



Projevy zdvořilosti v internetové komunikaci se zaměřením na e-mailovou komunikaci

Bakalářská práce

Studijní program: B7507 – Specializace v pedagogice
Studijní obory: 7504R269 – Český jazyk a literatura se zaměřením na vzdělávání
7507R036 – Anglický jazyk se zaměřením na vzdělávání

Autor práce: **Lucie Růžičková**
Vedoucí práce: doc. PhDr. Jasňa Pacovská, CSc.



ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Lucie Růžičková**
Osobní číslo: **P15000371**
Studijní program: **B7507 Specializace v pedagogice**
Studijní obory: **Český jazyk a literatura se zaměřením na vzdělávání**
Anglický jazyk se zaměřením na vzdělávání
Název tématu: **Projevy zdvořilosti v internetové komunikaci se zaměřením na e-mailovou komunikaci**
Zadávací katedra: **Katedra českého jazyka a literatury**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cílem práce je charakterizovat projevy zdvořilosti v internetové, zejména emailové komunikaci. Práce se soustředí zejména na vztah k obecným zásadám zdvořilosti, vymezí základní oblasti, v nichž jsou pravidla porušována.

Teoretickými východisky jsou studie představující různé přístupy ke zdvořilosti a práce, představující specifika internetové komunikace. Jedním z témat bude vyjadřování zdvořilosti prostřednictvím gramatických kategorií, např.: slovesný způsob a osoba, volba pádu při oslovení aj.

Praktická část bude vycházet z analýzy konkrétní emailové korespondence, okrajově komunikace prostřednictvím Facebooku, chatu apod.

Práce vyústí v porovnání žádoucích projevů zdvořilosti s jejich realizací v internetové komunikaci.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

GRICE, Herbert Paul. Logic and Conversation [online]. In: P. Cole, J. Morgan (eds.), Speech Acts. New York: Academia Press, 1975 [cit. 18.4.2017]. Dostupné z: <http://www.ucl.ac.uk/ls/studypacks/Grice-Logic.pdf>

HIRSCHOVÁ, Milada. Pragmatika v češtině. Vydání druhé, v Karolinu první, doplněné. Praha: Karolinum, 2013, 1 online zdroj (335 stran). ISBN 978-80-246-2390-0.

CHEJNOVÁ, Pavla. Zdvořilostní strategie. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Pedagogická fakulta, 2012, 189 s. ISBN 978-80-7290-550-8.

KARLÍK, Petr, Marek NEKULA, Zdenka RUSÍNOVÁ a Miroslav GREPL. Příruční mluvnice češtiny. Vyd. 2., opr. [i.e. 4. vyd.]. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2012. ISBN 978-80-7106-624-8.

LEECH, Geoffrey N. Principles of pragmatics. London: Longman, 1983. ISBN 0-582-55110-2.

PATOČKA, Otakar. O tykání a vykání. Praha: Grada, 2000, 114 s. Psychologie pro každého. ISBN 80-247-0000-X.

ULIČNÝ, Oldřich a kol. Preliminária k moderní mluvnici češtiny. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2015. 389 s. ISBN 978-80-244-4667-7.

ULIČNÝ, Oldřich a kol. Studie k moderní mluvnici češtiny 1-7. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013. ISBN 978-80-244-3549-7.

VYBÍRAL, Zbyněk. Psychologie lidské komunikace. Praha: Portál, 2000. 264 s. ISBN 80-7178-291-2.

WATZLAWICK, Paul, Janet Beavin BAVELAS a Don D. JACKSON.

Pragmatika lidské komunikace: interakční vzorce, patologie a paradoxy. Hradec Králové: Konfrontace, 1999. ISBN 80-86088-04-9.

Vedoucí bakalářské práce:

PhDr. Jasňa Pacovská, CSc.

Katedra českého jazyka a literatury

Datum zadání bakalářské práce:

30. dubna 2017

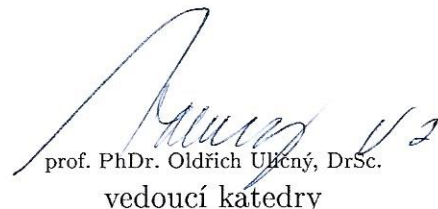
Termín odevzdání bakalářské práce:

30. dubna 2018

prof. RNDr. Jan Pícek, CSc.
děkan



prof. PhDr. Oldřich Uličný, DrSc.
vedoucí katedry



V Liberci dne 30. dubna 2017

Prohlášení

Byla jsem seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé bakalářské práce a konzultantem.

