okamžitost komunikování a výhoda času na rozmyšlenou. Vybíral (2009) říká: „Při komunikování prostřednictvím nových technologií vidíme psychologický tlak na okamžitost. Týká se to i očekávání, jež jsou spojená s odezvou na SMS nebo na prozvonění mobilním telefonem: technologie mění způsoby komunikování a „tlačí“ na zkrácení lhůt mezi obdržetím zprávy a odpovědí.“ (s. 277) Kvůli tomuto fenoménu vzniká množství nepromyšlených zpráv a z řady z nich lze poznat spěch díky jejich slovosledu nebo překlepům. Odmlčení v komunikaci může často vyvolávat u účastníků virtuální komunikace tenzi (Vybíral, 2009).

V prostředí bez zábran ale dochází i k fenoménu zvaném redukce úzkosti. Dotazovaní uváděli, že díky zprostředkované komunikaci na ně méně působil strach, tenze nebo jejich komplexy. Je zde popisován i pocit fyzického bezpečí. Tento pocit je vyvolaný tím, že osoby, s nimiž jedinec komunikuje, jsou v dostatečné vzdálenosti, tudíž nemůže dojít k přímému ohrožení (Šmahel, 2003).

Dalším specifikem je povrchnost, kterou uvádí více než polovina osob, které byly součástí výzkumu v Čechách. Více než stovky z nich uvádí, že virtuální komunikace je méně kvalitní, než komunikace tváří v tvář (Vybíral, 2009).

1.3 Disinhibiční efekt

Podle Vybírala (2009, s. 272): „Termín disinhibice v komunikaci vyjadřuje odložení zábran a skrupulí, ztrátu nebo překonání nesmělosti, plachosti a ostychu, v krajních podobách může jít o obcházení tabu a zákazů, tedy o jistou odvážanost či nezávaznost na normy, která může být až abnormální.“

Jsou rozlišovány dva typy disinhibičního efektu – toxický a benigní. Benigní působí tak, že je člověk více otevřený a sdělí věci o sobě, které by naživo nedokázal říct. Díky tomu rozumí více sobě samému a také se pozitivněji chová k druhým lidem tak, že více ostatní podporuje a vyjadřuje jim pochopení. Oproti tomu toxický disinhibiční efekt se projevuje tím, že lidé jsou na sebe často vulgární až agresivní a vyjadřují hrubou kritiku vůči ostatním. Nebo navštěvují temné stránky internetu jako je pornografie nebo Dark web, kde nacházejí zločiny, násilí a další zakázané věci, které by v reálném světě nikdy neprozkoumali. Na disinhibičním efektu se podílí 6 hlavních faktorů a těmi jsou: anonymita, neviditelnost, asynchronita, solipsistická introjekce, disociační imaginace a minimalizace autority (Suler, 2004).

Je celkem těžké jednoznačně rozlišit, zda se jedná o toxický nebo benigní disinhibiční efekt. Stává se, že díky nepřátelským slovům, která jsou v online komunikaci použita, může nastat u člověka terapeutický průlom. Na druhou stranu, když je člověk při online komunikaci velmi otevřený a sděluje o sobě všechna intimní tajemství, vzniká zde falešná intimita. V důsledku toho mohou lidé spíše litovat, protože tímto mohou zničit vztah, jelikož v něm pak převládá spíše úzkost a zklamání (Suler, 2004).

Rozdíly v chování na internetu jsou zapříčiněny nejen disinhibičním efektem, ale i osobností uživatele internetu. Lidé, kteří jsou cholericí nebo impulzivní se dokážou bez zábran chovat i v reálném životě. Například lidé s histrionskou poruchou osobnosti jsou velmi otevření a emocionální, oproti tomu lidé s obsedantně kompulzivní poruchou budou spíše zdrženliví (Suler, 2004).

1.3.1 Faktory disinhibice

Tyto faktory vznikají v kyberprostoru a působí takovým způsobem, že oslabují bariéry, které blokují nejen skrytá přání, ale i pocity a potřeby. U většiny lidí se navzájem prolínají a tím disinhibici značně zesilují. Jako prvky, které způsobují disinhibiční efekt, můžeme označit

anonymitu, neviditelnost, asynchronicitu, solipsistickou introjekci, disociační imaginaci a minimalizaci autority (Suler, 2004).

1) Anonymita v kyberprostoru

Když se lidé pohybují na internetu, je velmi nesnadné určit kým jsou. Sice vidíme uživatelská jména například na emailové adrese, ale to nám na danou osobu nemusí vůbec nic prozradit, zejména pokud jsou tato jména vymyšlená. Kvůli tomuto aspektu často vzniká disinhibiční efekt. Lidé mají možnost své činy online oddělit od své identity a osobního životního stylu. Díky tomu se cítí méně zranitelní ohledně sebeodhalování a projevování svého názoru. Dá se říct, že ti, kteří svou identitu skrývají za různými přezdívkami, jsou chráněni před identifikací, a proto mohou libovolně projevovat své názory, ovlivňovat své komunikační partnery a naplňovat své sociální potřeby bez jakéhokoli postihu. V důsledku toho se online já stává odděleným od skutečného já (Suler, 2004).

2) Neviditelnost

Ve většině online prostředích se lidé navzájem nevidí, ani neslyší. Když lidé navštíví různá fóra či blogy, tak ostatní ani nemusí vědět, že tam tito lidé jsou. Proto člověk dostává odvalu dělat věci které by nedělal, kdyby ho někdo jiný viděl. Přestože by se mohlo zdát, že něco podobného již zastává anonymita, jsou zde znatelné rozdíly. Z textové komunikace jako je chat, email nebo jiné rychlé zprávy lze některé části identity o člověku identifikovat. Stále se však lidé navzájem nevidí, ani neslyší. Přestože může být identita známá, pocit, že se lidé cítí fyzicky neviditelní, zesiluje efekt disinhibice. Lidé se nemusí strachovat, jak při konverzaci vypadají, či jak se při ní tváří. Nemusí je ani zajímat, zda při ní vydají nějaký zvuk nebo si pro sebe něco zamumlají, protože je nikdo neuslyší. Avšak při klasické konverzaci by právě tato jemná gesta jako například znuděný výraz, povzdech nebo odvrácení očí, mohla znamenat nesouhlas nebo lhostejnost v konverzaci. Ve všedních konverzacích lidé mnohdy odvrací zrak, když se nechtějí bavit o něčem emocionálním či osobním. V obyčejných konverzacích je na místě udržování očního kontaktu, ale při virtuální komunikaci si může člověk dovolit „nechat oči odvrácené.“ (Suler, 2004).

3) Asynchronicita

Většina online komunikace se stala asynchronní, lidé spolu neinteragují v reálném čase. Lidem může odpověď trvat minuty, hodiny, dny, týdny nebo i měsíce. Právě to se nemusí vyrovnat okamžité reakci, a proto vzniká disinhibice. Osoba se může vrátit do konverzace, když je připravena odpověď „slyšet“, to bohužel v reálné konverzaci nelze. V neustálé zpětné vazbě, která potlačuje některé chování a jiné posiluje, se mohou lidé více sebeodhalovat nebo se přizpůsobovat společenským normám. Díky asynchronicitě má uživatel možnost si svou odpověď promyslet a nereagovat ihned (Suler, 2004).

4) Solipsistická introjekce

Podle Vybírala (2009):

„Solipsismus je termín vyhrazený ve filozofii pro přesvědčení člověka o tom, že vnější svět existuje jenom v jeho hlavě (ve vědomí). Zjednodušený závěr solipsistického přístupu ke světu je ten, že „svět je má vlastní představa.“ To, co se děje v myslích těch, kdo navazují na vztahy online, kdo komunikují s fyzicky neznámými lidmi, kdo investují emoce a představy do internetem zprostředkovaných přátelství, se opravdu hodně přibližuje vyvážení si vlastního světa fantazií o druhé osobě.“ (s. 275)

Při solipsistické introjekci ovlivňuje lidskou mysl absence komunikace tváří v tvář. Člověk často nezná hlas ani vzhled svého online společníka, a proto si jeho obraz ve své mysli vytvoří na základě psaného textu. Taková osoba bude v mysli člověka částečně formovaná tím, jak se prezentuje vlastní online komunikací, ale také na základě reprezentačního systému, osobními potřebami, očekáváními a představami. Pokud existují podobnosti s významnými osobami v životě, probíhá přenos, který podporuje utváření vnímané introjektované postavy. Další vlastnosti se pak mohou doplnit z minulých vztahů nebo z románu a filmů. Částečně pak člověk komunikuje sám se sebou a realita se stává fantazií (Suler, 2004).

5) Disociační imaginace

Disociační imaginaci můžeme chápat jako spojení solipsistické introjekce a specifického prostředí. Tato představa vede člověka k tomu, že se komunikace odehrává mimo reálný svět, ve světě virtuálním, a proto není třeba za své činy nést následky. Někteří

lidé považují své internetové já za zcela oddělenou postavu od sebe sama, která existuje pouze v kybersvětě. Ten podle nich nemá nic společného s realitou (Suler, 2004).

6) Minimalizace autority

Na internetu je velmi těžké odhadnout, jaký má kdo status. Proto obavy se před někým otevřít mnohdy mizí. Autority vyjadřují svůj status pomocí stylu oblékání, doplňků a také řeči těla. Absence těchto prvků v online prostředí snižuje dopad jejich autority. Na internetu má každý stejnou příležitost vyjádřit svůj názor bez ohledu na postavení, rasu nebo pohlaví daného člověka. V reálném světě se lidé bojí vyjádřit svůj názor před autoritou, v online prostředí tento pohled mizí a lidé se berou většinou na stejné úrovni, přestože tomu tak v realitě být nemusí. Kvůli tomuto fenoménu jsou lidé schopni v mnoha případech mluvit nebo se chovat špatně (Suler, 2004).

1.3.2 Odlišné pohledy

Jeden z pohledů na disinhibiční efekt vychází z teorie davové psychologie od Gustava Le Bona z roku 1895. Ten popisuje chování jedince v rámci davu jako méně omezené, protože ho nelze odlišit od chování ostatních. Anonymita v tomto případě znamená posun mezi osobní a sociální identitou, kde sociální identita převažuje nad tou osobní. Jedinci na základě tohoto modelu své chování, které je jednoznačně v rozporu s normami, ospravedlňují. Samotný disinhibiční efekt bývá označován jako stav, kdy jsou redukovány vnitřní kontrolní mechanismy (Ayas & Çapa-Aydin, 2021).

Na disinhibiční efekt lze nahlížet z pohledu někoho, kdo je součástí komunity. Tento výzkum se zabýval komunitou Redditu a jeho souvislostmi s online disinhibicí. Platforma Reddit je založena na sdílení vlastního obsahu. Účelem této studie bylo zjistit, co uživatelé motivuje ke sdílení svého obsahu, který často bývá velmi intimní. Při komunikaci přes tuto sociální síť se člověk distancoval od reality a také od své osobní identity. Hlavním znakem bylo přizpůsobení se stylu komunikace, hodnotám a morálce Redditu. Online disinhibice je v prostředí Redditu chápána jako přizpůsobení se novým normám bez nutnosti zcela opustit všechny své normy. Lidé se proto v tomto prostředí cítí silnější a schopnější (Koivu, 2015).

Studie z roku 2018 nahlíží na online disinhibici v souvislosti s osobností uživatele, v tomto případě osobností adolescenta. Byla provedena na 709 dospívajících, kteří se

vyznačovali podobnými návyky při online komunikaci. Zkoumala účinky sadismu, psychopatie, narcismu, falešného vnímání sebe sama na online agresí a disinhibici. Ukázalo se, že psychopatie, sadismus a online disinhibice jsou nepřímými prediktory agrese v kyberprostoru. Adolescenti, kteří patřili do kategorie s nejvyšší motivací užívání internetu a sociálních sítí, vykazovali nejvyšší hodnoty v míře sadismu, vnímání falešného já a online disinhibice. Z výzkumu vyplývá, že pro adolescenty jsou klíčové jejich individuální vlastnosti. Právě kvůli nim mohou být někteří jedinci více náchylní k online disinhibici (Kurek, 2018).

1.3.3 Projevy a dopady

Disinhibiční efekt se může projevovat i u hráčů online her. Tato studie poukazuje na souvislost mezi závislostí na online hrách, sebeúctou a online disinhibicí. Data byla získána od 230 adolescentů pomocí náhodného výběru. Byl zjištěn velmi významný vliv sebeúcty a hledání senzace na závislost na online hrách. Faktor hledání senzace byl významně spojován nejen s náchylností k nudě, ale i s online disinhibicí (Idriyani, 2021). Jiný výzkum o online hrách pro více hráčů říká, že je v tomto prostředí neustále přítomná toxická disinhibice (Kim & Chang, 2017).

Jiný typ závislosti se může projevovat u uživatelů sociálních sítí, kteří mají introvertní osobnost nebo osobnost se sklony k neuroticismu. Ve výzkumu z roku 2019, který se zaměřil na sociální síť Facebook, byla zkoumána souvislost mezi závislostí na této sociální síti, neuroticismem a negativním dopadem na uživatele. Jedinci, kteří používají tuto sociální síť za účelem odreagování se a hledání zábavy, mohou spíše pociťovat negativní vliv jako je žárlivost, sociální tlak nebo závist. Lidé s vyšším neuroticismem, mohou více propadat závislosti na Facebooku, což dále zhoršuje jejich náladu. V souvislosti s tímto zjištěním je značná souvislost s osobnostními rysy a následnou závislostí. Tato studie však nabízí i jiný pohled na tuto problematiku. Jedná se o souvislost s benigním disinhibičním efektem, který může introvertním jedincům a také lidem se sklonem k neuroticismu pomáhat se sebevyjádřením právě pomocí kyberprostoru, ovšem stále zde hrozí možné projevy závislosti (Abbasi & Drouin, 2019).

Oproti tomu s toxickou disinhibicí může souviset všudypřítomný trolling na sociálních sítích, který je připisován právě online prostředí, kde se pachatelé chovají společensky nežádoucím způsobem. Cílem tohoto výzkumu z roku 2022 bylo zjištění, zda existují kulturní

rozdíly mezi Američany a Indý a také vliv pohlaví na působení toxické disinhibice. Pro tuto studii bylo porovnáno 3000 příspěvků na Twitteru, kde více tweetů zahrnujících trolling bylo publikováno Američany a působení toxického disinhibičního efektu na psaní tweetů bylo připisováno více ženám než mužům. Závěrem studie je, že disinhibice rozhodně kulturní rozdíly neeliminuje, ale spíše je zprostředkovává (Fichman & Rathi, 2022).

Zajímavý je fenomén, který se týká některých manželských vztahů. Jelikož řada partnerů používá ke komunikaci sociální sítě. Často přes ně komunikují i s jinými muži či ženami. Taková komunikace podněcuje k emocionálnímu poutu k jinému člověku, a naopak vzdalování se od svého partnera. Tato studie proběhla v roce 2019 a byla zaměřena na sociální síť Facebook. Zkoumaly se 3 faktory disinhibice – anonymita, solipsistická introjekce a disociační imaginace. Výsledky ukázaly, že konverzace, které na Facebooku probíhají mimo partnerství, skutečně podléhají disinhibici. Účastníci těchto konverzací, které zahrnovaly sexuální nebo emocionální prvky, mají pocit, že toto chování nijak neovlivňuje jejich současné manželské vztahy. Opak je však pravdou (Carter, 2019). Disinhibiční efekt může souviset i s osamělostí. Studie, která proběhla za pandemie Covid-19, poukázala na významnou spojitost se třemi faktory disinhibice, konkrétně s anonymitou, solipsistickou introjekcí a neviditelností. Výsledky mohly být ovlivněny i zmíněnou pandemií (Mueller-Coyne et al., 2022).

1.3.4 Dlouhodobé následky

Jak vyplývá z mnohých studií, online disinhibice působí nejen na mentální zdraví jedinců, ale může ovlivňovat i další aspekty života. Nejčastěji zmiňované následky jsou deprese, sebepoškozování nebo dlouhodobý stres. Většina těchto důsledků souvisí s toxickou disinhibicí v rámci kyberšikany, sextingu atd. Je ale na místě uvést i pozitivní ovlivnění, které může přinášet benigní disinhibice díky sebeodhalování. Výzkum zabývající se sebepoškozováním, které nebylo za účelem sebevraždy, tvrdí, že online komunikace může být jak spouštěcím, tak ochranným faktorem (Corcoran & Andover, 2020).

2 Dynamika sociálních sítí

Na sociálních sítích můžeme sledovat poměrně rychlou změnu v čase, a to jak samotné sítě, ale i jejího uživatele. V případové studii, která byla zaměřena na síť Youtube, lze vidět, jak se mění popularita videí, jež jsou na tuto síť nahrána. Díky konkrétním vlastnostem videa je možné snadno určit, která budou populární. Tento příklad se dá použít na jakoukoli sociální síť (Figueiredo et al., 2014).

2.1 Změna a růst

Sociální sítě se mění neuvěřitelně rychle a stejně tak i postoje a názory lidí, kteří je používají (Alkhalifa et al., 2021). Ukazuje se, že na nich roste množství vědeckého obsahu. Zejména na platformách Facebook, YouTube a Twitter. V průzkumu, jenž proběhl od roku 2007 do roku 2019, bylo analyzováno přes 2200 dokumentů. Potvrdilo se, že popularita právě těchto sítí roste mezi vědci nejvíce díky množství aktivních uživatelů. Dále poskytují nový pedagogický rozměr a informace se pomocí nich mohou dostat do celého světa (Barrot, 2020).

Na platformách je důležitý i konkrétní obsah, který může potenciálně oslovit různé spotřebitele. Na většině sociálních sítích se nachází reklama, kterou bychom zde dříve hledali jen stěží. Pro udržení zákazníků je důležitá důvěra, férovost nebo také spokojenost zákazníků. Když si spotřebitelé vybudují na základě reklamy na sociálních sítích pozitivní vztah ke konkrétní značce, je více pravděpodobné, že si u ní znovu nakoupí. I proto je pro různé značky výhodné komunikovat přes sociální sítě (Willis, 2019). Stejně tak ovlivňuje sentiment pozornost uživatele. Čím je příspěvek pro uživatele sentimentálnější, tím spíše ho zaujme (Kumar et al., 2018).

