Univerzita Palackého v Olomouci
Filozofická fakulta
Katedra psychologie

NAVOZENÍ INTERPERSONÁLNÍ BLÍZKOSTI A DŮVĚRY V INTERNETOVÉ KOMUNIKACI

CREATING INTERPERSONAL CLOSENESS AND TRUST IN INTERNET COMMUNICATION

Bakalářská diplomová práce

Autor: **Pavlína Sitařová**

Vedoucí práce: **PhDr. Jan Šmahaj, Ph.D.**

Olomouc

2020

Ráda bych na tomto místě poděkovala vedoucímu mé bakalářské práce PhDr. Janu Šmahajovi, Ph.D. za jeho vstřícnost, podporu a cenné rady, které mi při psaní vždy poskytl. Děkuji také PhDr. Danielu Dostálovi, Ph.D. za pomoc při statistickém zpracování dat. Velké díky patří také všem respondentům, kteří se zúčastnili mého experimentu a pomohli tak ke vzniku této práce. V neposlední řadě děkuji celé své rodině, za velkou důvěru a podporu. Velké „děkuji“ patří také všem mým přátelům za pomoc, nepřetržité dodávání motivace a za společné chvíle mimo budovu knihovny.

Místopřísežně prohlašuji, že jsem bakalářskou diplomovou práci na téma: „Navození interpersonální blízkosti a důvěry v internetové komunikaci“ vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího diplomové práce a uvedla jsem všechny použité podklady a literaturu.

V Olomouci dne 30. 3. 2020 Podpis .....

Obsah

ÚVOD **5**

TEORETICKÁ ČÁST **6**

1 Interpersonální vztahy **7**

1.1 Blízkost, těsnost vztahu 8

1.2 Vzájemná závislost 9

1.2.1 Teorie sociální výměny 9

1.2.2 Teorie vzájemné závislosti 9

1.3 Důvěra 10

1.4 Intimita 11

1.5 Citová vazba v dospělosti 13

1.6 Interpersonální atraktivita 15

2 Komunikace **16**

2.1 Komunikace na internetu 17

2.1.1 Typy internetové komunikace 18

2.2 Sebe-odkrývání v kontextu internetové komunikace 19

2.3 Specifika internetové komunikace 20

2.3.1 Online disinhibiční efekt 20

2.3.2 Anonymita 22

2.3.3 Deindividuace 22

2.4 Kontextové modality v internetové komunikaci 22

2.5 Jazykové proměny v internetové komunikaci 24

3 Dosavadní výzkumy **25**

3.1 Původní experimenty 25

3.1.1 Studie 1 25

3.1.2 Studie 2 27

3.1.3 Studie 3 28

3.1.4 Shrnutí původního experimentu 28

3.2 Další výzkumy v offline prostředí 29

3.3 Výzkumy v online prostředí 30

EMPIRICKÁ ČÁST **33**

4 Výzkumný problém **34**

5 Typ výzkumu a použité metody **36**

5.1 Experiment 36

5.1.1 Zázemí 36

5.1.2 Prostředí aplikace Skype 37

5.1.3 Sbližovací vs. small talk otázky/úkoly 37
5.1.4 Průběh experimentu 38
5.1.5 Zpětné hodnocení atraktivity 39
5.2 Testové metody 40
5.2.1 Škála IOS 40
5.2.2 Škála SCI 41
5.2.3 Dotazník atraktivity 42
5.3 Formulace hypotéz ke statistickému testování 43
6 Sběr dat a výzkumný soubor 44
6.1 Pilotní studie 45
6.2 Etické hledisko a ochrana soukromí 45
7 Práce s daty a její výsledky 47
7.1 Výsledky ověření platnosti statistických hypotéz 47
8 Diskuze 52
9 Závěr 56
10 Souhrn 57
LITERATURA 60
ABSTRAKT BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
ABSTRACT OF THESIS
PŘÍLOHY
Příloha č. 1: Leták k náboru respondentů
Příloha č. 2: Informovaný souhlas s účastí na experimentu
Příloha č. 3: Instrukce pro respondenty
Příloha č. 4: Dotazník navození blízkosti v online prostředí
Příloha č. 5: Ukázka experimentálního prostředí
Příloha č. 6: Sbližovací otázky/úkoly
Příloha č. 7: Small talk otázky/úkoly

Úvod

Internet se stal každodenní součástí našich životů. Téměř každý z nás již někdy komunikoval skrze online média jako je Facebook, Messenger či Skype. Stále se rozvíjející internetová komunikace ovlivňuje naše myšlení, pozornost, chování a tím i mezilidské vztahy, proto i navazování nových interpersonálních vztahů již není pouhou výsadou reálného světa, ale také světa online.

Inspirací pro tuto práci se stal experiment, ve kterém se autorům podařilo pomocí *sady sbližovacích otázek*, navodit interpersonální blízkost mezi dvěma cizími lidmi za dobu kratší než hodinu. My jsme se rozhodli tento původní experiment modifikovat do prostředí online světa. Cílem této práce je tedy prozkoumat, zda lze navodit blízkost a důvěru mezi dvěma cizími lidmi skrze internetovou komunikaci.

V prostředí internetové komunikace totiž nalézáme fenomény, jako je například anonymita či online disinhibiční efekt, které napomáhají v procesu sebe-otevření se druhému. Zároveň se s rozvojem technologií vyvíjí také doba a budování vztahu online je důležité například pro oblast online poradenství. Znalost mechanismu sebe-otevření na internetu by také mohla zabránit negativním vlivům internetu, jako je zneužívání osobních údajů, kyberšikana či kyberstalking.

U procesu sebe-otevření ještě chvíli zůstaneme a pokusíme se o prozkoumání odlišností mezi ženami a muži. Práce si tedy klade další cíl, kterým je zjistit, zda bude navozená blízkost větší u žen než u mužů.

Prozkoumáme také oblast atraktivity, která hraje velmi významnou roli ve formování nových interpersonálních vztahů. I my se pokusíme objasnit, zda má atraktivita dopad na výsledný pocit sblížení mezi dvěma cizími lidmi, jež společně interagují v prostředí internetové komunikace.

Téma bakalářské práce bylo zvoleno pro jeho aktuálnost, fascinaci sociální psychologií, ale především proto, že pro nás byla výzva vyzkoušet si realizovat celý experiment v laboratorním prostředí.

Teoretická část

1 INTERPERSONÁLNÍ VZTAHY

V této kapitole se budeme věnovat vymezení interpersonální blízkosti a důvěry, které souvisejí s dalšími sociálně psychologickými konstrukty a jsou od nich jen těžko oddělitelné. Při navozování blízkosti a důvěry v offline i online prostředí hraje důležitou roli množství aspektů, které zasadíme do kontextu interpersonálních vztahů.

Člověk, jakožto tvor společenský je poháněn potřebou interpersonálních vztahů. Tato potřeba je nazývána pojmem **afiliace** a „*vyjadřuje touhu člověka vyhledávat, navazovat a udržovat kontakty a vztahy s jinými lidmi. Síla této potřeby je u každého poněkud jiná a je proměnlivá v závislosti na situaci, ale v nějaké míře se projevuje u každého člověka*“ (Slaměník & Výrost, 2008, s. 249). Maslow (1970) ve své hierarchické pyramidě potřeb pojmenovává tuto potřebu sounáležitost a láska.

Interpersonální vztah je vztah dvou lidí ocitajících se v interakci, kteří na sebe působí a sdílejí příjemný nebo nepříjemný dojem, ochotu či neochotu k novému setkání, porozumění či neporozumění druhému. Vztah je definován jako ustálená vazba mezi lidmi, která má určité charakteristiky a společnou historii. Interakce jsou nutné pro udržování vztahů, ve kterých může a nemusí docházet ke vzájemnému ovlivňování (Slaměník, 2011).

Döring (2002) definuje interpersonální vztah jako vazbu mezi dvěma lidmi, která vzniká za předpokladu opakovaného kontaktu. Zdůrazňuje, že se vztah mění i v době mezi jednotlivými kontakty a hrají zde určitou roli emocionální, kognitivní a motivační procesy daného jedince.

Také autoři Baumeister a Leary (1995) považují za základní lidskou potřebu náležení (*need to belong*). **Potřebu náležet** vysvětlují jako potřebu utvářet a udržovat dlouhodobé, pozitivní a významné vztahy. Tato potřeba má dva hlavní rysy. První rys zahrnuje pozitivně emočně laděné interakce s lidmi. Druhým rysem jsou stabilní, perspektivní a emočně přínosné vztahy. Zdůrazňují také reciproční povahu pocitů ve vztahu – uspokojení je tím větší, když lidé vzájemně sdílejí stejné pocity.

V terminologii se často setkáváme s používáním pojmů osobní vztahy, těsné vztahy, blízké či interpersonální vztahy jakožto synonymy. Kelley (1986) však považuje osobní vztahy za nadřazený pojem pro těsný vztah, jelikož zde působí více faktorů, které nelze

výlučně přisoudit pouze jedinci. Jedná se např. o sociální interakce, neformální vliv sociálních norem a společně sdílené názory na události a svět. Těsné vztahy Kelley (1986) definuje jako takové, kde na sebe osoby vzájemně působí, silně se ovlivňují v různých sférách a v relativně dlouhém čase. Haubertová a Slaměník (2013) také uvádějí, že **interpersonální těsné vztahy** jsou oproti osobním vztahům důvěrnější, provázané emočním souzněním, oporou, porozuměním a sdílením intimity. Jedná se o vztahy partnerské či manželské, rodinné a přátelské (Haubertová & Slaměník, 2013).

V anglické literatuře se v této souvislosti setkáme s výrazy *close relationships*, *personal relationships* nebo *interpersonal relationship* (Felmlee & Sprecher, 2000).

1.1 Blízkost, těsnost vztahu

Blízkost a těsnost vztahu mohou být v kontextu interpersonálních vztahů chápány jako synonyma. Zatímco blízkost je obecná charakteristika vztahu, který je důležitý pro oba partnery, těsnost vyjadřuje určitou konkrétní míru blízkého vztahu. V anglické terminologii se blízkost a těsnost vyjadřuje pojmem *closeness*, proto se i v této práci budou pojmy blízkost a těsnost překrývat.

Těsné vztahy také v určité míře obsahují **druhého ve vlastním já**, přičemž si partneři tuto skutečnost nemusejí plně uvědomovat. Obsažení druhého ve vlastním já znamená, že se do jisté míry identifikujeme s druhým, přebíráme jeho názory, způsoby chování a prožívání. Přivlastňujeme si jak úspěchy, tak neúspěchy či selhání druhého a prožíváme je jako vlastní. Potřeby druhého se stávají potřebami vlastními. Důležitou roli hraje také empatie, která zprostředkovává vztah mezi vnímáním potřeb druhého a poskytnutím mu pomoci (Aron, Aron & Norman, 2001).

Opakem těsných vztahů jsou **vztahy povrchní**, které se nevyznačují téměř žádnou mírou závazku a blízkosti. Jde pouze o náhodné setkávání a konverzace spíše na úrovni sociálního statusu, místa bydliště či profese. Takové vztahy můžeme nazvat také jako známosti, avšak i pouhé známosti se mohou transformovat v těsné vztahy, kde je vzájemná závislost, důvěra, opora, intimita, emoční sdílení apod. (Slaměník, 2011).

V případě rozpadu těsného vztahu se partneři odcizí, avšak nejde o návrat k povrchnímu vztahu, ale o pokračování vztahu na jiné kvalitativní úrovni, z důvodu vědomí předchozích závazků či sdílení intimity (Haubertová & Slaměník, 2013).

1.2 Vzájemná závislost

Typickým znakem těsných vztahů je **vzájemná závislos**t, kterou vymezuje Kelley (1979) jako vzájemnou odpovědnost obou partnerů za psychickou pohodu druhého. Míra závislosti je dána tím, nakolik se partneři ve vztahu ovlivňují svým chováním, jak navzájem naplňují své potřeby a očekávání. Vysoká míra vzájemné závislosti je charakterizována pozitivními zážitky, vzájemnou znalostí preferencí a potřeb druhého a snahou naplňovat vztah kladnými emocemi, aby partneři minimalizovali možnost jeho narušení. Jedná se o pocity radosti, uspokojení a potěšení obou partnerů ze společně stráveného času. Partneři se neostýchají vyjádřit své cíle a potřeby a dostávat se do situací, které mohou potencionálně vést k uspokojení těchto cílů a potřeb (Slaměník & Výrost, 2008).

Se vzájemnou závislostí se rozvíjí **závazek**, který představuje dlouhodobou tendenci udržovat, zachovat a rozvíjet vztah i v případě ohrožení a nejistoty. Rozvinutý závazek mezi partnery brání podlehnutí svůdným alternativám, vede k ustoupení od vlastních zájmů a uspokojování potřeb druhého. V případě obětování se pro druhého je posílena důvěra a těsnost ve vztahu (Rusbult & Buunk, 1993).

Vzájemná závislost, jakožto jeden z nejdůležitějších znaků těsných vztahů, je akceptována mnoha autory, proto vznikly teorie rozvíjející tuto koncepci (Slaměník, 2011).

1.2.1 Teorie sociální výměny

Autorem teorie sociální výměny je George Homans. Teorie čerpá z behaviorální psychologie a politické ekonomie a je založena na vzájemné interakci zúčastněných osob, přičemž důležitou roli hrají náklady a zisky. Předpoklad a zároveň výsledek sociální výměny je minimalizace nákladů a maximalizace zisků (Homans, 1961). Předmětem výměny může být cokoliv – emoce, láska, informace, zboží, služby (Slaměník & Výrost, 2008).

1.2.2 Teorie vzájemné závislosti

Teorie vzájemné závislosti, definovaná Kelleym a Tribautem (1978), stejně jako teorie sociální výměny pracuje s náklady a zisky. Je založena na předpokladu, že jedinec vstupuje do vztahu kvůli prospěchu (zisku), který mu vztah přináší. Kvalita vztahu závisí na míře vzájemných investic, přičemž je tato míra vnímána subjektivně zúčastněnými stranami. Teorie předpokládá, že ve vztahu neposuzujeme pouze individuální zisky, ale také zisky druhého. Jedná se tedy o individuální uspokojování potřeb, ale také starost o potřeby a cíle

druhého. Roli hraje také vzájemná odpovědnost za vztah (Brehm, Kassin, Fein, 2005 cit. Slaměník & Výrost, 2008).

Na základě této teorie pojmenoval Slaměník a Výrost (2008) 4 základní vztahové charakteristiky:

- Stupeň závislosti – rozsah v jakém je uspokojení vlastních potřeb závislé na partnerovi
- Vzájemná závislost – míra či subjektivní hodnocení závislosti, která nemusí být symetrická
- Totožnost žádoucích výsledků – míra souladu v upřednostnění stejných zisků
- Báze závislosti – stupeň kontroly chování druhého partnera

V blízkých vztazích můžeme tedy popsat **úroveň závislosti**, která vyjadřuje míru ovlivnění našich zisků druhou stranou a **úroveň spokojenosti**, která ukazuje, zda je vztah schopen uspokojovat naše potřeby, respektive nakolik nám vyhovuje poměr nákladů a zisků (Slaměník & Výrost, 2008).

1.3 Důvěra

V interpersonálních vztazích hraje významnou roli důvěra, která je rozvíjena mezi dvěma blízkými lidmi vzájemnou interakcí a komunikací (Couch & Jones, 1997). Holmes a Rempel (1989) definují důvěru jako očekávání partnera, že se může spolehnout na chování druhého, že jedná upřímně a je ochoten pečovat a starat se o vztah. Zahrnuje přesvědčení, že chování partnera je soudržné. Podle Giddense (2010) poskytuje důvěra pocit bezpečí a je nepostradatelná pro sociální existenci.

V širším smyslu jde o spolehnutí se na partnera ve složitých či kritických situacích bez obavy, že nám odmítne pomoci. Jedná se také o důvěryhodnost při sdělování osobních informací, že nebudou použity proti nám a nestanou se prostředkem k vydírání, ale přispějí k pochopení našich pocitů. Důvěra se překrývá se vzájemnou závislostí a závazkem. Se vzrůstající se důvěrou se zvyšuje vzájemná závislost a těsnost vztahu (Slaměník, 2011).

Známý představitel ego-psychologie, Erikson, rozpracoval důvěru a okolnosti jejího vzniku v rámci psychosociální teorie. Důvěra podle něj vzniká v prvním roce života a je také prvním úkolem ega. Vznik závisí na kvalitě mateřského vztahu a kvalitě citu, které poskytuje pečující osoba dítěti. Základní důvěra pomáhá dítěti k vytvoření způsobů chování ke zvládání nepříjemných událostí v životě (Erikson, 2002).

Autoři Rephel, Holmes a Zanna (1985) definují tři základní složky důvěry v rámci interpersonálních vztahů – předvídatelnost jednání, spolehlivost druhé osoby a víru v druhého. **Předvídatelnost** vychází ze zkušeností s partnerovým chováním, jde o odhad či interpretaci důsledků tohoto chování. **Spolehlivost** je na rozdíl od předvídatelnosti směřována k dané osobě, a ne ke konkrétním činům. Jedná se o hodnocení konkrétních partnerových kvalit a vlastností. **Víra**, jež je nejdůležitější aspekt blízkých vztahů, existuje bez ohledu na budoucnost. Předvídatelnost i spolehlivost se může měnit v čase v důsledku změny hodnot, cílů a pocitů, proto by tyto dvě složky měly být ve vztahu k víře.

Sternberg a Grajek (1984) na základě analýzy vybraných psychologických teorií definovali 8 složek důvěry:

- vzájemné porozumění s blízkou osobou
- sdílení myšlenek a informací s blízkou osobou
- sdílení pocitů a myšlenek s blízkou osobou
- přijímání a poskytování emocionální podpory
- poskytnutí pomoci druhému
- jistota, že se mohu v nouzi spolehnout na blízkou osobu
- ocenění blízké osoby
- respekt k blízké osobě

Kramer (1999) udává, že v romantických a partnerských vztazích je důvěra klíčová pro sdílení intimity.

1.4 Intimita

Intimita se stejně jako důvěra vztahuje k interpersonálním vztahům a je považována za jeden z nejdůležitějších prvků těsných vztahů. Slovo intimita pochází z latinského slova *intimus*, což znamená vnitřní, skrytý před zraky jiných, důvěrný. Pro každý vztah je typická jiná míra intimity (Haubertová & Slaměník, 2013).

Společné znaky definic intimity popsali Slaměník a Výrost (2008), intimita je:

- překročení hranice, za kterou se nacházejí výsostné, tj. privátní zóny jedince
- sebe-odhalování
- vyjádření nejhlubších citů jiné osobě
- synonymum pro blízkost dvou lidí

Sternberg (1988) definuje intimitu jako pocit, jež podporuje blízkost ve vztahu, pouto a vzájemnou propojenost. Auroři Aron, Aronová a Smollan (1992) chápou intimitu jako integraci vlastního sebeobrazu do jiné osoby.

Podstatnou komponentou intimity je sebe-odhalování, tj. vědomé sdílení informací o sobě samém. Reis a Patrick (1996) popisuje dva typy sebe-odhalení – **faktické nebo popisné** (sdělování faktů a informací o sobě) a **emoční nebo hodnotící** (sdělování osobních pocitů, názorů a emocí). Oba typy poskytují informace o člověku, ale emoční sebe-odhalení navozuje pocit intimity a dává druhému najevo důvěru. Také Prager a Roberts (2004) zdůrazňují, že sdílením citových prožitků a postupným sebe-odhalováním druhému vzrůstá pocit intimity a těsnost vztahu. Intimní vztah se tak dá charakterizovat jako vzájemná vysoká znalost druhého.

Intimita ve vztahu funguje pouze tehdy, pokud je vzájemná. Vztah je považován za intimní, pokud oba partneři vzájemně sdílejí pocit intimity. Oboustranné sdílení emocí, názorů a postojů je důležitá podmínka vzniku intimního vztahu (Heller & Wood, 1998).

Podle výzkumu Haubertové a Slaměníka (2013) je v českém prostředí slovo intimita spojeno nejvíce se *sexem* (66 %). Z hlediska četnosti pak následují pojmy *blízkost* (21 %), *důvěra* (20 %), *tajemství* (20 %), *láska* (19 %), *dotyky* (17 %). Z toho zároveň vyplývá, že je intimita nejčastěji spojována se vtahy partnerskými. Výzkum také ukazuje rozdílné znaky intimity v různých typech interpersonálních vztahů. U partnerských vztahů se vyskytovaly s největší četností pojmy důvěra, city, láska, sex, blízkost, dotyky. U rodinných vztahů to bylo bezpečí, důvěra, city, blízkost a podpora a u vztahů přátelských respondenti zmínili důvěrné rozhovory a důvěru.

1.5 Citová vazba v dospělosti

Teorie citové vazby (*attachment theory*) je jedna z nejvýznamnějších teorií pro vysvětlení interpersonálních blízkých vztahů (Feeney, 1999). Původně teorii navrhl John Bowlby a popsal ji ve vztahu dítěte k matce či pečující osobě. V dospělosti se však primární citová vazba přesouvá z jednosměrného vztahu dítěte k matce či pečující osobě k oboustrannému vztahu. Citová vazba vytvořená v dětství tak ovlivňuje naše chování, emoce a očekávání ve všech pozdějších blízkých vztazích (Bartholomew & Shaver, 1998). Nejvýraznější citovou vazbu můžeme pozorovat v partnerských vztazích (Hazan & Shaver, 1987).

Typy citové vazby dle Bartholomewové a Horowitze (1991) jsou definovány podle sebeobrazu člověka (pozitivního nebo negativního) a obrazu druhých (pozitivního nebo negativního). Důležitými dimenzemi jsou také *závislost* na vazbové osobě, projevující se úzkostí v případě odloučení a *vyhýbavost* vůči vazbové osobě, když je přítomna úzkost. Podle umístění těchto dimenzí mohou vzniknout 4 typy citové vazby.