Současně čestně prohlašuji, že texty tištěné verze práce a elektronické verze práce vložené do IS STAG se shodují.

11. 4. 2019

Lucie Růžičková

Poděkování

Ráda bych poděkovala doc. PhDr. Jasně Pacovské, CSc., za cenné rady, věcné připomínky, vstřícnost a trpělivost při vedení mé bakalářské práce.

Anotace

Tato bakalářská práce se zabývá projevy zdvořilosti v internetové komunikaci. Primárně je zaměřena na e-mailovou komunikaci, okrajově na komunikaci prostřednictvím komentářů na Facebooku. Základem teoretické části jsou poznatky z relevantní odborné literatury, podstatou je výklad klíčových pojmů. V empirické části je analyzována komunikace prostřednictvím e-mailů a komentářů na Facebooku aplikováním teorií zdvořilosti.

Klíčová slova: zdvořilost, komunikace, internetová komunikace, e-mail, Facebook.

Annotation

This bachelor thesis deals with the indicators of politeness in internet communication. The focus is primary on e-mail communication, secondary on communication via comments on Facebook. The pieces of knowledge from relevant references comprise the basis of the theoretical part in which the interpretation of key concepts is essential. The communication via e-mail and comments on Facebook is analysed by applying theories of politeness in the empirical part.

Keywords: politeness, communication, internet communication, e-mail, Facebook.

Obsah

Seznam obrázků.....	9
Úvod.....	10
Teoretická část	11
1 Komunikace	11
1.1 Základní složky.....	11
1.2 Funkce komunikace	13
1.3 Komunikační proces	14
1.3.1 Komunikační situace.....	14
1.3.2 Etapy komunikačního procesu.....	15
1.4 Druhy komunikace.....	16
1.5 Komunikáty podle počtu účastníků	17
1.5.1 Monolog.....	17
1.5.2 Dialog.....	17
1.6 Recepce komunikátu.....	19
1.6.1 Interpretace	19
1.6.2 Neporozumění a nedorozumění	20
2 Zdvořilost.....	20
2.1 Princip kooperace Paula Grice.....	21
2.2 Zdvořilostní maximy Geoffreyho Leech.....	22
2.3 Pojem tváře Penelope Brownové a Stephena Levinsona.....	23
3 Internetová komunikace.....	25
3.1 Internet	26
3.2 Způsoby komunikace na internetu	27
3.2.1 E-mail.....	28
3.2.2 Sociální sítě.....	29

3.2.2.1	Chat.....	29
3.2.2.2	Komentáře	30
4	Zdvořilost na internetu.....	31
4.1	Netiketa.....	31
4.2	E-mailová komunikace	34
4.3	Komentáře na Facebooku	36
	Empirická část.....	38
5	Analýza e-mailů.....	38
5.1	Formální e-maily.....	38
5.1.1	Struktura.....	39
5.1.2	Oslovení a rozloučení	40
5.1.3	Jazykové jevy.....	41
5.1.4	Analýza z hlediska zdvořilostních principů a netikety	42
5.2	Neformální e-maily.....	44
5.2.1	Struktura.....	45
5.2.2	Oslovení a rozloučení	46
5.2.3	Jazykové jevy.....	46
5.2.4	Analýza z hlediska zdvořilostních principů a netikety	47
6	Analýza komentářů na <i>Facebooku</i>	49
6.1.1	Jazykové jevy.....	49
6.1.2	Analýza z hlediska zdvořilostních principů a netikety	51
	Závěr	54
	Seznam literatury	57
	Seznam příloh	59

Seznam obrázků

Obrázek 1: Komunikace bez vykání/tykání	50
Obrázek 2: Strategie nepřímého vyjadřování – ironie	52
Obrázek 3: Ohrožení pozitivní tváře – kritika vzhledu.....	53

Úvod

V této bakalářské práci se budeme zabývat projevy zdvořilosti v internetové komunikaci. Primárně se zaměříme na e-mailovou komunikaci, okrajově bude rozebrána i komunikace prostřednictvím komentářů na *Facebooku*. Cílem práce je charakterizovat projevy zdvořilosti v těchto internetových komunikacích.