Díky velikosti sociálních sítí roste i vliv jedinců, kteří na nich působí, a s nimi i dosah obsahu, který sdílí. Studie z roku 2019 informuje o důležitosti výběru influencerů na platformách Instagram, Facebook a Twitter k šíření obsahu, který má za úkol oslovit masu lidí. Pro většinu značek je výběr vhodného influencera klíčový k propagaci jejich produktu. Přičemž při výběru je nejdůležitější následný dosah, již zmíněný sentiment a potenciální růst sledujících daného jedince (Arora et al., 2019).

3 Rizikové chování uživatelů

Jako rizikové chování uživatelů na internetu můžeme označit takové chování, které je spojeno s toxickým a také s benigním disinhibičním efektem. Může vědomě i nevědomě poškozovat jak sebe sama, tak i ostatní uživatele. Avšak na rizikové chování nepůsobí pouze disinhibiční efekt, ale i osobnost uživatele, která jeho chování taktéž ovlivňuje.

3.1 Kyberšikana

Tato forma šikany probíhá nejčastěji mezi adolescenty, nicméně není vzácná ani mezi dospělými. Můžeme při ní pozorovat toxický disinhibiční efekt, který se projevuje díky online prostředí, v němž je přítomný například prvek anonymity. Ovlivňuje jak oběti, tak i agresory a může vést k psychosociálním problémům jako je izolace, stres a deprese (Park et al., 2021).

Kyberšikana je úzce spjatá s tradiční šikanou. Obě sdílí podobné projevy a rysy, ale u kyberšikany nabývají jiných forem, protože probíhá v kyberprostoru. Jelikož se jedná o dynamicky se rozvíjející fenomén, tak neexistuje pouze jedna definice a je poměrně těžké kyberšikanu jednoznačně vymezit (Černá et al., 2013). Belsey (2008, dle Šmahaj, 2014, s. 44) vymezuje kyberšikanu: „Jako úmyslné, opakované a násilné chování ze strany jednotlivce nebo skupiny za účelem ublížit ostatním a zároveň zahrnuje využití informačních nebo komunikačních technologií.“

Priceová & Dalglish (2010, dle Černá et al., 2013, s. 20) uvádí:

„Kyberšikana je kolektivní označení forem šikany prostřednictvím elektronických médií, jako je internet a mobilní telefony, které slouží k agresivnímu a záměrnému poškození uživatele těchto médií. Stejně jako tradiční šikana zahrnuje i kyberšikana opakované chování a nepoměr sil mezi agresorem a obětí. Dalším často zmiňovaným kritériem pro identifikaci kyberšikany je fakt, že oběť vnímá to, co se děje, jako nepříjemné a ubližující.“ Základními prvky kyberšikany jsou průběh prostřednictvím elektronických médií, ze strany útočníka je zde záměr agresivního útoku, opakuje se, probíhá zde mocenská nerovnováha a oběť jednání vnímá jako ubližující a nepříjemné (Černá et al., 2013).

Ke kyberšikaně může vést řada agresivních projevů. Jeden z nejčastějších je ten, že agresor se vydává za oběť, a tím ji poškozuje. Dalším projevem může být ostrakizace neboli

vyloučení oběti ze skupiny, do které by oběť chtěla patřit. Dále je známý flaming, zde jde o označení pro ostrou hádku, která proběhla mezi několika uživateli ve virtuálním prostředí. U kyberharašení jde o opakované zasílání zpráv oběti, která je vnímá jako nepříjemné. Kyberstalking se od kyberharašení liší tím, že se jedná o výhružné zprávy obsahující zastrašení nebo vydírání. Neméně důležitým jevem je happy slapping, kde se jedná o násilný čin, který je natočen a následně zveřejněn na internetu. Může vést až k sebevraždě oběti (Černá et al., 2013).

Za nástroje kyberšikany můžeme považovat mnoho typů chytrých zařízení. Jedná se o přístroje, která jsou připojena k internetu jako počítač, notebook, mobilní telefon či tablet. Prostřednictvím těchto zařízení může agresor zasílat textové zprávy, volat oběti, sdílet fotografie a videoklipy na internet, aby poškodily oběť, rozesílat emailové zprávy, vytvořit internetové stránky, útočit na oběť během online hry nebo nyní nejčastěji napadat oběť na sociálních sítích (Šmahaj, 2014).

Studie provedená Centrem pro výzkum kyberšikany v USA, které se účastnilo 5700 respondentů v adolescentním věku, uvádí, že 33,8 % dotázaných se stalo obětí kyberšikany a 11,5 % tázaných kyberšikanuje ostatní. Nejčastěji kyberšikana probíhá na sociálních sítích. Zmiňuje to mimo jiné výzkum provedený Charitativní organizací proti šikaně, Ditch the Label, kde 46 % dotazovaných sdělilo, že byli obětí kyberšikany více než jednou a 20 % respondentů sami šikanují ostatní přes sociální síť. Kyberšikana negativně ovlivňuje mentální zdraví jedinců. Za její následek můžeme považovat deprese, sebepoškozování nebo sebevraždy (Chan et al., 2020).

Od roku 2000 do roku 2017 proběhla rešerše výzkumů prevence a intervence kyberšikany. Bylo použito 192 studií z téměř 4000 výsledků vyhledávání. Aby mohly být studie ve výzkumu použity, musely splňovat několik podmínek, kde jednou z nich bylo i měření chování kyberšikany pomocí nástrojů užívaných kvantitativním výzkumem. Následně bylo využito 24 publikací, ze kterých bylo zjištěno, že preventivní programy jsou účinné jak na snížení kyberšikany, tak i na snížení viktimizace. Konkrétně kyberšikana byla snížena mezi 10–15 % a viktimizace zhruba o 14 %. Z tohoto výzkumu lze poukázat na to, že preventivní programy mohou být účinné a mělo by se na ně ve školách více dbát (Gaffney et al., 2018).

Výzkum, který proběhl na Twitteru v roce 2020 poukazuje na to, že osobnost uživatele je úzce spjatá s kyberšikanou. Osobnostní profily uživatelů byly zjišťovány pomocí dvou modelů - Big Five a Dark Triad. Dále byli uživatelé rozděleni do 4 kategorií – normální, agresor, spammer a tyran. Odhalilo se, že díky extraverci, přívětivosti, neuroticismu a psychopatii se dříve odhalí kyberšikana ve srovnání s ostatními rysy. Twitter je jedna z platforem, na které se nejvíce uživatelů setkává s kyberšikanou. Jelikož se případy neustále opakovaly, Twitter přijal některá opatření, která by měla kyberšikanu na této síti zmírnit. Jedním z opatření je funkce, která zakazuje používání urážlivých výrazů nebo také filtrování zpráv z anonymních profilů, které nemají profilový obrázek (Balakrishnan et al., 2020).

Jelikož se Facebook a Instagram řadí mezi nejpopulárnější sociální sítě, není překvapivé, že většina kyberútoků probíhá právě na těchto platformách. Právě kvůli tomu, že je zde snadné sdílet fotografie a komentáře nebývají nijak omezené, je pro potenciální agresory snadné zde kyberšikanu páchat. Příspěvek s takovým komentářem se právě díky lajkování a sdílení může snadno stát virálním. Napomáhají tomu také možnosti založení anonymních profilů, což je jeden z faktorů, který způsobuje disinhibiční efekt (Arora et al., 2019).

Nenávist vůči členům různých skupin bývá na internetu téměř běžná. Může se jednat o příslušníky nějaké skupiny, rasy, s jinou sexuální orientací nebo jiným náboženstvím. Studie z roku 2018 informuje o tom, jaký vliv má disinhibice na přihlížející online nenávisti. V tomto případě se jedná o toxickou disinhibici. Respondentů bylo necelých 1500 a věkové rozhraní se pohybovalo od 12 do 17 let. Výsledky odhalily pozitivní korelace jak mezi toxickým disinhibičním efektem a pácháním kyberšikany, tak i mezi přihlížením kyberšikaně a též toxickou disinhibicí (Wachs & Wright, 2018). Jiná čínská studie z roku 2020 se zaměřila na zkušenost respondentů s kyberšikanou, jaký o ní měli úsudek, jak závažnou ji vnímali a také pomáhajícímu chování a disinhibici, jak toxickou, tak benigní. Výzkum probíhal formou dotazníku se 415 zúčastněných. Respondenti byli bráni z nižších a vyšších středních škol a také z univerzit. Výsledky poukazují na to, že chlapci stojí za kyberšikanou častěji než dívky a studenti nižších středních škol chtějí více pomáhat obětem oproti studentům z univerzit (Huang et al., 2020).

3.2 Sexting

Tento termín označuje zasílání textových zpráv, fotografií nebo videí, jejichž obsah je sexuální. K přenosu sexuálního obsahu dochází hlavně přes sociální sítě pomocí tabletů či mobilních telefonů (Kopecký et al., 2015). Streichman (2011, dle Kopecký, 2015, s. 43) říká, že: „Jedna z prvních obecně užívaných definic sexting vymezuje jako akt rozesílání fotografií zachycujících nahotu mezi mobilními telefony či dalšími elektronickými médii, např. internetem.“

Sexting je ve výzkumu z roku 2020 definován jako zasílání nahých fotografií pomocí mobilního telefonu, který probíhá zejména mezi adolescenty a rannými dospělými. Míra sextů se liší v přijímání a zasílání. Odesílání takových zpráv se pohybovalo mezi 15-20 %, oproti tomu míra přijímaných sextů byla mezi 38-50 %. Značný rozdíl mezi těmito dvěma údaji může způsobit i fakt, zda se respondenti nestyděli přiznat, že zprávy se sexuálním obsahem sami posílají. Většinou se sexting zkoumá ve spojitosti s nežádoucím chováním, které bývá spojováno s toxickým disinhibičním efektem. V tomto výzkumu se zkoumaly oba důsledky sextingu, i pozitivní, jenž je spjat s benigním disinhibičním efektem, a slouží více k sebeodhalování v rámci intimních dlouhodobých vztahů. Vysokoškolští studenti měli za úkol vyplnit anonymní dotazník, který byl průzkumem sextingu. Ukázalo se, že vztah mezi příjemcem a odesílatelem byl hodnocen jako pozitivní, pokud byl pocíten přínos do vztahu nebo vzrůst sebevědomí. Na druhou stranu jako negativní tento typ vztahu hodnotili respondenti, pokud při něm cítili pocity viny a sexty byly nevyžádané. Do vztahů mezi příjemci a odesílateli sexting přispěl jak pozitivně, tak negativně (Holmes et al., 2020).

Jiná studie z roku 2020 ukazuje, že i přes svá rizika je sexting mezi mladými dospělými v rámci navazování nových vztahů a randění stále populárnější. Napomáhá tomu i právě online prostředí a dostupnost smartphonů. Může být však různě pochopen, ať už negativně jako nátlak a výhružky zveřejnění intimního obsahu druhé osoby, ale i jako forma sblížení. Metaanalýza ukázala, že v průběhu let sextingu přibývá. Tato studie byla zaměřena pouze na pořizování aktů a následně jejich zasílání či doručení od jiné osoby. Bylo zjištěno, že fotografie s takovýmto obsahem zasílá 38 % adolescentů a 47,7 % adolescentům přichází akty od někoho jiného. Nejvíce populární aplikací na sdílení nahých fotografií se stal Snapchat. Zřejmě i díky jeho schopnosti zobrazení obsahu v řádu několika sekund. Co se týče motivace pro zasílání

intimního obsahu, v rámci dlouhodobých vztahů se jedná spíše o projevení důvěry a lásky k druhé osobě. Sexty také mohou sloužit k flirtování, vybudování napětí v rámci přede hry před sexem nebo k různému experimentování. Často se také využívá u vztahů na dálku kvůli absenci fyzického kontaktu. Sexting má i zřejmé negativní dopady, kterými může být zveřejnění aktů jako forma vydírání po rozchodu či chlubení se svým vrstevníkům za účelem získat vyšší sociální status (Van Ouytsel et al., 2020).

3.3 Sebeodhalování

Studie z roku 2019 informuje o anonymitě jako jednom faktoru disinhibice a jeho souvislosti se sebeodhalováním na internetu. Bohužel není přesně známé, jaký typ anonymity napomáhá benigní disinhibici, která se vyznačuje otevřením se druhému v online prostoru a má spíše pozitivní dopad na jedince. Souvislost lze hledat jak ve vizuální, tak v diskurzívní anonymitě nebo v kombinaci obou. Vizuální anonymita se vyznačuje nedostatkem fyzického reprezentace uživatele jako je absence profilové fotografie a jiných vizuálních vodítek. Oproti tomu diskurzívní anonymita je chápána jako nemožnost přiřazení textové zprávy ke konkrétnímu zdroji. Uživatelé často používají přezdívky či jiné pseudonymy (Clark-Gordon et al., 2019). Jiný výzkum, který proběhl již dříve, v roce 2013, také nepotvrdil přímou souvislost mezi sebeodhalováním v online prostoru a anonymitou (Hollenbaugh & Everett, 2013). Oproti tomu studie u generace Z, která proběhla v roce 2020 v Indonésii na 400 respondentech, zde souvislost potvrdila. Výsledky výzkumu poukazují na významný vztah mezi anonymitou a sebeodhalováním v rámci benigního disinhibičního efektu. Vztah je dokonce pozitivní, což znamená, že čím je intenzita anonymity vyšší, tím se zvyšuje benigní disinhibiční efekt (Rochimasari, 2020).

4 Cíl práce

Hlavním cílem této práce je vytvoření dotazníku, který vychází z teorie disinhibičního efektu Sulera (2004). Tento dotazník bude postupně upraven na základě sběru dat, díky kterým se odstraní jeho nedostatky. Následně se bude ověřovat jakou má vnitřní konzistenci, zda koresponduje s teorií disinhibičního efektu a jak moc sytí jednotlivé faktory.

4.1 Výzkumné cíle a hypotézy

Hypotézy:

H1: Vytvořené položky dotazníku sytí 6 faktorů Sulera.

H2: Existují alespoň středně silné pozitivní korelace mezi všemi položkami vytvořeného dotazníku.

H3: Existují alespoň středně silné pozitivní korelace v rámci jednotlivých faktorů vytvořeného dotazníku.

Hypotézy byly vytvořeny na základě hlavního výzkumného cíle. První hypotéza se zaměřuje na přímou souvislost mezi 6 faktory vytvořeného dotazníku a 6 faktory Sulera (anonymita, asynchronicita, neviditelnost, solipsistická introjekce, minimalizace autority a disociační imaginace). Druhá hypotéza zkoumá pozitivní korelace mezi jednotlivými položkami v celém nově vytvořeném dotazníku. Poslední hypotéza se snaží určit, zda jsou pozitivní korelace v rámci jednotlivých faktorů nově vytvořeného dotazníku dostatečně vysoké.

5 Metodologie výzkumu

Pro tvorbu dotazníku byl zvolen kvantitativní design výzkumu, pro který jsou stěžejní stanovené hypotézy. Zaměřuje se na práci s proměnnými, které lze vyjádřit čísly. Pro práci s číselnými údaji byly použity statistické metody. Práce s daty probíhala v softwaru Jamovi a softwaru Microsoft excel.

5.1 Metoda tvoření dotazníku

Dotazník, který je v této práci vytvořen vychází z teorie disinhibičního efektu podle Sulera. Tato teorie vychází ze 6 faktorů, které byly dopodrobna popsány již v teoretické části. Mezi tyto faktory patří anonymita, neviditelnost, asynchronita, solipsistická introjekce, disociační imaginace a minimalizace autority (Suler, 2004).

Prvním krokem při tvoření dotazníku bylo podrobné nastudování teorie od Sulera a pochopení jeho faktorů v rámci disinhibičního efektu. Následně se vytvořily otázky, které měly za úkol odpovídat jednotlivým faktorům. Pro každý faktor se vytvořilo množství otázek, aby ho dostatečně sytily. Nejmenší počet položek obsahoval faktor minimalizace autority a největší množství faktor anonymity. Jednotlivé položky byly následně prodiskutovány s vedoucím práce. Otázky se rozmístily v náhodném pořadí a vytvořil se z nich online dotazník v aplikaci Formuláře Google. Dotazník obsahoval celkem 44 položek (*viz příloha 1*), které měly být odrazem Sulerovy teorie. Další 3 otázky se zaměřovaly na demografické údaje, konkrétně věk, pohlaví a vzdělání. Poslední otázka sloužila pro zjištění, zda respondenti otázkám rozuměli, či zda by na dotazníku něco změnili.

5.1.1 První sběr dat

Data pro první sběr byla získána pomocí Google formuláře, který byl zasílán přes sociální síť Facebook. Sběr probíhal v rozmezí 14 dnů od začátku do poloviny května roku 2021. Cílem tohoto sběru bylo odstranit z dotazníku nejasnosti a upravit znění otázek. Respondenti byli před vyplněním dotazníku upozorněni na jeho anonymitu a následně jim byly zadány instrukce k jeho správnému vyplnění. Ke zjištění potřebných dat byla použita 4-bodová škála: 1 - naprosto souhlasím, 2 - spíše souhlasím, 3 - spíše nesouhlasím, 4 - naprosto nesouhlasím. Výběr respondentů byl příležitostný náhodný. Oslovování proběhlo přímo –

pomocí soukromé zprávy nebo nepřímo – díky sdílení příspěvků ve facebookových skupinách a zasláním některých účastníků výzkumu dalším respondentům. V připomínkách se objevilo několik nejasností. Položka „Šikana na internet nepatří.“ byla některými respondenty označena jako nesrozumitelná, proto byla po konzultaci s vedoucím práce do dalšího sběru dat upravena na „Kyberšikana na internet nepatří.“. Jiní účastníci výzkumu upozorňovali na fakt, že jim v dotazníku chyběla možnost odpovědi „nevím“. Ta však byla z dotazníku záměrně vyřazena kvůli její neužitečnosti v rámci tohoto výzkumu. Přestože je na začátku dotazníku upozorněno na jeho anonymitu, několik účastníků výzkumu uvedlo, že jim bylo nepříjemné některé položky vyplňovat, protože jim přišly příliš osobní. Nikdo však v závěru neupozornil na konkrétní položky.