Jistá citová vazba *(secure attachment)*

Jedinec s jistou citovou vazbou má vysoké sebevědomí a je pro něj typické nízké vyhýbání při střetu s cizími lidmi. Spoléhají se na sebe i na pomoc ostatních, jelikož mají pozitivní model sebe i pozitivní model druhých (Bartholomew & Horowitz, 1991). Dle Hazarové a Shavera (1987) lidé s jistou citovou navozují blízké, intimní vztahy provázané pozitivními emocemi. Jsou přesvědčeni, že druzí lidé jsou dobří, věří v trvalou lásku a mívají dlouhodobé a spokojené vztahy.

Zapletená citová vazba *(preoccupied attachment)*

Pro jedinci se zapletenou citovou vazbou je charakteristické nízké sebevědomí, které se projevuje jako potřeba uznání ze strany ostatních lidí. Jedinec vnímá druhé jako lepší, než je on sám, jelikož má negativní model sebe sama a pozitivní model druhých (Bartholomew & Horowitz, 1991). Jedinci jsou přesvědčeni, že si nezaslouží být milováni a velmi se snaží s blízkou osobou splynout, to se vyznačuje přílišnou závislostí na partnerovi. Zapletená citová vazba se projevuje úzkostí a pocitem nejistoty, který jedinci otevřeně projevují (Hazan & Shaver, 1987).

Strachuplná citová vazba *(fearful attachment)*

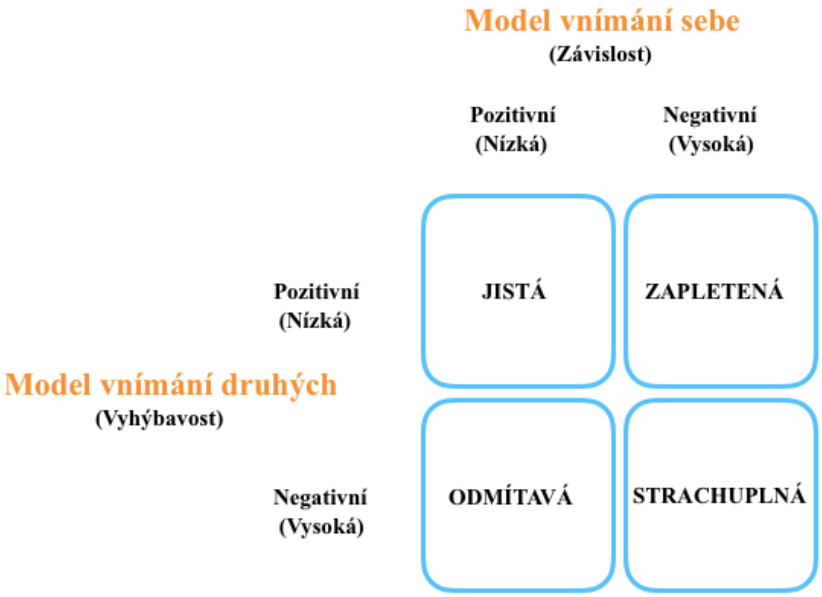
Pro strachuplnou citovou vazbu je typická vysoká úzkost i vysoké vyhýbání. Jedinci s tímto typem vazby touží po intimitě a zároveň se jí vyhýbají, jelikož se bojí odmítnutí ze

strany druhých. V situacích strachu se vyhýbají vazbové osobě, udržují odstup, aby se vyhnuli odmítnutí. Jsou nedůvěřiví a blízké vztahy pro ně nejsou komfortní. Mají negativní model sebe i negativní model druhých (Bartholomew & Horowitz, 1991). Lidé se strachuplnou citovou vazbou se často cítí osamělí, avšak své pocity se snaží skrývat (Hazan & Shaver, 1987).

Odmítavá citová vazba *(dismissing attachment)*

Lidé s odmítavou citovou vazbou jsou sebevědomí, ale udržují si určitý odstup od druhých. Blízkým vztahům nepřikládají přílišnou důležitost, cítí se nezávislí na druhých a soběstační. Mají pozitivní model sebe a negativní model druhých. Pro tuto vazbu je charakteristické nízké pociťování úzkosti a vysoké vyhýbání (Bartholomew & Horowitz, 1991).

***Obrázek 1**: Model citové vazby v dospělosti (Bartholomew & Horowitz, 1991)*



Typ citové vazby je důležitý při navozování blízkých interpersonálních vztahů. Výzkum, který provedla Feeney (1999) ukazuje, že jedinci s jistým typem citové vazby jsou schopni více vyjadřovat pozitivní emoce ve vztahu, vykazují větší spokojenost a také delší trvání vztahu. Naopak jedinci s nejistým typem citové vazby (zapletená, strachuplná, odmítavá) jsou schopni méně kontrolovat své emoce a ve vetší míře projevují negativní emoce. Negativní afektivita pak zprostředkovává vztah mezi nejistou citovou vazbou a nespokojeností ve vztahu.

1.6 Interpersonální atraktivita

Při navozování a udržování těsných interpersonálních vztahů hraje důležitou roli **interpersonální atraktivita**. Interpersonální atraktivita se opírá o teorii sociální výměny, v níž mohou být určité vlastnosti člověka zdrojem odměny pro druhého. Tyto vlastnosti, fyzické či osobnostní, mohou vyvolávat pozitivní emoční odezvu a být zdrojem uspokojování rozmanitých potřeb lidí, pro které jsou přitažlivé (Slaměník, 2011).

Fyzická atraktivita je důležitá především při navazování nových vztahů. První dojem, který utváříme o určitém člověku, je ve velké míře ovlivněn jeho fyzickým vzhledem. Fyzicky atraktivní lidé jsou druhými lidmi bez znalosti jejich osobnostních charakteristik považováni za úspěšnější, šťastnější a přívětivější. Jedná se o tzv. *sebenaplňující se proroctví*, které nastává, když se původní mylné přesvědčení stane skutečností (Hewstone & Stroebe, 2006).

V internetovém prostředí fyzicky atraktivnější jedinci lépe navazují nové vztahy. Informace, které o sobě přitažliví lidé sdílí, jsou považovány za atraktivnější než informace sdílené neatraktivními jedinci. Lze to také vysvětlit tak, že když nás člověk na první pohled zaujme, máme větší tendenci se o něj aktivně zajímat a poznávat jeho osobnostní charakteristiky. Fyzická atraktivita je prediktorem vzniku sympatie a interpersonální přitažlivosti (Brand, Bonatsos, D'Orazio & DeShong, 2012).

V případě, že jsou účastníci internetové komunikace anonymní, atraktivitu zvyšuje smysl pro humor, zajímavost, kreativita, inteligence a míra sebeodhalení (Wallace, 2015).

Fyzicky atraktivní lidé lépe navozují interpersonální vztahy. Nicméně aby se vztahy mohly dále rozvíjet a z časového hlediska mít dlouhodobější trvání je důležitá především **osobní atraktivita**. Teprve až po čase se ukáže, nakolik jsou důležité a přitažlivé osobnostní charakteristiky jedince, jeho postoje, názory, přesvědčení, hodnoty a zájmy, potřeby, víra a také socioekonomický status. U vysoce atraktivních lidí se po delším poznávání mohou objevit nežádoucí vlastnosti a u neatraktivních naopak vysoce ceněné osobnostní charakteristiky (Slaměník, 2011).

Jak v reálném, tak v internetovém prostředí je z hlediska trvání a udržování blízkých vztahů nejdůležitější oblast společného zájmu (Slaměník & Výrost, 2008).

2 KOMUNIKACE

„Communicare est multum dare“ – komunikovat znamená mnoho dát (Křivohlavý & Mareš, 1995, s. 15).

Existuje mnoho různě širokých definic komunikace, avšak vyčerpávající definice mezilidské komunikace, která by zahrnovala všechny aspekty kognitivní, filozofické, sociální, lingvistické a kulturní a také všechny roviny významů a dopadů, zřejmě není možná (Vybíral, 2009).

Pojem komunikace pochází z latinského slova *communicatio*, což lze chápat ve významu spojování, sdělování, ale také jako společenství. Skutečná komunikace pak podle Rosengrena (1999) tkví v tom, že se s člověkem setkáváme a zažíváme pocit sdílení. Nejedná se tedy pouze o technickou výměnu informací, ale také o sdílení myšlenek, nálad, představ, pocitů a postojů.

Rovněž podle Klenkové (2006, s. 25) jde o *„obecně lidskou schopnost užívat výrazových prostředků k vytváření, udržení a pěstování mezilidských vztahů“.* V nejširším smyslu jde o symbolický výraz interakce, tj. vzájemné a oboustranné ovlivňování subjektů, podílejících se na komunikaci.

Mezilidskou komunikaci lze jednoduše definovat také jako *„proces vytváření významů mezi dvěma nebo více lidmi“* (Tubbs, 1991, s. 15). Podle paloaltské školy je komunikace „*médiem manifestací lidských vztahů*“ (Watzlawick, Bavelas & Jackson, 2011, s. 24). Komunikace v různých podobách je typická pro všechny živočichy, ovšem specifikum lidské komunikace je **jazyk** a **řeč** (Hartl & Hartlová, 2010).

Základní strukturu mezilidské komunikace tvoří **komunikátor** (osoba sdělující), **komunikant** (osoba přijímající) a **komuniké** (obsah sdělení). V procesu komunikace se střídá role komunikátora s komunikantem a komuniké má povahu děje, který se odehrává v určitém čase (Nakonečný, 2009). Klenková (2006) přidává ještě čtvrtý prvek komunikace, jež považuje jako nezbytnou podmínku výměny informací a tím je **komunikační kanál**. Základním cílem komunikace je výměna informací mezi komunikačními stranami. Komunikační výměna pak plní jednu či více funkcí, díky kterým dostává komunikace smysl. Vybíral (2009) definoval pět funkcí komunikace, mezi které patří:

- Informativní funkce – předat zprávu, oznámit, ohlásit
- Instruktážní funkce – naučit, navést, zasvětit
- Persuazivní funkce – získat adresáta na svou stranu, ovlivnit
- Vyjednávací (operativní) funkce– dospět k dohodě
- Zábavní funkce – rozveselit sebe i druhého, rozptýlit

Mezilidskou komunikaci můžeme specifikovat jako interakci **verbálních** a **neverbálních** signálů, které se navzájem podporují. Verbální (slovní) komunikace nedokáže existovat bez neverbálních (mimoslovních) projevů, mezi které můžeme zařadit mimiku, gestikulaci, postoj a natočení těla, vzhled, blízkost a aspekt řeči (tón, výška hlasu, důraz apod.). V textové internetové komunikaci postrádáme neverbální složku, která je důležitá pro určité komunikační procesy. V internetové komunikaci prostřednictvím video hovoru neverbální složka zcela neschází, avšak může být do značné míry limitována (pouze záběrem na obličej). Z těchto důvodů se proto komunikace na internetu od komunikace tváří v tvář značně liší (DeVito, 2008).

2.1 Komunikace na internetu

Internet se stal nepostradatelnou součástí sociálního života většiny lidí. Dá se říct, že patří k nejpopulárnějším a nejpoužívanějším mediím současnosti. Nabízí okamžité a neustále aktuální informace, nové formy zábavy a možnost komunikovat s kýmkoliv, kdykoliv a kdekoliv. Komunikace přes internet se neustále zrychluje, překračuje hranice času a vnímání prostoru a umožňuje nepřetržité „propojení“ lidí (Hladíková, 2018).

Pojem internetová komunikace můžeme v odborných publikacích nalézt pod mnoha různými názvy, nejčastěji se setkáme s elektronickou, počítačovou, virtuální, síťovou či online komunikací (Kulikova, Maliy, Stepanova, & Filippova, 2018).

Horská, Lásková a Ptáček (2010, s. 19) definují internet jako: „*komunikační prostředí, na jehož základě dochází k sociální interakci a které slouží k mezilidské komunikaci – v dyádě, skupině či masově“*.

Internetová komunikace je podle Kopeckého (2007):

- Neřízená (využívá různých komunikačních kanálů a kódů)
- Hromadná (vzájemně mohou komunikovat stovky i tisíce uživatelů)
- Anonymní
- Časově a místně neomezená

- Závislá na technologickém zabezpečení (je potřeba mít hardwarové a softwarové vybavení)
- Závislá na počítačové gramotnosti komunikujících

Internet se stal komunikačním prostorem, ve kterém vznikají nové formy mezilidských vztahů. Snadná dostupnost kontaktů a přístup k internetovým platformám umožňuje lidem vyměňovat a sdílet informace, diskutovat o nejrůznějších záležitostech a navozovat blízké vztahy (Musil, 2003).

2.1.1 Typy internetové komunikace

Existují dva základní typy online komunikace – synchronní a asynchronní. **Synchronní komunikace** se uskutečňuje v reálném čase s minimální prodlevou, účastníci komunikace jsou přítomni ve stejný čas na stejném místě, kde společným místem je myšlena stejná forma online komunikace (chat, messenger, Skype apod.). Reakce na zprávy jsou v tomto případě spontánní. **Asynchronní komunikace** se uskutečňuje s větší či menší časovou prodlevou mezi interakcemi, reakční doba se pohybuje v řádech hodin, dnů či týdnů. Účastníci komunikace nejsou přítomni ve stejný čas na stejném místě. Typickým příkladem je komunikace prostřednictvím e-mailu, kdy příjemce reaguje s přiměřeným zpožděním, to mu umožňuje vložit do zprávy větší počet myšlenek a informací najednou a strukturovat text i obsah. S nástupem chytrých telefonů se však rozdíly v synchronní a asynchronní komunikaci začínají stírat, uživatel může na příchozí e-mail reagovat okamžitě, stejně jako může později odpovědět na příchozí zprávu online média (Sis, 2012; Šmahaj, 2014).

Pro lepší přehlednost uvedu příklady synchronní a asynchronní komunikace v Tabulce 1.

Tabulka 1: Příklady synchronní a asynchronní komunikace (Sis, 2012)

Synchronní typ	Asynchronní typ
Skype, IP telefonie	E-mail
Chat/ chat room	Mailing list
Facebook chat, Messenger	SMS zprávy
WhatsApp, Viber, ICQ	Diskuzní fóra
Videokonference, videofóra	Blogy, Videoblogy

Skype

Pro účel této bakalářské práce popíšeme podrobněji aplikaci Skype, která se řadí pod synchronní typ komunikace, tzn. instant messaging. Skype je bezplatná softwarová aplikace, která vznikla v roce 2003. Funguje na principu peer-to-peer připojení, tzn. spojení dvou počítačů bez prostředníka. Umožňuje telefonování, videohovory pomocí webkamery, zasílání a příjem textových zpráv a souborů. Výhodou programu je, že účastníci komunikace slyší nejen hlas, ale vidí i obraz. Skype zprostředkovává kontakt na velkou vzdálenost i mezi kontinenty a umožňuje párové i skupinové konverzace (Sullivan, 2012).

2.2 Sebe-odkrývání v kontextu internetové komunikace

Sebe-odkrývání nebo také sebe-odhalení (*self-disclosure*) je **proces sdělování informací o sobě druhým lidem** (Derlega et al., 1993 cit. Ševčíková et al., 2014). Konktrétně se jedná o sdílení soukromých informací, pocitů, osobních myšlenek a emocí prostřednictvím konverzací, poskytováním rad a podpory. Probíhá v offline i online prostředí a je důležitým prvkem navozování důvěry (Sprecher & Hendrick, 2004).

Důležitým aspektem při sebe-odkrývání je kontrola a udržování hranic a také přístup k osobním informacím. V offline prostředí může mít kontrola těchto hranic **explicitní** i **implicitní** povahu, což znamená, že buďto spoléháme na důvěru, kterou máme s blízkým člověkem, a nemusí být explicitně řečeno, že jde o soukromou informaci, nebo vysloveně řekneme, že se jedná o soukromou informaci. V online prostředí je sebe-odkrývání problematičtější. Na internetu chybí plná kontrola nad tím, kdo má přístup k osobním informacím. Přístup k nim mohou mít např. firmy vlastnící aplikace, které používáme, nebo lidé, kteří nejsou naši přátelé, ale získali přístup k publikovaným informacím (Derlega et al., 1993 in Ševčíková et al., 2014). Kontrola hranic pak nemusí fungovat. Trepte a Reinecke (2011) rozlišují **psychologické** a **sociální** soukromí, tedy jak sami vnímáme kontrolu nad poskytnutými informacemi nebo faktickou kontrolu toho, kdo se potencionálně může k osobním informací dostat.

Sebe-odkrývání je rizikové především pro mladé lidi a adolescenty, kteří na internetu zveřejňují své fotky, videa a osobní informace jako je jméno, místo bydliště, název školy nebo emailovou adresu. Negativní efekt přílišného sebe-odhalení může být kyberšikana. Ta je spojená také s anonymitou na internetu, jelikož umožňuje agresivnější jednání než v reálném životě (Madden et al., 2013). Autoři Won a Seo (2017) provedli výzkum, ve

kterém zjistili, že ke kyberšikaně dochází s větší pravděpodobností, když se uživatelé aktivně sebe-odhalují (zveřejňují text, obrázky a videa), než když pouze pasivně reagují na cizí obsah. Dále udávají, že se nebezpečí kyberšikany může stupňovat v důsledku možnosti šikanovat oběť online kdykoli a kdekoli.

Valkenburg, Sumter a Peter (2011) definují efektivní sebe-odkrývání jako:

- schopnost zvážit vhodnost a přijatelnost sebe-odkrývání v konkrétní situaci
- vhodné načasování (např. ne příliš brzy)
- schopnost posoudit vhodného příjemce (např. nesvěřovat se nedůvěryhodné osobě), citlivost a perspektiva

Sebe-odkrývání má reciproční povahu, což znamená, že v případě že o sobě druhému poskytneme osobní informace, očekáváme, že nám o sobě tyto informace také prozradí (Derlega & Berg, 1987).

2.3 Specifika internetové komunikace

Internet, jakožto komunikační kanál má mnoho výhod, mezi které patří efektivita, informovanost, dostupnost a schopnost zůstat v anonymitě. Internet odděluje virtuální svět od skutečného a umožňuje totéž s identitou člověka. V této kapitole se budeme věnovat fenoménům vyskytujících se v internetové komunikaci a jejich vlivu na chování ve virtuálním prostředí.

2.3.1 Online disinhibiční efekt

Online disinhibiční efekt vyjadřuje odložení zábran, překonání ostychu, nesmělosti a studu. Jedná se o otevřenost a uvolněnost v komunikaci. V extrémním případě může jít až o nevázanost na normy a obcházení cenzury. S online disinhibičním efektem, který je v poslední době uváděn jako nejspecifičtější znak internetové komunikace, se setkáme jak v e-mailech, tak zejména v online chatech (Horská et al., 2010). John Suler (2004) vymezil šest hlavních faktorů podílejících se na disinhibici v online komunikaci:

- **Disociativní**[1] **anonymita** *(You Don't Know Me)* – chování na internetu je odděleno od skutečného světa. Lidé se při otevírání druhému cítí méně zranitelní. Za negativní

[1] Termín disociace použil jako první P. Janet v roce 1889 pro rozštěp osobnosti. Při disociovaném stavu vědomí má v sobě člověk jako by více osobností (minimálně další jednu), to narušuje zdravé vědomí (Vybíral, 2009).

chování nemusí osoba vůbec převzít zodpovědnost. Někdy jsou dokonce lidé přesvědčeni, že takové chování „vůbec nejsou oni“ a oddělují tak svou skutečnou identitu od internetové.

- **Neviditelnost** *(You Can't See Me)* – dává lidem odvahu jít na místa a dělat věci, které by ve skutečném světě neudělali. V některých případech, například v e-mailové komunikaci či psaní blogu mohou druzí lidé vědět hodně o tom, kdo jste, proto i možnost být fyzicky neviditelným zesiluje disinhibiční efekt.
- **Asynchronicita** *(See You Later)* – při asynchronní komunikaci lidé nereagují v reálném čase. Mohou se vypořádat s reakcí druhého, rozmyslet si svou odpověď nebo odpovědět, až budou připraveni.
- **Solipsistická introjekce** *(It's All in My Head)* – osoba na druhé straně se stává součástí našeho intrapsychického světa, je formována částečně tím, jak se sama prostřednictvím textové komunikace prezentuje, ale také podle našich očekávání, přání a potřeb. Přidělujeme jí vzhled a hlas, který můžeme nechat znít v naší hlavě. Lidé si díky znějícím dialogům v hlavě vytváří fantazie o flirtování, hádání se se šéfem apod. Fantazírování je bezpečné a dovoluje lidem dělat věci, které by v reálném světě neudělali.
- **Disociativní představivost** *(It's Just a Game)* – celý kyberprostor se může stát jevištěm, kde jsou osoby pouze herci. Lidé mohou mít pocit, že jsou pouze imaginární postavy, které stvořili. Online prostor je vysněný, oddělený a nezávislý na požadavcích reálného světa. Na rozdíl od anonymity, kde se člověk stává neosobním a zjednodušuje tak svou identitu, je ve fantaziích identita člověka mnohem propracovanější.
- **Minimalizace autority** *(We're Equals)* – nelze zjistit jaké je postavení člověka na druhé straně. Ve většině případů má každý na internetu stejnou příležitost se vyjádřit, bez ohledu na sociální status, národnost, pohlaví atd. V kyberprostoru určuje vliv na ostatní dovednost v komunikaci a kvalita myšlenek, postavení v reálném životě není podstatné.

Autoři Šmahel (2003) a Vybíral (2009) popisují internet jako **prostředí bez zábran** (*disinhibed enviroment*), online disinhibiční efekt proto může mít jak pozitivní, tak negativní podobu. Suler (2004) vymezuje **disinhibici příznivou** (bening disinhibition) a **disinhibici škodlivou** (toxic disinhibition). Příznivá disihinbice je taková, při které lidé odhalují tajné emoce, obavy a přání. Jsou laskaví, štědří a pomáhají druhým. Takové chování může vést

k seberealizaci. Škodlivou disinhibicí je myšleno agresivní chování ve formě slovního napadání a tvrdá kritika (označováno jako *flaming*). Negativním případem může být také přílišné sebe-odhalení, prozrazení mnoho informací o sobě a svém soukromí a pozdější litování svých činů.