V teoretické části vymezíme základní pojmy spojené s komunikací potřebné pro orientaci v problematice. Následně představíme zdvořilostní teorie, z kterých budeme vycházet při analyzování e-mailů a komentářů. Shrňeme rysy a specifika internetové komunikace spolu se způsoby komunikace, které zde probíhají a jsou předmětem naší analýzy. V závěru teoretické části práce představíme pravidla zdvořilosti vymezená v netiketě a jejich specifikaci ve zvolených komunikacích.

Empirická část bude vycházet z analýzy konkrétních komunikací prostřednictvím e-mailů a komentářů na *Facebooku*. Podkladem jsou data získaná ze 40 formálních a 20 neformálních e-mailů a komentářů pod 20 příspěvky. Materiál analyzujeme z hlediska zdvořilostních teorií a budeme sledovat, jaké gramatické kategorie jsou využity k vyjádření zdvořilosti. Analýze podrobíme i grafickou stránku e-mailů a komentářů. U e-mailové korespondence se navíc zaměříme i na strukturu, oslovení a rozloučení. V závěru porovnáme projevy zdvořilosti v analyzovaných internetových komunikacích a shrňeme poznatky, k nimž jsme dospěli.

Teoretická část

1 Komunikace

V této kapitole vymežíme pojem komunikace, její průběh, základní složky a funkce. Slovo komunikace má mnoho významů. Pro nás je klíčový význam vycházející z latinského *communicare*, což znamená činit něco společným, informovat, dorozumívat se.

V pojetí Marie Čechové (2011) je komunikace proces dorozumívání – společenský styk s cílem výměny myšlenkových obsahů mezi účastníky komunikace, komunikanty.

Nikola Sklenářová (2013, str. 8) pojem komunikace rozšiřuje: „*Z celkového pohledu lze komunikaci chápat v užším smyslu jako proces sdělování, výměny informací, myšlenek, představ, názorů, pocitů, hodnot od jednoho člověka k druhému na základě konkrétního znakového systému. V širším smyslu znamená určitý vztah, sdílení existence s komunikačním partnerem*“.

Pojem vztah spojuje s komunikací i Zbyněk Vybíral (2005) a uvádí, že pojem komunikace se z části překrývá s pojmem interakce, přičemž interakce má nejbliže k pojmu vztah. Mezilidskou komunikaci poté vymezuje jako „*interakci pomocí symbolů (jazyka, gest, naznačující mimiky, sdělujícího pohledu apod.)*“. Produktor i adresát jsou během komunikace v určitém vztahu. Vyměňují si myšlenky a názory, reagují na sebe a vzájemně se ovlivňují.

1.1 Základní složky

Pro vznik a samotný průběh komunikace jsou nezbytné základní složky, které Roman Jakobson (1995, str. 78) vyjádřil následujícím schématem:

KONTEXT
SDĚLENÍ
MLUVČÍ ADRESÁT
KONTAKT
KÓD

Mluvčí a **adresát** jsou účastníci komunikace (komunikanti), mezi nimiž dochází k interakci. Produktor (mluvčí) předává sdělení adresátovi s určitým záměrem a adresát

má od sdělení jisté očekávání. I to se promítne na průběhu komunikace a ovlivní to její výsledek.

Důležitým faktorem pro komunikaci a její průběh jsou i vzájemné vztahy mezi komunikanty. Komunikace je ovlivněna tím, zda se komunikanti znají, či nikoli. Taková komunikace je potom důvěrná a vřelá, nebo naopak neutrální, až odtažitá. Další faktorem je sociální postavení účastníků komunikace, tj. že jinak bude probíhat komunikace mezi sobě rovnými a jinak mezi podřízeným a nadřízeným. Komunikace je ovlivněna i věkem komunikantů, psychikou, náladou, vzděláním, pohlavím apod.