5.1.2 Výzkumný soubor

Celkový počet respondentů byl původně 105, ale někteří účastníci z celkového počtu ($N_1=105$) museli být v dalších krocích výzkumu vyřazeni, protože neodpověděli na všechny položky, které byly v dotazníku uvedeny. Práce s daty by tudíž zkreslená. První výzkumný soubor tvořili účastníci ve věku 15–45 let, kde průměrný věk se pohyboval okolo 21,7 let a modus (nejvíce zastoupená hodnota) byl 22 let. Pohlaví byla zastoupena nerovnoměrně. Ženy tvořily 69,6 % vzorku, zatímco muži pouze 30,4 % viz tabulka 1. Současné vzdělání respondentů bylo také zastoupeno nerovnoměrně viz tabulka 2. Nejvíce respondentů dosáhlo středního vzdělání s maturitou, konkrétně 67,6 %, což odpovídalo 69 respondentům. Vzdělání s druhým nejvyšším počtem bylo vysokoškolské 16,7 %. Dále základní a střední vzdělání s výučním listem byla obě zastoupena 6,9 % a nejmenší zastoupení mělo vzdělání vyšší odborné, které odpovídalo pouze 2 % účastníků.

Tabulka 1 Přehled podle pohlaví

Pohlaví	Počet	Procenta
Ženy	71	69,6 %
Muži	31	30,4 %

Tabulka 2 Současné vzdělání respondentů

Současné vzdělání	Počet	Procenta
Základní	7	6,9 %
Střední s výučním listem	7	6,9 %
Střední s maturitou	69	67,6 %
Vyšší odborné	2	2 %
Vysokoškolské	17	16,7 %

5.1.3 Analýza dat

Pro výpočet explorační faktorové analýzy byl použit software Jamovi. Explorační faktorová analýza měla za úkol zjistit, zda jednotlivé položky dotazníku odpovídají 6 faktorům teorie. Položky následně opravdu byly rozřazeny do 6 dimenzí, což odpovídalo Sulerově teorii. Několik otázek nebylo zařazeno v žádné dimenzi a některé naopak vyšly do více dimenzí najednou. Většina otázek, která vyšla v jednotlivých dimenzích, do nich dle teorie zapadala (viz příloha 2). Následně proběhla konzultace s vedoucím práce. Otázky z více dimenzí se z kvalitativního hlediska přiřadily k té dimenzi, ke které významově nejvíce seděly.

5.2 Metoda tvoření druhé verze dotazníku

Před vytvořením druhé verze dotazníku, musela nastat úprava několika položek. Kromě položky „Šikana na internet nepatří.“, byly upraveny i následující. Výraz „smajlíci“ byl nahrazen slovem „emotikony“. Tato úprava se týkala položek „Často napíšu smějícího se smajlíka (:D), přestože to tak necítím.“, „Smajlíky používám v každé zprávě.“, „Smajlíky považuji za součást online komunikace.“ a „Často používám v online komunikaci větší množství smajlíků, než skutečně odpovídá emoci, kterou v tu chvíli prožívám.“. Dále bylo vytvořeno 5 nových otázek, které měly sytit faktor anonymity. Jednalo se o položky „Na internetu si obvykle na nic nehraji.“, „Když vystupuji na internetu, nijak se nepřetvařuji.“, „Na sociálních sítích ze sebe nedělám něco, co nejsem.“, „Často na internetu skrývám své pravé já.“ a „Jsem stejný/á na sociálních sítích jako v reálném životě.“ Tyto položky sloužily ke zjištění, zda původní otázky do faktoru anonymity nebyly zařazeny pouze na základě „falešného profilu“, ale skutečně odpovídají teorii anonymity od Sulera. Další položky, které byly nově vytvořeny, měly sytit faktor solipsistické introjekce. Jednalo se o tyto dvě „Uvědomuji si, že komunikace s neznámým člověkem na internetu je pouze odrazem mých vlastních představ o něm.“ a „Dokážu člověka dobře poznat díky tomu, že s ním pouze

komunikuji na sociálních sítích.“ Položka „Cokoli, co umístím na internet, tam zůstane navždy.“ byla z dotazníku vyřazena pro její nevýznamnost při výzkumu kvůli nejmenšímu počtu odpovědí od respondentů. Po úpravě položek a vytvoření nových se opět v Google formuláři sestavil dotazník, do kterého byly umístěné původní, nově vytvořené, ale i upravené položky (viz příloha 3). První 3 otázky se opět věnovaly demografickým údajům, konkrétně věk, pohlaví a vzdělání. Poslední otázka sloužila pro zjištění, zda respondenti všem otázkám rozuměli, nebo zda by na dotazníku něco změnili.

5.2.1 Druhý sběr dat

Data pro druhý sběr byla získána pomocí nově sestaveného dotazníku v Google formuláře, který byl zasílán přes sociální síť Facebook. Sběr dat probíhal v rozmezí 14 dnů od poloviny do konce září roku 2021. Cílem bylo ověření, zda jednotlivé položky skutečně sytí 6 faktorů a zda budou ve výzkumu užitečné nově vzniklé otázky. Respondenti byli opět před započítáním dotazníku upozorněni na jeho anonymitu a následně jim byly zadány instrukce k jeho správnému vyplnění. Ke zjištění potřebných dat byla taktéž použita 4-bodová škála: 1 - naprosto souhlasím, 2 - spíše souhlasím, 3 - spíše nesouhlasím, 4 - naprosto nesouhlasím. Výběr respondentů byl opět příležitostný náhodný. Oslovování proběhlo přímo – pomocí soukromé zprávy nebo nepřímo – díky sdílení příspěvků ve facebookových skupinách a také díky zaslání některých účastníků výzkumu dalším respondentům, taktéž pomocí soukromé zprávy na sociální síti Facebook.

5.2.2 Výzkumný soubor

Celkový počet respondentů u druhého sběru dat, byl původně 91 ($N_2=91$). Opět museli být někteří účastníci výzkumu následně vyřazeni kvůli nezodpovězení všech otázek dotazníku, aby v práci s daty nedocházelo ke zkreslení. Účastníci výzkumu byli ve věku od 16 do 32 let, kde se průměrný věk pohyboval okolo 21,5 let a modus byl 22 let. Pohlaví byla zastoupena nerovnoměrně. Ženy tvořily opět větší část vzorku, konkrétně 63,7 %, zatímco muži pouze 36,3 %. Vzdělání bylo taktéž zastoupeno nerovnoměrně viz tabulka 4. Stejně jako u prvního vzorku převládalo střední vzdělání s maturitou, které tvořilo 60,4 %, což odpovídalo 55 respondentům. Druhé nejvíce zastoupené vzdělání bylo vysokoškolské 29,7 %. Následovalo vzdělání základní se zastoupením 7,7 % a nejmenší zastoupení mělo střední vzdělání s výučním listem 2,2 %. Vyšší odborné vzdělání se v tomto výzkumném souboru neobjevilo.

Tabulka 3 Přehled podle pohlaví

Pohlaví	Počet	Procenta
Ženy	58	63,7 %
Muži	33	36,3 %

Tabulka 4 Současné vzdělání respondentů

Současné vzdělání	Počet	Procenta
Základní	7	7,7 %
Střední s výučním listem	2	2,2 %
Střední s maturitou	55	60,4 %
Vyšší odborné	0	0 %
Vysokoškolské	27	29,7 %

5.2.3 Analýza dat

Výpočet explorační faktorové analýzy druhého sběru dat opět proběhl v softwaru Jamovi, který položky rozřadil do 6 dimenzí podle 6 faktorů (*viz příloha 4*). Některé položky opět nebyly přiřazeny k určité dimenzi, ale většina z nich se shodovala s předchozí faktorovou analýzou. Zbytek položek se rozřadil do 6 dimenzí, u kterých většina odpovídala teorii jednotlivých faktorů. Výsledky explorační faktorové analýzy byly opět prokonzultovány s vedoucím práce. Položky, které vycházely do více dimenzí, se následně rozřadily do faktorů, kterým významově nejvíce odpovídaly podle teorie.

Následovalo spojení obou souborů dat získaných ze dvou sběrů a explorační faktorová analýza, která počítala s oběma výzkumnými soubory dohromady. Znovu byl použit software Jamovi. Faktorová analýza opět položky rozřadila do 6 dimenzí (*viz příloha 5*). Následně se upravila data v excelové tabulce, kde byla pohromadě data z obou sběrů. Z celkového počtu respondentů z obou sběrů (N=196) bylo odebráno 33 účastníků, jelikož nevyplnili všechny položky a docházelo by ke zkreslení výsledků. Dále bylo z dotazníku odstraněno 7 otázek, které nebyly vyplněny dostatečným počtem respondentů, a bez jejich odstranění by taktéž docházelo ke zkreslení dat. Jednalo se o položky, které byly dotvořeny do druhého sběru dat. Výsledný počet tvořilo 163 respondentů (N=163) a výsledný počet otázek byl 43 otázek.

Poté přišla na řadu opět explorační faktorová analýza, kde se podle čísla Uniqueness (jedinečnost) vyřazovaly položky z celkového souboru. Vyřazování probíhalo na základě nevyššího čísla – blížilo se hodnotě 1. S vyřazováním jednotlivých položek zároveň rostlo číslo MSA (měřítko přiměřenosti vzorku). Pokud je celkové číslo MSA $>0,7$, je možné s položkami dále pracovat. Celkové číslo vzrostlo na 0,71 a ze 43 položek dotazníku bylo posléze vyřazeno 22. Výsledný počet otázek byl 21 (*viz příloha 6*). Otázky byly opět rozřazeny do 6 faktorů podle faktorové analýzy, kde dvě položky vyšly mimo jednotlivé faktory. Jednalo se o položky „Často na internetu oslovuji cizí lidi a jedním s nimi jako se známými.“ a „Často si představuji, co mi druhý na zprávu odpoví.“.

Dalším krokem bylo spočítání korelací mezi jednotlivými položkami v rámci faktorů. V rámci každého faktoru se počítalo s položkami „Často na internetu oslovuji cizí lidi a jedním s nimi jako se známými.“ a „Často si představuji, co mi druhý na zprávu odpoví.“, protože nevyšly v explorační faktorové analýze v žádné dimenzi. Podle nejvyšších korelací byly následně přiřazeny k jednotlivým faktorům. Položka „Často na internetu oslovuji cizí lidi a jedním s nimi jako se známými.“ byla přidána k faktoru solipsistická introjekce a druhá položka „Často si představuji, co mi druhý na zprávu odpoví.“ do faktoru neviditelnost. Dimenze minimalizace autority vyšla jako neurčitá, jelikož podle významu položky téměř neodpovídaly teorii od Sulera. Pro počítání korelací byl opět použit software Jamovi, kde se následně pomocí Pearsonova testu vypočítaly jednotlivé korelační hodnoty. Hladina významnosti p -value byla $<0,001$, v tabulkách je tato hodnota označena 3 hvězdičkami. Korelační koeficient může nabývat hodnot od -1 do 1, kde hodnoty blížící se 1 představují silnou pozitivní korelaci, a naopak hodnoty blížící se -1 značí silnou negativní korelaci. Hodnoty, které se blíží nule, znamenají nezávislost. V našem případě se pracovalo s hodnotami vyššími než 0,3 nebo -0,3, které mají mezi sebou buď pozitivní vazby nebo negativní vazby. V tabulkách jsou tyto hodnoty tmavě zelené. Světle zelené jsou hodnoty, které značí slabé korelace. Korelační matice pro jednotlivé faktory vyšly následovně.

Tabulka 5 Korelační matice faktoru anonymita

Anonymita												
	13		10		16		26		30		2	20
13												
10	-0.389 ***		—									
	< .001		—									
16	0.280 ***		-0.535 ***		—							
	< .001		< .001		—							
26	0.339 ***		-0.424 ***		0.581 ***		—					
	< .001		< .001		< .001		—					
30	0.307 ***		-0.292 ***		0.413 ***		0.397 ***		—			
	< .001		< .001		< .001		< .001		—			
2	0.272 ***		-0.263 ***		0.157 *		0.105		0.215 **		—	
	< .001		< .001		0.046		0.183		0.006		—	
20	0.047		-0.043		-0.065		-0.039		0.097		0.233	
	0.548		0.583		0.412		0.621		0.220		0.003	

Pozn.: *** ... p < 0,001, ** ... p < 0,01, * p... < 0,05, čísla ... položky dotazníku, tmavě zelená ... střední závislost, s těmito položkami se dále pracovalo, světle zelená ... slabá závislost

Tabulka 6 Korelační matice faktoru asynchronicita

Asynchronicita										
	8		23		28		43		2	20
8										
23	-0.270 ***		—							
	< .001		—							
28	0.242 **		-0.405 ***		—					
	0.002		< .001		—					
43	-0.539 ***		0.379 ***		-0.404 ***		—			
	< .001		< .001		< .001		—			
2	0.111		-0.051		0.129		-0.200 *		—	
	0.158		0.518		0.102		0.011		—	
20	0.272 ***		-0.193 *		0.084		-0.307 ***		0.233 **	
	< .001		0.013		0.287		< .001		0.003	

Pozn.: *** ... p < 0,001, ** ... p < 0,01, * p... < 0,05, čísla ... položky dotazníku, tmavě zelená ... střední závislost, s těmito položkami se dále pracovalo, světle zelená ... slabá závislost

Tabulka 7 Korelační matice faktoru solipsistická introjekce

Solipsistická introjekce							
	29		42		2		20
29							
42	0.682 ***		—				
	< .001		—				
2	0.327 ***		0.245 **		—		
	< .001		0.002		—		
20	0.280 ***		0.220 **		0.233 **		
	< .001		0.005		0.003		

Pozn.: *** ... p < 0,001, **... p < 0,01, * p... < 0,05, čísla ... položky dotazníku, tmavě zelená ... střední závislost, s těmito položkami se dále pracovalo, světle zelená ... slabá závislost

Tabulka 8 Korelační matice faktoru, který nelze zcela určit

	27		31		33		35		20	2
27										
31	0.240 **		—							
	0.002		—							
33	0.254 **		0.298 ***		—					
	0.001		< .001		—					
35	0.363 ***		0.399 ***		0.284 ***		—			
	< .001		< .001		< .001		—			
20	0.206 **		0.243 **		0.287 ***		0.275 ***		—	
	0.008		0.002		< .001		< .001		—	
2	0.152		0.076		0.159 *		0.173 *		0.233 **	
	0.053		0.332		0.043		0.028		0.003	

Pozn.: *** ... p < 0,001, **... p < 0,01, * p... < 0,05, čísla ... položky dotazníku, tmavě zelená ... střední závislost, s těmito položkami se dále pracovalo, světle zelená ... slabá závislost

Tabulka 9 Korelační matice faktoru neviditelnost

Neviditelnost						
	17		9		2	20
17						
9	0.334 ***		—			
	< .001		—			
2	0.154 *		0.164 *		—	
	0.049		0.037		—	
20	0.333 ***		0.227 **		0.233 **	
	< .001		0.004		0.003	

Pozn.: *** ... p < 0,001, **... p < 0,01, * p... < 0,05, čísla ... položky dotazníku, tmavě zelená ... střední závislost, s těmito položkami se dále pracovalo

Tabulka 10 Korelační matice faktoru disociační imaginace

Disociační imaginace							
	25		32		20		2
25							
32	-0.446 ***		—				
	< .001		—				
20	0.052		0.085		—		
	0.507		0.279		—		
2	0.012		0.049		0.233 **		
	0.882		0.533		0.003		

Pozn.: *** ... $p < 0,001$, ** ... $p < 0,01$, * ... $p < 0,05$, čísla ... položky dotazníku, tmavě zelená ... střední závislost, s těmito položkami se dále pracovalo

Z výsledků je patrné, že položky, které jsou v dimenzi anonymita, asynchronicita, solipsistická introjekce a neviditelnost mezi sebou silněji korelují. Zároveň jednotlivé dimenze obsahují 3 a více položek, proto se výsledný dotazník skládal právě z těchto faktorů. Dále byly zkontrolovány jednotlivé otázky podle významu, které jsou převrácené, tudíž je mezi nimi záporná hodnota a naopak, které spolu dle významu souvisí, zda je u nich hodnota kladná. Výsledky byly posléze prodiskutovány s vedoucím práce a následovalo spočítání korelací mezi všemi položkami 4 vybraných dimenzí vzájemně. Pro tento výpočet byl taktéž použit software Jamovi, díky kterému byly zjištěny následující výsledky.