2.3.2 Anonymita

Fenomén online disinhibičního efektu je umocněn anonymitou, která je důležitou vlastností internetu a ovlivňuje chování lidí v tomto prostředí. Podle Šmahela (2003, s. 14): *„má-li uživatel internetu důvěru ve svou anonymitu, a tudíž i bezpečí, chová se jinak než v případě, že tuto důvěru nemá“.* Také Vybíral (2009) uvádí, že anonymita jedince na internetu chrání a vytváří bezpečný prostor pro zapojení se do diskuzí a vyslovení odvážných názorů. Šmahel (2003) rozděluje anonymitu na internetu na objektivní a subjektivní. **Objektivní anonymita** je míra odhalitelnosti technickými prostředky. Popisuje, jaká je reálná šance, že nás někdo na internetu vypátrá a odhalí naši identitu. **Subjektivní anonymita** je náš subjektivní názor na to, do jaké míry jsme na internetu anonymní. Ovlivňuje naše chování a myšlení.

2.3.3 Deindividuace

Koncept deindividuace (*odosobnění*) popsal již v roce 1895 francouzský sociolog Le Bon ve své knize *Psychologie davu*. Le Bon tvrdil, že jde o proces, při kterém jednotlivci jednají, jako by byli „ponořeni do skupiny“ a ztrácejí svou individualitu (Joinson, 2007). V případě, že člen skupiny ztratí individualitu, je schopen takového chování, které by jako jednotlivec nedopustil (Festinger, Pepitone & Newcomb, 1952). Anonymita na internetu (stejně jako v davu) chrání jednotlivce před identifikací. Dokonce lze říct, že konformita ke skupinovým normám je ve virtuální komunikaci silnější než v běžné komunikaci (Wallace, 2015).

2.4 Kontextové modality v internetové komunikaci

Kontextové modality jsou **kontextem komunikace**. Ten se mění podle toho, které modality jsou právě v komunikaci přítomny (Vybíral, 2009). Šmahel (2003) podrobně popisuje kontextové modality v internetové komunikaci:

Časový rámec

Udává, jak dlouho komunikace probíhá, kolik času na komunikační výměnu máme a v jaký čas ke komunikaci dochází. Vnímání času se individuálně liší, podle toho, jaké jsou využívány komunikační prostředky. Při synchronním typu komunikace je tempo výměny zpráv mnohem větší a reakce jsou bezprostřední, kdežto u asynchronní komunikace má člověk více času na promyšlení odpovědi.

Prostor a prostorové uspořádání

Ve virtuálním prostředí fyzicky nesdílíme s účastníky konverzace prostor, což nám znemožňuje komunikovat neverbálně. To lze považovat za pozitivum i negativum současně. Nelze totiž rozlišit intonaci, výšku, sílu hlasu, mimiku a gestikulaci. Na druhou stranu se do komunikace mohou zapojit i submisivní jedinci. Ve virtuálním prostředí je také mnohem snadnější ukončit rozhovor, o který nestojíme nebo nereagovat na zprávu, aniž bychom vypadali neslušně. Na rozdíl od komunikace tváří v tvář zde také nehrozí fyzické nebezpečí. V tomto prostředí lze také komunikovat s více lidmi zároveň, což má ale velký vliv na kvalitu rozhovoru.

Modalita významu

Vystihuje, jak účastníci komunikace odhalují pravý význam vět a do jaké míry chápou, co si sdělují. Kvůli absenci neverbální komunikace může být někdy těžší význam odhalit. Ve virtuálním prostředí k pochopení pomáhají emotikony, které umožňují vyjádření emocí.

Přítomnost emocí

Některým lidem se emoce na internetu mohou vyjadřovat snáz, na druhou stranu jsou lidé, kteří považují internet za nevhodný ke sdílení svých pocitů a emocí. Můžeme pozorovat určitou ambivalenci, kdy lidé nesdílejí své emoce, ale jejich výpovědi jsou otevřenější, jelikož anonymní prostředí umožňuje snadnější přístup k citlivým tématům a jejich širšímu rozvedení. Může se stát, že člověk získá od vlastních emocí odstup a začne je vnímat jako cosi vnějšího, co sám přestane prožívat.

Vztahové proměnné

Ve virtuálním prostředí jsou vztahy mnohem více rovnocenné. Autorita, věk či dominance nehrají roli. To napomáhá k potlačení submisivity a sociální úzkosti a vede k větší otevřenosti a bezprostřednímu chování.

Systémový rámec

Jedná se o začlenění do komunikačního systému, což znamená, že jinak komunikujeme v rámci rodiny, školy, zaměstnání i internetu. Rozhovory ve virtuálním prostředí můžeme vést soukromě i anonymně, lze komunikovat se všemi účastníky chatu, ale na rozdíl od reality si lze sdělovat informace pouze s jedním členem chatu, aniž by to ostatní věděli.

Existence kontinuity rozhovoru

Virtuální komunikace je více členěná a kontinuita rozhovoru je nižší, proto je také ukončení internetové komunikace běžným jevem.

2.5 Jazykové proměny v internetové komunikaci

Komunikační návyky se vlivem internetu značně pozměnily, komunikace dostala nový, podstatně rychlejší rytmus. Změnila se kvalita, význam i styl psaní. Účastníci komunikace reagují rychle, bez korektury, osvojují si internetový jazyk s omezenou slovní zásobou a ovlivňují se tak navzájem. Roli hraje také odpor vůči uživatelům, kteří používají spisovný či knižní jazyk. Dochází k záměrnému deformování pravopisu a vzniku internetismů, což jsou výrazy často se vyskytující v internetové komunikaci (Vybíral, 2009).

Některé internetismy jsou akronymy. Jedná se o zkratky slov, které jsou tvořeny prvními písmeny slov. Slouží k vyjadřování pocitů a různých sdělení a často jsou převzaty z angličtiny, například LOL (*Laughing Out Loud*, tj. „směju se na celé kolo“) (Svobodová, 2010).

K vyjadřování emocí a nahrazení neverbální komunikace slouží emotikony neboli „smajlíci“, které vznikají kombinací různých znaků a interpunkčních znamének. Poprvé byl emotikon použit v roce 1982 Scottem Fahlmanem v e-mailové komunikaci. Ten také navrhl využívat emotikon „:-)“ pro označení vtipu a emotikon „:-(“ pro označení ostatních zpráv, které nejsou vtipy (Kopecký, 2007).

Internet ruší cit pro chronologii nebo ji zcela převrací. Příspěvky na Facebooku, v chatech či na diskuzních fórech jsou řazeny od nejnovějších po nejstarší, čteme je tedy odzadu. Komunikace na internetu nabízí nejčerstvější, nejnovější příspěvky. Když tento problém zobecníme, dalo by se říct, že dochází k preferenci přítomnosti a oslabení citu pro kontinuitu – historickou i soudobou (Vybíral, 2009).

3 DOSAVADNÍ VÝZKUMY

V rámci této kapitoly bychom rádi vytvořili stručný přehled dosavadních výzkumů v oblasti navozování interpersonálních vztahů. Podrobněji představíme experiment, který se stal inspirací celé této práce, a zaměříme se také na experimenty v online prostředí.

3.1 Původní experimenty

Empirická část této bakalářské práce je modifikací experimentu, jehož autory jsou Aron, Melinat, Aron, Vallone a Bator (1997) ze státní univerzity v New Yorku. Autoři se zabývají mezilidskou blízkostí, intimitou, důvěrou a těsností ve vztahu. Cílem jejich výzkumu bylo navození interpersonální blízkosti a důvěry v experimentálním prostředí v časovém rozmezí 45 minut. Je třeba zdůraznit, že se jednalo o navození dočasného pocitu sblížení. Experimenty, převážně pak Studie 1 slouží jako teoretický podklad této práce. Modifikace experimentu, který byl původně prováděn tváří v tvář, spočívá v převedení do online prostředí.

Kapitola 3.1 Původní experimenty je shrnutím poznatků z článku Arona et. al. (1997). Článek byl autorkou práce nejprve přeložen do českého jazyka[2] a následně popsán. Napříč kapitolou tak nebude článek již citován.

3.1.1 Studie 1

Dva týdny před konáním studie bylo třídě studentů psychologie nabídnuto, že se dobrovolně mohou zúčastnit experimentu týkajícího se interpersonální blízkosti. Studenti, kteří s účastí souhlasili vyplnili počáteční dotazník, který zahrnoval informovaný souhlas, stručný popis studie, demografické údaje a také 17 otázek týkajících se postojů. Postojové otázky zahrnovaly souhlas či nesouhlas s položkami typu „kouřím“ nebo „studenti by se měli oblékat konvenčním způsobem“, ale také sedmibodovou škálu Likertova typu, ve které přikládali těmto položkám důležitost/nedůležitost. Položky byly vytvořeny na základě výsledků otevřeného dotazníku na toto téma, který byl administrován na samostatném vzorku lidí z jiné univerzity.

[2] Odkaz na celý článek v původním znění https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0146167297234003.

V počátečním dotazníku byly také popsány čtyři styly citové vazby. Respondenti po přečtení všech čtyř odstavců **a)** vybrali styl citové vazby, který je pro ně nejvhodnější, **b)** hodnotili na sedmibodové škále, do jaké míry je na ně daný styl aplikovatelný.

Na základě počátečního dotazníku experimentátoři spárovali respondenty tak, aby sdíleli stejné hodnoty a navzájem se neznali. Vznikly dvojice muž-žena (n=33) a žena-žena (n=17).

V den experimentu byli respondenti posazeni ke stolům do předem určených párů. Bylo jim řečeno, že si budou povídat o konkrétních tématech, které jim pomohou se sblížit. Poté respondenti měli otevřít obálku, v níž se nacházely instrukce a tři sady setů s otázkami. V instrukcích bylo vysvětleno, že se mají střídat ve čtení otázky/úkolu, poté oba na otázku odpovědět či splnit úkol a poté postoupit k další otázce/úkolu. Každá dvojice zodpovídala 36 otázek/úkolů po dobu 45 minut, přičemž na každý ze tří setů bylo vyčleněno 15 minut. Experimentátor vždy po 15 minutách zastavil konverzaci a poprosil respondenty, aby se přesunuli k dalšímu setu. Po dokončení respondenti odděleně vyplnili post-interakční dotazníky, ve kterých určovali míru navozené blízkost a připoutání k druhé osobě.

Experimentální manipulace spočívala v tom, že respondenti dostali přidělenou jednu ze dvou sad otázek/úkolů. Vznikla tak experimentální skupina, která zahrnovala *sbližovací otázky/úkoly* a kontrolní skupina, která zahrnovala otázky/úkoly typu *small talk.*

Sbližovací otázky/úkoly obsahovaly intimní otázky/úkoly vyžadující sebe-odhalení. Intenzita těchto otázek/úkolů se postupně zvyšovala jak v rámci jednoho setu, tak i v průběhu celé sady otázek/úkolů. Otázky/úkoly v sadě *small talk* vyžadovaly minimální odhalení, nezaměřovaly se na partnera ani na vztah.

Post-interakční dotazník zahrnoval škály IOS (Inclusion of Other in the Self) (Aron, Aron & Smollan, 1992) a SCI (Subjective Closeness Index) (Berscheid, Snyder & Otomo, 1989). Obě škály budou podrobně popsány v kapitole 5.1 Testové metody.

Výsledky ukazují značný rozdíl v experimentální a kontrolní skupině. Průměr sblížení u experimentální skupiny (*sbližovací otázky/úkoly*) je 4,06 naproti kontrolní skupině (*small talk*) 3,25. Míra účinku Cohenovo d = 0,88, jedná se tedy o signifikantní výsledek. Takto vysoká míra účinku se v psychologických studiích příliš nevyskytuje.

K analýze byla použita 2 (experimentální vs. kontrolní sk.) x 2 (žena-muž, žena-žena) x 4 (párování podle stylu citové vazby) ANOVA. Účinek pro sadu úkolů (experimentální vs. kontrolní sk.) byl signifikantní $F (I, 37\} = 5,66$, $p < 0,05$. Mezi páry muž-

žena a žena-žena ani pro styl citové vazby nebyl nalezen žádný signifikantní efekt. Účinky sblížení nelze připsat každé interakci trvající necelou hodinu, nýbrž vhodně zvoleným otázkám/úkolům. Důležité je tedy zjištění, že záleží na sadě otázek/úkolů.

3.1.2 Studie 2

Ve studii 2 se experimentální manipulace týkala párování respondentů. Účastníci opět vyplnili počáteční dotazník, který obsahoval 17 položek týkající se postojů a dále 7 bodovou škálu Likertova typu, ve které přikládali těmto položkám důležitost/nedůležitost.

Vznikla jedna skupina, kde byli respondenti spárováni na základě shody v postojích (stejně jako ve Studii 1) a druhá skupina, kde byli respondenti spárováni na základě alespoň jednoho nesouhlasu v postojích.

Párování v druhé skupině probíhalo na základě **a)** jednoho silného nesouhlasu (jeden účastník ohodnotil otázku 1 nebo 2 a druhý 6 nebo 7 na 7 bodové škále) u otázky, kterou oba hodnotili jako velmi důležitou (5 nebo výše), **b)** dvou silných nesouhlasů u otázek, které ohodnotili jako mírně důležité (4 nebo výše), nebo **c)** tří mírných nesouhlasů (hodnocení obou bylo na opačných stranách okolo středu, nebo jeden dal prostřední hodnotu a druhý zvolil 1 nebo 7) u otázek, kterou hodnotili jako velmi vysoce důležitou (6 nebo výše). Vznikly dvojice muž-žena (n=52), žena-žena (n=19).

Dále byli respondenti náhodně rozděleni do dvou skupin. Jedné skupině bylo řečeno, že byli do páru vybráni velmi obezřetně a opatrně, a že se očekává vzájemné zalíbení. Druhé skupině bylo řečeno, že do páru byli vybráni náhodně a není důvod očekávat vzájemné zalíbení.

Respondentům byla předložena sada *sbližovacích otázek/úkolů*. Při pozdější statistické analýze byly výsledky porovnávány s výsledky *sbližujících otázek/úkolů* ze Studie 1.

Post-interakční dotazník zahrnoval stejné škály jako ve Studii 1 a navíc také Byrneho (1971) dvoupoložkovou škálu IJS (Interpersonal Judgment Scale).

Celkový průměr sblížení (*sbližovací otázky/úkoly*) byl 4,02, což je výsledek srovnatelný s výsledkem ze Studie 1. Nesouhlasy v postojích ani očekávání vzájemného zalíbení neměly velký dopad na navození vzájemné blízkosti. Autoři poukazují na fakt, že sbližovací otázky/úkoly mají takový dopad na budování vztahu, že nesouhlasy v postojích

a očekávání vzájemného zalíbení nejsou pro navození blízkosti relevantní. Mezi páry muž-žena a žena-žena ani pro styl citové vazby nebyl nalezen žádný signifikantní efekt.

3.1.3 Studie 3

Ve Studii 1 a Studii 2 bylo účastníkům přímo sděleno, že je jejich úkolem sblížení se s druhým účastníkem experimentu, tento postup měl zvýšit stupeň navozené blízkosti. Experimentální manipulace ve Studii 3 spočívala v tom, že nebylo respondentům v žádné části experimentu sděleno, co je jeho cílem. Další proměnnou byl také extravertní/introvertní typ osobnosti respondenta.

V počátečním dotazníku respondenti opět vyplnili 17 položek týkající se postojů a dále 7 bodovou škálu Likertova typu. Dále měli respondenti uvést, zda jsou typ extravertní či introvertní na základě Myers-Briggs Type Indicator (Myers & McCaulley, 1985).

Vznikly tak páry na základě extraverze/introverze, extravertní páry (n=14), introvertní páry (n=23) a smíšené páry (n=17). Dle pohlaví vznikly dvojice muž-žena (n=36) a žena-žena (n=18).

Respondentům byla opět předložena sada *sbližovacích otázek/úkolů*, postup byl opět stejný jako ve Studii 1 a Studii 2.

Celkový průměr sblížení (u *sbližovacích otázek/úkolů*) byl 3,76. Malé rozdíly v průměru u *sbližovacích otázek/úkolů* napříč všemi studiemi naznačují, že neznalost účelu experimentu, tudíž informace, že se má jednat o sbližování se s druhým účastníkem experimentu, nemá téměř žádný vliv na dosažení vzájemné blízkosti. Mezi páry muž-žena a žena-žena nebyl nalezen žádný signifikantní rozdíl v dosažené blízkosti.

Dále bylo zjištěno, že extravertní páry dosahovaly větší navozenou blízkost než páry introvertní, ale pouze za předpokladu neznalosti cíle experimentu. V opačném případě, když bylo respondentům sděleno, že cílem experimentu je dočasné sblížení, byly rozdíly mezi extravertními a introvertními jedinci velmi malé.

3.1.4 Shrnutí původního experimentu

Napříč všemi třemi studiemi, kde spolu účastníci po dobu 45 minut interagovali, autoři zkoumali čtyři klíčové elementy **a) sebe-odhalující otázky**, které měly navodit pocit sblížení, **b) tvoření párů** na základě nesouhlasů v postojích **c) očekávání vzájemného zalíbení d) sblížení** jako výslovný úkol nebo nevědomost cíle experimentu. Po dokončení

experimentu byl zkoumán každý z těchto elementů a bylo zjištěno, že pouze v prvním případě byl významný rozdíl mezi *sbližujícími otázkami/úkoly* a *small talk otázkami/úkoly.* Dále bylo zjištěno, že pro introverty bylo významné, když jim bylo výslovně řečeno, že cílem experimentu je sblížení.

Nesouhlasy v postojích neměly na navozený pocit sblížení žádný vliv. Také další proměnné, jako styl citové vazby či párování dle pohlaví muž-žena a žena-žena nevykazovaly žádné významné rozdíly.

Celkový průměr sblížení (kromě otázek *small talk* ve Studii 1) byl na IOS škále roven 3,82. Na nezávislém vzorku 296 studentů byla použita stejná škála k ohodnocení nejbližších vztahů respondentů. V tomto nezávislém vzorku byl průměr 4,65. U 30 % respondentů byl tedy experimentálně navozený vztah (trvající 45 minut) bližší než nejbližší vztah v životě lidí v nezávislém vzorku.

Na škále SCI byl experimentálně navozený vztah hodnocen vzhledem ke všem ostatním blízkým vztahům. Respondenti hodnotili vztah s partnerem trvající méně než hodinu jako stejně tak blízký jako průměrný vztah v jejich životě a také v životě jiných lidí.

3.2 Další výzkumy v offline prostředí

Richard Slatcher (2010) realizoval výzkum, který byl inspirován výzkumem Arona et al. (1997). Účastnili se jej heterosexuální páry (n=60) ve věku od 19 do 26 let, které byly v interakci s dalším heterosexuálním párem. Stejně jako ve Studii 1 původního experimentu zodpovídaly páry jednu ze dvou sad otázek – *sbližující otázky/úkoly* (sebe-odhalující otázky eskalující na intenzitě) nebo *small talk otázky/úkoly*. Cílem výzkumu bylo zjistit, zda **a)** *sbližující otázky/úkoly* navodí blízkost mezi páry, **b)** *sbližující otázky/úkoly* navodí blízkost partnerů mezi sebou **c)** nová zkušenost (rozhovor s druhým párem) navodí mezi partnery pozitivní efekt.

Post-interakční dotazník opět zahrnoval škálu IOS (Inclusion of Other in the Self) (Aron, Aron & Smollan, 1992) pro měření prvních dvou cílů. Pozitivní efekt byl měřen škálou PANAS (Positive Affect and Negative Affect Scale) (Watson, Clark & Tellegen, 1988).

Výsledky ukazují, že páry, jež navzájem zodpovídaly *sbližující otázky/úkoly* navodily větší blízkost (průměr 4,75), než páry zodpovídající *otázky/úkoly small talk* (průměr 3,35). Také sblížení partnerů mezi sebou v rámci jednoho páru bylo vyšší, když byla

použita sada *sbližovacích otázek/úkolů*. Respondenti absolvující *sbližovací otázky/úkoly* také uváděli vyšší pozitivní efekt po interakci. Tito respondenti také udávali, že se během interakce dozvěděli více nových informací o svém partnerovi, naproti respondentům absolvující *small talk otázky/úkoly*. Mezi vnímanou navozenou blízkostí a pohlavím nebyl žádný rozdíl v účinku (Slatcher, 2010).

Autoři Dindia a Allen (1992) provedli metaanalýzu 205 studií (n=23 702), ve které se rozhodli prozkoumat rozdíly v sebe-odhalení mezi pohlavím. Výsledky ukázaly, že v případě, že osoby měly mezi sebou vztah (manželský, přátelský, rodinný), ženy dosahovaly většího sebe-odhalení než muži. Avšak v opačném případě, kdy se lidé z dvojice navzájem neznali a proběhla vzájemná interakce, rozdíly v pohlaví nebyly signifikantní. V řadě studií bylo také zjištěno, že sebe-odhalení bylo nejvyšší v případě párů žena-žena, nejnižší v případě párů muž-muž a páry žena-muž byly mezi nimi (Hill & Stull, 1987). Napříč studiemi Dindia a Allena (1992) byl však celkový účinek (d=0,19) sebe-odhalení větší u žen než u mužů.

3.3 Výzkumy v online prostředí

Za specifickou charakteristiku online komunikace můžeme považovat anonymitu. Anonymitu v tomto kontextu můžeme rozdělit na vizuální a diskurzivní. **Vizuální anonymita** je taková, kde nelze fyzicky zjistit zdroj informací. **Diskurzivní anonymita** znamená, že zprávu nelze přiřadit odesílateli (Scott, 2004). Misoch (2015) provedl studii, ve které kvalitativně analyzoval 25 videí o sebepoškozování a 25 videí o životním příběhu na platformě YouTube. Zjistil, že **sebe-odhalení nemusí být nutně vázáno na podmínku vizuální anonymity**. Toto zjištění je velmi významné, jelikož předchozí výzkumy tvrdily, že existuje silný vztah mezi anonymitou a sebe-otevíráním (Joinson, 2001). Také ve vztahu k této práci je studie velmi významná, jelikož jsme ve výzkumné části používali aplikaci Skype, kde byla vizuální anonymita respondentů narušena.