Sdělení (téma) je skutečnost, o níž se komunikuje. Sdělení, aby mělo působnost, dle Romana Jakobsona (1995, str. 77) „*vyžaduje nějaký **kontext**, k němuž poukazuje, vnímatelný adresátem a buď verbální nebo přístupný verbalizaci*“.

Pro přenos sdělení (a tudíž komunikaci samotnou) je podstatný **kód**. Kódem se v tomto případě rozumí systém znaků a pravidel, jejichž spojení slouží přenosu informace. Podmínkou úspěšné komunikace je, že zvolenému kódu rozumí (alespoň částečně) oba komunikanti (mluvčí = kódovatel, adresát = dekódovatel). Mluvíme-li o jazykové komunikaci, zvoleným kódem je jazyk.

Poslední složkou, kterou Roman Jakobson (1995) uvádí, je **kontakt**. Kontakt je fyzikálním kanálem komunikace, tedy prostředím, ve kterém komunikační proces probíhá. Může se jednat o místo, kde se komunikanti setkávají, což platí pro přímou komunikaci, ale například při dálkové komunikaci, které se v této práci budeme věnovat především, se může jednat i o komunikace skrze televizní kanál, telefonní vedení či právě prostřednictvím internetové sítě. Komunikační kanál slouží k přenášení signálu a psychické spojení komunikantů, což jim umožňuje průběh komunikace.

Z hlediska kontaktu komunikantů Marie Čechová (2011) člení komunikační styk podle toho, jestli se odehrává z očí do očí, potom se jedná o přímý bezprostřední, či např. při telefonickém rozhovoru, tj. přímý zprostředkovaný, anebo tzv. nepřímém. Poslední zmiňovaný nás bude zajímat nejvíce. Proces tvorby a recepce komunikátu v něm neprobíhají současně, je tedy odložený. Jedná se především o písemné projevy jako korespondence, články, SMS, MMS a pro účely této práce nejpodstatnější komunikaci prostřednictvím internetu (podrobněji viz kapitola 3). Rozdíly mezi výše zmíněným se

promítnou ve výstavbě komunikátu. Přímý bezprostřední bude spíše nepřipravený a kusý, zatímco na nepřímém se již promítne jistá příprava komunikantů.

1.2 Funkce komunikace

Funkce komunikace nelze jednoznačně vyčlenit, jelikož dochází k jejich vzájemnému překrývání. Někteří autoři se o to však pokusili. Uvedeme funkce dle Romana Jakobsona (1995) a Zbyňka Vybírala (2005).

Roman Jakobson (1995) přiřazuje různé funkce k výše uvedeným činitelům komunikace. Uvádí, že rozdílnost je v hierarchii funkcí. Funkce koncentrovaná k mluvčímu je **emotivní**, orientovaná na adresáta **konativní**, zaměřená na kontext **poznávací**, na kontakt **fatická**, na kód **metajazyková** a na sdělení **poetická**. Pro ilustraci uvádíme Jakobsonovo schéma (1995, str. 82), které koresponduje se schématem v kapitole 1.1:

POZNÁVACÍ
EMOTIVNÍ POETICKÁ KONATIVNÍ
FATICKÁ
METAJAZYKOVÁ

Poznávací (referenční) funkce, která je zaměřená na označovaný předmět (kontext), má dle Jakobsona ve většině případu vedoucí úlohu. Svůj neopomenutelný podíl však mají i funkce ostatní.

Emotivní (expresivní) funkce míří k přímému vyjádření postoje mluvčího k tématu. Vytváří dojem nějaké emoce, která může být pravdivá, ale i nepravdivá. Emotivní funkce je reprezentována citoslovci a zabarvuje všechny výpovědi na fonetické, gramatické a lexikální rovině.

Konativní funkce nachází gramatický výraz ve vokativu a imperativu. Ty se odlišují od ostatních jmenných a slovesných kategorií syntakticky, morfologicky a často i fonologicky.

Fatická funkce slouží k navázání a udržení kontaktu, ale i jeho přerušování a ujištění, zda kanál funguje (*Slyšíme se?*). Dále také k připoutání a udržení partnerovi pozornosti (*Jste tam?*).

Metajazyková funkce slouží k ověření, zda komunikanti užívají stejného kódu. Předávané informace se vztahují především k užívanému lexiku (*Co jste to říkal?, Rozuměl jste mi?*).