Tabulka 11 Korelační matice faktorů anonymita, asynchronicita, solipsistická introjekce a neviditelnost

Korelační matice															
	10	13	16	26	30	2	29	42	23	43	28	9	17	8	20
10															
13	-0.389 ***	—													
	< .001	—													
16	-0.535 ***	0.280 ***	—												
	< .001	< .001	—												
26	-0.424 ***	0.339 ***	0.581 ***	—											
	< .001	< .001	< .001	—											
30	-0.292 ***	0.307 ***	0.413 ***	0.397 ***	—										
	< .001	< .001	< .001	< .001	—										
2	-0.263 ***	0.272 ***	0.157 *	0.105	0.215 **	—									
	< .001	< .001	0.046	0.183	0.006	—									
29	-0.115	0.148	0.043	-0.014	0.156 *	0.327 ***	—								
	0.145	0.060	0.588	0.856	0.047	< .001	—								
42	-0.005	-0.020	-0.029	-0.062	0.083	0.245 **	0.682 ***	—							
	0.951	0.798	0.716	0.433	0.291	0.002	< .001	—							
23	-0.028	0.037	0.099	0.104	0.015	-0.051	-0.072	-0.085	—						
	0.720	0.637	0.209	0.188	0.853	0.518	0.364	0.280	—						
43	-0.044	-0.022	0.007	0.017	-0.011	-0.200 *	-0.050	-0.120	0.379 ***	—					
	0.582	0.786	0.933	0.831	0.893	0.011	0.526	0.128	< .001	—					
28	-0.036	0.059	-0.044	-0.121	0.108	0.129	0.116	0.131	0.405 ***	-0.404 ***	—				
	0.648	0.452	0.580	0.123	0.170	0.102	0.139	0.096	< .001	< .001	—				
9	-0.067	0.055	-0.027	-0.108	0.045	0.164 *	0.115	0.107	-0.058	-0.222 **	0.157 *	—			
	0.396	0.488	0.736	0.172	0.572	0.037	0.142	0.174	0.461	0.004	0.045	—			
17	0.016	-0.033	-0.016	-0.069	0.173 *	0.154 *	0.087	0.017	-0.055	-0.155 *	0.105	0.334 ***	—		
	0.843	0.680	0.841	0.380	0.027	0.049	0.270	0.826	0.486	0.048	0.183	< .001	—		
8	0.031	-0.011	-0.048	-0.096	0.052	0.111	0.122	0.113	-0.270 ***	-0.539 ***	0.242 **	0.317 ***	0.285 ***	—	
	0.696	0.891	0.545	0.222	0.512	0.158	0.120	0.150	< .001	< .001	0.002	< .001	< .001	—	
20	-0.043	0.047	-0.065	-0.039	0.097	0.233 **	0.280 ***	0.220 **	-0.193 *	-0.307 ***	0.084	0.227 **	0.333 ***	0.272 ***	—
	0.583	0.548	0.412	0.621	0.220	0.003	< .001	0.005	0.013	< .001	0.287	0.004	< .001	< .001	—

Pozn.: *** ... p < 0,001, ** ... p < 0,01, * p... < 0,05, čísla ... položky dotazníku, tmavě zelená ... střední závislost, s těmito položkami se dále pracovalo, světle zelená ... slabá závislost

Z výsledků v tabulce 11 lze vidět, že položky 4 faktorů, které vyšly mezi sebou v předchozím kroku s nejvyššími korelacemi, navzájem korelují jen velmi slabě. Tmavě zelenou jsou vyznačeny ty hodnoty, které překračují 0,3 nebo -0,3, světle zelenou pak hodnoty, které značí slabou korelaci. I přes slabé korelace mezi čtyřmi dimenzemi je zde možnost jiných skrytých vztahů. Opět se ukazuje, že v jednotlivých faktorech mezi sebou korelují položky silněji, proto bylo následovným krokem vytvoření dotazníku pouze z těchto položek.

5.3 Metoda tvoření finálního dotazníku

Posledním krokem bylo vytvoření nového dotazníku, který obsahoval 15 položek, které mezi sebou nejvíce korelovaly v rámci čtyř faktorů (viz příloha 7). Dotazník se skládal z 15 otázek, které společně odpovídaly teorii od Sulera a sytily faktor anonymity, asynchronicity, solipsistické introjekce a neviditelnosti. Poslední 3 otázky se zaměřovaly na demografické údaje, konkrétně věk, pohlaví a vzdělání.

5.3.1 Třetí sběr dat

Poslední sběr dat byl proveden novým dotazníkem vytvořeném pomocí Google formuláře, který byl zprostředkován pomocí sociálních sítí Facebook a Instagram. Sběr probíhal v rozmezí dvou týdnů od konce března do začátku dubna roku 2022. Cílem tohoto sběru bylo získání, co největšího vzorku a zároveň testování dotazníku na české populaci. Respondenti byli stejně jako u předchozích dvou sběrů před vyplněním dotazníku upozorněni na jeho anonymitu a následně jim byly zadány instrukce k jeho správnému vyplnění. Ke zjištění dat opět sloužila 4-bodová škála: 1 - naprosto souhlasím, 2 - spíše souhlasím, 3 - spíše nesouhlasím, 4 - naprosto nesouhlasím. Výběr respondentů byl příležitostný náhodný. Oslovování proběhlo přímo – pomocí soukromé zprávy nebo nepřímo – sdílením příspěvků ve facebookových skupinách či na osobních profilech nebo zasláním některých účastníků výzkumu dalším respondentům. Dalším zdrojem dat bylo sdílení přes příběh na sociální síti Instagram, kde byl přímo vložen odkaz na dotazník.

5.3.2 Výzkumný soubor

Finální počet respondentů byl 367 ($N_3=367$). I v tomto sběru dat museli být někteří respondenti následně vyřazeni kvůli nezodpovězení všech otázek dotazníku. Účastníci výzkumu byli ve věku od 15 do 69 let, kde průměrný věk se pohyboval okolo 25 let a modus byl 22 let. Pohlaví byla opět zastoupena nerovnoměrně. Ženy tvořily 74,7 % vzorku, což odpovídalo 281 respondentkám, zatímco muži pouze 25,3 %, což odpovídalo s 95 respondenty viz tabulka 12. Vzdělání bylo zastoupeno různorodě viz tabulka 13. Největší část tvořilo střední vzdělání s maturitou, konkrétně 56,1 %, což odpovídalo 211 respondentům. Druhé nejvíce zastoupené vzdělání bylo vysokoškolské, které tvořilo 30,1 % vzorku. Následovalo střední vzdělání s výučním listem 6,4 % a vzdělání základní 5,9 %. Nejméně zastoupené vzdělání bylo vyšší odborné, které tvořilo pouze 1,6 %.

Tabulka 12 Přehled podle pohlaví

Pohlaví	Počet	Procenta
Ženy	281	74,7 %
Muži	95	25,3 %

Tabulka 13 Současné vzdělání respondentů

Současné vzdělání	Počet	Procenta
Základní	22	5,9 %
Střední s výučním listem	24	6,4 %
Střední s maturitou	211	56,1 %
Vyšší odborné	6	1,6 %
Vysokoškolské	113	30,1 %

5.3.3 Analýza dat

Dalším krokem bylo spočítání konfirmační faktorové analýzy pro všechny vytvořené dotazníky. Konfirmační analýza sloužila ke zjištění pravděpodobnosti, jak vytvořené položky společně měří daný faktor. Spolehlivost modelu poukazuje na jeho validitu. Reliabilita je vymezena množstvím faktorů, které určují odpovědi na položky. Root mean square error of approximation (RMSEA) určuje shodu modelu s daty. Hodnota $<0,08$ poukazuje na dobrou shodu, hodnota $<0,05$ bývá optimální a výsledky blíží se 0,1 bývají označeny jako nedostatečné. Comparative fit index (CFI) a Tucker–Lewis index (TLI) oba označují indexy inkrementální shody, které porovnávají model autora s modelem novým. Aby jejich hodnota byla optimální, měla by nabývat $>0,95$. Jako dostatečná se u těchto indexů označuje hodnota $>0,90$.

Konfirmační faktorová analýza pro první sběr dat

Celkový počet respondentů z prvního sběru byl mírně pod 100, proto se výsledky mohou požadovat za orientační. Při konfirmační analýze by výzkumný vzorek neměl klesat pod 100. Výpočet konfirmační faktorové analýzy byl proveden v softwaru Jamovi (viz příloha 8). V konfirmační analýze byly položky rozděleny podle dimenzí, které vyšly v explorační faktorové analýze. Z výsledků, které jsou zobrazené v tabulce 14, je patrné, že existuje signifikantní rozdíl ($p < 0,001$) mezi původním modelem a modelem novým. Tabulka 15 odkazuje na index dobré shody RMSEA, který by neměl přesahovat hodnotu 0,1, což v tomto případě odpovídá ($RMSEA = 0,06$). Dále v tabulce 15 nalezneme indexy inkrementální shody, označené CFI a TLI, které by měly být $>0,95$. Obě hodnoty jsou nižší než minimální požadovaná 0,90 ($CFI = 0,82$, $TLI = 0,8$).

Tabulka 14 Model absolutní shody

χ^2	Df	P
373	284	<0,001

Pozn.: χ^2 ...chí-kvadrát, df...stupeň volnosti modelu, p...p-value

Tabulka 15 Model absolutní shody

			RMSEA 90 % CI	
CFI	TLI	RMSEA	LOWER	UPPER
0,823	0,798	0,057	0,04	0,073

Pozn.: CFI, TLI...indexy inkrementální shody, RMSEA...index dobré shody

Konfirmační faktorová analýza pro druhý sběr dat

Následovala konfirmační faktorová analýza pro druhý sběr dat. Opět byl výsledný počet respondentů lehce pod 100, tudíž jsou výsledky pouze orientační. Položky dotazníku byly opět rozděleny podle explorační faktorové analýzy do 6 dimenzí (*viz příloha 9*). Z tabulky 16 je zřejmé, že existuje signifikantní rozdíl ($p < 0,001$) mezi původním modelem a modelem novým. V tabulce 17 nalezneme index dobré shody (RMSEA = 0,08), což odpovídá přijatelné hodnotě RMSEA. Dále v tabulce 17 nalezneme indexy inkrementální shody (CFI = 0,6, TLI = 0,5), kde jsou obě hodnoty nižší než požadovaná hodnota 0,90.

Tabulka 16 Model absolutní shody

χ^2	Df	P
1295	839	<0,001

Pozn.: χ^2 ...chí-kvadrát, df...stupeň volnosti modelu, p...p-value

Tabulka 17 Model absolutní shody

			RMSEA 90 % CI	
CFI	TLI	RMSEA	LOWER	UPPER
0,552	0,518	0,079	0,07	0,087

Pozn.: CFI, TLI...indexy inkrementální shody, RMSEA...index dobré shody

Konfirmační faktorová analýza pro první a druhý sběr dat

Následným krokem bylo spočtení konfirmační faktorové analýzy pro první a druhý sběr dat dohromady (viz příloha 10). Respondenti, kteří nevyplnili všechny položky, byly vyřazeni již před explorační faktorovou analýzou. Pracovalo se zde se stejným počtem respondentů jako při explorační faktorové analýze, tentokrát vyšším než 100 (N=163). Výpočet proběhl pomocí softwaru Jamovi. Položky byly pro výpočet rozděleny podle faktorů z předchozí faktorové analýzy. Z výsledků konfirmační faktorové analýzy je zřejmé, že neexistuje signifikantní rozdíl ($p=0,01$) mezi původním modelem a modelem nově vytvořeným, což nám ukazuje hodnota p-value viz tabulka 18. V tabulce 19 nalezneme index dobré shody RMSEA, který v tomto případě velmi dobře odpovídá požadované hodnotě (RMSEA = 0,04). Hodnoty indexů inkrementální shody značně vzrostly a můžeme je označit za dostatečné, $<0,90$ (CFI = 0,93, TLI = 0,92).

Tabulka 18 Model absolutní shody

χ^2	Df	P
220	174	0,01

Pozn.: χ^2 ...chí-kvadrát, df...stupeň volnosti modelu, p...p-value

Tabulka 19 Model absolutní shody

			RMSEA 90 % CI	
CFI	TLI	RMSEA	LOWER	UPPER
0,933	0,919	0,04	0,021	0,056

Pozn.: CFI, TLI...indexy inkrementální shody, RMSEA...index dobré shody

Konfirmační faktorová analýza pro třetí sběr dat

Další postup zahrnoval spočítání konfirmační faktorové analýzy (viz příloha 11) pro poslední sběr dat, který byl v tomto výzkumu stěžejní. Před výslednou prací s daty bylo nutné odstranit z výzkumného vzorku ty respondenty, kteří nezodpověděli všechny položky finálního dotazníku. Z původního počtu 376 bylo po úpravě dat vyřazeno 9 respondentů. Výsledný počet byl 367 (N=367). Pro výpočet konfirmační faktorové analýzy byl opět použit software Jamovi, stejně jako u předešlých výpočtů. Položky dotazníku byly rozděleny podle předchozí explorační faktorové analýzy. Z posledního sběru dat vyplývá, že mezi původním a

nově vytvořeným modelem existuje signifikantní rozdíl ($p < 0,001$) viz tabulka 20. Hodnota indexu dobré shody je však příznivá (RMSEA = 0,05). Indexy inkrementální shody od posledního sběru vzrostly a blížily se ideální hodnotě, $< 0,95$ (CFI = 0,94 a TLI = 0,93) viz tabulka 21.

Tabulka 20 Model absolutní shody

χ^2	Df	P
149	84	$< 0,001$

Pozn.: χ^2 ...chí-kvadrát, df...stupeň volnosti modelu, p...p-value

Tabulka 21 Model absolutní shody

			RMSEA 90 % CI	
CFI	TLI	RMSEA	LOWER	UPPER
0,942	0,928	0,046	0,034	0,058

Pozn.: CFI, TLI...indexy inkrementální shody, RMSEA...index dobré shody

Poté následovalo spočítání konfirmační faktorové analýzy taktéž s využitím posledního sběru dat (N=367), které bylo realizováno opět pomocí softwaru Jamovi (*viz příloha 12*). Tentokrát byly položky dotazníku zařazeny pod 1 faktor, tudíž by byl výsledný dotazník pouze jednodimenzionální. V tomto případě však nevyšly příliš příznivé výsledky. Z tabulky 22 lze vyčíst, že mezi novým a původním modelem existuje signifikantní rozdíl ($p < 0,001$). Dále z tabulky 23 je možné vyčíst hodnotu RMSEA, která značně přesahuje maximální hodnotu tohoto indexu (RMSEA = 0,13), proto by nebylo možné s tímto modelem dále pracovat. Hodnoty indexů inkrementální shody jsou výrazně nižší než požadovaná minimální hodnota 0,90 (CFI = 0,507, TLI = 0,425). Celkově tento model, ve kterém jsou všechny položky pod jedním faktorem, není vhodný pro účely tohoto výzkumu.

Tabulka 22 Model absolutní shody

χ^2	Df	P
649	90	$< 0,001$

Pozn.: χ^2 ...chí-kvadrát, df...stupeň volnosti modelu, p...p-value

Tabulka 23 Model absolutní shody

			RMSEA 90 % CI	
CFI	TLI	RMSEA	LOWER	UPPER
0,507	0,425	0,13	0,121	0,139

Pozn.: CFI, TLI...indexy inkrementální shody, RMSEA...index dobré shody

Posledním krokem proto bylo opětovné spočítání explorační faktorové analýzy pro 15 položek dotazníku, aby se zjistilo, zda nový model odpovídá modelu původnímu, přestože konfirmační faktorová analýza ukázala signifikantní rozdíl ($p < 0,001$). Pro výpočet explorační faktorové analýzy byl použit software Jamovi stejně jako u předchozích výpočtů a pracovalo se s daty z posledního sběru ($N=367$). Explorační faktorová analýza ukázala, že model je rozložen na 4 faktory a položky, které sytí faktory, jsou stejné jako u explorační faktorové analýzy, která byla počítána na prvním a druhém sběru dat (*viz příloha 13*). Proto tento model dotazníku můžeme považovat za vhodný. Nejen díky jeho vysokým hodnotám, kterých nabyl v konfirmační faktorové analýze, ale i díky potvrzení rozložení 4 faktorů pomocí explorační faktorové analýzy.

6 Ověřování hypotéz

H1: Vytvořené položky dotazníku sytí 6 faktorů Sulera.

Původním záměrem této práce bylo vytvoření dotazníku, který by se opíral o 6 faktorů disinhibice od Sulera. Po prvním sběru dat a jeho vyhodnocení přes explorační faktorovou analýzu byly položky dotazníku skutečně rozděleny do 6 faktorů, které odpovídaly teorii Sulera (*viz příloha 2*). Stejný výsledek se ukázal díky explorační faktorové analýze druhého sběru (*viz příloha 4*) a stejně tak když se oba sběry dat spojily (*viz příloha 5*). Nastal však problém příliš nízké hodnoty MSA, kvůli které otázky s nejvyšší hodnotou Uniquess musely být z dotazníku vyřazeny. Po této úpravě zbylo v dotazníku 21 položek (*viz příloha 6*). V této chvíli vyšlo podle explorační faktorové analýzy rozdělení taktéž na 6 faktorů, ale jeden faktor nešlo zcela určit. Sice zde chyběl faktor minimalizace autority, avšak otázky, které vyšly v neurčitém faktoru, mu podle Sulerovy teorie neodpovídaly. Proto následovalo spočítání korelací v rámci jednotlivých faktorů a také v rámci celého dotazníku. Jelikož nejsilnější korelace vyšly uvnitř faktoru anonymity, asynchronicity, neviditelnosti a solipsistické introjekce, finální dotazník byl sestaven právě z těchto položek. Konfirmační faktorová analýza následně ukázala vysoké hodnoty RMSEA, CFI a TLI (RMSEA = 0,046, CFI = 0,942, TLI = 0,928) a explorační faktorová opět rozřadila položky do 4 faktorů (*viz příloha 13*). Výsledný dotazník se následně skládal z 15 položek, které sytí pouze 4 faktory Sulerovy teorie (anonymita, asynchronicita, neviditelnost a solipsistická introjekce). Na základě tohoto výsledku je možné zamítnout alternativní hypotézu H1, že vytvořené položky sytí 6 faktorů Sulera a zároveň je možné potvrdit nulovou hypotézu H₁₀, že **vytvořené položky nesytí 6 faktorů Sulera**.

H2: Existují alespoň středně silné pozitivní korelace mezi všemi položkami vytvořeného dotazníku.