Cílem zahraničního výzkumu (Mallen, Day & Green, 2003) bylo porovnat navozenou blízkost, míru sebe-odhalení a emoční porozumění tváří v tvář a v online prostředí. Respondenti, jež se výzkumu účastnili, byli rozřazeni do párů (n=32). Následně byly páry náhodně přiřazeny do konverzace tváří v tvář nebo do konverzace v internetovém chatovacím programu, kde byla dodržena podmínka vizuální anonymity. Pro obě skupiny (komunikace tváří v tvář a komunikace skrze chat) byly použity sebe-odhalující otázky generující blízkost – *sbližovací otázky*. U všech sledovaných proměnných byl průměr vyšší,

v případě že respondenti zodpovídali *sbližovací otázky* tváří v tvář. Toto zjištění také potvrzuje teorii, že v případě vizuální anonymity nemusí být sebe-odhalení vyšší, než v případě že je vizuální anonymita narušena.

Sprecher (2014) zkoumal navození blízkosti v internetové komunikaci skrze čtyři odlišné modality – *komunikaci skrze text*, *audio komunikaci skrze aplikaci Skype*, *video komunikace skrze aplikaci Skype*, *komunikaci tváří v tvář*. Výzkumu se zúčastnilo 184 vysokoškolských studentů. Vznikly páry, které se navzájem neznaly žena-muž (n=19), žena-žena (n=73). Nejprve byly páry náhodně přiřazeny k jedné ze čtyř skupin k počáteční interakci. Poté proběhla druhá *audio* interakce skrze *Skype*, které se účastnily všechny páry. Ke vzájemné interakci byly opět použity sebe-odhalující otázky generující blízkost – *sbližovací otázky*.

Výsledky této studie ukazují, že komunikace skrze text vykazuje nejmenší navozené sblížení. Zajímavé je zjištění, že dvojice, které komunikovaly pomocí Skype-audio a Skype-video dosahovaly téměř identického stupně navozené blízkosti. Důležité je také zjištění, že průměr navozené blízkosti skrze Skype-video (průměr 3,66) byl téměř stejný jako u komunikace tváří v tvář (průměr 3,63).

Autoři Sprecher, Treger, Wondra, Hilaire a Wallpe (2013) zkoumali účinky recipročního sebe-odhalování na utváření interpersonálního vztahu. Předchozí teorie potvrzují, že vzájemné reciproční sebe-odhalování podporuje další sebe-odhalování.

Výzkumu se účastnilo 156 vysokoškolských studentů psychologie, kteří byli náhodně spárováni do dvojic. Vznikly dvojice žena-žena (n=52), muž-žena (n=23), muž-muž (n=2) a jeden pár, kde pohlaví účastníků bylo neznámé. Každý z dvojice respondentů byl vždy posazen do oddělené místnosti a prostřednictvím aplikace Skype komunikoval s druhým účastníkem. Použity byly sebe-odhalující otázky generující blízkost – *sbližovací otázky.* Páry byly náhodně přiřazeny do jedné ze dvou skupin dle reciprocity či nereciprocity. V první skupině respondenti *sbližovací otázky* zodpovídali recipročně, tzn. zodpovídali otázky postupně a střídali se v jejich čtení a následném zodpovídání. Ve druhé skupině respondenti otázky zodpovídali nerecipročně tak, že nejprve jeden z respondentů 12 minut odpovídal na všechny *sbližovací otázky*, které mu kladl druhý účastník experimentu. Poté si prohodili role a na všechny otázky opět 12 minut odpovídal i druhý účastník experimentu.

Po skončení experimentu všichni respondenti vyplnili post-interakční dotazník, který zkoumal několik proměnných: vzájemné zalíbení, navozenou blízkost, podobnost s druhým účastníkem a radost z účasti. U všech čtyř sledovaných proměnných respondenti dosahovali

vyšších výsledků v případě, že otázky zodpovídali recipročně. Byla potvrzena teorie, že vzájemné reciproční sebe-odhalování zvyšuje pravděpodobnost vzájemné blízkosti, zalíbení, podobnosti a radosti z interakce (Sprecher et al., 2013).

Empirická část

4 VÝZKUMNÝ PROBLÉM

V předešlých kapitolách jsme se seznámili s teoretickým zakotvením navozování interpersonální blízkosti a důvěry v internetové komunikaci.

Internetová komunikace se stala součástí každodenního života mnoha lidí po celém světě. Díky online komunikačním platformám zůstáváme v kontaktu s blízkými lidmi, ale také můžeme navazovat nové vztahy. Fenomény, které při navozování nových vztahů hrají důležitou roli, jsme si již představili v kapitolách výše. Připomeňme, že důležitou roli hraje anonymita, online disinhibiční efekt, ale také další z fenoménů, které napomáhají sebe-otevření druhému člověku (Suler, 2004). Vyvstává otázka, jak k navození nového vztahu, blízkosti a důvěry v online prostředí dochází.

K myšlence zkoumat sblížení skrze internetovou komunikaci nás přivedl výzkum Arona et al. (1997), který odhalil významný vztah mezi sebe-odkrývajícími sbližovacími otázkami a výsledným pocitem sblížení v komunikaci tváří v tvář. Rozhodli jsme se v maximální možné míře o zachování původního experimentu Arona et al. (1997), převážně pak Studie 1. Avšak namísto zodpovídání otázek tváří v tvář je naším cílem modifikovat tento původní experiment do prostředí internetové komunikace. Experimentální design tohoto výzkumu byl zvolen, aby bylo možno porovnávat 2 skupiny respondentů interagující skrze Skype – jedna skupina bude vzájemně zodpovídat *sbližovací otázky/úkoly* a druhá skupina *otázky/úkoly typu small talk*.

Kromě toho jsme se rozhodli ověřit vliv pohlaví na výsledné sblížení. Výsledky mnoha studií totiž ukazují, že ženy dosahují vyššího sebe-odhalení než muži (Dindia & Allen, 1992). Budeme tedy ověřovat, zda bude navozený pocit sblížení vyšší u žen než u mužů. Při navozování interpersonální blízkosti a důvěry hraje důležitou roli také fyzická atraktivita. První dojem je ve velké míře ovlivněn fyzickým vzhledem (Slaměník & Výrost, 2008). Fyzická atraktivita proto může výrazně ovlivnit hodnocení navozené blízkosti mezi účastníky komunikace. I v našem výzkumu se pokusíme ověřit, zda respondenti fyzicky atraktivní budou dosahovat většího sblížení.

V následujících kapitolách se čtenář seznámí s výsledky výzkumu, zabývajícími se otázkou, zda lze navodit interpersonálně blízký vztah skrze internetovou komunikaci, v případě, že dva cizí lidé vzájemně (recipročně) odpovídají na sebe-otevírací *sbližovací*

otázky/úkoly. Také budeme ověřovat, zda ženy dosahují většího sblížení než muži. V neposlední řadě se zaměříme na to, zda atraktivita jedince ovlivní míru navozené blízkosti a také, zda má atraktivita partnera (druhého účastníka experimentu) vliv na výsledný pocit navozené blízkosti a důvěry.

5 TYP VÝZKUMU A POUŽITÉ METODY

Povaha cílů výzkumu nás vedla k použití experimentálního přístupu. V této kapitole bude nejprve popsán metodologický rámec výzkumu a průběh experimentu. Poté použité metody získávání dat a nakonec hypotézy, jež jsme v této práci statisticky ověřovali.

5.1 Experiment

Pro zkoumání tématu této bakalářské práce byl zvolen experimentální mezisubjektový design, posttest-only. Následující řádky představují detailní popis přípravy experimentu, celého jeho průběhu a zpětné hodnocení atraktivity respondentů.

5.1.1 Zázemí

Experiment byl prováděn v psychologické laboratoři a pracovní místnosti na Katedře psychologie Filozofické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci. Tyto místnosti se nacházejí v části budovy, která je oddělena od učeben a díky tomu zde nebyl hluk a žádné vnější rušivé vlivy.

V psychologické laboratoři (**Místnost 1**) bylo vždy stejně nastaveno osvětlení, tak aby nijak nenarušovalo zřetelnost obrazu na počítači. Zároveň jsme dbali na to, aby byla místnost dobře osvětlená, jelikož se zde nenacházejí okna, a tudíž denní světlo. Před začátkem experimentu byla vždy na 30 minut zapnuta klimatizace, aby pro všechny respondenty byla v místnosti zachována stejná teplota. Při samotném konání experimentu byla klimatizace vypnuta, aby její zvuk nijak nenarušoval průběh.

V pracovní místnosti (**Místnost 2**) bylo taktéž vždy stejně nastaveno osvětlení. Okna, které se zde nacházejí, byla zahrnuta závěsy. Před začátkem experimentu byla vždy místnost vyvětrána a při samotném experimentu byla okna zavřena, aby nedocházelo k rušení vnějšími vlivy.

V psychologické laboratoři byl zapnut stolní počítač, spuštěna aplikace Skype a zapnuta webová kamera. V pracovní místnosti byl zapnut notebook, a taktéž spuštěna aplikace Skype a webová kamera. Obě zařízení (stolní počítač i notebook) byla připojena k internetu pomocí kabelové přípojky, aby nedocházelo k výpadkům internetu.

Před pracovní místností se nachází místnost (**Místnost 3**), která sloužila jako zázemí výzkumníka. Výzkumník měl k dispozici osobní notebook, na kterém byla také spuštěna aplikace Skype. Dále měl výzkumník sluchátka, aby při vstupu do hovoru (v případě, že bylo nutno podat instrukci) nedocházelo k rušivému vlivu skrze místnosti. Od pracovní místnosti byla místnost oddělena protihlukovými dveřmi, tudíž nedocházelo k vzájemnému rušení.

V případě našeho experimentu se vždy jednoho termínu experimentu zúčastnili dva respondenti (muž a žena), jeden z nich byl usazen do psychologické laboratoře (**Místnost 1**) a druhý do pracovní místnosti (**Místnost 2**). Výzkumník se nacházel v oddělené místnosti (**Místnost 3**).

5.1.2 Prostředí aplikace Skype

V prostředí aplikace Skype byly vytvořeny 3 uživatelské účty – pro respondenta 1, respondenta 2 a výzkumníka. Dále byla pro všechny účty vytvořena společná skupina, která sloužila ke společné komunikaci a zahajování hovorů. Výzkumník vždy zahajoval společný hovor, měl vypnutý mikrofon i webovou kameru, takže byl v hovoru přítomen, ale nebyl slyšet ani vidět. Nastavení hlasitosti zvuku i jasu obrazovek bylo vždy stejné. Před každým experimentem byla výzkumníky ověřena funkčnost veškerého zařízení a provedena zkouška hovoru, zvuku a webové kamery.

5.1.3 Sbližovací vs. small talk otázky/úkoly

Jádro experimentu spočívá v porovnání dvou skupin respondentů – **a)** páry, které vzájemně zodpovídaly *sbližovací otázky/úkoly* a **b)** páry, jež vzájemně zodpovídaly otázky/úkoly typu *small talk*.

Obě sady otázek (*sbližovací otázky/úkoly* a *small talk otázky/úkoly*) byly rozděleny na 3 sety. Každý respondent měl tedy před sebou na stole 3 sety otázek označených Set 1, Set 2 A Set 3. Na jeden set měli respondenti 15 minut a poté byli instruováni výzkumníkem skrze mikrofon v aplikaci Skype, aby se přesunuli k dalšímu setu. Respondenti ve skupině se *sbližujícími otázkami/úkoly* měli po dokončení všech 3 setů splnit ještě bonusový úkol, který obnášel vzájemné dívání se do očí po dobu 4 minut.

Sbližovací otázky/úkoly obsahovaly intimní otázky/úkoly vyžadující sebe-odhalení. Intenzita těchto otázek/úkolů se postupně zvyšovala, jak v rámci jednoho setu, tak

i v průběhu celé sady otázek/úkolů. Otázky/úkoly v sadě *small talk* vyžadovaly minimální odhalení, nezaměřovaly se na partnera ani na vztah.

Respondentům v obou skupinách byly podány stejné instrukce a také jim byl administrován stejný post-dotazník.

V rámci modifikace experimentu byly použity otázky z původního experimentu Arona et al. (1997). Český překlad *sbližovacích otázek/úkolů* byl převzat z článku Kasíka a Voženílka (2017). *Otázky/úkoly typu small talk* byly přeloženy pomocí metody dvojitého překladu. Některé otázky v sadě *small talk* musely být pozměněny, z důvodu možnosti aplikace na české prostředí. Obě sady otázek viz Příloha 6 a 7.

5.1.4 Průběh experimentu

Respondenti (vždy muž a žena) byli vyzvednuti jedním z dvojice výzkumníků na vrátnici Katedry psychologie Filozofické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci. Podmínkou bylo, aby se respondenti navzájem neznali a nebyli nikdy ve společné interakci. Proto vždy výzkumník a jeho asistent (dále jen výzkumníci) čekali na místě dříve, aby respondenti neměli důvod k vzájemné interakci. Ke komunikačnímu střetu respondentů nedošlo ani v jednom z případů. Výzkumníci nezávisle na sobě zavedli respondenta do jedné ze dvou místností – psychologická laboratoř (**Místnost 1**) nebo pracovní místnost (**Místnost 2**) a usadili je k počítači. Před začátkem experimentu bylo respondentům sděleno, že výzkum potrvá 1,5 hodiny a že mají možnost navštívit toaletu a napít se, jelikož v průběhu experimentu to již nebude možné. Výzkumníci také poprosili respondenty o vypnutí zvuku na mobilním telefonu.

Po usazení obou respondentů do oddělených místností přečetli výzkumníci každému z nich instrukce, které obnášely informace o cílech experimentu a také pokyn, jak mají postupovat. Instrukce byly přečteny z důvodu, aby byly informace všem účastníkům předány jednotně. Poté respondenti podepsali informovaný souhlas a byli vyzváni k přečtení podrobných instrukcí (viz Příloha 3) a k přijetí hovoru přes aplikaci Skype, který zahájí výzkumník. V tuto chvíli výzkumníci opustili místnosti s respondenty a přesunuli se do místnosti 3, kde přes aplikaci Skype spustili společný hovor.

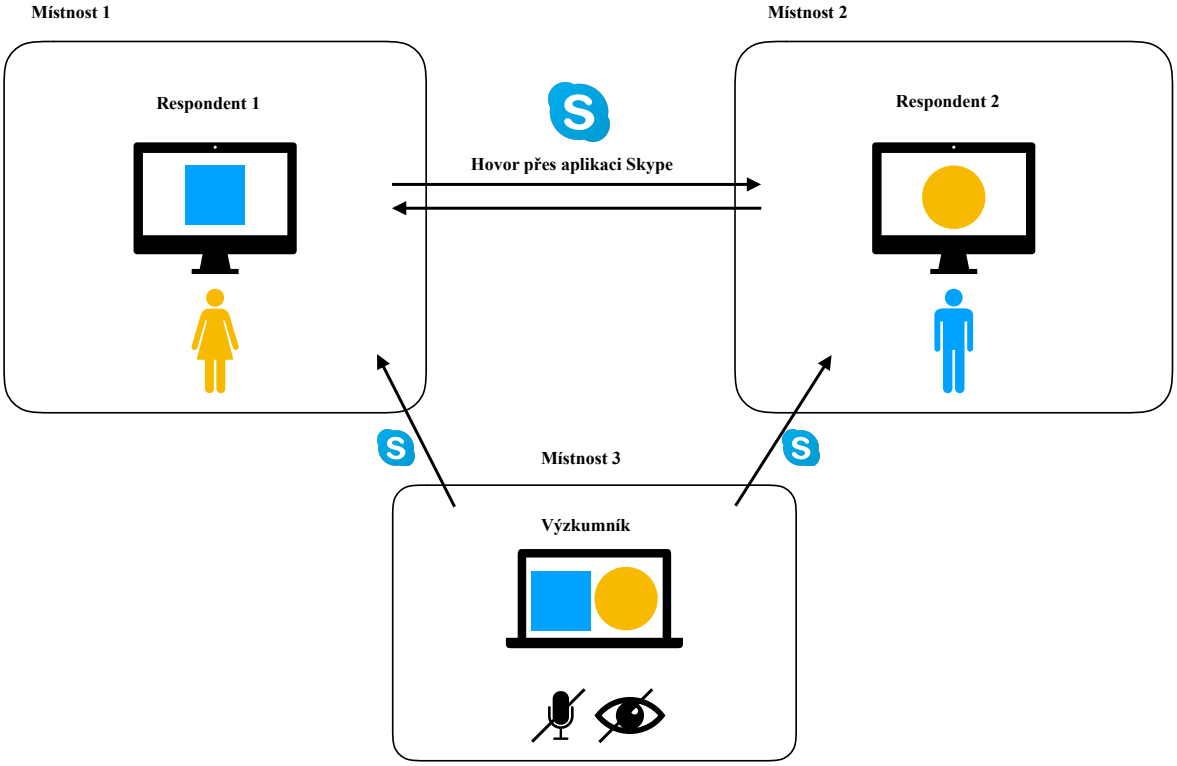
Jak je popsáno výše, respondenti vzájemně zodpovídali jednu ze dvou sad otázek – *sbližovací otázky/úkoly* nebo otázky/úkoly typu *small talk*. Každá sada otázek se skládala ze 3 setů. Výzkumník vždy po 15 minutách instruoval přes mikrofon respondenty, aby přešli

k dalšímu setu otázek. Po uplynutí 45 minut byli respondenti požádáni, aby hovor ukončili, vyplnili dotazník, který leží vedle nich na stole a vyčkali na příchod výzkumníka.

Celý hovor mezi respondenty byl nahráván výzkumníkem pomocí programu QuickTime Player.

Na závěr byly respondentům sděleny podmínky, se kterými bude s daty zacházeno a více informací ohledně výzkumu. Také jim byl poskytnut kontaktní e-mail v případě jakýchkoliv dotazů.

Obrázek 2: *Ukázka experimentální situace*



5.1.5 Zpětné hodnocení atraktivity

Nezávislému vzorku 5 lidí byl po ukončení celého výzkumu administrován dotazník atraktivity, který sloužil k ohodnocení atraktivity jednotlivých respondentů. Hodnotitelům byla spuštěna video nahrávka komunikace mezi respondenty. Jednalo se o prvních 20 sekund vzájemné konverzace mezi respondenty. Poté byla nahrávka vypnuta a hodnotitelé do záznamových archů zaznamenali své odpovědi.

5.2 Testové metody

Testové metody byly vybrány k měření navozené blízkosti a důvěry mezi respondenty a také k ohodnocení vzájemného vztahu navozeného v prostředí internetové komunikace. Stejné metody (škála IOS a škála SCI) byly použity v původním experimentu Arona et al. (1997). Jedná se o metody časově nenáročné, které lze administrovat formou tužka – papír.

5.2.1 Škála IOS

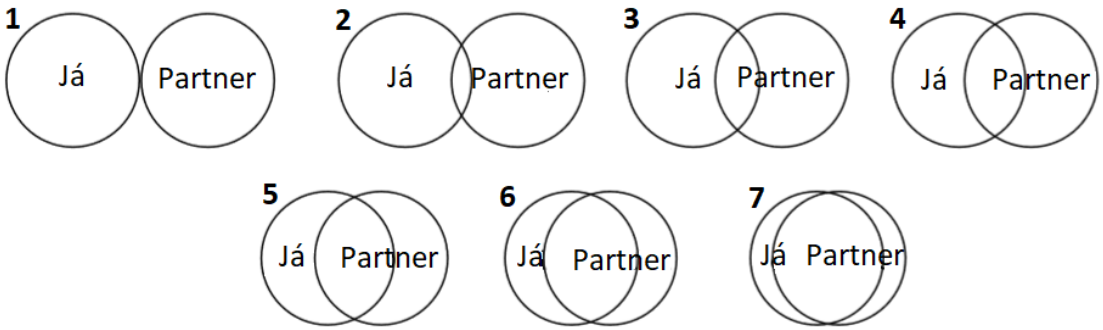
IOS škála (*Inclusion of Other in the Self*) neboli *škála obsazení druhého ve vlastním já* je postavena na grafickém znázornění vztahu. Jedná se o jednodimenzionální škálu, která zahrnuje sedm párů kružnic, jež se překrývají v určité zvyšující se míře. Míra blízkosti či těsnosti vztahu je dána průnikem „já“ do druhého. Čím větší překrytí „já“ a druhého partnera na této škále pozorujeme, tím vyšší je těsnost ve vztahu. Respondenti vybírají takový pár kružnic, jehož překrytí nejlépe vyjadřuje jejich vztah s druhou osobou (partnerem) (Aron, Aron & Smollan, 1992).

Autoři Aron, Aron a Smollan (1992) předpokládají, že obsažení druhého ve vlastním já je výsledkem procesu sebe-odhalování a prohlubující se intimity. Míra průniků obou kružnic zaznamenává také míru identifikace s druhým, přebírání jeho názorů, chování, ale také přivlastňování jeho úspěchů i neúspěchů.

Výhodou této škály je dle autorů její využití ve všech druzích interpersonálních těsných vztahů. Vykazuje ve srovnání s jinými metodami měření těsnosti ve vztahu velmi dobrou reliabilitu i diskriminační, konvergentní a prediktivní validitu. Škála však nezachycuje celou strukturu těsného vztahu ani jeho dynamiku (Aron, Aron & Norman, 2001).

Jelikož se jedná o grafickou jednodimenzionální škálu, došlo v rámci bakalářské práce Novákové (2018) pouze k překladu označení jednotlivých kružnic z původního „self“ a „other“ na „já“ a „partner“. Respondenti po skončení experimentu vybrali takový pár kružnic, který nejlépe vyjadřuje jejich vztah s druhým účastníkem experimentu (partnerem).