Poetická funkce se orientuje na sdělení samotné. Jakobson uvádí, že je v komunikacích užitá samovolně, aniž by si to mluvčí uvědomoval. Tuto funkci reprezentuje na příkladu dívky, která známého nazývala „*darebákem Darekem*“, poněvadž se jí toto spojení zdálo nejpřesnější. Nevědomky tak užívala básnického prostředku paronomázie.

S rozdílnými 5 funkcemi komunikace přišel Zbyněk Vybíral (2005, str. 31):

- **informativní funkce** – předat zprávu, doplnit jinou, „dát ve známost“, oznámit, prohlásit
- **instruktážní funkce** – navézt, zasvětit, naučit, dát recept apod.
- **persvazivní funkce** – změnit adresátův názor, zmanipulovat, ovlivnit
- **vyjednávací funkce** – řešit a vyřešit, dospět k dohodě
- **zábavní funkce** – rozveselit druhého či sebe, rozptýlit

Vybíral (2005) dále uvádí, že výčet by mohl být rozšířen o kontaktní (fatická viz Jakobson) a sebe-reprezentační funkci.

1.3 Komunikační proces

1.3.1 Komunikační situace

Komunikační proces vždy probíhá v komunikační situaci, která jej spoluvytváří a ovlivňuje. Milada Hirschová (2013) uvádí, že se při charakterizaci komunikační situace pravidelně vybírá z následujících dvojic rysů:

- *interpersonální – masová,*
- *verbální – neverbální,*
- *veřejná – soukromá,*
- *oficiální – neoficiální,*
- *psaná – mluvená,*
- *v jednom kódu (jazyce) – ve více než jednom kódu (vícejazyčná, obsahující neverbální prvky) aj.*

V úvahu se bere i místo a čas, v nichž komunikace probíhá, ale i prostorové okolnosti komunikace (*tváří v tvář – distantní*). Komunikační situace je tvořena i počtem účastníků, jejich sociálním postavením, vzájemnými vztahy, vzděláním, věkem apod.

Milada Hirschová (2013) jako další prvek komunikační situace zmiňuje užívání – neužívání zprostředkujících technických zařízení (telefon, fax, e-mail aj.).

Produktor by měl volit jazykové prostředky a formulace, které jsou adekvátní k dané komunikační situaci. To mu do jisté míry zajišťuje, že u recipienta dojde ke korektnímu dekódování a pochopení komunikátu.

Komunikační situace má větší vliv na projevy, které jsou nepřipravené a mluvené. Čím je recepce distancovanější od doby a místa vzniku projevu, tím je pravděpodobnější, že činitelé z komunikační situace nebudou mít na komunikát vliv.

Z důvodu orientace naší práce na e-mailovou komunikaci a komunikaci prostřednictvím komentářů na *Facebooku* předpokládáme, že komunikace bude *psaná, verbální, distantní* a spíše *interpersonální*. Rozdíly potom budou zřetelné v případech *veřejné – soukromé* a *oficiální – neoficiální*.

1.3.2 Etapy komunikačního procesu

Marie Čechová (2011, str. 382) uvádí, že komunikování, které není bezprostřední a nepřipravené, mívá zpravidla 3 etapy:

- **Komunikační koncepce (plán)** – etapa, která předchází samotné komunikaci. Autor v této etapě zvolí tematiku svého projevu a shromáždí představy o jejím rozvržení a způsobu podání. To se samozřejmě týká připravené komunikace. Pro účely této práce je to tedy adekvátní, jelikož většina komunikace prostřednictvím internetu je připravená.
- **Vlastní komunikování: lokuce** (akt vyjadřování) a **ilokuce** (akt užití jazyka za jistým záměrem: co, jak a proč se sděluje). Produkce vlastního komunikátu zahrnuje realizaci kompozičního postupu a vlastní stylizaci.
- **Recepce/přijímání komunikátu** – obsahuje vnímání (poslech/čtení), porozumění, popřípadě interpretaci komunikátu. Recepce náročného textu může předcházet jeho zprostředkování (např. učitelem).