Úkolem druhé hypotézy bylo ověření pozitivních vztahů mezi všemi položkami v rámci nově vytvořeného dotazníku. Pro ověření druhé hypotézy bylo zapotřebí spočítání korelací mezi všemi položkami. Tento výpočet byl uskutečněn v softwaru Jamovi za pomoci Pearsonova testu. Hladina významnosti p-value byla <0,001, v tabulce je tato hodnota

označena 3 hvězdičkami. Z tabulky 24 lze vidět, že mezi položkami se nacházejí jak pozitivní, tak negativní korelace. Negativní vztahy mezi položkami jsou způsobeny převrácenými otázkami, tudíž hodnoty, které vyšly při sběru dat, byly také převrácené. Hodnoty korelací nabývají od 0,219 po 0,634, tudíž od slabých po silné hodnoty. Pozitivní korelace jsou v tabulce 24 označeny sytě žlutou barvou, negativní naopak světle žlutou barvou. Důležité je zjištění pozitivních korelací, které jsou způsobeny vzájemnými pozitivními vztahy mezi všemi položkami. Z daných zjištění zamítáme nulovou H₂₀, že neexistují alespoň středně silné pozitivní korelace mezi všemi položkami vytvořeného dotazníku a potvrzujeme alternativní H₂, že existují alespoň středně silné pozitivní korelace mezi všemi položkami vytvořeného dotazníku.

Tabulka 24 Korelační matice finálního dotazníku

Korelační matice všech položek dotazníku															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	—														
2	-0.029	—													
3	0.623	—													
4	-0.062	0.039	—												
5	0.293	0.501	—												
6	-0.067	-0.060	0.021	—											
7	0.251	0.303	0.716	—											
8	-0.650***	0.010	0.052	0.115*	—										
9	<.001	0.858	0.373	0.049	—										
10	-0.222***	0.221**	0.119*	-0.060	0.149*	—									
11	<.001	<.001	0.041	0.304	0.010	—									
12	-0.138*	0.082	0.285***	0.177**	0.125*	0.073	—								
13	0.018	0.163	<.001	0.002	0.033	0.216	—								
14	-0.130*	0.174**	0.224***	0.219**	0.092	0.126*	0.372***	—							
15	0.026	0.003	<.001	<.001	0.115	0.030	<.001	—							
16	-0.284***	0.058	0.038	0.027	0.331***	0.089	0.104	0.105	—						
17	<.001	0.318	0.512	0.640	<.001	0.130	0.077	0.072	—						
18	0.046	-0.202**	-0.377***	-0.000	-0.012	-0.054	-0.293***	-0.188**	-0.028	—					
19	0.432	<.001	<.001	0.993	0.837	0.356	<.001	0.001	0.630	—					
20	-0.337***	0.100	0.052	0.099	0.374***	0.231***	0.112	0.096	0.295***	-0.072	—				
21	<.001	0.087	0.375	0.092	<.001	<.001	0.057	0.102	<.001	0.222	—				
22	-0.052	0.602**	0.073	-0.085	-0.038	0.321***	0.159**	0.163**	-0.010	-0.159**	-0.001	—			
23	0.376	<.001	0.214	0.149	0.520	<.001	0.007	0.005	0.858	0.006	0.985	—			
24	-0.082	-0.083	0.089	0.277**	0.046	-0.064	0.229***	0.376***	0.027	-0.015	0.017	0.010	—		
25	0.163	0.155	0.128	<.001	0.435	0.275	<.001	<.001	0.645	0.795	0.771	0.860	—		
26	0.067	-0.017	-0.274***	-0.061	-0.083	-0.111	-0.302***	-0.181**	-0.023	0.304***	-0.039	-0.040	-0.113	—	
27	0.255	0.768	<.001	0.301	0.157	0.058	<.001	0.002	0.700	<.001	0.509	0.497	0.052	—	
28	-0.493***	0.033	0.044	0.018	0.634***	0.076	0.149*	0.156**	0.448***	-0.063	0.402***	-0.063	-0.020	-0.015	—
29	<.001	0.576	0.458	0.764	<.001	0.195	0.012	0.008	<.001	0.285	<.001	0.283	0.735	0.804	—

Pozn.: *** ... p <0,001, **... p <0,01, * p... <0,05, čísla ... položky dotazníku, sytě žlutá ... pozitivní závislost, světle žlutá ... negativní závislost

H3: Existují alespoň středně silné pozitivní korelace v rámci jednotlivých faktorů vytvořeného dotazníku.

Poslední hypotéza má za cíl otestovat vzájemné vztahy položek vytvořeného dotazníku v rámci jednotlivých faktorů (anonymita, solipsistická introjekce, asynchronicita a neviditelnost). Pro ověření hypotézy byl opět využit software Jamovi, kde výpočet proběhl pomocí Pearsonova testu. Tentokrát byl výpočet uskutečněn pro každý faktor zvlášť. Hladina

významnosti p–value byla <0,001. V tabulkách je tato hodnota označena 3 hvězdičkami. Mezi položkami se nachází jak pozitivní, tak negativní korelace. Negativní hodnota je způsobena převrácením položky vzhledem k ostatním. Z tabulky 25 lze vyčíst hodnoty korelací pro faktor anonymity. Hodnoty se pohybovaly od 0,295 po 0,634, což značí rozmezí od slabých korelací po silné korelace (slabé 0,20 – 0,39; středně silné 0,40 – 0,59; silné 0,60 – 0,79). Tabulka 26 poukazuje na korelační hodnoty pro faktor solipsistické introjekce. V tomto faktoru se nacházejí pouze pozitivní korelace, které se pohybují od hodnoty 0,221 po hodnotu 0,602, což souhlasí se slabými až silnými korelacemi. Déle je zobrazena korelační matice pro faktor asynchronicity (viz tabulka 27). Zde existují jak pozitivní, tak negativní korelace v rámci jednotlivých položek faktoru. Pozitivní nabývají hodnot od 0,285 po 0,304, což odpovídá slabým a středně silným korelacím. Poslední tabulka značí vztahy ve faktoru neviditelnost (viz tabulka 28). Zde se objevují pouze pozitivní korelace, které nabývají hodnot od 0,219 po hodnotu 0,376, což poukazuje na slabé a středně silné korelace ve faktoru neviditelnost. Na základě těchto výsledků lze pozorovat, že všechny faktory obsahují alespoň středně silné korelace mezi svými položkami. Proto zamítáme nulovou H₃₀, že neexistují alespoň středně silné pozitivní korelace v rámci jednotlivých faktorů vytvořeného dotazníku a přijímáme alternativní H₃, že **existují alespoň středně silné pozitivní korelace v rámci jednotlivých faktorů vytvořeného dotazníku.**

Tabulka 25 Korelační matice faktoru anonymita

Anonymita										
	1		5		9		11		15	
1	—									
	—									
2	-0.650	***	—							
	< .001		—							
3	-0.284	***	0.331	***	—					
	< .001		< .001		—					
4	-0.337	***	0.374	***	0.295	***	—			
	< .001		< .001		< .001		—			
5	-0.493	***	0.634	***	0.448	***	0.402	***	—	
	< .001		< .001		< .001		< .001		—	

Pozn.: *** ... p < 0,001, čísla ... položky dotazníku, sytě žlutá ... pozitivní závislost, světle žlutá ... negativní závislost

Tabulka 26 Korelační matice faktoru solipsistická introjekce

Solipsistická introjekce						
	2		6		12	
2	—					
	—					
6	0.221	***	—			
	< .001		—			
12	0.602	***	0.321	***	—	
	< .001		< .001		—	

Pozn.: *** ... p<0,001, čísla ... položky dotazníku, sytě žlutá ... pozitivní závislost, světle žlutá ... negativní závislost

Tabulka 27 Korelační matice faktoru asynchronicita

Asynchronicita								
	3		7		10		14	
3	—							
	—							
7	0.285	***	—					
	< .001		—					
10	-0.377	***	-0.293	***	—			
	< .001		< .001		—			
14	-0.274	***	-0.302	***	0.304	***	—	
	< .001		< .001		< .001		—	

Pozn.: *** ... p<0,001, čísla ... položky dotazníku, sytě žlutá ... pozitivní závislost, světle žlutá ... negativní závislost

Tabulka 28 Korelační matice faktoru neviditelnost

Neviditelnost						
	4		8		13	
4	—					
	—					
8	0.219	***	—			
	< .001		—			
13	0.277	***	0.376	***	—	
	< .001		< .001		—	

Pozn.: *** ... p<0,001, čísla ... položky dotazníku, sytě žlutá ... pozitivní závislost, světle žlutá ... negativní závislost

6.1 Reliabilita

Důležitým bodem při tvorbě dotazníku bylo spočítání konfirmační faktorové analýzy ze třetího sběru dat ($N_3=367$). Sloužila k ověření faktorové struktury, kde bylo potvrzeno, že položky vytvořeného dotazníku skutečně odpovídají původnímu rozdělení faktorů podle explorační faktorové analýzy. Reliabilita byla vymezena množstvím faktorů, které určovaly odpovědi na položky. Root mean square error of approximation (RMSEA = 0,046) určil příznivou shodu modelu s daty. Comparative fit index (CFI = 0,942) a Tucker–Lewis index (TLI = 0,928) označují indexy inkrementální shody, kterých hodnota byla ve finálním dotazníku také příznivá.

7 Diskuze

Cílem této práce bylo vytvoření dotazníku, který měl vycházet z modelu Sulerovy teorie disinhibičního efektu. První verze dotazníku obsahovala 44 položek, které byly testovány na 105 probandech. Cílem prvního sběru, bylo upravení položek a odstranění nejasností v rámci celého dotazníku. Druhá verze dotazníku obsahovala 50 otázek, a díky ní byl sesbírán soubor dat o 91 respondentech. V dalších krocích se pracovalo s oběma sběry dat dohromady, zároveň bylo ze sběru dat vyřazeno 33 respondentů, tudíž výsledný soubor dat tvořil 163 respondentů. Na poslední a zároveň finální dotazník bylo získáno 376 odpovědí, přičemž muselo dojít k vyřazení 9 respondentů, proto výsledný počet účastníků výzkumu byl 367.

Přestože původním cílem práce bylo vytvoření dotazníku, který bude vycházet ze všech 6 faktorů Sulerovy teorie, výsledný dotazník tvoří 4 faktory disinhibice (anonymita, solipsistická introjekce, asynchronicita a neviditelnost). Opodstatnění, proč je finální dotazník složen právě z těchto 4 faktorů, je více. Nevyužití všech 6 faktorů nastalo ve chvíli, kdy se na základě prvních dvou sběrů pracovalo s explorační faktorovou analýzou, a došlo k vyřazení 22 otázek dotazníku. Výsledných 21 položek sice bylo rozřazeno do 6 faktorů, avšak chyběl faktor minimalizace autority, který z kvalitativního hlediska neodpovídal položkám, jež do tohoto faktoru vyšly. Dalším důvodem bylo spočítání korelací v rámci vzniklých 6 faktorů, kde faktor disociační imaginace a také již zmíněný faktor, který nešlo určit, musely být kvůli nedostatečně silným korelacím mezi položkami, vyřazeny a dále se s nimi nepracovalo. Výsledné 4 faktory byly poté podrobeny konfirmační faktorové analýze, kde vyšly příznivé hodnoty, a proto je finální dotazník tvořen právě 4 faktory.

Předchozí myšlenku můžou podtrhnout zjištění, že v některých výzkumech se pracuje s faktory disinhibice odděleně. Takovým výzkumem může být například měření účinků anonymity, neviditelnosti a absence očního kontaktu na toxickou disinhibici z roku 2012 (Lapidot-Lefler & Barak, 2012). Tato studie pracuje pouze se třemi faktory odděleně, přičemž absence očního kontaktu bývá ve většině výzkumech zahrnuta pod neviditelnost a nebývá vyčleňována jako samostatný faktor. Taktéž studie zabývající se fenoménem nevědomého manželského odpoutání a mimomanželské vazby, jež byla zmíněna v teoretické části práce, zkoumá pouze tři faktory disinhibice (solipsistickou introjekci, disociační představivost a

anonymitu). Suler (2004) tvrdí, že v danou chvíli na člověka může působit jeden nebo dva z těchto faktorů více, ale obecně je možné říci, že faktory disinhibičního efektu jsou úzce propojeny a navzájem se prolínají.

K porovnání metody tvoření dotazníku byla vybrána studie z roku 2018, která měla za úkol sestavit dotazník pro online sexuální obtěžování a interakci nezletilých s dospělými. Prvním krokem ve tvoření tohoto dotazníku byla rešerše literatury na toto téma, což je možné připodobnit k prvnímu kroku této práce, kterým bylo podrobné nastudování Sulerovy teorie disinhibičního efektu, které také zahrnovalo přehled dostupné literatury k tématu disinhibice. Druhým krokem ve studii byly rozhovory s odsouzenými, kteří páchali online sexuální trestné činy na dětech. Tento krok výzkumu pro online sexuální obtěžování se lišil od postupu této práce, jelikož rozhovory na téma disinhibice by v tvorbě dotazníku nebyly využity. Dalším postupem při tvorbě dotazníku bylo přezkoumání položek odborníky. Tohle opatření by mohlo být připodobněno diskuzi o položkách s vedoucím práce. Následovala pilotní studie, která může být srovnána s prvním sběrem dat v této práci, který měl za úkol odstranění nedostatků dotazníku. Finální práce s dotazníkem online sexuálního obtěžování zahrnovala explorační faktorovou analýzu, která položky dotazníku rozdělila do 2 faktorů. V případě této práce proběhlo rozdělení do 6 faktorů, které byly následně otestovány konfirmační faktorovou analýzou, protože faktory byly známy předem (Gámez-Guadix et al., 2018).

7.1 Limity

Jedním z limitů této práce může být právě výběr výzkumného vzorku, který byl příležitostný náhodný, tudíž neodpovídal normálnímu rozložení. Ve výzkumných vzorcích je velké zastoupení respondentů ve věku 22 let a dalších blízkých tomuto věku. Na druhou stranu u respondentů, kteří jsou výrazně vzdáleni od průměrného věku vzorku, je možné, že by uvedeným položkám dotazníku dostatečně neporozuměli, tudíž by jejich odpovědi do výzkumu přinesly možná další zkreslení. Dalším limitem práce může být nerovnoměrné zastoupení pohlaví ve všech sběrech dat. Ženské pohlaví odpovídalo přibližně třem čtvrtinám a mužské pouze jedné čtvrtině.

Dalším možným omezením výzkumu může být chybná interpretace dat a také práce s nimi, která probíhala ve dvou softwarech. Někteří respondenti neodpověděli na všechny položky dotazníku, tudíž softwary nejdříve počítaly s nulovou hodnotou, kde nebyla položka

vyplněna. Tito respondenti byli posléze ze sběru dat odstraněni, přesto mohlo docházet ke zkreslení dat. Otázkou je i upřímnost respondentů, zda v dotazníku skutečně odpovídali podle pravdy. Přestože dotazník byl anonymní, je možné, že výsledná data byla kvůli této okolnosti nepřesná. Přes uvedené limity je přínosem práce nejen komplexní pohled na problematiku disinhibičního efektu, ale také nástroj k jeho měření alespoň v rámci jednotlivých faktorů, které společně tvoří celek.

ZÁVĚR

Teoretická část této práce přiblížila problematiku disinhiničního efektu. Tato problematika byla uvedena do kontextu sociálních sítí, na kterých se s ním můžeme nejčastěji setkat. Sociální sítě jsou popsány z hlediska jejich popularity u uživatelů a dále je popsána jejich dynamika. Důležité je rozdělení toxického a benigního disinhiničního efektu, které je popsáno v rámci rizikového chování uživatelů. Vyznačuje se zejména kyberšikanou, sextingem a sebeodhalováním. Současně jsou v práci uvedeny různé pohledy na problematiku disinhiničního efektu, jeho příčiny, projevy a následky. Většina studií, které jsou v práci využity, jsou zahraniční, což opět poukazuje na nedostatečné zkoumání této problematiky v České republice. Původní záměrem praktické části práce bylo vytvoření dotazníku, který bude obsahovat 6 faktorů Sulera (anonymita, neviditelnost, asynchronita, solipsistická introjekce, disociační imaginace a minimalizace autority). Avšak vzhledem k postupu tvorby, byl finální dotazník složen ze 4 faktorů disinhinice (anonymity, solipsistické introjekce, asynchronicity a neviditelnosti), které tvoří 15 položek.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Abbasi, I., & Drouin, M. (2019). Neuroticism and Facebook addiction: How social media can affect mood? *The American Journal of Family Therapy*, 47(4), 199-215.

<https://doi.org/10.1080/01926187.2019.1624223>

Alkhalifa, R., Kochkina, E., & Zubiaga, A. (2021, October). Opinions are made to be changed: Temporally adaptive stance classification. *In Proceedings of the 2021 Workshop on Open Challenges in Online Social Networks*, 27-32. <https://doi.org/10.1145/3472720.3483620>

Arora, A., Bansal, S., Kandpal, C., Aswani, R., & Dwivedi, Y. (2019). Measuring social media influencer index-insights from Facebook, Twitter and Instagram. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 49, 86-10. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.03.012>

Ayas, S., & Çapa-Aydin, Y. (2021). The Development of Online Disinhibition Scale: Reliability and Validity Study. *Turk Psikoloji Yazilari*, 24(48), 29-31.

<https://doi.org/10.31828/tpy1301996120210209m000037>

Balakrishnan, V., Khan, S., & Arabnia, H. R. (2020). Improving cyberbullying detection using Twitter users' psychological features and machine learning. *Computers & Security*, 90, 1-46.

<https://doi.org/10.1016/j.cose.2019.101710>

Barrot, J. S. (2021). Scientific mapping of social media in education: A decade of exponential growth. *Journal of Educational Computing Research*, 59(4), 645-668.

<https://doi.org/10.1177/0735633120972010>

Berkowitz, D., Tinkler, J., Peck, A., & Coto, L. (2021). Tinder: A Game with Gendered Rules and Consequences. *Social Currents*, 8 (5), 491–509. <https://doi.org/10.1177/23294965211019486>

Burgess, J. (2011). YouTube. Oxford Bibliographies Online. *Oxford University Press, United Kingdom*, 1. <https://eprints.qut.edu.au/46719/>

Carpenter, J. P., Morrison, S. A., Craft, M., & Lee, M. (2020). How and why are educators using Instagram? *Teaching and Teacher Education*, 96, 1-14.