Obrázek 3: *Překlad IOS do češtiny*



5.2.2 Škála SCI

SCI škála (*Subjective Closeness Index*) neboli *index subjektivní blízkosti* je škála vytvořená v návaznosti na škálu RCI (*Relationship Closeness Inventory*) autory Berscheidovou, Snyderem a Omotomem (1989). Slouží k ohodnocení navozené blízkosti vzhledem k ostatním blízkým vztahům respondenta a vzhledem k blízkým vztahům jiných lidí. Jedná se o dvoupoložkovou škálu, založenou na odpovědích na dvě otázky:

„Jak byste charakterizovali váš vztah k X vzhledem ke všem vašim ostatním vztahům (stejného i opačného pohlaví)?“

„Jak byste charakterizovali váš vztah k X vzhledem k tomu, co víte o blízkých vztazích jiných lidí?“

Respondenti odpovídají na 7 bodové škále Likertova typu, kde 1 = „vůbec ne blízký“ a 7 = „velmi blízký“. „X“ značí druhého účastníka experimentu (partnera) (Gächter, Starmer & Tufano, 2015). Škála SCI přímo využívá pocitový aspekt blízkosti a také vysoce koreluje se škálou IOS, tudíž obě škály vykazují stejný vzorec výsledků a korespondují s pocitem blízkosti (Aron et al., 1997).

Překlad škály z anglického jazyka probíhal pomocí metody dvojitého překladu. Škála IOS i škála SCI byly zcela anonymní, respondenti uváděli pouze svůj věk a pohlaví.

5.2.3 Dotazník atraktivity

Pro ohodnocení atraktivity respondentů byl vytvořen jednoduchý *dotazník atraktivity*, který byl administrován na samostatném vzorku 5 osob. Dotazník zahrnuje 40 položek Likertova typu (20 položek pro ohodnocení žen, 20 položek pro ohodnocení mužů), kde je na 5 bodové škále hodnocena atraktivita respondentů. Hodnota 1 = „neatraktivní“ a hodnota 5 = „velmi atraktivní“. Dotazník atraktivity je zcela anonymní, hodnotitelé neuváděli věk ani pohlaví.

5.3 Formulace hypotéz ke statistickému testování

Ke statistickému testování byly vytvořeny tyto hypotézy:

- **H1:** Respondenti ze skupiny se *sbližovacími otázkami/úkoly* dosahují vyššího sblížení než respondenti ze skupiny se *small talk otázkami/úkoly.*
- **H1a:** Respondenti ze skupiny se *sbližovacími otázkami/úkoly* dosahují na škále IOS vyššího sblížení než respondenti ze skupiny se *small talk otázkami/úkoly.*
- **H1b:** Respondenti ze skupiny se *sbližovacími otázkami/úkoly* dosahují na škále SCI vyššího sblížení než respondenti ze skupiny se *small talk otázkami/úkoly.*
- **H2:** Ženy dosahují vyššího sblížení než muži.
- **H3:** Míra sblížení je v kladném směru ovlivněna atraktivitou jedince.
- **H4:** Míra sblížení je v kladném směru ovlivněna atraktivitou partnera.

6 SBĚR DAT A VÝZKUMNÝ SOUBOR

Sběr dat probíhal v zimním semestru akademického roku 2019/2020 v říjnu a listopadu. Výzkum byl proveden na Katedře psychologie Univerzity Palackého v Olomouci. Inzerce výzkumu probíhala především prostřednictvím facebookových skupin (univerzitní, fakultní a ročníkové skupiny), kde byl vložen příspěvek o náboru respondentů i s vytvořeným letákem. Letáky byly také vytisknuty a rozvěšeny po budovách jednotlivých fakult Univerzity Palackého v Olomouci (filozofická, právnická, pedagogická a fakulta tělesné kultury).

Leták obsahoval informace, že se jedná o experiment ve virtuálním prostředí a že jde o příležitost seznámit se s novými lidmi. Přihlášeným respondentům byly poté sděleny bližší informace do zprávy či e-mailu. Přihlašování na jednotlivé termíny probíhalo pomocí Google tabulek, zvlášť byla vytvořena tabulka pro ženy a zvlášť pro muže. V tabulkách bylo vypsáno celkem 25 termínů výzkumu, 5 termínů bylo zrušeno z důvodu neobsazení. V tabulce si každý účastník vybral termín a čas experimentu a vyplnil své jméno a příjmení. Do soukromé zprávy či e-mailu poskytli respondenti své telefonní číslo v případě, že by musel být experiment zrušen a také z důvodu, že jim byla den před experimentem poslána připomínková SMS obsahující čas experimentu, místo konání a informaci, kde budou výzkumníky vyzvednuti. Výzkumník také poskytl své telefonní číslo pro případ, že by se účastníci nemohli výzkumu zúčastnit.

Podmínkami účasti ve výzkumu byl věk 18–26 let a studium na Univerzitě Palackého v Olomouci. Tento výběrový soubor byl zvolen ze dvou důvodů. V původním experimentu byli respondenti také z řad vysokoškolských studentů. Dále dle psychosociální teorie Eriksona se jedinci v tomto věku nacházejí ve fázi intimity vs. izolace, ve které je nejdůležitějším úkolem navázat vztah s původně neznámým člověkem a také odložení zábran k otevření se druhému (Erikson, 2002).

Z přihlášených respondentů byli vynecháni studenti psychologie z důvodu, že mohli znát původní výzkum a jeho záměr. Motivací účastnit se výzkumu byla soutěž o lístky do kina v hodnotě 2x 200 Kč.

Výsledný výzkumný soubor je tvořen populací studentů Univerzity Palackého v Olomouci. Respondenti byli získáváni pomocí nepravděpodobnostních metod výběru: samovýběr a příležitostný výběr.

Spárování respondentů (muž-žena) bylo provedeno na základě zapsání se do tabulky na konkrétní termín a čas. Rozdělení do skupin (*sbližovací otázky/úkoly* x *small talk otázky/*úkoly) proběhlo na základě náhody. Na jednotlivých termínech se vždy střídaly páry v experimentální (*sbližovací otázky/úkoly*) a kontrolní skupině (*small talk otázky/úkoly*). Velikost výzkumného souboru (n=40) byla zvolena vzhledem k časové náročnosti experimentu (1,5 hodiny na jeden pár). Rozdělení účastníků dle pohlaví a věku viz tabulka 2., rozdělení účastníků do skupin dle experimentální situace viz tabulka 3.

Tabulka 2: *Rozdělení souboru dle pohlaví a věku*

Skupina	Počet	Průměr	Sm. odch.	Minimum	Maximum
Ženy	20	22,25	2,09	20	26
Muži	20	22,15	2,10	19	26
Celý soubor	40	22,20	2,09	19	26

Tabulka 3: *Rozdělení souboru do skupin dle experimentální situace*

Skupina	Počet	Průměr	Sm. odch.	Minimum	Maximum
Sbližovací otázky/úkoly	20	22,50	2,12	20	26
Small talk otázky/úkoly	20	21,90	2,07	19	26

6.1 Pilotní studie

Před samotným ostrým sběrem dat byla provedena pilotní studie (n=4), která se zaměřovala na vyzkoušení celého postupu – spuštění elektroniky, uvedení respondentů do místností, aby se navzájem nepotkali, zadávání instrukcí, zkouška hovoru přes aplikaci Skype. Pilotní sběr byl proveden pro experimentální i kontrolní skupinu. Data z pilotní studie byla zařazena do výsledného datového souboru.

6.2 Etické hledisko a ochrana soukromí

Účastnící byli již při náboru respondentů prostřednictvím Facebooku, stručně informováni o výzkumném projektu a délce jeho trvání. Před samotným začátkem experimentu

výzkumníci respondentům přečetli úvodní instrukce a také je podrobně seznámili s účelem výzkumu a znovu také s délkou jeho trvání.

Poté jim byl předložen **informovaný souhlas**, ve kterém bylo popsáno, čím se bakalářská práce zabývá a samotný výzkum. Dále jim bylo sděleno, že účast na experimentu je zcela dobrovolná, že není jejich povinností odpovídat na všechny otázky a že je pouze na nich, jaké informace svému partnerovi (druhému respondentovi) sdělí. V informovaném souhlasu účastníci zaškrtli, zda se chtějí zúčastnit soutěže o lístky do kina a také poskytli e-mailové adresy z důvodu vyhodnocení soutěže.

Informovaný souhlas obsahoval také souhlas s audio-vizuální nahrávkou rozhovoru přes Skype aplikaci s druhým účastníkem experimentu. Bylo zdůrazněno, že nahrávky slouží pouze pro potřeby experimentu. Nahrávka byla uložena pod názvem *den_měsíc_pořadí ve kterém se respondent účastnil experimentu_experimentální/kontrolní skupina* (např. *8_11_9_experimentální).* Nahrávky byly ihned po dokončení experimentu staženy z počítače na flash disk, který byl uzamčen ve skříňce u výzkumníka doma.

Informovaný souhlas byl ve dvou kopiích, jedna kopie pro výzkumníky a druhá pro respondenty. Byl zde uveden e-mail, na který se účastníci v případě jakýchkoliv dotazů mohli obrátit.

Jako motivace pro respondenty, aby se zúčastnili výzkumu byla soutěž o lístky do kina. V únoru byly náhodně vylosovány 2 informované souhlasy, které obsahovaly e-mail, na který byli výherci kontaktováni. Každý z nich obdržel lístky do kina v hodnotě 200 Kč.

Anonymita respondentů byla zachována také při hodnocení atraktivity na nezávislém vzorku. Hodnotitelům bylo puštěno pouze prvních 20 sekund audio-vizuálního záznamu konverzace mezi respondenty, tak aby v záznamu nebyly přítomny důvěrné či příliš osobní informace o respondentech. Také anonymita hodnotitelů atraktivity byla dodržena, neuváděli pohlaví ani věk.

7 PRÁCE S DATY A JEJÍ VÝSLEDKY

Data (n=40) byla převedena z papírových archů do programu Microsoft Excel. Výsledky z obou škál (IOS a SCI) byly standardně převedeny na hrubý skór sečtením položek Likertova typu. Dále byly zvlášť sečteny položky Likertova typu u škály SCI. Škála IOS je jednopoložková škála, proto nebylo nutné další převedení dat z této škály. Do tabulky byla dále zakódována příslušnost k experimentální (značené číslem 1) nebo kontrolní skupině (značené číslem 0) a odpovědi na otázky pohlaví a věku.

U žádného ze záznamových archů se nevyskytly chybějící odpovědi na položky, proto nebyla nutná imputace dat. Rovněž ze statistické analýzy nebyly vyloučeny žádné položky ani záznamové archy. Veškeré statistické analýzy byly provedeny v programu TIBCO Statistica 13.4.

7.1 Výsledky ověření platnosti statistických hypotéz

V této kapitole přejdeme k výsledkům statistického zpracování dat. Pro lepší představu dat získaných ze škály IOS a škály SCI ukážeme čtenáři následující tabulku zobrazující výsledky obou škál, měřící pocit sblížení a také celkové skóre.

Tabulka 4: *Dosažené skóre na škále IOS, škále SCI a celkem*

Škála	**Průměr**	**Sm. odch.**	**Medián.**	**Minimum**	**Maximum**
IOS	4,3	1,40	4	2	7
SCI	8,86	2,10	9	4	12
Celkem	13,18	3,33	13	6	18

Pearsonova korelace mezi škálou IOS a SCI je $r = 0,80$, tato korelace je signifikantní při standardní hladině $p < 0,05$.

Jelikož jsme porovnávali dvě skupiny – respondenty, kteří byli ve vzájemné interakci pomocí *sbližovacích otázek/úkolů* a respondenty, kteří vzájemně interagovali pomocí *small talk otázek/úkolů* dodáváme pro upřesnění a lepší představu o naměřených datech ještě doplňující tabulku.

Tabulka 5: *Rozdělení průměrných výsledků respondentů dle experimentální/kontrolní skupiny a pohlaví*

Škála	**Sbližovací otázky/úkoly**		**Small talk otázky/úkoly**	
	Ženy	**Muži**	**Ženy**	**Muži**
IOS	4,60	4,11	3,90	4,80
SCI	9,00	8,55	8,70	9,40
Celkem	13,60	12,66	12,60	14,20

H1: Respondenti ze skupiny se *sbližovacími otázkami/úkoly* dosahují vyššího sblížení než respondenti ze skupiny se *small talk otázkami/úkoly.*

Jednostrannou hypotézu **H1** jsme ověřovali metodou mnohonásobné lineární regrese. Do modelu jakožto závislá proměnná byl použit hrubý skór (součet položek škál IOS a SCI). Jako nezávislá proměnná byla zahrnuta experimentální/kontrolní skupina (*sbližovací otázky/small talk otázky*), pohlaví, atraktivita jedince a atraktivita partnera.

Statistická analýza nám ukázala, že tento model vysvětluje 4 % rozptylu (R^2 = 0,04) závislé proměnné „*hrubý skór škály IOS a SCI“.* P-hodnota celého modelu je p < 0,85. Standardizovaný regresní koeficient vyšel v záporném směru ($\beta = -0{,}07$; p = 0,65). Při porovnání p-hodnoty a standardní hladiny významnosti α = 0,05, jsme došli k závěru, že p $> \alpha$, proto nezamítáme nulovou hypotézu a nepřijímáme uvedenou alternativní hypotézu. Mezi skupinou se *sbližujícími otázkami/úkoly* a skupinou *se small talk otázkami/úkoly* nebyl nalezen statisticky významný rozdíl.

H1a: Respondenti ze skupiny se *sbližovacími otázkami/úkoly* dosahují na škále IOS vyššího sblížení než respondenti ze skupiny se *small talk otázkami/úkoly.*

Pro objasnění jednostranné hypotézy **H1a** byl použit obdobný model jako v předchozím případě, pouze byly jako závislá proměnná zvoleny výsledky ze škály IOS. Jako nezávislá proměnná byla zvolena experimentální/kontrolní skupina (*sbližovací otázky/small talk otázky*), pohlaví, atraktivita jedince a atraktivita partnera. Tento model u **H1a** vysvětlil 7 % rozptylu (R^2 = 0,07), p-hodnota celého modelu je p < 0,64. Standardizovaný regresní koeficient vyšel v záporném směru ($\beta = -0{,}02$; p = 0,55).

Při standardní hladině významnosti α = 0,05, jsme v tomto případě nemohli shledat hypotézu **H1b** jako signifikantní. Nulovou hypotézu nezamítáme, uvedenou alternativní hypotézu nepřijímáme. Rozdíl mezi skupinami není statisticky významný.

H1b: Respondenti ze skupiny se *sbližovacími otázkami/úkoly* dosahují na škále SCI vyššího sblížení než respondenti ze skupiny se *small talk otázkami/úkoly.*

Model pro testování jednostranné hypotézy **H1b** byl zvolen stejně jako u hypotéz výše, pouze byly jako závislá proměnná zvoleny výsledky ze škály SCI. Nezávislá proměnná byla vybrána stejně jako u H1a. Model u **H1b** vysvětlil pouze 2 % rozptylu (R^2 = 0,02). P-hodnota celého modelu je p < 0,93. Standardizovaný regresní koeficient vyšel opět v záporném směru ($\beta = -0{,}09$; p = 0,70). Při standardní hladině významnosti α = 0,05 jsme v tomto případě také neshledaly výsledky jako signifikantní. Nulovou hypotézu nezamítáme, uvedenou alternativní hypotézu nepřijímáme. Rozdíl mezi skupinami není statisticky významný.

H2: Ženy dosahují vyššího sblížení než muži.

Pro ověření jednostranné hypotézy **H2** jsme opět používali metodu lineární regrese. Model byl postaven stejně jako u H1. Jako závislá proměnná byl zvolen hrubý skór (součet položek škál IOS a SCI) a jako nezávislá proměnná byla zahrnuta experimentální/kontrolní skupina (*sbližovací otázky/small talk otázky*), pohlaví, atraktivita jedince a atraktivita partnera. Tento model vysvětlil 4 % rozptylu (R^2 = 0,04), p-hodnota celého modelu je opět p < 0,85. Standardizovaný regresní koeficient vyšel opět v záporném směru ($\beta = -0{,}04$; p = 0,61). U hypotézy **H2** jsme při standardní hladině α = 0,05 nenalezli signifikantní výsledek. Nulovou hypotézu nezamítáme, uvedenou alternativní hypotézu nepřijímáme. Rozdíl mezi ženami a muži není statisticky významný.

H3: Míra sblížení je v kladném směru ovlivněna atraktivitou jedince.

H4: Míra sblížení je v kladném směru ovlivněna atraktivitou partnera.

Jednostranné hypotézy **H3** a **H4** byly opět testovány metodou mnohonásobné lineární regrese. Byl použit stejný model jako u předchozích hypotéz H1 a H2. Závislé a nezávislé proměnné byly zvoleny stejně. Model také vysvětluje stejné procento rozptylu i stejnou celkovou p-hodnotu, jako v předchozím případě. Standardizovaný regresní koeficient u hypotézy **H3** vyšel v záporném směru ($\beta = -0{,}13$; p = 0,78) a u hypotézy **H4** v kladném směru (β = 0,16; p = 0,18). V případě těchto hypotéz jsme nenalezli statisticky

významný vztah mezi atraktivitou a výsledným sblížením. Nulové hypotézy nezamítáme, uvedené alternativní hypotézy nepřijímáme.

Pro přehlednost znovu uvádíme výsledky pro námi stanovené hypotézy:

- **H1: „**Respondenti ze skupiny se *sbližovacími otázkami/úkoly* dosahují vyššího sblížení než respondenti ze skupiny se *small talk otázkami/úkoly.*“ **H0 nezamítáme, HA nepřijímáme** ($\beta = -0{,}07$; p = 0,65).
- **H1a:** „Respondenti ze skupiny se *sbližovacími otázkami/úkoly* dosahují na škále IOS vyššího sblížení než respondenti ze skupiny se *small talk otázkami/úkoly.“* **H0 nezamítáme, HA nepřijímáme** ($\beta = -0{,}02$; p = 0,55).
- **H1b:** „Respondenti ze skupiny se *sbližovacími otázkami/úkoly* dosahují na škále SCI vyššího sblížení než respondenti ze skupiny se *small talk otázkami/úkoly.“* **H0 nezamítáme, HA nepřijímáme** ($\beta = -0{,}09$; p = 0,70).
- **H2:** „Ženy dosahují vyššího sblížení než muži.“ **H0 nezamítáme, HA nepřijímáme** ($\beta = -0{,}04$; p = 0,61).
- **H3:** „Míra sblížení je v kladném směru ovlivněna atraktivitou jedince.“ **H0 nezamítáme, HA nepřijímáme** ($\beta = -0{,}13$; p = 0,78).
- **H4:** „Míra sblížení je v kladném směru ovlivněna atraktivitou partnera.“ **H0 nezamítáme, HA nepřijímáme** ($\beta = 0{,}16$; p = 0,18).

8 DISKUZE

Výzkumným záměrem bakalářské práce bylo navodit blízkost mezi dvěma cizími lidmi v prostředí internetové komunikace. Interakce mezi respondenty skrze Skype probíhala pomocí jedné ze dvou sad otázek – *sbližovací otázky/úkoly* nebo *small talk otázky/úkoly*. Výsledný pocit sblížení jsme měřili pomocí škály IOS a škály SCI. Výsledky získané statistickým zpracováním dat budeme v této kapitole interpretovat, zaměříme se také na srovnání výsledků s původními studiemi a projdeme možné zdroje chyb v našem výzkumu.

K výzkumnému záměru této práce nás inspirovala studie Arona et al. (1997), ve které se autorům podařilo navodit pocit sblížení mezi respondenty právě pomocí sady *sbližovacích otázek/úkolů*. Tento experiment probíhal v reálném prostředí, skrze interakci tváří v tvář. My jsme se rozhodli experiment modifikovat do prostředí internetové komunikace, avšak se snahou v maximální možné míře dodržet metodologický postup užitý v rámci původní Studie 1. V některých případech si proto dovolíme srovnání našich výsledků s původní studií.

Další inspirací výzkumu této práce se stala studie, kde autoři porovnávali sblížení tváří v tvář a v internetovém chatovacím programu. Výsledky ukázaly, že v případě narušení vizuální anonymity, je sblížení větší (Mallen, Day & Green, 2003). Tohle zjištění a další výzkumy v této oblasti nás inspirovaly k použití aplikace Skype, díky které byla vizuální anonymita respondentů narušena. Také Sprecher (2014) svým výzkumem podkládá zjištění, že průměr navozené blízkosti je téměř stejný v interakci skrze aplikaci Skype a v interakci tváří v tvář. Všechny zmiňované výzkumy jsou zahraniční, výzvou pro nás bylo zjistit, zda se výsledky potvrdí i v českém prostředí.

Při ověřování hlavní hypotézy, která říká, že respondenti ve skupině se *sbližovacími otázkami/úkoly* dosahují vyššího sblížení než respondenti ve skupině se *small talk otázkami/úkoly*, jsme nenalezli signifikantní vztah mezi pocitem sblížení a *sbližovacími otázkami/úkoly*. Statistická analýza dokonce odhalila, že výsledný pocit sblížení byl vyšší u skupiny s *otázkami/úkoly small talk* než u *sbližovacích otázek/úkolů*, avšak pouze o necelou desetinu směrodatné odchylky ($\beta = -0{,}08$). Jak si můžeme všimnout v kapitole věnované ověřování platnosti statistických hypotéz, námi zvolený model vysvětluje pouze 4 % rozptylu, tzn. že bude výsledný pocit sblížení větší u skupiny se *sbližujícími*

otázkami/úkoly. Takže i za předpokladu přijetí námi stanovené hypotézy by sledovaný konstrukt vysvětloval velmi nepatrnou část našeho problému.