Termíny *lokuce* a *ilokuce* pocházejí z teorie Johna R. Searleho (1969) a Johna Austina (1962). Posledním termínem užitým v této teorii je *perlokuce* (orientace na realizaci autorova záměru). „*Tato teorie zkoumá řečové akty jako promluvy jednosměrné, ztvárňující intence mluvčího. Jejich účinek na adresáta tu je přesto v samém centru pozornosti. Řečový akt je chápán jako souhra lokuce, ilokuce a perlokuce*“ (Uličný 2013, str. 102).

1.4 Druhy komunikace

Komunikaci můžeme členit na základě její povahy a prostředku. Z tohoto hlediska rozlišujeme: **verbálně-vokální**, **neverbálně-vokální (paralingvální)** a **neverbálně-nevokální (extralingvální)**.

Verbálně-vokální komunikace se realizuje pomocí jazyka, a to v psané i mluvené podobě. Užit je tedy jazykový materiál – hlásky, morfémy, slova, věty, souvětí. Zkoumaný materiál má psanou podobu a z majoritní části bude tvořen verbálně-vokálními prostředky.

Mezi neverbálně-vokální (paralingvální) prostředky patří intenzita hlasového projevu, tempo, intonace, vkládání pauz, délka projevu apod. Tyto prostředky doprovázejí verbální projev. V psaném textu se dají najít grafické prostředky, které tomu více či méně odpovídají (čárky, velká písmena, tučné zvýraznění apod.).

Posledním druhem komunikace dle tohoto dělení je neverbálně-nevokální (extralingvální). Jejimi prostředky jsou: zrakový kontakt, mimika, gestika, kinezika (pohyby), posturika (postoj a držení těla), proxemika (vzdálenost), haptika (dotyky) a sdělování úpravou zevnějšku a životního prostředí. V SMS zprávách, chatech a celkově komunikacích prostřednictvím sociálních sítí, ale i v e-mailové komunikaci můžeme nalézt smajlíky (emotikony), které mají verbální zprávu doplnit o nonverbální prvky. Pro účely této práce by se daly přidat takzvané samolepky a GIFy, které se používají například na sociální síti *Facebook* (viz kapitola 3.2.2.2). Tato grafická znázornění do jisté míry zastupují mimiku, gestiku, kineziku a posturiku. U GIFů i samolepek může být připojen krátký text, který napomáhá správné interpretaci. Jasňa Pacovská (2015, str. 42) podotýká: „*Neverbální informace poskytujeme většinou nevědomě. Soustředujeme se na to, co říkáme, a na tento druhý informační kanál zapomínáme*“. To však nemusí platit pro psanou podobu komunikace, ve které jsou užitě výše zmiňované zástupné prostředky. Produktor si je většinou dobře vědom, jaké prostředky vybírá a zasílá a co tím chce

sdělit. Sdílené emotikony, GIFy apod. nutně nemusí korespondovat s autorovou skutečnou neverbální reakcí. Lze tak snadno zakrýt skutečné emoce a zmanipulovat komunikaci.

1.5 Komunikáty podle počtu účastníků

Komunikáty se dají členit dle toho, kolik komunikantů se komunikace účastní. Potom mluvíme o komunikátech **monologických** a **dialogických**.

1.5.1 Monolog

Monolog představuje komunikaci jednosměrnou, jíž může být přítomen další komunikant krom mluvčího (produktora), ale na projev autora nereaguje. Takový komunikant je pouze recipientem. Monologický projev se tak stává nepřetržitým a tematicky bývá jednodušší než dialog.

Monolog může mít podobu přednášky, referátu, projevu, ale také může být užit v umělecké literatuře (viz známý monolog z Hamleta) apod.

Marie Čechová (2011, str. 388) k monologu podotýká, že *„se někdy každý projev chápe jako dialogický, protože potenciálně se počítá s jeho recipientem, s jeho reakcí na něj“*.

1.5.2 Dialog

Při dialogickém komunikátu dochází k aktivní interakci mezi dvěma či více komunikanty. Podstatou dialogu je reagování zúčastněných stran na sebe. Mluvní aktivita účastníků se střídá. Jedná se o formu rozhovoru, který je nejčastější formou běžné mluvené komunikace. Dialog bývá častěji nepřipravený (popř. připravený jenom z části) a je zakotvený situačně a kontextově. Milada Hirschová (2013, str. 281) však poznamenává, že *„v poslední době nabývá dialog v jiné než mluvené podobě velkého významu v důsledku rozšíření komunikačních technologií – e-mailu, internetových diskuzí (chatu) a zasílání SMS“*.