<https://doi.org/10.1016/j.tate.2020.103149>

Carter, Z. A. (2019). Facebook Cyberinfidelity and the Online Disinhibition Effect: The Phenomenon of Unconscious Marital Detachment and Extramarital Attachment. *Journal of Psychology & Christianity*, 38(1), 47-56.

Clark-Gordon, C. V., Bowman, N. D., Goodboy, A. K., & Wright, A. (2019). Anonymity and online self-disclosure: A meta-analysis. *Communication Reports*, 32(2), 98-111. <https://doi.org/10.1080/08934215.2019.1607516>

Corcoran, V. P., & Andover, M. S. (2020). Online disinhibition and internet communication of non-suicidal self-injury. *Suicide and Life-Threatening Behavior*, 50(6), 1091-1096. <https://doi.org/10.1111/sltb.12659>

Černá, A., Dědková, L., Macháčková, H., Ševčíková, A. & Šmahel, D. (2013). *KYBERŠIKANA. Průvodce novým fenoménem*. Grada.

Daniels, R. A., & Dempsey, M. (2021). Leveraging LinkedIn: How Can Educators Help College Students Market Themselves? *Community College Journal of Research and Practice*, 1–4. <https://doi.org/10.1080/10668926.2021.1919242>

De Leyn, T., De Wolf, R., Vanden Abeele, M., & De Marez, L. (2021). In-between child's play and teenage pop culture: tweens, TikTok & privacy. *Journal of Youth Studies*, 1–18. <https://doi.org/10.1080/13676261.2021.1939286>

Digitální agentura AMI Digital Index. (2020). *Sociální sítě 2020*. <https://amidigital.cz/wp-content/uploads/2022/01/adi-2020-media-final.pdf>

Digitální agentura AMI Digital Index. (2021). *Sociální sítě 2021*. <https://amidigital.cz/ami-digital-index-2021/>

Effiong, A. A., Udoh, V. I., & Okworo, G. S. (2021). Chat-Applications Usage among Educational Technology Undergraduate Students in University of Calabar, Nigeria. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 6(12), 839-846.

Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13, 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

Figueiredo, F., Almeida, J. M., Gonçalves, M. A., & Benevenuto, F. (2014). On the dynamics of social media popularity: A YouTube case study. *ACM Transactions on Internet Technology (TOIT)*, 14(4), 1-23. <https://doi.org/10.1145/2665065>

Fichman, P., & Rathi, M. (2022). The Impact of Culture on Online Toxic Disinhibition: Trolling in India and the USA. *In Proceedings of the 55th Hawaii International Conference on System Sciences*, 2890–2897. <https://10.24251/HICSS.2022.357>

Gaffney, H., Farrington, D. P., Espelage, D. L., & Ttofi, M. M. (2019). Are cyberbullying intervention and prevention programs effective? A systematic and meta-analytical review. *Aggression and violent behavior*, 45, 134-153. <https://doi.org/10.1016/j.avb.2018.07.002>

Gómez-Guadix, M., De Santisteban, P., & Alcazar, M. Á. (2018). The construction and psychometric properties of the questionnaire for online sexual solicitation and interaction of minors with adults. *Sexual Abuse*, 30(8), 975-991. <https://doi.org/10.1177/1079063217724766>

Garcia, K., & Berton, L. (2021). Topic detection and sentiment analysis in Twitter content related to COVID-19 from Brazil and the USA. *Applied Soft Computing*, 101, 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.asoc.2020.107057>

Her, Y.-C., & Timmermans, E. (2020). Tinder blue, mental flu? Exploring the associations between Tinder use and well-being. *Information, Communication & Society*, 24(9), 1303–1319. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1764606>

Hollenbaugh, E. E., & Everett, M. K. (2013). The effects of anonymity on self-disclosure in blogs: An application of the online disinhibition effect. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18(3), 283-302. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12008>

Holmes, L. G., Nilssen, A. R., Cann, D., & Strassberg, D. S. (2021). A sex-positive mixed methods approach to sexting experiences among college students. *Computers in Human Behavior*, 115, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106619>

Huang, C. L., Zhang, S., & Yang, S. C. (2020). How students react to different cyberbullying events: Past experience, judgment, perceived seriousness, helping behavior and the effect of

online disinhibition. *Computers in human behavior*, 110, 1-8.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106338>

Chan, T. K., Cheung, C. M., & Lee, Z. W. (2021). Cyberbullying on social networking sites: A literature review and future research directions. *Information & Management*, 58(2), 1-65.
<https://doi.org/10.1016/j.im.2020.103411>

Choi, T. R., & Sung, Y. (2018). Instagram versus Snapchat: Self-expression and privacy concern on social media. *Telematics and Informatics*, 1-40. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.09.009>

Idriyani, N. (2021) The effect of self esteem and sensation seeking on online games addiction in early adolescents. *The 9th International Conference on Cyber and IT Service Management*.

Janoušek, J. (2015). *Psychologické základy verbální komunikace*. Grada.

Kim, H., & Chang, Y. (2017). Managing online toxic disinhibition: The impact of identity and social presence. *SIGHCI 2017 Proceedings*, 1-5.

Koivu, S. (2015). *Why do people share online? Online disinhibition effect in the context of the virtual community of Reddit*. 1-101.

Kopecký, K., Krejčí, V., & Szotkowski, R. (2015). *RIZIKOVÉ FORMY CHOVÁNÍ ČESKÝCH A SLOVENSKÝCH DĚTÍ V PROSTŘEDÍ INTERNETU*. Univerzita Palackého.

Kumar, N., Nagalla, R., Marwah, T., & Singh, M. (2018). Sentiment dynamics in social media news channels. *Online Social Networks and Media*, 8, 42-54.
<https://doi.org/10.1016/j.osnem.2018.10.004>

Kurek, A. (2018, 1. ledna). *Victoria University of Wellington*. Understanding Online Disinhibition: An Investigation of the Relationship Between Information and Communication Technology and Adolescent Personality, Identity, and Behaviour.
[https://openaccess.wgtn.ac.nz/articles/thesis/Understanding Online Disinhibition An Investigation of the Relationship Between Information and Communication Technology and Adolescent Personality Identity and Behaviour/17072066](https://openaccess.wgtn.ac.nz/articles/thesis/Understanding%20Online%20Disinhibition%20An%20Investigation%20of%20the%20Relationship%20Between%20Information%20and%20Communication%20Technology%20and%20Adolescent%20Personality%20Identity%20and%20Behaviour/17072066)

Lapidot-Leffler, N., & Barak, A. (2012). Effects of anonymity, invisibility, and lack of eye-contact on toxic online disinhibition. *Computers in human behavior*, 28(2), 434-443. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.10.014>

LinkedIn Corporation. (2020). *Co je LinkedIn a jak ho mohu používat?* <https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/111664/co-je-linkedin-a-jak-ho-mohu-pouzivat-?lang=cs>

Makki, T. W., DeCook, J. R., Kadylak, T., & Lee, O. J. (2017). The Social Value of Snapchat: An Exploration of Affiliation Motivation, the Technology Acceptance Model, and Relational Maintenance in Snapchat Use. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 34(5), 410-420. <https://doi.org/10.1080/10447318.2017.1357903>

Milch, P. (2019, 8.listopadu). *Infografika: Sociální sítě v Česku v roce 2019. FOCUS.* https://www.focus-age.cz/m-journal/aktuality/infografika--socialni-site-v-cesku-v-roce-2019_s288x14828.html

Meta. (2022). *Connection is evolving and so are we.* <https://about.facebook.com/meta/>

Mueller-Coyne, J., Voss, C., & Turner, K. (2022). The impact of loneliness on the six dimensions of online disinhibition. *Computers in Human Behavior Reports*, 5. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2022.100169>

Munger, K., & Phillips, J. (2020). Right-Wing YouTube: A Supply and Demand Perspective. *The International Journal of Press/Politics*, 27(1), 186-219. <https://doi.org/10.1177/1940161220964767>

Park, M. A., Golden, K. J., Vizcaino-Vickers, S., Jidong, D., & Raj, S. (2021). Sociocultural values, attitudes and risk factors associated with adolescent cyberbullying in East Asia: A systematic review. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 15(1). <https://doi.org/10.5817/CP2021-1-5>

Rochimasari, N. S. (2020). Hubungan antara anonimitas dengan benign online disinhibition effect pada generasi z di Surabaya. *Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya.* 1-70. <http://digilib.uinsby.ac.id/43780/>

SÍTĚ V HRSTI. (2022). *Sociální sítě*. <https://sitevhrsti.cz/socialni-site/>

Statista Research Department. (2022, 8. března). *Most popular social networks worldwide as of January 2022, ranked by number of monthly active users*. <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

Suler, J. (2004). The Online Disinhibition Effect. *CyberPsychology & Behavior*, 7(3), 321–326. <https://doi.org/10.1089/1094931041291295>

Šmahaj, J. (2014). *Kyberšikana jako společenský problém*. Univerzita Palackého.

Šmahel, D. (2003). *Psychologie a internet: děti dospělými, dospělí dětmi*. TRITON.

Pospíšilová, M. (2016). *Facebooková (ne)závislost: Identita, interakce a uživatelská kariéra na Facebooku*. KAROLINUM.

Van Ouytsel, J., Punyanunt-Carter, N. M., Walrave, M., & Ponnet, K. (2020). Sexting within young adults' dating and romantic relationships. *Current opinion in psychology*, 36, 55-59. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.04.007>

Vybíral, Z. (2009). *Psychologie komunikace*. Portál.

Wachs, S., & Wright, M. F. (2018). Associations between bystanders and perpetrators of online hate: The moderating role of toxic online disinhibition. *International journal of environmental research and public health*, 15(9), 1-9. <https://doi.org/10.3390/ijerph15092030>

Weimann, G., & Masri, N. (2020). Research Note: Spreading Hate on TikTok. *Studies in Conflict & Terrorism*, 1–14. <https://doi.org/10.1080/1057610X.2020.1780027>

Willis, M. (2019). The dynamics of social media marketing content and customer retention. *In Leveraging Computer-Mediated Marketing Environments*, 1-21. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-7344-9.ch001>

PŘÍLOHY

Příloha 1

První verze dotazníku:

1. Na internetu častěji používám anonymní režim.
2. Často na internetu oslovuji cizí lidi a jednám s nimi jako se známými.
3. Své nedostatky na internetu raději skrývám.
4. Líbí se mi, že online konverzace nikdy nekončí.
5. Online komunikace je naprosto něco jiného než reálná.
6. Za vyjadřování na internetu by neměly přicházet žádné tresty.
7. V online konverzaci často napíšu i to, co bych naživo nedokázal/a říct.
8. Vadí mi, když mi ostatní nechají zobrazeno.
9. V online komunikaci často nevím, jak byla zpráva myšlena.
10. Nemám založený žádný profil pod jiným jménem než svým.
11. Na internet patří vyjadřování názoru, ať je jakýkoli.
12. Často napíšu směřícího se smajlíka (:D), přestože to tak necítím.
13. Raději vystupuji na internetu pod přezdívkou než pod skutečným jménem.
14. V online komunikaci si obvykle nezjišťuji postavení druhého.
15. Zprávy na internetu často vyzní jinak, než je autoři myslí.
16. Na sociálních sítích používám i falešné profily. (*falešný profil = bez osobních údajů, fotky či čehokoli jiného, podle čeho by šlo určit, o koho se jedná)
17. Vadí mi, když nevím, jak se druhý tváří po přečtení mé zprávy.
18. Paralelně si píšu s více než 6 lidmi najednou.
19. Šikana na internet nepatří.
20. Často si představuji, co mi druhý na zprávu odpoví.
21. Trestný čin na internetu se nemůže rovnat trestnému činu v realitě.
22. Smajlíky používám v každé zprávě.
23. Odpovídám na zprávy pouze, když mám čas.
24. Na internetu nemám problém oslovit kohokoli, bez ohledu na jeho věk či status.
25. Co se děje na internetu se v reálném životě neodráží.

26. Některé sociální sítě navštěvuji pouze přes falešné profily. (*falešný profil = bez osobních údajů, fotky či čehokoli jiného, podle čeho by šlo určit, o koho se jedná)
27. Na internetu se obvykle ukazuji v lepším světle, než tomu tak skutečně je.
28. Cokoli, co umístím na internet, tam zůstane navždy.
29. Musím na každou zprávu odpovědět hned, jinak mám špatný pocit.
30. Přestože druhého na internetu dobře neznám, věřím, že díky konverzaci dokážu dobře odhadnout jeho charakterové vlastnosti.
31. Ke psaní komentářů na sociálních sítích používám raději falešné profily. (*falešný profil = bez osobních údajů, fotky či čehokoli jiného, podle čeho by šlo určit, o koho se jedná)
32. Smajlíky považuji za součást online komunikace.
33. Online svět se následně odráží v reálném světě.
34. Uvědomuji si, že do online komunikace si promítám i vlastní představy o druhém.
35. Na internetu si dávám velký pozor, s kým se právě bavím.
36. Často používám v online komunikaci větší množství smajlíků, než skutečně odpovídá emoci, kterou v tu chvíli prožívám.
37. Raději se několikrát zamyslím, než něco napíšu na internet.
38. Na některé zprávy záměrně neodpovídám hned.
39. Internet je specifické prostředí, které nemá moc společného s realitou.
40. Na internetu tykám každému, s kým si píšu, přestože ho neznám.
41. Mám raději, když ostatní nevidí, jak se tvářím po přečtení jejich zprávy.
42. Na internet mohu napsat cokoli bez ohledu na následek.
43. Přestože mám o druhém na internetu málo informací, věřím, že dokážu dobře poznat jeho osobnost.
44. Nevadí mi, když mi někdo hned neodpoví na zprávu.

Příloha 2

Otázky první verze dotazníku rozřazené podle explorační faktorové analýzy:

Žádná dimenze:

1. Na internetu častěji používám anonymní režim. (Anonymita)

4. Líbí se mi, že online konverzace nikdy nekončí. (Asynchronicita)
5. Online komunikace je naprosto něco jiného než reálná. (Solipsistická introjekce)
12. Často napíšu smějícího se smajlíka (:D), přestože to tak necítím. (Neviditelnost)
14. V online komunikaci si obvykle nezjišťuji postavení druhého. (Minimalizace autority)
19. Šikana na internet nepatří. (Disociativní představivost)
20. Často si představuji, co mi druhý na zprávu odpoví. (Solipsistická introjekce)
37. Raději se několikrát zamyslím, než něco napíšu na internet. (Anonymita)
40. Na internetu tykám každému, s kým si píšu, přestože ho neznám. (Minimalizace autority)
42. Na internet mohu napsat cokoli bez ohledu na následek. (Anonymita)

1. Dimenze – anonymita

10. Nemám založený žádný profil pod jiným jménem než svým. (Anonymita)
16. Na sociálních sítích používám i falešné profily. (*falešný profil = bez osobních údajů, fotky či čehokoli jiného, podle čeho by šlo určit, o koho se jedná) (Anonymita)
26. Některé sociální sítě navštěvuji pouze přes falešné profily. (*falešný profil = bez osobních údajů, fotky či čehokoli jiného, podle čeho by šlo určit, o koho se jedná) (Anonymita)
31. Ke psaní komentářů na sociálních sítích používám raději falešné profily. (*falešný profil = bez osobních údajů, fotky či čehokoli jiného, podle čeho by šlo určit, o koho se jedná) (Anonymita)

2. Dimenze – minimalizace autority

11. Na internet patří vyjadřování názoru, ať je jakýkoli. (Disociativní představivost)
30. Přestože druhého na internetu dobře neznám, věřím, že díky konverzaci dokážu dobře odhadnout jeho charakterové vlastnosti. (Solipsistická introjekce)
35. Na internetu si dávám velký pozor, s kým se právě bavím. (Minimalizace autority)
43. Přestože mám o druhém na internetu málo informací, věřím, že dokážu dobře poznat jeho osobnost. (Solipsistická introjekce)

3. Dimenze – neviditelnost

- 3. Své nedostatky na internetu raději skrývám. (Neviditelnost)
- 27. Na internetu se obvykle ukazuji v lepším světle, než tomu tak skutečně je. (Neviditelnost)
- 34. Uvědomuji si, že do online komunikace si promítám i vlastní představy o druhém. (Solipsistická introjekce)
- 36. Často používám v online komunikaci větší množství smajlíků, než skutečně odpovídá emoci, kterou v tu chvíli prožívám. (Neviditelnost)
- 38. Na některé zprávy záměrně neodpovídám hned. (Asynchronicita)
- 41. Mám raději, když ostatní nevidí, jak se tvářím po přečtení jejich zprávy. (Neviditelnost)

4. Dimenze – solipsistická introjekce

- 9. V online komunikaci často nevím, jak byla zpráva myšlena. (Solipsistická introjekce)
- 15. Zprávy na internetu často vyzní jinak, než je autoři myslí. (Solipsistická introjekce)
- 17. Vadí mi, když nevím, jak se druhý tváří po přečtení mé zprávy. (Neviditelnost)
- 28. Cokoli, co umístím na internet, tam zůstane navždy. (Anonymita)

5. Dimenze – asynchronicita

- 23. Odpovídám na zprávy pouze, když mám čas. (Asynchronicita)
- 29. Musím na každou zprávu odpovědět hned, jinak mám špatný pocit. (Asynchronicita)
- 44. Nevadí mi, když mi někdo hned neodpoví na zprávu. (Asynchronicita)

6. Dimenze – disociační imaginace

- 6. Za vyjadřování na internetu by neměly přicházet žádné tresty. (Disociační představivost)
- 21. Trestný čin na internetu se nemůže rovnat trestnému činu v realitě. (Anonymita)
- 25. Co se děje na internetu se v reálném životě neodráží. (Disociační představivost)
- 33. Online svět se následně odráží v reálném světě. (Disociační představivost)

39. Internet je specifické prostředí, které nemá moc společného s realitou. (Disociační představivost)

Více dimenzí

2. Často na internetu oslovuji cizí lidi a jedním s nimi jako se známými. (Minimalizace autority) – 1, 2