Celkový průměr sblížení (získaný z obou škál) ve skupině se *sbližujícími otázkami/úkoly* byl 4,32 a průměr ve skupině se *small talk otázkami/úkoly* 4,47. Ve srovnání s původním experimentem Arona et al. (1997), kde průměry dosahovaly u *sbližovacích otázek/úkolů* 4,06 a u *small talk otázek/úkolů* 3,25 se nám podařilo celkově navodit větší sblížení mezi účastníky. Avšak u skupiny *small talk otázek/úkolů* dosahovalo navozené sblížení v našem případě vůbec nejvyšší hodnoty, což zcela vyvrací naše očekávání. Naše data tedy nepodpořila teorii o důležitosti typů otázek/úkolů na výsledný pocit sblížení.

Důvodem, proč se u experimentální skupiny se *sbližujícími otázkami/úkoly* nepodařilo navodit větší pocit sblížení než u kontrolní skupiny s *otázkami/úkoly typu small talk* může být to, že otázky ve sbližovací sadě mohly být respondenty vnímány jako citlivé a příliš osobní. To mohlo snížit vůli hovořit o těchto otázkách s cizím člověkem a ovlivnit tak výsledné skóre dotazníku. Také je nutné podotknout, že z časového hlediska je tendence k sebe-otevření u každého člověka individuální, a proto může u různých jedinců probíhat v odlišném tempu (Lin & Uzt, 2017).

Kulturní kontext může také hrát ve výzkumech výraznou roli. Jelikož byla studie převedena z amerického do českého prostředí, můžeme předpokládat, že vzhledem k jiným kulturním zvyklostem budou výsledky odlišné (Berry, Berry, Poortinga, Segal & Dasen, 2002). Z následujícího by vyplývalo, že lidé v českém prostředí mají větší tendenci povídat si spíše o běžných věcech (small talk) než o těch intimních (sbližovací otázky). To by vysvětlovalo, proč byla navozená blízkost v našem výzkumu větší u skupiny respondentů se *small talk otázkami/úkoly*.

Také bychom si mohli klást otázku, zda bonusový úkol v sadě *sbližovacích otázek/úkolů*, obnášející dívání se druhému účastníkovi experimentu do očí po dobu 4 minut je vhodný, vzhledem k tomu, že je výzkum prováděn skrze aplikaci Skype. Během výzkumu jsme se ve třech případech setkali s dotazem, zda se mají účastnici dívat do webové kamery nebo přímo do očí partnera na obrazovce monitoru. Tento jev mohl ovlivnit hodnocení respondentů ze skupiny se *sbližujícími otázkami/úkoly*.

Dále jsme se věnovali dvěma podhypotézám, které ověřovaly stejnou otázku jako hlavní hypotéza. Rozdíl byl pouze v tom, že jsme do analýzy zahrnuli výsledky vždy jen z jedné škály. Výsledky v podstatě pouze potvrdily předešlé zjištění. Navozený pocit

sblížení byl pro obě škály samostatně vyšší v případě *otázek/úkolů typu small talk*, což opět zcela vyvrací náš předpoklad.

Při další analýze dat jsme zjistili, že Pearsonova korelace mezi škálou IOS a SCI je $r = 0{,}80$. Tato korelace je signifikantní při standardní hladině $p < 0{,}05$. V původním výzkumu Arona et al. (1997) byla korelace mezi škálou IOS a SCI napříč všemi třemi studiemi od 0,69 do 0,83.

Další hypotéza se zabývala vlivem pohlaví na výsledný pocit sblížení. Náš předpoklad, že ženy budou dosahovat vyššího sblížení než muži, nebyl potvrzen. Ověření hypotézy 2 proběhlo na stejném modelu jako ověření hypotézy 1. I v tomto případě bylo zjištění zcela opačné než náš předpoklad. Většího pocitu sblížení dosáhli muži. Naše studie, stejně tak jako studie Denga, Changa, Yanga, Huoa a Zhoua (2016) nepodpořila všeobecně přijímanou představu, že ženy jsou emocionálnější než muži. Studie Denga et al. (2016) poukazuje také na fakt, že je rozdíl mezi emocionální zkušeností a emocionální expresivitou. Ženy jsou emočně expresivnější, avšak v kontextu našeho výzkumu byla hodnocena spíše emoční zkušenost.

Hypotéza 3 a hypotéza 4 se zabývaly vlivem atraktivity jedince a vlivem atraktivity partnera na navozený pocit sblížení. Náš předpoklad byl, že výsledný pocit sblížení bude v kladném směru ovlivněn atraktivitou jedince i atraktivitou partnera. Bohužel se nám ani v tomto případě nepodařilo shledat výsledky hypotéz H3 a H4 jako signifikantní. Je však důležité podotknout, že výsledky u hypotézy H4 vyšly v kladném směru, což znamená, že atraktivita partnera pozitivně ovlivňuje navozený pocit sblížení. Nalezený vztah u této hypotézy však nebyl natolik silný, abychom ji mohly přijmout. Wallace (2015) uvádí, že spíše než atraktivita je v internetové komunikaci klíčový smysl pro humor, míra sebeodhalení a inteligence. I v případě našeho výzkumu mohla výsledný pocit sblížení ovlivnit spíše kvalita vzájemné interakce a míra sebe-odhalení než atraktivita jedince či atraktivita partnera.

Nyní bychom rádi shrnuli omezení našeho výzkumu a zdroje možných chyb. Na výsledky dotazníku, skládajícího se ze škály IOS a škály SCI, mohla mít vliv osobnost výzkumníka. Ačkoliv se oba výzkumnici předem domluvili, jakým způsobem budou instrukce respondentům podávat, aby se zamezilo možným rozdílům v interpretaci informací a veškeré instrukce byly všem přečteny jednotně, mohly mít osobnostní

charakteristiky vliv na výsledky výzkumu. Osobnost výzkumníků a působení na respondenty totiž nelze zcela potlačit.

S výše uvedeným, také může souviset efekt morčete, kterému v některých případech respondenti podléhají. Znalost cíle experimentu a působení výzkumníka může ovlivnit výsledky výzkumu, v důsledku respondentovy tendence chovat se adaptivně a přizpůsobit tak své odpovědi dle očekávání (Chromný, 2014).

Dalším důležitým faktorem, jež výrazně ovlivnil náš výzkum, je rozsah výzkumného souboru. Jsme si vědomi toho, že ačkoliv byla naše experimentální a kontrolní skupina vyvážená dle počtu respondentů, celkový rozsah (n=40) není ideální. Časová náročnost výzkumu (1,5 hodiny na jeden pár), ale také nutná rezervace místností nám nedovolila mít větší soubor. Je důležité podotknout, že v případě dalšího zkoumání by bylo vhodné zahrnout přinejmenším stejně velký výzkumný soubor (n=100), jaký byl v původní studii Arona et al. (1997).

Významnou roli v laboratorních experimentech hraje také ekologická validita, která může zapříčinit zkreslení výsledků. Experimentální situace, do níž v našem výzkumu respondenti vstupovali, byla uměle vytvořená a nemůže tak být vztahována na běžný život. Těžko říct, zda by naši respondenti navodili větší pocit sblížení v případě, že by do interakce na internetu vstoupili ve svém přirozeném prostředí za cílem seznámení se s novým člověkem. Můžeme se pouze domnívat, že by rozdíly v použité sadě otázek v přirozeném prostředí byly větší.

Nevýhodou našeho výzkumu může být také náhodné spárování respondentů bez ohledu na věk či souhlasy/nesouhlasy v postojích. Ačkoliv autoři Aron et. al (1997) poukazují na fakt, že *sbližovací otázky/úkoly* mají takový dopad na budování vztahu, že souhlasy/nesouhlasy v postojích nejsou pro navození blízkosti relevantní, domníváme se, že věkové rozdíly ano. Z hlediska vývojové psychologie by jedinci nenacházející se ve stejném vývojovém období nebo s výraznějším věkovým rozdílem nemuseli nalézt stejnou oblast zájmu (Fredrickson & Carstensen, 1990).

Dalším badatelům bychom doporučili porovnání navozené blízkosti v internetové komunikaci s navozenou blízkostí tváří v tvář, tak aby obě měření probíhala v českém prostředí a byla zde možnost srovnání. Jak uvádíme výše, rozřazení respondentů do párů na základě náhody také není vhodné. Pro oblast dalšího zkoumání bychom doporučili spárování do dvojic s ohledem na věk respondentů.

9 ZÁVĚR

Tato práce si kladla za cíl ověřit, zda jedinci v prostředí internetové komunikace navodí pocit blízkosti a důvěry v případě, že budou po dobu 45 minut společně komunikovat skrze aplikaci Skype pomocí sady *sbližovacích otázek/úkolů*. Práce je modifikací původních studií probíhajících tváří v tvář do prostředí internetové komunikace.

Zaměřili jsme se také na rozdíl v navozené blízkosti mezi pohlavím. Předpokládali jsme, že bude navozená blízkost bude větší u žen než u mužů. Posledním cílem této práce bylo ověřit, zda bude výsledné sblížení ovlivněno atraktivitou jedince a atraktivitou partnera.

Nebyl nalezen signifikantní vztah mezi navozeným pocitem sblížení a sadou *sbližovacích otázek/úkolů*. Výsledky jsou také v rozporu s naším očekáváním. Větší navozená blízkost byla prokázána u kontrolní skupiny interagující pomocí *sady otázek/úkolů typu small talk*, než u experimentální skupiny interagující pomocí *sbližovacích otázek/úkolů*.

Ani v případě pohlaví se nám nepodařilo nalézt signifikantní rozdíl v navozeném pocitu blízkosti a důvěry mezi ženami a muži. Výsledky vyšly v opačném směru, než byl náš předpoklad, tzn. muži navodili nepatrně větší sblížení než ženy. U testování atraktivity nebyl taktéž nalezen signifikantní vztah mezi výsledným pocitem sblížení a atraktivitou jedince ani mezi výsledným pocitem sblížení a atraktivitou partnera.

Žádného z našich cílů nebylo dosaženo. Závěr práce je tedy takový, že sada otázek/úkolů, pohlaví ani atraktivita nemají vliv na výsledný pocit sblížení v prostředí internetové komunikace.

10 SOUHRN

Člověk, jakožto tvor společenský je poháněn potřebou **afiliace** – touhou navazovat a udržovat interpersonální vztahy (Slaměník & Výrost, 2008). Jednou ze základních vlastností interpersonálních vztahů je **blízkost ve vztahu**, těsnost je pak jeho konkrétní míra. Blízké vztahy v určité míře obsahují **druhého ve vlastním já**. To znamená identifikaci s druhým, přebírání jeho názorů či empatický přístup k jeho potřebám (Aron, Aron & Norman, 2001). Také **důvěra** hraje významnou roli, jelikož se vzrůstající důvěrou ve vztahu roste také vzájemná blízkost a těsnost vztahu (Slaměník, 2011). Při navazování nových vztahů je důležitý také první dojem, který je ve velkém rozsahu ovlivněn **fyzickou atraktivitou**. Jak fyzické, tak osobnostní vlastnosti určitého člověka mohou vyvolávat pozitivní emoční odezvu u druhého (Slaměník, 2011). Také **citová vazba** vytvořená v dětství ovlivňuje chování, emoce a očekávání ve všech pozdějších blízkých vztazích (Bartholomew & Shaver, 1998).

Internet, jakožto nepostradatelná součást života většiny z nás, má velmi výrazný vliv na tvorbu nových interpersonálních vztahů. Internetová komunikace, především pak její **synchronní typ**, poskytuje účastníkům spojení v reálném čase s minimální prodlevou (Sis, 2012). To napomáhá k rychlejšímu procesu sdělování informací o sobě druhým lidem, tzn. **sebe-odhalení (**Valkenburg, Sumter & Peter 2011). Mezi specifika internetové komunikace patří **online disinhibiční efekt**, jež vyjadřuje odložení zábran, překonání ostychu, studu a napomáhá otevřené a uvolněné komunikaci (Suler, 2004). Tento fenomén je umocněn **anonymitou**, která podporuje **deindividuaci** a ovlivňuje chování v tomto prostředí. Anonymita chrání jedince před identifikací a v procesu deindividuace umocňuje takové chování, které by jedinec jinak nedopustil (Festinger, Pepitone & Newcomb, 1952).

Výzkumy v oblasti vytváření vztahů v internetové komunikaci potvrdily, že správná volba otázek vede k většímu vzájemnému sebe-odhalení účastníků interakce. Otázky, jež generují blízkost a jejichž intenzita se postupně zvyšuje (*sbližovací otázky*) mají větší dopad na sebe-odhalení, než otázky běžného rázu (*small talk*) (Aron et al., 1997). Účinek sbližovacích otázek je tak velký, že mohou být pominuty rozdílné postoje, očekávání vzájemného zalíbení i styl citové vazby (Aron et al., 1997). Pro náš výzkum je důležité také

zjištění že navozená blízkost pomocí *sbližovacích otázek* skrze Skype-video je v průměru totožná s navozenou blízkostí u komunikace tváří v tvář (Sprecher, 2014).

Pro zkoumání tématu této bakalářské práce byl zvolen experimentální mezisubjektový design. Rozhodli jsme se navázat na předešlé studie v této oblasti a experimentálně ověřit, zda lidé v prostředí internetové komunikace navodí za pomocí *sbližovacích otázek/úkolů* pocit blízkosti a důvěry. Inspirací nám byla studie Arona et al. (1997), která objevila kladný vztah mezi sadou *sbližovacích otázek/úkolů* a výsledným pocitem sblížení. Původní studii, prováděnou tváří v tvář, jsme modifikovali do prostředí internetové komunikace (aplikace Skype). Náš výzkumný cíl jsme ověřovali pomocí srovnání dvou skupin respondentů – interagujících pomocí *sbližovacích otázek/úkolů* a interagujících pomocí *small talk úkolů/otázek*. Také jsme se zaměřili na rozdíly mezi pohlavím a předpokládali jsme, že ženy navodí větší blízkost než muži. Naším dalším předpokladem bylo, že atraktivní respondenti navodí větší pocit sblížení. Ověřovali jsme, zda atraktivita jedince a atraktivita partnera v kladném směru ovlivní míru navozené blízkosti a důvěry.

Testování probíhalo v několika termínech v prostorách Katedry psychologie Filozofické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci, v měsících říjnu a listopadu akademického roku 2019/2020. Jako respondenti sloužili studenti z Univerzity Palackého v Olomouci (vyjma studentů psychologie), kteří se do výzkumu dobrovolně přihlásili. Motivací k účasti byla soutěž o lístky do kina v hodnotě 2x 200 Kč. Vzhledem k tomu, že se jednoho termínu vždy účastnili dva respondenti (muž a žena), podařilo se nám rovnoměrně zastoupit vzorek z hlediska pohlaví i z hlediska příslušnosti k experimentální (*sbližovací otázky/úkoly*) a kontrolní skupině (*small talk otázky/úkoly*).

Celkový soubor byl tvořen 40 respondenty, spárovanými do dvojic muž-žena. Párům byla náhodně přidělena také jedna ze dvou sad otázek/úkolů. Respondenti byli v den měření umístěni do oddělených místností a společně interagovali skrze aplikaci Skype. Časová dotace jednoho měření byla 1,5 hodiny, vzájemná interakce účastníků trvala 45 minut.

Naše výzkumné cíle jsme se rozhodli ověřit pomocí škály IOS a škály SCI. Autory grafické škály IOS jsou Aron, Aron a Smollan (1992), škála měří *obsazení druhého ve vlastním já*, tedy míru navozené blízkosti. Škála SCI, jejímiž autory jsou Berscheid, Snyder a Omotom (1989) slouží k ohodnocení navozené blízkosti vzhledem k ostatním blízkým vztahům respondenta a vzhledem k blízkým vztahům jiných lidí.

Po ukončení výzkumu byl také vytvořen jednoduchý dotazník atraktivity. Ten byl administrován na samostatném vzorku 5 osob, které hodnotily atraktivitu respondentů z audio-vizuálního záznamu získaného z průběhu měření.

Data z papírových dotazníků byla převedena do programu Microsoft Excel a následně statisticky analyzována v programu TIBCO Statistika 13.4. V dotaznících se nevyskytly žádné chybějící odpovědi, proto nebyla nutná imputace dat ani jejich vyloučení ze statistické analýzy.

K ověření hypotéz byla použita metoda mnohonásobné lineární regrese. Výsledky nepotvrdily naše očekávání. Náš výzkum tak nenavázal na předchozí studie, které prokázaly větší míru navozeného sblížení u skupiny se *sbližujícími otázkami/úkoly* oproti skupině s *otázkami/úkoly typu small talk* (Aron et al., 1997). Naše data dokonce ukázala zcela opačné výsledky, než byl náš předpoklad – větší míra sblížení byla naměřena u kontrolní skupiny interagující pomocí *small talk otázek/úkolů*. Také se nám nepodařilo nalézt signifikantní vztah mezi ženským pohlavím a vyšším výsledným pocitem sblížení. Výsledky se opět projevily v opačném směru, což znamená, že muži dosahovali většího pocitu navozené blízkosti a důvěry. Ani v případě atraktivity jsme nenalezli signifikantní vztah mezi atraktivními jedinci a vetší mírou navozené blízkostí ani mezi atraktivními partnery a větší mírou navozené blízkosti.

Jsme si vědomi toho, že náš výzkum přináší řadu omezení. Vytknout bychom mohli především nedostatečnou velikost souboru, která je vzhledem k časové náročnosti experimentu nedostatečně reprezentativní. Otázky v sadě *sbližovacích otázek/úkolů* mohly být respondenty vnímány jako velmi citlivé a osobní. To mohlo snížit vůli respondentů hovořit o těchto otázkách s cizím člověkem a ovlivnit tak výsledné skóre dotazníku. S tím také souvisí ekologická validita, která v našem výzkumu pokulhává. Můžeme se domnívat, že by respondenti navodili větší pocit sblížení pomocí *sbližovacích otázek/úkolů* v případě, že by do interakce na internetu vstoupili ve svém přirozeném prostředí za cílem seznámení se s novým člověkem.

Jelikož byl původní experiment pouze modifikován a neproběhla z naší strany přímá replikace, nejsme na základě našeho výzkumu schopni vyvrátit funkčnost *sbližovacích otázek/úkolů* na výsledný pocit sblížení v internetové komunikaci. Byli bychom rádi, kdyby podstata výzkumu zůstala nedotčená a pokračovalo se v jejím ověřování.

Literatura

1. Aron, A., Aron, E. N., & Smollan, D. (1992). Inclusion of other in the self scale and the structure of interpersonal closeness. *Journal of personality and social psychology*, *63* (4), 596. doi: 10.1037/0022-3514.63.4.596

2. Aron, A., Melinat, E., Aron, E. N., Vallone, R. D., & Bator, R. J. (1997). The experimental generation of interpersonal closeness: A procedure and some preliminary findings. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *23* (4), 363-377. doi: 10.1177/0146167297234003

3. Aron, A., Norman, C. C., & Aron, E. N. (2001). Shared self-expanding activities as a means of maintaining and enhancing close romantic relationships. In *Close romantic relationships* (pp. 55-74). Psychology Press.

4. Bartholomew, K., & Horowitz, L. M. (1991). Attachment styles among young adults: a test of a four-category model. *Journal of personality and social psychology*, *61* (2), 226. doi: 10.1037/0022-3514.61.2.226

5. Bartholomew, K., & Shaver, P. R. (1998). Methods of assessing adult attachment. *Attachment theory and close relationships*, 25-45. Získáno z: http://moemesto.ru/rorschach_club/file/14257751/bartholomew98.pdf

6. Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological bulletin*, *117* (3), 497. doi: 10.1037/0033-2909.117.3.497

7. Berry, J. W., Berry, J. W., Poortinga, Y. H., Segall, M. H., & Dasen, P. R. (2002). *Cross-cultural psychology: Research and applications*. Cambridge University Press.

8. Berscheid, E., Snyder, M., & Omoto, A. M. (1989). The Relationship Closeness Inventory: Assessing the closeness of interpersonal relationships. *Journal of personality and Social Psychology*, *57* (5), 792. doi: 10.1037/0022-3514.57.5.792

9. Brand, R. J., Bonatsos, A., D'Orazio, R., & DeShong, H. (2012). What is beautiful is good, even online: Correlations between photo attractiveness and text attractiveness in men's online dating profiles. *Computers in Human Behavior*, *28* (1), 166-170. doi: 10.1016/j.chb.2011.08.023

10. Brehm, S. S., Kassin, S., Fein, S. (2005). *Social psychology* (6. vyd.). Boston: Houghton Mifflin.

11. Couch, L. L., & Jones, W. H. (1997). Measuring levels of trust. *Journal of research in personality*, *31* (3), 319-336. doi: 10.1006/jrpe.1997.2186

12. Deng, Y., Chang, L., Yang, M., Huo, M., & Zhou, R. (2016). Gender differences in emotional response: Inconsistency between experience and expressivity. *PloS one*, *11* (6). doi: 10.1371/journal.pone.0158666

13. Derlega, V. J., & Berg, J. H. (1987). *Self-disclosure: Theory, research, and therapy*. Berlin: Springer Science & Business Media.