Témata dialogu se vyvíjí a mění, dochází k jejich rychlému střídání a může dojít i k porušování tematické jednoty. K tomu dochází v případě, že každý komunikant mluví o něčem jiném (např. mluví-li každý o svém a na svého spoluúčastníka nereaguje, jedná se o tzv. *„dialog hluchých“*). Komunikanti by měli dbát na to, aby tento případ nenastal, čehož docílí např. dodržováním kooperačního a zdvořilostního principu (viz kapitola 2).

Dialog bývá nejčastěji rozhovorem založeným na otázkách a odpovědích. Otázky působí jako podnět a odpověď je reakcí na něj. Účastníci komunikace se mohou v kladení otázek a odpovědích střídat, ale dochází i k situacím, kdy je komunikace jednosměrná (např. výslechy).

Dle Jasni Pacovské (2015) je třeba věnovat roli posluchače zvláštní pozornost, především se zaměřit na rozvoj dovednosti poslouchat a naslouchat. Pro úspěšnou komunikaci a zlepšení mezilidských vztahů je třeba ovládat obě komunikační dovednosti. Jasna Pacovská (2015, str. 34) vymezuje rozdíl mezi posloucháním a nasloucháním: „*Jestliže pozorně posloucháme, dozvídáme se věcné informace a lze říci, že se rozvíjíme intelektuálně. Poslouchání nám však také umožňuje odlišit fakta od domněnek či názorů a posuzovat objektivitu sdělení. Jestliže nasloucháme, vciťujeme se do postojů, názorů, zážitků, dojmů a starostí partnera*“. Dále podotýká, že recipient by měl zaměřovat pozornost na verbální sdělení, ale i neverbální projevy mluvčího. To však není možné v komunikaci, která je předmětem našeho zkoumání, jelikož aktéři nekomunikují tváří v tvář. Neverbální projevy jsou pouze zprostředkované grafickými prvky (viz kapitola 1.4), ty mohou být nejednoznačné a může dojít k špatné interpretaci vedoucí k nedorozumění (viz kapitola 1.6.2).

Jak bylo zmíněno výše, komunikace je ovlivněna podmínkami vzniku, a to i v případě dialogu, kdy ve většině případů dochází k přímému kontaktu komunikantů. Ty mají něco společného, minimálně čas a místo komunikace, ale i znalosti a zkušenosti. Marie Čechová (2011) uvádí, že následkem toho je v těchto dialozích tendence k úspornému (ekonomickému) vyjadřování. Komunikanti nepotřebují vše detailně popisovat, dochází k častému užití zájmen a zájmených příslovcí (*tam, odtud, ...*). Tento jev je někdy žádoucí, jelikož urychlením komunikace se může dojít k jejímu cíli včasěji (např. potřebuje-li kolemjdoucí stihnout vlak a nemůže najít správné nástupiště).

Dle Marie Čechové (2011) v dialogu dochází i k opačné tendenci, a sice nadbytečnosti. Důvody pro to jsou různé a nejedná se vždy o nadbytečnost ve špatném slova smyslu. V některých případech se krátká odpověď může považovat za společensky nežádoucí až nezdvořilou (viz kapitola 2.1 – Griceova maxima kvantity).

Výše bylo řečeno, že přímý kontakt komunikantů je zastoupen ve většině dialogů. Frekventované jsou ale i dialogy na dálku. Tyto dialogy budou pro tuto práci stěženi, jelikož právě takové probíhají prostřednictvím internetové komunikace. Repliky užití v tomto druhu komunikace jsou převážně odložené.

1.6 Receptce komunikátu

Poslední etapou komunikačního procesu je receptce. Receptce je přijímání komunikátu. Obsahuje poslechnutí (čtení), vnímání a porozumění. Porozumění může být východiskem pro interpretaci. Komunikant, který je v pozici přijímání komunikátu, se nazývá recipient. Recipient musí být aktivní, aby došlo k receptci, proto je nesprávné receptci považovat za pasivní činnost v komunikaci.