7. V online konverzaci často napíšu i to, co bych naživo nedokázal/a říct. (Anonymita) – 3,6

8. Vadí mi, když mi ostatní nechají zobrazeno. (Asynchronicita) – 4,5

13. Raději vystupuji na internetu pod přezdívkou než pod skutečným jménem. (Anonymita) – 1, 6

24. Na internetu nemám problém oslovit kohokoli, bez ohledu na jeho věk či status. (Minimalizace autority) – 1, 4

32. Smajlíky považuji za součást online komunikace. (Neviditelnost) – 4, 3

Explorační faktorová analýza první verze dotazníku:

	Factor						Uniqueness
	1	2	3	4	5	6	
1							0.857
2	0.447	0.418					0.477
3			0.498				0.702
4							0.881
5							0.869
6						0.471	0.721
7			0.367			0.391	0.710
8				0.366	0.402		0.598
9				0.575			0.588
10	-0.661						0.495
11		0.302					0.826
12							0.777
13	0.309					0.302	0.740
14							0.845
15				0.565			0.625
16	0.693						0.501
17				0.591			0.559
18		0.322					0.715
19							0.850
20							0.643
21						0.423	0.796
22				0.370			0.766
23					-0.608		0.608
24	0.457			0.328			0.512
25						0.482	0.713
26	0.672						0.518
27			0.557				0.527
28				0.365			0.791
29					0.647		0.561
30		0.716					0.404
31	0.487						0.736
32			0.313	0.416			0.628
33						-0.417	0.660
34			0.508				0.542
35		-0.401					0.648
36			0.466	0.323			0.592
37							0.781
38			0.606				0.572

	Factor						Uniqueness
	1	2	3	4	5	6	
39						0.392	0.722
40							0.811
41			0.316				0.828
42							0.918
43		0.763					0.380
44					-0.815		0.318

Note: Minimum residual extraction method was used in combination with a "varimax" rotation

Příloha 3

Druhá verze dotazníku:

1. Na internetu často používám anonymní režim.
2. Často na internetu oslovuji cizí lidi a jednám s nimi jako se známými.
3. Své nedostatky na internetu raději skrývám.
4. Líbí se mi, že online konverzace nikdy nekončí.
5. Za vyjadřování na internetu by neměly přicházet žádné tresty.
6. Online komunikace je naprosto něco jiného než reálná.
7. Na internetu si obvykle na nic nehraji.
8. V online konverzaci často napíšu i to, co bych naživo nedokázal/a říct.
9. Vadí mi, když mi ostatní nechají zobrazeno.
10. V online komunikaci často nevím, jak byla zpráva myšlena.
11. Nemám založený žádný profil pod jiným jménem než svým.
12. Na internet patří vyjadřování názoru, ať je jakýkoli.
13. Dokážu člověka dobře poznat díky tomu, že s ním pouze komunikuji na sociálních sítích.
14. Často napíšu smějícího se emotikona (:D), přestože to tak necítím.
15. Raději vystupuji na internetu pod přezdívkou než pod skutečným jménem.
16. V online komunikaci si obvykle nezjišťuji postavení druhého.
17. Zprávy na internetu často vyzní jinak, než je autoři myslí.
18. Na sociálních sítích používám i falešné profily. (*falešný profil = bez osobních údajů, fotky či čehokoli jiného, podle čeho by šlo určit, o koho se jedná)
19. Vadí mi, když nevím, jak se druhý tváří po přečtení mé zprávy.
20. Paralelně si píšu s více než 6 lidmi najednou.

21. Na sociálních sítích ze sebe nedělám něco, co nejsem.
22. Kyberšikana na internet nepatří.
23. Často si představuji, co mi druhý na zprávu odpoví.
24. Trestný čin na internetu se nemůže rovnat trestnému činu v realitě.
25. Emotikony používám v každé zprávě.
26. Odpovídám na zprávy pouze, když mám čas.
27. Uvědomuji si, že komunikace s neznámým člověkem na internetu je pouze odrazem mých vlastních představ o něm.
28. Na internetu nemám problém oslovit kohokoli, bez ohledu na jeho věk či status.
29. Co se děje na internetu se v reálném životě neodráží.
30. Některé sociální sítě navštěvuji pouze přes falešné profily. (*falešný profil = bez osobních údajů, fotky či čehokoli jiného, podle čeho by šlo určit, o koho se jedná)
31. Na internetu se obvykle ukazují v lepším světle, než tomu tak skutečně je.
32. Jsem stejný/á na sociálních sítích jako v reálném životě.
33. Musím na každou zprávu odpovědět hned, jinak mám špatný pocit.
34. Přestože druhého na internetu dobře neznám, věřím, že díky konverzaci dokážu dobře odhadnout jeho charakterové vlastnosti.
35. Ke psaní komentářů na sociálních sítích používám raději falešné profily. (*falešný profil = bez osobních údajů, fotky či čehokoli jiného, podle čeho by šlo určit, o koho se jedná)
36. Často na internetu skrývám své pravé já.
37. Emotikony považuji za součást online komunikace.
38. Online svět se následně odráží v reálném světě.
39. Uvědomuji si, že do online komunikace si promítám i vlastní předsudky o druhém.
40. Na internetu si dávám velký pozor, s kým se právě bavím.
41. Často používám v online komunikaci větší množství emotikonů, než skutečně odpovídá emoci, kterou v tu chvíli prožívám.
42. Raději se několikrát zamyslím, než něco napíšu na internet.
43. Na některé zprávy záměrně neodpovídám hned.
44. Internet je specifické prostředí, které nemá moc společného s realitou.
45. Když vystupuji na internetu, nijak se nepřetvařuji.
46. Na internetu tykám každému, s kým si píšu, přestože ho neznám.

47. Mám raději, když ostatní nevidí, jak se tvářím po přečtení jejich zprávy.
48. Na internet mohu napsat cokoli bez ohledu na následek.
49. Přestože mám o druhém na internetu málo informací, věřím, že dokážu dobře poznat jeho osobnost.
50. Nevadí mi, když mi někdo hned neodpoví na zprávu.

Příloha 4

Otázky druhé verze dotazníku rozřazená podle explorační faktorové analýzy:

Pozn.: Faktory, které vyšly ve více dimenzích, uvedené u obou

Žádná dimenze:

1. Na internetu často používám anonymní režim.
4. Líbí se mi, že online konverzace nikdy nekončí.
6. Online komunikace je naprosto něco jiného než reálná.
16. V online komunikaci si obvykle nezjišťuji postavení druhého.
26. Odpovídám na zprávy pouze, když mám čas. (minule vyšla Asynchronicita)
33. Musím na každou zprávu odpovědět hned, jinak mám špatný pocit. (také Asynchronicita)
43. Na některé zprávy záměrně neodpovídám hned. (minule Neviditelnost)

1. Dimenze - anonymita

11. Nemám založený žádný profil pod jiným jménem než svým.
15. Raději vystupuji na internetu pod přezdívkou než pod skutečným jménem.
18. Na sociálních sítích používám i falešné profily. (*falešný profil = bez osobních údajů, fotky či čehokoli jiného, podle čeho by šlo určit, o koho se jedná)

30. Některé sociální sítě navštěvuji pouze přes falešné profily. (*falešný profil = bez osobních údajů, fotky či čehokoli jiného, podle čeho by šlo určit, o koho se jedná)

32. Jsem stejný/á na sociálních sítích jako v reálném životě.

35. Ke psaní komentářů na sociálních sítích používám raději falešné profily. (*falešný profil = bez osobních údajů, fotky či čehokoli jiného, podle čeho by šlo určit, o koho se jedná)

(vyšlo i do dimenze 4 a 6)

36. Často na internetu skrývám své pravé já.

46. Na internetu tykám každému, s kým si píšu, přestože ho neznám. (Minimalizace autority)

2. Dimenze - neviditelnost

3. Své nedostatky na internetu raději skrývám.

7. Na internetu si obvykle na nic nehraji. (Anonymita)

14. Často napíšu smějícího se emotikona (:D), přestože to tak necítím.

21. Na sociálních sítích ze sebe nedělám něco, co nejsem. (Anonymita)

31. Na internetu se obvykle ukazuji v lepším světle, než tomu tak skutečně je.

41. Často používám v online komunikaci větší množství emotikonů, než skutečně odpovídá emoci, kterou v tu chvíli prožívám.

45. Když vystupuji na internetu, nijak se nepřetvařuji. (Anonymita)

3. Dimenze - minimalizace autority

2. Často na internetu oslovuji cizí lidi a jednám s nimi jako se známými.

13. Dokážu člověka dobře poznat díky tomu, že s ním pouze komunikuji na sociálních sítích. (Solipsistická introjekce)

20. Paralelně si píšu s více než 6 lidmi najednou. (Asynchronicita)
27. Uvědomuji si, že komunikace s neznámým člověkem na internetu je pouze odrazem mých vlastních představ o něm. (Solipsistická introjekce) – vyšlo i v dimenzi 6
28. Na internetu nemám problém oslovit kohokoli, bez ohledu na jeho věk či status. (Anonymita)
34. Přestože druhého na internetu dobře neznám, věřím, že díky konverzaci dokážu dobře odhadnout jeho charakterové vlastnosti.
40. Na internetu si dávám velký pozor, s kým se právě bavím. (vyšlo i v dimenzi 6)
44. Internet je specifické prostředí, které nemá moc společného s realitou. (Disociační představivost)
47. Mám raději, když ostatní nevidí, jak se tvářím po přečtení jejich zprávy. (Neviditelnost)
49. Přestože mám o druhém na internetu málo informací, věřím, že dokážu dobře poznat jeho osobnost.

4. Dimenze - solipsistická introjekce

9. Vadí mi, když mi ostatní nechají zobrazeno. (Asynchronicita)
10. V online komunikaci často nevím, jak byla zpráva myšlena.
17. Zprávy na internetu často vyzní jinak, než je autoři myslí.
19. Vadí mi, když nevím, jak se druhý tváří po přečtení mé zprávy.
22. Kyberšikana na internet nepatří. (Disociační představivost)
23. Často si představuji, co mi druhý na zprávu odpoví.
50. Nevadí mi, když mi někdo hned neodpoví na zprávu. (vyšlo i v dimenzi 6)

5. Dimenze - disociační imaginace

5. Za vyjadřování na internetu by neměly přicházet žádné tresty.

8. V online konverzaci často napíšu i to, co bych naživo nedokázal/a říct. (Neviditelnost), vyšlo i v dimenzi 6

12. Na internet patří vyjadřování názoru, ať je jakýkoli. (Minimalizace autority)

24. Trestný čin na internetu se nemůže rovnat trestnému činu v realitě.

29. Co se děje na internetu se v reálném životě neodráží.

38. Online svět se následně odráží v reálném světě.

44. Internet je specifické prostředí, které nemá moc společného s realitou. (vyšlo i v dimenzi 3)

48. Na internet mohu napsat cokoli bez ohledu na následek. (Anonymita)

6. Dimenze – asynchronicita

8. V online konverzaci často napíšu i to, co bych naživo nedokázal/a říct. (Neviditelnost), vyšlo i v 5. dimenzi

25. Emotikony používám v každé zprávě. (Neviditelnost)

27. Uvědomuji si, že komunikace s neznámým člověkem na internetu je pouze odrazem mých vlastních představ o něm. (Solipsistická introjekce), vyšlo i v dimenzi 3

35. Ke psaní komentářů na sociálních sítích používám raději falešné profily. (*falešný profil = bez osobních údajů, fotky či čehokoli jiného, podle čeho by šlo určit, o koho se jedná) (Anonymita), vyšlo i v dimenzi 1 a 4

37. Emotikony považuji za součást online komunikace. (Neviditelnost)

39. Uvědomuji si, že do online komunikace si promítám i vlastní předsudky o druhém. (Neviditelnost)

40. Na internetu si dávám velký pozor, s kým se právě bavím. (Minimalizace autority), vyšlo i v dimenzi 3

42. Raději se několikrát zamyslím, než něco napíšu na internet. (Anonymita)

50. Nevadí mi, když mi někdo hned neodpoví na zprávu. (vyšlo i v dimenzi 4)

Explorační faktorová analýza druhé verze dotazníku:

Factor Loadings							
	Factor						Uniqueness
	1	2	3	4	5	6	
1.							0.907
2.			0.307				0.711
3.		0.387					0.743
4.							0.854
5.					0.580		0.632
6.							0.825
7.		-0.631					0.607
8.					0.311	0.345	0.636
9.				0.382			0.660
10.				0.454			0.773
11.	-0.688						0.457
12.					0.324		0.839
13.			0.543				0.624
14.		0.483					0.664
15.	0.728						0.443
16.							0.820
17.				0.554			0.632
18.	0.748						0.418
19.				0.739			0.453
20.			0.513				0.682
21.		-0.507					0.742
22.				-0.359			0.823
23.				0.572			0.521
24.					0.359		0.812
25.						0.353	0.749
26.							0.929
27.			-0.364			0.337	0.662
28.			0.336				0.802
29.					0.467		0.647
30.	0.627						0.599
31.		0.693					0.426
32.	-0.313						0.745
33.							0.895
34.			0.605				0.536
35.	0.467			0.387		-0.315	0.426
36.	0.422						0.636
37.						0.567	0.515
38.					-0.600		0.530

Factor Loadings							
	Factor						Uniqueness
	1	2	3	4	5	6	
39.						0.392	0.766
40.			-0.386			0.405	0.545
41.		0.465					0.597
42.						0.437	0.721
43.							0.829
44.			-0.379		0.305		0.580
45.		-0.657					0.420
46.	0.329						0.801
47.			-0.472				0.698
48.					0.417		0.785
49.			0.651				0.528
50.				-0.327		-0.331	0.654

Note: 'Minimum residual' extraction method was used in combination with a 'oblimin' rotation

Příloha 5

Explorační faktorová analýza pro první dva sběry dat:

Factor Loadings

	Factor						Uniqueness
	1	2	3	4	5	6	
18	0.748						0.418
15	0.728						0.443
11	-0.688						0.457
30	0.627						0.599
35	0.467			0.387		-0.315	0.426
36	0.422						0.636
46	0.329						0.801
32	-0.313						0.745
16							0.820
1							0.907
31		0.693					0.426
45		-0.657					0.420
7		-0.631					0.607
21		-0.507					0.742
14		0.483					0.664
41		0.465					0.597
3		0.387					0.743
49			0.651				0.528
34			0.605				0.536
13			0.543				0.624
20			0.513				0.682
47			-0.472				0.698
44			-0.379		0.305		0.580
27			-0.364			0.337	0.662
28			0.336				0.802
2			0.307				0.711
43							0.829
19				0.739			0.453
23				0.572			0.521
17				0.554			0.632
10				0.454			0.773
9				0.382			0.660
22				-0.359			0.823
33							0.895
26							0.929
38					-0.600		0.530
5					0.580		0.632
29					0.467		0.647

Factor Loadings							
	Factor						Uniqueness
	1	2	3	4	5	6	
48					0.417		0.785
24					0.359		0.812
12					0.324		0.839
6							0.825
37						0.567	0.515
42						0.437	0.721
40			-0.386			0.405	0.545
39						0.392	0.766
25						0.353	0.749
8					0.311	0.345	0.636
50				-0.327		-0.331	0.654
4							0.854

Note: 'Minimum residual' extraction method was used in combination with a 'oblimin' rotation

Příloha 6

Rozřazené otázky do 6 faktorů po vyřazení díky explorační faktorové analýze:

Faktor 1 - anonymita

16. Na sociálních sítích používám i falešné profily. (*falešný profil = bez osobních údajů, fotky či čehokoli jiného, podle čeho by šlo určit, o koho se jedná)
26. Některé sociální sítě navštěvuji pouze přes falešné profily. (*falešný profil = bez osobních údajů, fotky či čehokoli jiného, podle čeho by šlo určit, o koho se jedná)
10. Nemám založený žádný profil pod jiným jménem než svým.
30. Ke psaní komentářů na sociálních sítích používám raději falešné profily. (*falešný profil = bez osobních údajů, fotky či čehokoli jiného, podle čeho by šlo určit, o koho se jedná)
13. Raději vystupuji na internetu pod přezdívkou než pod skutečným jménem.

Faktor 2 – solipsistická introjekce

29. Přestože druhého na internetu dobře neznám, věřím, že díky konverzaci dokážu dobře odhadnout jeho charakterové vlastnosti.
42. Přestože mám o druhém na internetu málo informací, věřím, že dokážu dobře poznat jeho osobnost.

Faktor 3 - asynchronicita

- 43. Nevadí mi, když mi někdo hned neodpoví na zprávu.
- 28. Musím na každou zprávu odpovědět hned, jinak mám špatný pocit.
- 23. Odpovídám na zprávy pouze, když mám čas.
- 8. Vadí mi, když mi ostatní nechají zobrazeno.

Faktor 4

- 31. Emotikony považuji za součást online komunikace.
- 35. Často používám v online komunikaci větší množství emotikonů, než skutečně odpovídá emoci, kterou v tu chvíli prožívám.
- 33. Uvědomuji si, že do online komunikace si promítám i vlastní předsudky o druhém.
- 27. Na internetu se obvykle ukazuji v lepším světle, než tomu tak skutečně je.

Faktor 5 - neviditelnost

- 17. Vadí mi, když nevím, jak se druhý tváří po přečtení mé zprávy.
- 9. V online komunikaci často nevím, jak byla zpráva myšlena.

Faktor 6 – disociační imaginace

- 32. Online svět se následně odráží v reálném světě.
- 25. Co se děje na internetu se v reálném životě neodráží.

Žádný faktor

- 2. Často na internetu oslovuji cizí lidi a jedním s nimi jako se známými.
- 20. Často si představuji, co mi druhý na zprávu odpoví.