14. DeVito, J. A. (2008). *Základy mezilidské komunikace* (6. vyd.). Praha: Grada Publishing.

15. Dindia, K., & Allen, M. (1992). Sex differences in self-disclosure: A meta-analysis. *Psychological bulletin*, *112* (1), 106. doi: 10.1037/0033-2909.112.1.106

16. Döring, N. (2002). Studying online love and cyber romance. In B. Batinic, U. D. Reips & M. Bosnjak (Eds.), *Online social sciences*, (pp. 333-356). Seattle, Toronto, Switzerland, Germany: Hogrefe & Huber Publishers. Získáno z http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.129.5489&rep=rep1&type=pdf

17. Erikson, E. H. (2002). *Dětství a* společnost. Praha: Argo.

18. Feeney, J. A. (1999). Adult attachment, emotional control, and marital satisfaction. *Personal Relationships*, *6* (2), 169-185. doi: 10.1111/j.1475-6811.1999.tb00185.x

19. Felmlee, D., & Sprecher, S. (2000). Close relationships and social psychology: Intersections and future paths. *Social Psychology Quarterly*, 365-376. Získáno z: https://www.jstor.org/stable/2695846?seq=4#metadata_info_tab_contents

20. Festinger, L., Pepitone, A., & Newcomb, T. (1952). Some consequences of deindividuation in a group. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 47,* 382–389. doi: 10.1037/h0057906

21. Fredrickson, B. L., & Carstensen, L. L. (1990). Choosing social partners: how old age and anticipated endings make people more selective. *Psychology and aging*, *5*(3), 335. doi: 10.1037/0882-7974.5.3.335

22. Gächter, S., Starmer, C., & Tufano, F. (2015). Measuring the closeness of relationships: a comprehensive evaluation of the'Inclusion of the Other in the Self'scale. *PloS one*, *10* (6). doi: 10.1371/journal.pone.0129478

23. Giddens, A. (2010). *Důsledky modernity* (3. vyd.). Praha: Sociologické nakladatelství.

24. Hartl, P., & Hartlová, H. (2010). *Velký psychologický slovník*. Praha: Portál.

25. Haubertová, D., Slaměník, I. (2013). Intimita jako jeden ze základních znaků těsných vztahů. *Psychologie pro praxi*, *48*, 3–4, 9-23. Získáno z: https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=139174

26. Hazan, C., & Shaver, P. (1987). Romantic love conceptualized as an attachment process. *Journal of personality and social psychology*, *52* (3), 511. doi: 10.1037/0022-3514.52.3.511

27. Heller, P. E., Wood, B. (1998). The proces of intimacy: similarity, understanding and gender. *Journal of Marital and Family Therapy*, *24* (3), 273–288. doi: 10.1111/j.1752-0606.1998.tb01085.x

28. Hewstone, M., & Stroebe, W. (2006). Sociální psychologie. Praha: Portál.

29. Hill, C. T., & Stull, D. E. (1987). Gender and self-disclosure: Strategies for exploring the issues. In V J. Derlega & J. H. Berg (Eds.), *Self-disclosure: Theory, research, and therapy (pp.* 81-100). New York: Plenum Press.

30. Hladíková, V. (2018). Transformation of Thinking and Education under the Influence of Internet Communication. *Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research*, *8* (1), 99–103. Získáno z http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,shib&db=asn&AN=130791023&lang=cs&site=eds-live

31. Holmes, J. G., & Rempel, J. K. (1989). Trust in close relationships. In C. Hendrick (Ed.) Close Relationships (pp. 187–220). Získáno z https://pdfs.semanticscholar.org/4727/fcf320e6f8c3a8bbd9d7bac22708825f48ad.pdf

32. Homans, G. C. (1961). *Social Behaviour: Its Elementary Forms*. New York: Harcourt, Brace and World, Inc.

33. Horská, B., Lásková, A., & Ptáček, L. (2010). *Internet jako cesta pomoci: internetové poradenství pro pomáhající profese*. Praha: Sociologické nakladatelství

34. Chromný, J. (2014). Práce s empirickými daty. Praha: Karolinum.

35. Joinson, A. N. (2001). Self-disclosure in computer-mediated communication: The role of self-awareness and visual anonymity. *European Journal of Social Psychology*, *31*, 177–192. doi: 10.1002/ejsp.36

36. Joinson, A. N. (2007). Disinhibition and the Internet. *Psychology and the Internet* (pp. 75-92). Academic Press. doi: 10.1016/B978-012369425-6/50023-0

37. Kasík, P., & Voženílek D. (2017, únor). *Láska v laboratoři: Vědci sestavili 36 otázek pro rychlé intimní sblížení.* Získáno z https://www.idnes.cz/technet/veda/dotaznik-36-otazek-intimita-duvera-blizkost-laska-aron.A170213_133540_veda_pka

38. Kelley, H. H. (1979). *Personal relationships: Their structures and processes*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

39. Kelley, H. H. (1986). Personal relationships: Their nature and significance. *The emerging field of personal relationships*, 3-19.

40. Kelley, H. H., & Thibaut, J. W. (1978). *Interpersonal relations: A theory of interdependence*. John Wiley & Sons.

41. Klenková, J. (2006). *Logopedie: narušení komunikační schopnosti, logopedická prevence, logopedická intervence v ČR, příklady z praxe*. Praha: Grada Publishing.

42. Kopecký, K. (2007). *Moderní trendy v e-komunikaci*. Olomouc: Hanex.

43. Kramer, R. M. (1999). Trust and distrust in organizations: Emerging perspectives, enduring questions. *Annual review of psychology*, *50* (1), 569-598. doi: 10.1146/annurev.psych.50.1.569

44. Křivohlavý, J., & Mareš, J. (1995). *Komunikace ve škole*. Brno: Masarykova univerzita.

45. Kulikova, T. I., Maliy, D. V., Stepanova, N. A., & Filippova, S. A. (2018). Internet Communication as a Factor of Psychological Challenges among Student Youth. European *Journal of Contemporary Education*, *7* (3), 521–530. doi: 10.13187/ejced.2018.3.521

46. Lin, R., & Utz, S. (2017). Self-disclosure on SNS: Do disclosure intimacy and narrativity influence interpersonal closeness and social attraction?. *Computers in Human Behavior*, *70*, 426-436. doi: 10.1016/j.chb.2017.01.012

47. Madden, M., Lenhart, A. Cortesi, S., Gasser, U., Duggan, M., Smith, A., Beaton, M. (2013). Teens, Social Media, and Privacy. *PewResearchCenter*. Získáno z: http://www.pewinternet.org/2013/05/21/teens-social-media-and-privacy/.

48. Mallen, M. J., Day, S. X., & Green, M. A. (2003). Online versus face-to-face conversation: An examination of relational and discourse variables. *Psychotherapy: Theory, Research, Practice, Training*, *40* (1-2), 155. doi: 10.1037/0033-3204.40.1-2.155

49. Maslow, A. H. (1970). *Motivation and personality*. New York: Harper and Row.

50. Misoch, S. (2015). Stranger on the internet: Online self-disclosure and the role of visual anonymity. *Computers in Human Behavior*, *48*, 535-541. doi: 10.1016/j.chb.2015.02.027

51. Musil, J. (2003). *Elektronická média v informační společnosti*. Votobia.

52. Myers, I. B., McCaulley, M. H., & Most, R. (1985). *Manual, a guide to the development and use of the Myers-Briggs type indicator*. Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.

53. Nakonečný, M. (2009). *Sociální psychologie* (2. vyd.). Praha: Academia.

54. Nováková, V. (2018) *Prožívání partnerské žárlivosti u mladých žen: souvislost s hodnocením blízkosti vztahu, důvěrou v partnera, sebehodnocením ženy a délkou vztahu* (Bakalářská diplomová práce). Získáno z https://is.muni.cz/th/f8uuy/

55. Prager, K. J. and Roberts, L. (2004). Deep Intimate Connection: Self and Intimacy in Couple Relationships. In Mashek, D. & Aron, A. (Eds.) *The Handbook on Closeness and Intimacy* (pp. 53-70). New Jersey: Lawrence-Erlbaum.

56. Reis, H. T., Patrick, B. C. (1996). Attachment and intimacy: Component processes. In E. T. Higgins, A. W. Kruglanski (Eds.), *Social psychology. In Handbook of basic principles* (pp. 523–563). New York: Guilford Press.

57. Rempel, J. K., Holmes, J. G., & Zanna, M. P. (1985). Trust in close relationships. *Journal of personality and social psychology*, *49* (1), 95–112. doi: 10.1037//0022-3514.49.1.95

58. Rosengren, K. E. (1999). *Communication: an introduction*. London: Sage.

59. Rusbult, C. E., & Buunk, B. P. (1993). Commitment processes in close relationships: An interdependence analysis. *Journal of Social and Personal Relationships*, *10* (2), 175-204. doi: 10.1177/026540759301000202

60. Scott, C. R. (2004). Benefits and drawbacks of anonymous online communication: Legal challenges and communicative recommendations. *Free speech yearbook*, *41* (1), 127-141. doi: 10.1080/08997225.2004.10556309

61. Sís, J. (2012). *Moderní metody komunikace a posilování partnerské spolupráce*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci.

62. Slaměník, I. (2011). *Emoce a interpersonální vztahy*. Praha: Grada Publishing.

63. Slatcher, R. B. (2010). When Harry and Sally met Dick and Jane: Creating closeness between couples. *Personal Relationships*, *17* (2), 279-297. doi: 10.1111/j.1475-6811.2010.01276.x

64. Slowík, J. (2010). *Komunikace s lidmi s postižením*. Praha: Portál.

65. Sprecher, S. (2014). Initial interactions online-text, online-audio, online-video, or face-to-face: Effects of modality on liking, closeness, and other interpersonal outcomes. *Computers in Human Behavior*, *31*, 190-197. doi: doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.029

66. Sprecher, S., & Hendrick, S. S. (2004). Self-disclosure in intimate relationships: Associations with individual and relationship characteristics over time. *Journal of Social and Clinical Psychology*, *23* (6), 857-877. doi: 10.1521/jscp.23.6.857.54803

67. Sprecher, S., Treger, S., Wondra, J. D., Hilaire, N., & Wallpe, K. (2013). Taking turns: Reciprocal self-disclosure promotes liking in initial interactions. *Journal of Experimental Social Psychology*, *49* (5), 860-866. doi: 10.1016/j.jesp.2013.03.017

68. Sternberg, R. J. (1988). *The triangle of love: Intimacy, Passion. Commitment*. New York: Basic Books.

69. Sternberg, R. J., & Grajek, S. (1984). The nature of love. *Journal of Personality and Social Psychology*, *47* (2), 312. doi: 10.1037/0022-3514.47.2.312

70. Suler, J. (2004). *The Psychology of Cyberspace.* Získáno z http://truecenterpublishing.com/psycyber/disinhibit.html

71. Suler, J. (2004). The online disinhibition effect*. Cyberpsychology & behavior*, *7* (3), 321-326. doi: 10.1089/1094931041291295

72. Sullivan, J. R. (2012). Skype: an appropriate method of data collection for qualitative interviews?. *The Hilltop Review*, *6* (1), 10. Získáno z: https://scholarworks.wmich.edu/hilltopreview/vol6/iss1/10

73. Svobodová, D. (2010). *Specifické prvky jazykové ekonomie v současné elektronické komunikaci*. Ostrava: PdF OU.

74. Ševčíková, A. (2014). *Děti a dospívající online: vybraná rizika používání internetu*. Praha: Grada Publishing.

75. Šmahaj, J. (2014). *Kyberšikana jako společenský problém: Cyberbullying as a social problem*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci.

76. Šmahel, D. (2003). *Psychologie a internet*. Praha: Triton.

77. Trepte, S., & Reinecke, L. (Eds.). (2011). *Privacy online: Perspectives on privacy and self-disclosure in the social web*. Berlin: Springer Science & Business Media.

78. Tubbs, S. L., Moss, S. (1991). *Humman Communication*. New York, St.Louis, San Francisco: McGraww-Hill, Inc.

79. Valkenburg, P. M., Sumter, S. R., & Peter, J. (2011). Gender differences in online and offline self-disclosure in pre-adolescence and adolescence. *British Journal of Developmental Psychology, 29* (2), 253−269. doi: 10.1348/2044-835X.002001

80. Vybíral, Z. (2009). *Psychologie komunikace*. Praha: Portál.

81. Výrost, J., Slaměník I. (2008). *Sociální psychologie* (2. vyd.), Praha: Grada Publishing.

82. Wallace, P. (2015). *The psychology of the Internet*. Cambridge University Press.

83. Watson, D., Clark, L. A., & Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: the PANAS scales. *Journal of personality and social psychology*, *54* (6), 1063. Získáno z: http://www.cnbc.pt/jpmatos/28.Watson.pdf

84. Watzlawick, P., Bavelas, J. B., & Jackson, D. D. (2011). *Pragmatika lidské komunikace: interakční vzorce, patologie a paradoxy* (2. vyd.). Brno: Newton Books.

85. Won, J., & Seo, D. (2017). Relationship Between Self-disclosure and Cyberbullying on SNSs. In *European, Mediterranean, and Middle Eastern Conference on Information Systems* (pp. 154-172). Springer, Cham.

ABSTRAKT BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Název práce: Navození interpersonální blízkosti a důvěry v internetové komunikaci

Autor práce: Pavlína Sitařová

Vedoucí práce: PhDr. Jan Šmahaj, Ph.D.

Počet stran a znaků: 68, 119 741

Počet příloh: 7

Počet titulů použité literatury: 85

Abstrakt:

Internetová komunikace se stala součástí každodenního života mnoha z nás. Díky online komunikačním platformám zůstáváme v kontaktu s blízkými, ale také můžeme navazovat nové vztahy.

Výzkumným cílem bakalářské práce je navození interpersonální blízkosti a důvěry v internetové komunikaci. Tento jev byl zkoumán pomocí experimentálního mezisubjektového designu. Výzkumný soubor (n=40) byl získán samovýběrem a příležitostným výběrem z populace vysokoškolských studentů. Srovnávali jsme dvě skupiny respondentů interagující 45 minut skrze aplikaci Skype – experimentální skupina byla v interakci pomocí *sbližovacích otázek/úkolů* a kontrolní skupina interagovala pomocí *otázek/úkolů typu small talk*. Očekávali jsme, že respondenti ze skupiny se *sbližovacími otázkami/úkoly* budou dosahovat většího pocitu sblížení po interakci než respondenti ze skupiny se *small talk otázkami/úkoly*. Našimi dalšími předpoklady bylo, že ženy budou dosahovat většího sblížení než muži a také, že výsledný pocit sblížení bude kladným směrem ovlivněn atraktivitou jedince a atraktivitou partnera.

Výsledky nepotvrdily naše očekávání a výzkum tak nenavázal na předchozí studie, které prokázaly větší míru navozeného sblížení u skupiny se *sbližujícími otázkami/úkoly*. Také se nepodařilo nalézt signifikantní vztah mezi výsledným pocitem blízkosti a důvěry a pohlavím. Jako nesignifikantní se také projevil vztah mezi atraktivitou jedince/atraktivitou partnera a navozenou blízkostí a důvěrou.

Klíčová slova: internetová komunikace, interpersonální vztahy, blízkost, navození blízkosti, sebe-odkrývání

ABSTRACT OF THESIS

Title: Creating interpersonal closeness and trust in internet communication

Author: Pavlína Sitařová

Supervisor: PhDr. Jan Šmahaj, Ph.D.

Number of pages and characters: 68, 119 741

Number of appendices: 7

Number of references: 85

Abstract:

Internet communication has become a part of our everyday life. Thanks to online communication platforms we stay in touch with our relatives, but it also helps us in creating new relationships.

The research objective of the thesis is creating interpersonal closeness and trust in internet communication. This phenomenon was researched using experimental intersubject design. The research file (n=40) was obtained using voluntary sampling method and occasional selection from the population of university students. We compared two groups of respondents interacting for 45 minutes through the app Skype – the experimental group interacted using *closeness creating questions/tasks* and the control group interacted using *small talk type questions/tasks*. We expected the respondents of the *closeness creating questions/tasks* group to reach a higher feeling of closeness after the interaction than the respondents of the *small talk type questions/tasks* group. Another premise was that women will reach higher feeling of closeness than men and also that resultant feeling of closeness will be positively influenced by the attractiveness of the subject and of the partner.

The results did not confirm our expectations and so the research does not follow previous studies which showed higher level of closeness created among the group with *closeness creating questions/tasks.* Significant relations between the resultant feeling of closeness and trust and gender was also not found. The relation between attractiveness of the subject/partner and feeling of closeness and trust was also insignificant.

Key words: internet communication, interpersonal relationship, closeness, creating closeness, self-disclosure

Přílohy

Seznam příloh:

1. Leták k náboru respondentů
2. Informovaný souhlas s účastní na experimentu
3. Dotazník navození blízkosti ve virtuálním prostředí
4. Instrukce pro respondenty
5. Ukázka experimentálního prostředí
6. Sbližovací otázky/úkoly
7. Small talk otázky/úkoly

Příloha č. 1: <u>Leták k náboru respondentů</u>

Příloha č. 2: <u>Informovaný souhlas s účastí na experimentu</u>

Název práce: Navození interpersonální blízkosti a důvěry v internetové komunikaci
Autor práce: Pavlína Sitařová
Vedoucí práce: PhDr. Jan Šmahaj. Ph.D.
Termín realizace experimentu:

Cílem bakalářské práce s názvem **„Navození interpersonální blízkosti a důvěry v internetové komunikaci“** je zjistit, zda lze navodit blízkost mezi dvěma cizími lidmi v online prostředí, za pomocí univerzálních 36 otázek. Účast na experimentu je zcela **dobrovolná**. Máte právo kdykoliv z experimentu **odstoupit** bez udání důvodu.

- Souhlasím s dobrovolnou účastí na experimentu a se zařazením poskytnutých údajů do výzkumu, uchováním dat v databázi (pouze po dobu nezbytně nutnou) a jejich statistickým zpracováním.

- Potvrzuji, že jsem byl/a předem a jasně informován/a o průběhu a účelu experimentu. Jsem si vědom/a, že svoji účast mohu kdykoliv zrušit.

- Souhlasím s pořízením a zpracováním video, audio a obrazového záznamu mé osoby během výzkumu. S nahrávkami bude nakládáno v souladu se zákonem č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů, a nařízením Evropského parlamentu č. 2016/679 ve znění pozdějších předpisů.

Prohlašuji, že jsem byl/a seznámen/a s podmínkami účasti na experimentu a že se jej chci dobrovolně zúčastnit. Beru na vědomí, že údaje poskytnuté pro účely tohoto výzkumu jsou anonymní a nebudou použity jinak, než k interpretaci výsledku v rámci bakalářské (diplomové) práce. Rovněž beru na vědomí, že mohu z výzkumu kdykoli, podle svého vlastního uvážení, vystoupit.

Dne:…… v Olomouci Jméno a příjmení:…….....

E-mail:…… Podpis:……...

Chci se zúčastnit soutěže o lístky do kina a souhlasím s případným kontaktování na výše uvedený email:

Ano ☐

Ne ☐

V případě jakýchkoliv dotazů mě kontaktujte na e-mail: <u>36experiment@gmail.com</u>

Příloha č. 3: <u>Instrukce pro respondenty</u>

Předtím, než budete pokračovat, si prosím pozorně přečtěte následující text.

Tato studie se zabývá mezilidskou blízkostí. Vaším úkolem, o kterém si myslíme, že pro vás bude celkem příjemný je, abyste se sblížili s druhým účastníkem experimentu. Domníváme se, že nejlepší způsob, jak se s druhým účastníkem experimentu sblížit, je pro vás oba upřímně sdílet odpovědi na otázky a úkoly. Samozřejmě, že když vám radíme ohledně sblížení se s druhým účastníkem experimentu, dáváme vám doporučení týkající se vašeho chování pouze v průběhu tohoto experimentu, neradíme vám ohledně vašeho chování mimo experiment.

Připravili jsme pro vás něco jako hru, která vám má pomoci se sblížit. V této hře se budete jeden druhému svěřovat. Čas na sdílení bude zhruba 45 minut, poté vás požádáme, abyste vyplnili dotazník týkající se vašeho zážitku se sbližování se s druhým účastníkem experimentu. Před sebou na stole máte tři sety otázek. Na každém lístku je napsaná otázka nebo úkol. Jakmile oba dva dočtete tyto instrukce, budete spojeni přes Skype hovor, ten pouze přijměte stisknutím zeleného tlačítka "Připojit se k hovoru". Začněte s lístky ze Setu 1. Jeden z vás přečte nahlas první lístek, a pak OBA DVA uděláte to (odpovíte na to), co je na něm napsané. Začíná osoba, která přečetla lístek jako první. Až oba dva skončíte (odpovíte), pokračujte k druhému lístku – jeden z vás ho přečte nahlas a oba dva uděláte to, co je na něm napsané. Poté takto pokračujte i s ostatními lístky.

Až budete procházet lístky, zabývejte se v daném momentě pouze jedním z nich. Dále prosím, žádné lístky nepřeskakujte –zodpovídejte je postupně. Jakmile přečtete otázku či zadání úkolu, sdílejte svou odpověď s druhým účastníkem experimentu. Poté ho/ji nechte s vámi sdílet svou odpověď na tu samou otázku. Střídejte se v tom, kdo čte nahlas (a tím i v tom, kdo začíná) s každým novým lístkem.

Bude vám řečeno, kdy se přesunout k dalšímu setu lístků. Není důležité stihnout všechny lístky v každém setu v přiděleném čase. Vezměte si na každý lístek dostatek času, abyste dělali to, co se po vás žádá, důkladně a uváženě.

Vyčkejte na hovor a můžete začít! Otočte na Set 1, lístek 1.

Příloha č. 4: <u>Dotazník navození blízkosti v online prostředí</u>

Věk: ……

Pohlaví: ☐ muž ☐ žena

Značení odpovědí v dotazníku:

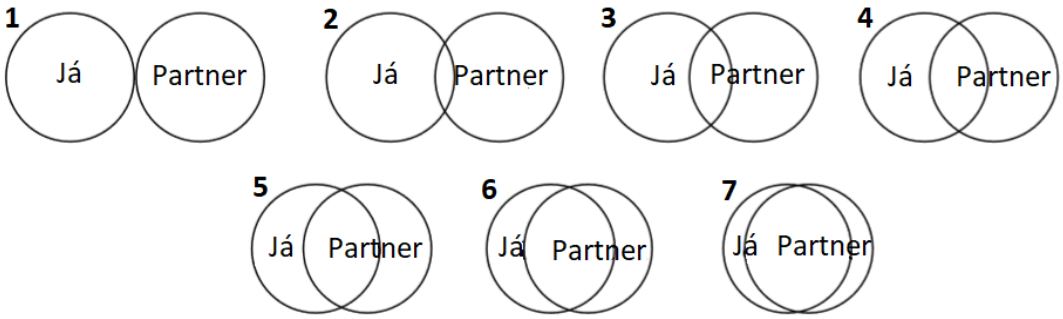
- odpověď zakroužkujte: ◯
- Pokud odpověď označíte špatně, tak ji přeškrtněte a zakroužkujte novou: ⊗

Legenda:

- **X** … druhý účastník experimentu

---

1. Vyberte takový pár kružnic, jejichž překrytí nejlépe vyjadřuje váš vztah s X.



2. Jak byste charakterizovali váš vztah k X vzhledem ke všem vašim ostatním vztahům (stejného i opačného pohlaví)?

1 2 3 4 5 6 7

Vůbec ne blízký Velmi blízký

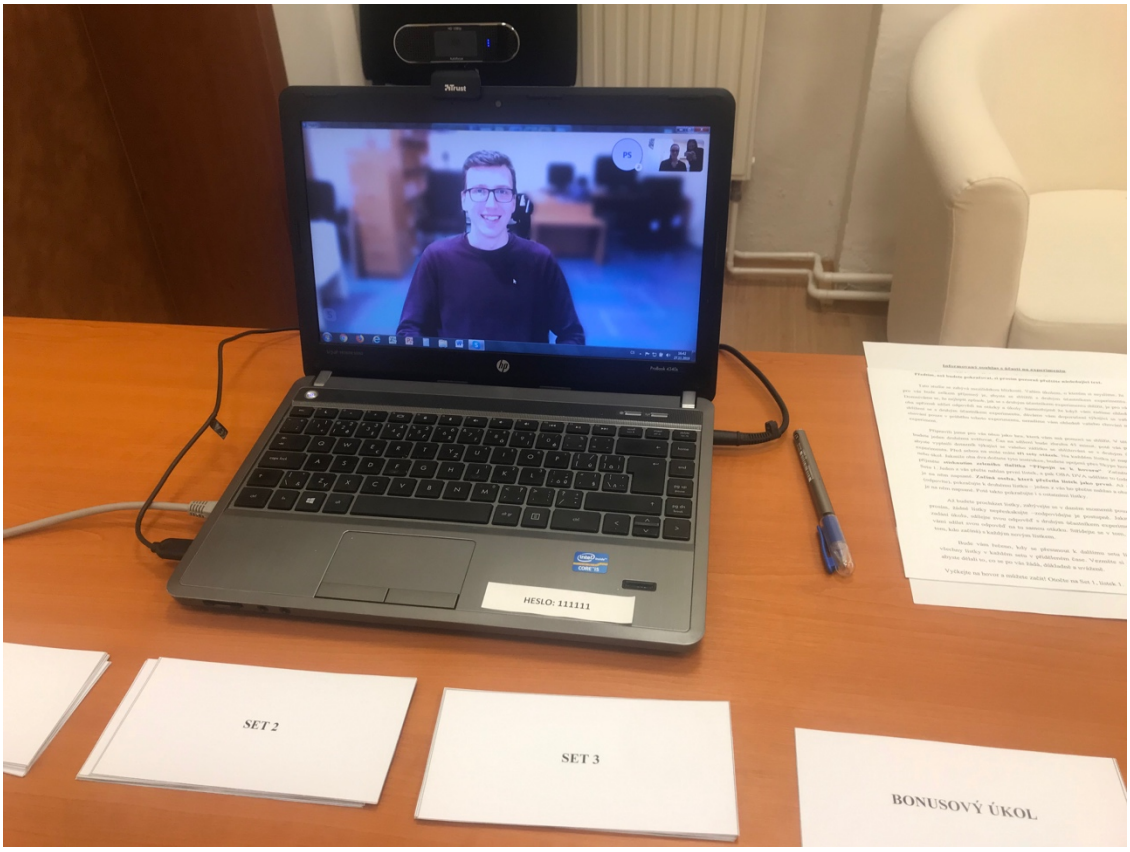
3. Jak byste charakterizovali váš vztah k X vzhledem k tomu, co víte o blízkých vztazích jiných lidí?

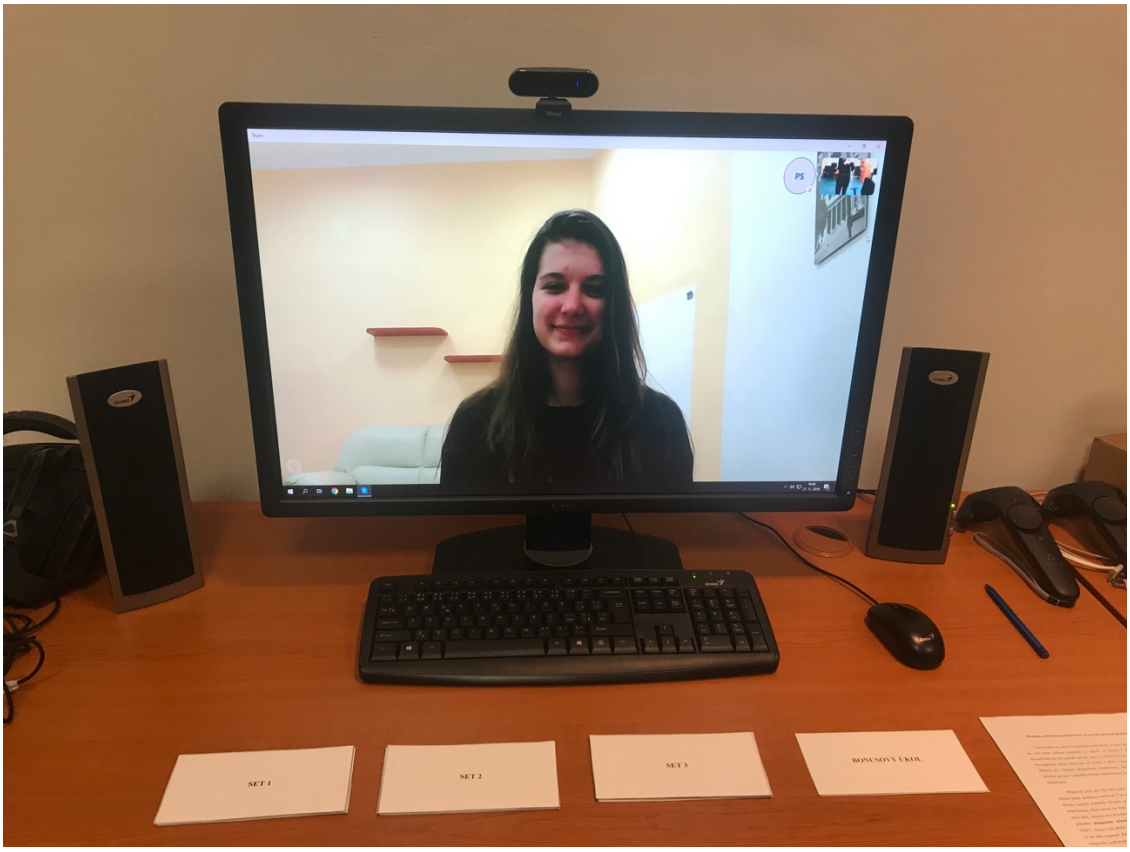
1 2 3 4 5 6 7

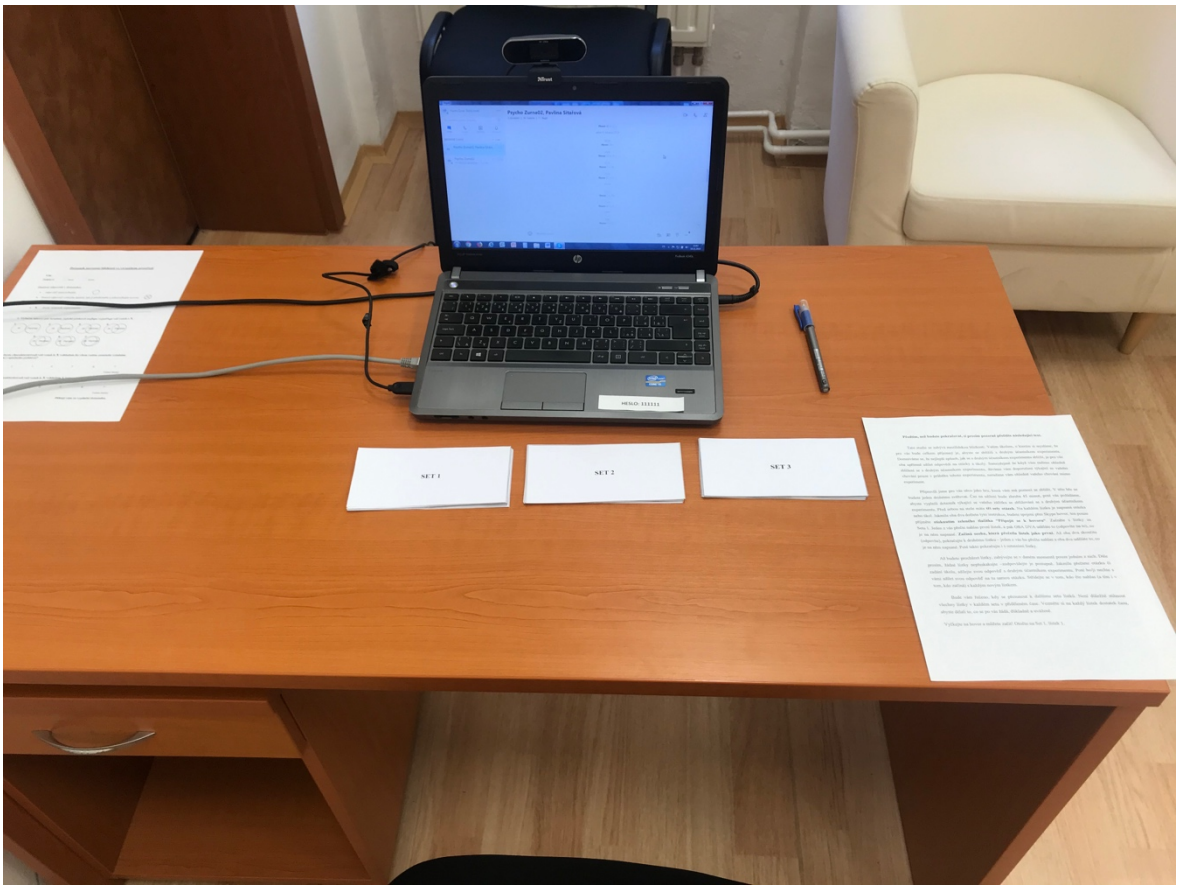
Vůbec ne blízký Velmi blízký

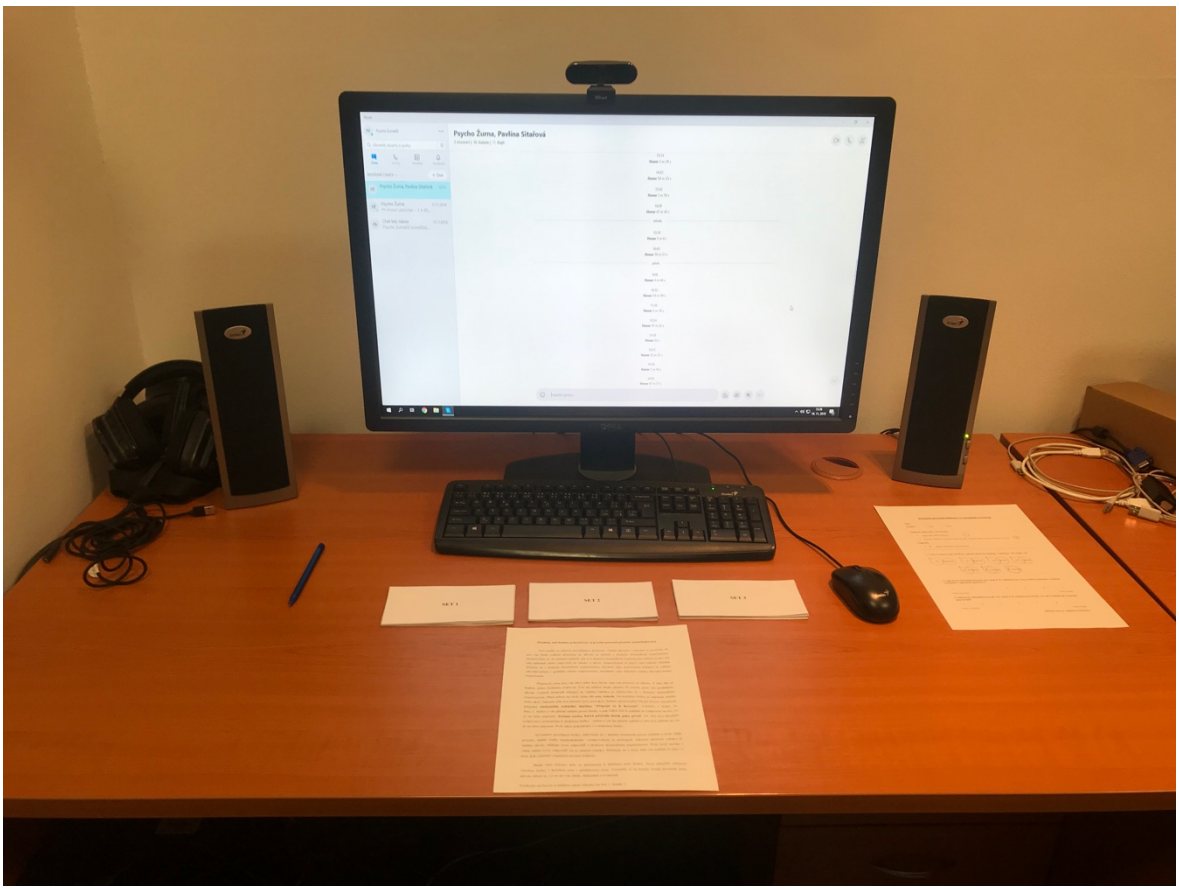
Děkuji vám za vyplnění dotazníku.

Příloha č. 5: <u>Ukázka experimentálního prostředí</u>






Psycho Žurnálů, Pavlína Sitařová
HESLO: 111111
SET 1
SET 2
SET 3


Psycho Žurna, Pavlína Sitařová
SET 1
SET 2
SET 3

Příloha č. 6: <u>Sbližovací otázky/úkoly</u>

SET I.

1. Kdyby sis mohl/a vybrat ze všech lidí na světě, s kým bys nejraději šel/šla na večeři?
2. Chtěl/a bys být slavný/á? A kvůli čemu?
3. Připravuješ si někdy co řekneš, než někomu zavoláš? Proč?
4. Jak by vypadal tvůj "dokonalý" den?
5. Kdy sis naposledy sám/sama pro sebe zpíval/a? A kdy před někým jiným?
6. Pokud by ses mohl/a dožít 90 let s tím, že posledních 60 let tvého života by sis mohl/a ponechat buď tělo nebo mysl 30letého člověka, co by sis vybral/a?
7. Máš předtuchu toho, jak bude vypadat tvoje smrt?
8. Vyjmenuj tři věci, které se ti zdá, že máte s tvým partnerem společné.
9. Za co ve svém životě jsi nejvíc vděčný/á?
10. Kdybys mohl/a změnit cokoliv na způsobu, jakým jsi byl/a vychováván/a, co by to bylo?
11. Vyhraď si teď 4 minuty a řekni svému partnerovi svůj životní příběh co nejpodrobněji to půjde.
12. Kdyby ses zítra mohl/a probudit s jednou libovolnou vlastností nebo dovedností, jaká by to byla?

SET II.

13. Pokud bys měl/a křišťálovou kouli, která ti může říct pravdu o tobě, tvém životě, budoucnosti nebo čemkoliv jiném, co bys chtěl/a vědět?
14. Je něco, co už dlouho toužíš udělat? Proč jsi to ještě neudělal/a?
15. Co je tvůj největší životní úspěch?
16. Čeho si nejvíce vážíš u přátelství?
17. Co je tvoje nejcennější vzpomínka?
18. Co je tvoje nejhorší vzpomínka?
19. Kdybys věděl/a, že za rok náhle zemřeš, změnil/a bys něco na svém životě? Proč?
20. Co pro tebe znamená přátelství?
21. Jakou roli ve tvém životě hraje láska a náklonnost?
22. Nyní řekni svému partnerovi něco, co ti na něm přijde pozitivní, načež on udělá to samé. Prostřídejte se, dokud každý neřekne 5 pozitivních vlastností.
23. Jak blízké a vřelé jsou vztahy ve tvé rodině? Máš pocit, že jsi měl/a šťastnější dětství než většina ostatních lidí?
24. Jaký máš pocit ze vztahu se svou matkou?

SET III.

25. Řekněte 3 pravdivá tvrzení o sobě a svém partnerovi. Například "Jsme oba v této místnosti a cítíme..."
26. Dokonči následující větu: "Přál/a bych si mít někoho, s kým bych mohl/a sdílet..."
27. Kdyby se z tebe a tvého partnera měli stát blízcí přátelé, co si myslíš, že by bylo důležité, aby o tobě věděl?
28. Řekni svému partnerovi, co se ti na něm/ní líbí. Tentokrát buď velmi upřímný/á a řekni věci, které bys možná neřekl/a někomu, koho jsi teprve před chvílí poznal/a.

29. Sdílej se svým partnerem nějaký trapný moment z tvého života.
30. Kdy jsi naposledy brečel/a před jiným člověkem? A kdy zcela sám/sama?
31. Řekni svému partnerovi, co na něm/ní máš rád/a už teď.
32. Co je příliš závažné na to, aby se o tom vtipkovalo, pokud něco takového podle tebe vůbec existuje?
33. Pokud bys měl/a dnes večer zemřít bez možnosti jakkoliv komunikovat, čeho bys nejvíce litoval/a, že jsi někomu neřekl/a? A proč jsi to ještě neudělal/a?
34. Tvůj domov, kde se nachází i veškerý tvůj majetek, začne hořet. Poté, co zachráníš své blízké a domácí mazlíčky, máš čas na to vrátit se už jen pro jednu jedinou věc. Jaká by to byla? A proč?
35. Ze všech členů tvojí rodiny, čí smrt by tě nejvíce zasáhla? Proč?
36. Sdílej nějaký svůj osobní problém a požádej partnera o radu, jak by ho řešil/a on/ona. Zároveň ho/ji požádej, aby reflektoval/a, jaké podle něj/ní máš z tohoto problému pocity.

BOHUSOVÝ ÚKOL

Beze slova se dívejte jeden druhému do očí po dobu čtyř minut. Tím experiment končí...

Příloha č. 7: <u>Small talk otázky/úkoly</u>

SET I.

1. Kdy jsi naposledy byl/a na procházce déle než hodinu? Popiš, kudy jsi šel/la a co jsi viděl/a.
2. Jaký byl nejlepší dárek, který jsi kdy dostal/a? Proč?
3. Kdyby ses mohl/a odstěhovat do jakéhokoliv města v ČR, jaké by to bylo? Proč?
4. Jak jsi slavil/a poslední Vánoce?
5. Čteš často noviny? Jestli ano, které preferuješ a proč?
6. Jaký je ideální počet studentů na studentském bytě/koleji? Proč?
7. Kdyby si mohl/a vymyslet novou příchuť zmrzliny, jaká by to byla?
8. Jaká je nejlepší restaurace, kde jsi byl/a za poslední měsíc, ve které tvůj partner nebyl. Řekni o tom tvému partnerovi.
9. Popiš poslední zvíře, které jsi měl/a.
10. Jaké jsou tvé oblíbené prázdniny? Proč?
11. Řekni svému partnerovi o nejvtipnější věci, která se ti kdy stala, když jsi byl/a s malým dítětem.
12. Jaké dárky jsi dostal/a na tvé poslední narozeniny?

SET II.

13. Popiš tvoji poslední návštěvu v ZOO.
14. Řekni jména a věk členů tvojí rodiny, včetně prarodičů, tet, strýců a řekni, kde se narodili (do té míry, do které tyto informace víš).
15. Jeden z vás řekne slovo, ten druhý řekne slovo, které začíná na poslední písmeno předchozího slova. Takto pokračujte, dokud neřeknete 50 slov. Jakákoliv slova- nebudete dělat věty.
16. Máš rád/a vstávat brzy nebo zůstat vzhůru déle? Je něco, co z toho vyplívá vtipné?
17. Odkud jsi? Vyjmenuj všechna místa, kde jsi žil/a.
18. Jaká je tvůj oblíbený předmět ve škole? Proč?
19. Co jsi dělal/a poslední léto?
20. Jaké dárky jsi dostal/a poslední Vánoce?
21. Jaký je tvůj oblíbený herec/herečka, který/a je stejného pohlaví. Popiš tvoji oblíbenou scénu, ve které tento člověk hraje.
22. Jaký byl tvůj dojem z UPOL, když si sem poprvé přišel/přišla?
23. Jaká je tvoje oblíbená TV show, kterou jsi viděl poslední měsíc, kterou tvůj partner neviděl. Řekni o tom svému partnerovi.
24. Jaké jsou tvé oblíbené prázdniny? Proč? / Jaká je tvá oblíbená dovolená? Proč?

SET III.

25. Kam jsi chodil/a na střední školu. Jaká byla tvá střední škola?
26. Jaká je nejlepší kniha, kterou jsi četl/a v předešlých třech měsících, kterou tvůj partner nečetl. Řekni o tom svému partnerovi.
27. Jakou cizí zemi bys chtěl nejvíce navštívit? Co tě na tomto místě láká?
28. Preferuješ digitální hodinky nebo ručičkové? Proč?
29. Popiš nejlepší kamarádku/nejlepšího kamaráda tvé matky.
30. Popiš výhody a nevýhody umělého Vánočního stromečku.

31. Jak často si necháváš stříhat vlasy? Kam chodíš? Máš zkušenost s opravdu špatným účesem/střihem?
32. Měli jste na základní škole ve třídě zvíře? Pamatuješ si jeho jméno?
33. Myslíš si, že leváci jsou více kreativní než praváci?
34. Jaký je poslední koncert, který jsi viděl/a? Kolik alb od téhle kapely vlastníš? Viděl jsi je už předtím? Kde?
35. Odebíráš nějaký časopisy? Jaké? Co jsi odebíral/a v minulosti?
36. Hrál/a jsi někdy v nějaké školní hře? Jak se jmenovala tvá role? Jaký byl děj této hry? Stalo se ti něco vtipného, když jsi byl na pódiu?