Factor Loadings

	Factor						Uniqueness
	1	2	3	4	5	6	
16	0.742						0.451
26	0.721						0.453
10	-0.651						0.544
30	0.554						0.603
13	0.504						0.728
29		0.928					0.130
42		0.733					0.464
2							0.737
43			-0.733				0.402
28			0.614				0.648
23			-0.607				0.666
8			0.451				0.561
31				0.541			0.594
35				0.519			0.639
33				0.496			0.666
27				0.489			0.645
17					0.766		0.423
9					0.392		0.767
20							0.650
32						-0.677	0.442
25						0.665	0.551

Note. 'Minimum residual' extraction method was used in combination with a 'oblimin' rotation

KMO Measure of Sampling Adequacy

	MSA
Overall	0.710
8	0.776
10	0.749
16	0.691
25	0.506
26	0.733
27	0.781
28	0.643
29	0.613
31	0.747
32	0.586
42	0.574

	MSA
43	0.695
30	0.689
13	0.750
23	0.760
33	0.738
35	0.779
17	0.672
9	0.797
2	0.829
20	0.812

Příloha 7

Finální dotazník:

1. Nemám založený žádný profil pod jiným jménem než svým.
2. Přestože druhého na internetu dobře neznám, věřím, že díky konverzaci dokážu dobře odhadnout jeho charakterové vlastnosti.
3. Musím na každou zprávu odpovědět hned, jinak mám špatný pocit.
4. V online komunikaci často nevím, jak byla zpráva myšlena.
5. Na sociálních sítích používám i falešné profily. (*falešný profil = bez osobních údajů, fotky či čehokoli jiného, podle čeho by šlo určit, o koho se jedná)
6. Často na internetu oslovuji cizí lidi a jednám s nimi jako se známými.
7. Vadí mi, když mi ostatní nechají zobrazeno.
8. Často si představuji, co mi druhý na zprávu odpoví.
9. Ke psaní komentářů na sociálních sítích používám raději falešné profily. (*falešný profil = bez osobních údajů, fotky či čehokoli jiného, podle čeho by šlo určit, o koho se jedná)
10. Odpovídám na zprávy pouze, když mám čas.
11. Raději vystupuji na internetu pod přezdívkou než pod skutečným jménem.
12. Přestože mám o druhém na internetu málo informací, věřím, že dokážu dobře poznat jeho osobnost.
13. Vadí mi, když nevím, jak se druhý tváří po přečtení mé zprávy.
14. Nevadí mi, když mi někdo hned neodpoví na zprávu.
15. Některé sociální sítě navštěvuji pouze přes falešné profily. (*falešný profil = bez osobních údajů, fotky či čehokoli jiného, podle čeho by šlo určit, o koho se jedná)

Příloha 8

Konfirmační faktorová analýza pro první dotazník:

Factor Loadings

Factor	Indicator	Estimate	SE	Z	p
Anonymita	10	0.836	0.1323	6.32	< .001
	16	-0.774	0.1014	-7.63	< .001
	26	-0.550	0.0796	-6.91	< .001
	31	-0.209	0.0486	-4.30	< .001
Minimalizace autority	11	0.267	0.0993	2.69	0.007
	35	-0.190	0.0824	-2.31	0.021
	30	0.565	0.0884	6.39	< .001
	43	0.791	0.1057	7.49	< .001
Neviditelnost	3	0.319	0.0814	3.92	< .001
	27	0.504	0.0933	5.41	< .001
	34	0.588	0.0808	7.28	< .001
	36	0.597	0.1201	4.97	< .001
	38	0.591	0.1040	5.68	< .001
	41	0.276	0.0980	2.82	0.005
Solipsistická introjekce	9	0.556	0.0988	5.63	< .001
	15	0.508	0.0899	5.65	< .001
	17	0.467	0.1003	4.66	< .001
	28	0.253	0.0932	2.71	0.007
Asynchronicita	23	0.575	0.0938	6.14	< .001
	29	-0.586	0.0981	-5.97	< .001
	44	0.776	0.1134	6.84	< .001
Disociační imaginace	6	0.223	0.1163	1.92	0.055
	21	0.202	0.1192	1.69	0.090
	25	0.500	0.1655	3.02	0.003
	33	-0.488	0.1719	-2.84	0.005
	39	0.274	0.1153	2.37	0.018

Factor Covariances

		Estimate	SE	Z	p
Anonymita	Anonymita	1.0000 ^a			
	Minimalizace autority	0.1372	0.121	1.13780	0.255
	Neviditelnost	-0.1307	0.132	-0.99107	0.322
	Solipsistická introjekce	-9.10e-4	0.138	-0.00658	0.995

Factor Covariances

		Estimate	SE	Z	p
	Asynchronicita	0.0141	0.133	0.10635	0.915
	Disociační imaginace	-0.0465	0.175	-0.26633	0.790
Minimalizace autority	Minimalizace autority	1.0000 ^a			
	Neviditelnost	0.2740	0.134	2.04975	0.040
	Solipsistická introjekce	-0.0644	0.135	-0.47686	0.633
	Asynchronicita	-0.0892	0.136	-0.65764	0.511
	Disociační imaginace	-0.0937	0.180	-0.52011	0.603
Neviditelnost	Neviditelnost	1.0000 ^a			
	Solipsistická introjekce	0.4327	0.127	3.40127	< .001
	Asynchronicita	-0.2953	0.130	-2.27629	0.023
	Disociační imaginace	-0.4251	0.211	-2.01712	0.044
Solipsistická introjekce	Solipsistická introjekce	1.0000 ^a			
	Asynchronicita	-0.2380	0.145	-1.63842	0.101
	Disociační imaginace	-0.2609	0.161	-1.61975	0.105
Asynchronicita	Asynchronicita	1.0000 ^a			
	Disociační imaginace	0.1429	0.198	0.72285	0.470
Disociační imaginace	Disociační imaginace	1.0000 ^a			

^a fixed parameter

Příloha 9

Konfirmační faktorová analýza pro druhý dotazník:

Factor Loadings

Factor	Indicator	Estimate	SE	Z	p
Anonymita	11	0.878	0.1187	7.40	< .001
	15	-0.707	0.0974	-7.26	< .001
	18	-0.635	0.0917	-6.93	< .001
	30	-0.602	0.0976	-6.16	< .001
	32	0.258	0.0790	3.26	0.001
	35	-0.280	0.0548	-5.10	< .001
	36	-0.327	0.0748	-4.37	< .001
	46	-0.189	0.0815	-2.32	0.020
Neviditelnost	3	0.407	0.0969	4.20	< .001
	7	-0.450	0.0842	-5.35	< .001
	14	0.451	0.1098	4.11	< .001
	21	-0.335	0.0914	-3.66	< .001

Factor Loadings

Factor	Indicator	Estimate	SE	Z	p
	31	0.606	0.0856	7.08	< .001
	41	0.529	0.1261	4.20	< .001
	45	-0.411	0.0731	-5.62	< .001
Minimalizace autority	2	0.313	0.0789	3.97	< .001
	13	0.507	0.0888	5.70	< .001
	20	0.375	0.1212	3.09	0.002
	27	-0.361	0.1132	-3.19	0.001
	28	0.327	0.1308	2.50	0.012
	34	0.584	0.0826	7.07	< .001
	40	-0.415	0.1129	-3.68	< .001
	44	-0.319	0.0944	-3.38	< .001
	47	-0.231	0.1029	-2.25	0.025
	49	0.614	0.0878	6.99	< .001
Solipsistická introjekce	9	0.516	0.1248	4.13	< .001
	10	0.388	0.1027	3.77	< .001
	17	0.286	0.0979	2.92	0.004
	19	0.550	0.1165	4.72	< .001
	22	-0.174	0.0958	-1.81	0.070
	23	0.612	0.1103	5.55	< .001
	50	-0.426	0.1345	-3.17	0.002
Disociační imaginace	5	0.326	0.1036	3.15	0.002
	8	0.282	0.1530	1.84	0.066
	12	0.186	0.1278	1.45	0.146
	24	0.395	0.1175	3.36	< .001
	29	0.382	0.0843	4.54	< .001
	38	-0.613	0.1079	-5.69	< .001
	44	0.291	0.1029	2.82	0.005
	48	0.260	0.0762	3.42	< .001
Asynchronicita	8	0.248	0.1536	1.61	0.107
	25	0.357	0.1617	2.21	0.027
	27	0.334	0.1693	1.97	0.048
	35	-0.109	0.0637	-1.71	0.088
	37	0.513	0.1344	3.81	< .001
	39	0.401	0.1116	3.59	< .001
	40	0.377	0.1642	2.29	0.022
	42	0.283	0.1027	2.75	0.006
	50	-0.156	0.1326	-1.17	0.240

Factor Covariances

		Estimate	SE	Z	p
Anonymita	Anonymita	1.00000 ^a			
	Neviditelnost	-0.34806	0.123	-2.8365	0.005
	Minimalizace autority	-0.33884	0.123	-2.7453	0.006
	Solipsistická introjekce	0.03962	0.142	0.2799	0.780
	Disociační imaginace	0.23128	0.146	1.5860	0.113
	Asynchronicita	0.03477	0.152	0.2281	0.820
Neviditelnost	Neviditelnost	1.00000 ^a			
	Minimalizace autority	0.35580	0.126	2.8223	0.005
	Solipsistická introjekce	0.29992	0.141	2.1218	0.034
	Disociační imaginace	0.17600	0.149	1.1833	0.237
	Asynchronicita	0.18305	0.192	0.9537	0.340
Minimalizace autority	Minimalizace autority	1.00000 ^a			
	Solipsistická introjekce	0.21777	0.140	1.5594	0.119
	Disociační imaginace	0.00276	0.149	0.0185	0.985
	Asynchronicita	0.23899	0.152	1.5723	0.116
Solipsistická introjekce	Solipsistická introjekce	1.00000 ^a			
	Disociační imaginace	0.02181	0.158	0.1377	0.890
	Asynchronicita	0.36158	0.157	2.3081	0.021
Disociační imaginace	Disociační imaginace	1.00000 ^a			
	Asynchronicita	-0.35913	0.158	-2.2734	0.023
Asynchronicita	Asynchronicita	1.00000 ^a			

^a fixed parameter

Příloha 10

Konfirmační faktorová analýza pro první dva sběry dat:

Factor Loadings

Factor	Indicator	Estimate	SE	Z	P
Anonymita	16	0.710	0.0685	10.36	< .001
	26	0.626	0.0665	9.42	< .001
	10	-0.803	0.0961	-8.35	< .001
	30	0.248	0.0386	6.43	< .001
	13	0.431	0.0781	5.51	< .001
Solipsistická introjekce	29	0.744	0.0764	9.74	< .001
	42	0.575	0.0713	8.07	< .001
	2	0.235	0.0590	3.99	< .001

Factor Loadings

Factor	Indicator	Estimate	SE	Z	P
Asynchronicita	43	0.767	0.0772	9.94	< .001
	28	-0.404	0.0708	-5.71	< .001
	23	0.428	0.0749	5.71	< .001
	8	-0.615	0.0753	-8.16	< .001
Factor 4	31	0.437	0.0650	6.72	< .001
	35	0.678	0.0955	7.09	< .001
	33	0.411	0.0707	5.81	< .001
	27	0.418	0.0757	5.52	< .001
Neviditelnost	17	0.430	0.0846	5.09	< .001
	9	0.367	0.0813	4.52	< .001
	20	0.626	0.0900	6.96	< .001
Disociační imaginace	25	0.259	0.1175	2.20	0.027
	32	-1.109	0.4417	-2.51	0.012

Factor Covariances

		Estimate	SE	Z	p
Anonymita	Anonymita	1.0000 ^a			
	Solipsistická introjekce	0.0983	0.0907	1.084	0.278
	Asynchronicita	0.0552	0.1004	0.549	0.583
	Factor 4	0.1060	0.1098	0.965	0.334
	Neviditelnost	-0.0215	0.1157	-0.186	0.853
	Disociační imaginace	-0.0900	0.0853	-1.056	0.291
Solipsistická introjekce	Solipsistická introjekce	1.0000 ^a			
	Asynchronicita	-0.1426	0.1004	-1.421	0.155
	Factor 4	0.2800	0.0982	2.853	0.004
	Neviditelnost	0.3558	0.1069	3.328	< .001
	Disociační imaginace	-0.1077	0.0892	-1.207	0.228
Asynchronicita	Asynchronicita	1.0000 ^a			
	Factor 4	-0.4888	0.0968	-5.050	< .001
	Neviditelnost	-0.5572	0.1038	-5.368	< .001
	Disociační imaginace	0.1326	0.0803	1.652	0.099
Factor 4	Factor 4	1.0000 ^a			
	Neviditelnost	0.6054	0.1070	5.659	< .001
	Disociační imaginace	-0.3128	0.1495	-2.093	0.036
Neviditelnost	Neviditelnost	1.0000 ^a			
	Disociační imaginace	-0.0908	0.0849	-1.070	0.285
Disociační imaginace	Disociační imaginace	1.0000 ^a			

^a fixed parameter

Factor Loadings

Factor	Indicator	Estimate	SE	Z	P
--------	-----------	----------	----	---	---

Příloha 11**Konfirmační faktorová analýza pro finální dotazník – rozdělení podle 4 faktorů**

Factor Loadings

Factor	Indicator	Estimate	SE	Z	P
Anonymita	1	0.815	0.0551	14.81	< .001
	11	-0.448	0.0466	-9.62	< .001
	5	-0.803	0.0454	-17.68	< .001
	9	-0.295	0.0310	-9.52	< .001
	15	-0.638	0.0415	-15.35	< .001
Solipsitická introjekce	2	0.552	0.0530	10.41	< .001
	12	0.672	0.0556	12.09	< .001
	6	0.222	0.0338	6.58	< .001
Asynchronicita	14	0.460	0.0543	8.48	< .001
	3	-0.549	0.0572	-9.59	< .001
	10	0.466	0.0510	9.13	< .001
	7	-0.610	0.0618	-9.87	< .001
Neviditelnost	8	0.797	0.0928	8.59	< .001
	4	0.211	0.0516	4.09	< .001
	13	0.417	0.0697	5.98	< .001

Factor Covariances

		Estimate	SE	Z	p
Anonymita	Anonymita	1.0000 ^a			
	Solipsitická introjekce	-0.0298	0.0636	-0.469	0.639
	Asynchronicita	0.1380	0.0697	1.980	0.048
	Neviditelnost	-0.1776	0.0672	-2.641	0.008
Solipsitická introjekce	Solipsitická introjekce	1.0000 ^a			
	Asynchronicita	-0.2450	0.0701	-3.493	< .001
	Neviditelnost	0.1766	0.0723	2.443	0.015
Asynchronicita	Asynchronicita	1.0000 ^a			
	Neviditelnost	-0.5579	0.0750	-7.438	< .001

Factor Covariances

		Estimate	SE	Z	p
Neviditelnost	Neviditelnost	1.0000 ^a			

^a fixed parameter**Příloha 12****Konfirmační faktorová analýza pro finální dotazník – 1 faktor:**

Factor Loadings

Factor	Indicator	Estimate	SE	Z	p
Factor 1	1	0.8190	0.0551	14.862	< .001
	2	-0.0383	0.0468	-0.819	0.413
	3	-0.0864	0.0543	-1.590	0.112
	4	-0.0475	0.0428	-1.109	0.267
	5	-0.7898	0.0457	-17.297	< .001
	6	-0.1370	0.0338	-4.051	< .001
	7	-0.1775	0.0574	-3.092	0.002
	8	-0.1885	0.0564	-3.345	< .001
	9	-0.2963	0.0309	-9.585	< .001
	10	0.0654	0.0481	1.358	0.174
	11	-0.4570	0.0465	-9.838	< .001
	12	-0.0341	0.0435	-0.783	0.433
	13	-0.0482	0.0559	-0.862	0.389
	14	0.0932	0.0518	1.800	0.072
	15	-0.6324	0.0415	-15.248	< .001

Příloha 13**Explorační faktorová analýza třetího sběru dat:**

Factor Loadings

	Factor				Uniqueness
	1	2	3	4	
1	-0.709				0.483
2		0.671			0.534

Factor Loadings

	Factor				Uniqueness
	1	2	3	4	
3			0.625		0.621
4				0.446	0.802
5	0.811				0.341
6		0.353			0.803
7			0.430		0.633
8				0.490	0.594
9	0.521				0.719
10			-0.614		0.629
11	0.531				0.709
12		0.899			0.205
13				0.628	0.619
14			-0.519		0.729
15	0.765				0.416

Note. 'Minimum residual' extraction method was used in combination with a 'oblimin' rotation

Otázky finální verze dotazníku rozřazené podle explorační faktorové analýzy:

Faktor 1 – Anonymita

1. Nemám založený žádný profil pod jiným jménem než svým.
5. Na sociálních sítích používám i falešné profily. (*falešný profil = bez osobních údajů, fotky či čehokoli jiného, podle čeho by šlo určit, o koho se jedná)
9. Ke psaní komentářů na sociálních sítích používám raději falešné profily. (*falešný profil = bez osobních údajů, fotky či čehokoli jiného, podle čeho by šlo určit, o koho se jedná)
11. Raději vystupuji na internetu pod přezdívkou než pod skutečným jménem.
15. Některé sociální sítě navštěvuji pouze přes falešné profily. (*falešný profil = bez osobních údajů, fotky či čehokoli jiného, podle čeho by šlo určit, o koho se jedná)

Faktor 2 – Solipsistická introjekce

2. Přestože druhého na internetu dobře neznám, věřím, že díky konverzaci dokážu dobře odhadnout jeho charakterové vlastnosti.
6. Často na internetu oslovuji cizí lidi a jednám s nimi jako se známými.

12. Přestože mám o druhém na internetu málo informací, věřím, že dokážu dobře poznat jeho osobnost.

Faktor 3 – Asynchronicita

3. Musím na každou zprávu odpovědět hned, jinak mám špatný pocit.

7. Vadí mi, když mi ostatní nechají zobrazeno.

10. Odpovídám na zprávy pouze, když mám čas.

14. Nevadí mi, když mi někdo hned neodpoví na zprávu.

Faktor 4 – Neviditelnost

4. V online komunikaci často nevím, jak byla zpráva myšlena.

8. Často si představuji, co mi druhý na zprávu odpoví.

13. Vadí mi, když nevím, jak se druhý tváří po přečtení mé zprávy.