1.6.1 Interpretace

Výraz interpretace má několik významů. Pro tuto práci je stěženi význam, který užila Marie Čechová (2011, str. 388): „*nalézání, popř. vytváření smyslu komunikátu spolu s jeho výkladem*“. Při interpretaci nejde pouze o porozumění slovům, ze kterých je komunikát složen, ale zároveň o výklad funkce projevu. Karel Hausenblas (1997) říká, že porozumění slovům (či identifikace znakových jednotek) je nutným předpokladem interpretace. „*Příjemce postupně vytváří ve své mysli obsahově-sémantický komplex, který nazveme smysl komunikátu, textu*“ (Hausenblas 1997, str. 36).

Recipient vyslechne projev autora a snaží se v něm najít, určit a pochopit záměr a obsah komunikátu. Je vysoce pravděpodobné, že v projevu nalezne i jiný smysl, než jaký autor zamýšlel. Smysl komunikátu je značně subjektivní a vzniká jako výsledek komunikátu. Na jeho vzniku se podílejí obě strany – produktor i recipient.

Karel Hausenblas (1997, str. 36) uvádí, že „*oba jevy, interpretace textu a smysl textu, jsou spolu bytostně spjaty: interpretace je pochod, při němž příjemce konstituuje, vytváří smysl textu, a smysl textu je výsledek, k němuž příjemce dospívá pochodem interpretace textu*“.

Jak je nastíněno výše, záměr autora a smysl, který v projevu nalézá recipient, se může lišit. To může být zapříčiněno nepřesným pojmenováním či eliptickým vyjadřováním.

Pro interpretaci a její kvalitu je důležitá snaha recipienta. K porozumění může dojít, přestože je produkce komunikátu nekvalitní a některé důležité komponenty chybí. Stejně tak navzdory perfektnímu předání nemusí dojít k přijetí komunikátu, nebo dokonce může dojít k nedorozumění.

1.6.2 Neporozumění a nedorozumění

Dle Marie Čechové (2011) neporozumění a nedorozumění nastává u příjemců, je-li komunikát nepřiměřený obsahem nebo formou. Neporozumění znamená, že recipient nenajde smysl a neodhalí záměr autora. Nedorozumění je mylné pochopení komunikátu nebo jeho části.

Neporozumění i nedorozumění může zapříčinit autor a příjemce – autor nepřesnou formulací či neodhadnutím příjemcových zkušeností, příjemce nedostatkem zkušeností.

V ohledu na internetovou komunikaci může k neporozumění a nedorozumění dojít při špatném pochopení užitých grafických prvků (emotikony, GIFy apod.), které mohou mít pro každého z komunikantů jiný význam. Například mrkající emotikon představuje pro někoho význam pozitivní, avšak někdo si ho vykládá jako ironii. Prostá zpráva „*Jasně. ;-)*“ tak může znamenat úspěšné ukončení konverzace shodou komunikantů, ale i provokativní ironické vyjádření, které může vést až ke konfliktu komunikantů.

Nedorozumění může být ale nastrojeno autorem či příjemcem záměrně. U autora k tomu dochází při záměrné víceznačnosti projevu (hádky, anekdoty,...). Příjemce může předstírat neporozumění kvůli vlastnímu užitku.

2 Zdvořilost

Při vymezení pojmu zdvořilost se setkáváme s řadou problémů. Jedním takovým problémem je to, že normy zdvořilého chování nejsou jednotné a podléhají kulturním a historickým proměnám. Jinými slovy, co se například považuje za zdvořilé v zemích Evropy, nemusí být zdvořilé v Asii apod.

Milada Hirschová (2013, str. 228) pojem zdvořilosti vymezuje jako „*vlastnost komunikování souvisící s efektivitou komunikace (usnadňuje získávání a výměnu informací, podílí se na ovlivňování postojů adresáta), ale také s existujícími interpersonálními vztahy, jejich vývojem, případně i s jejich využíváním a řízením*“.

Zdvořilost dle definice Daniely Zíkové (2008, str. 47): „*Zdvořilost lze obecně vymezit z negativního úhlu pohledu (tzn. jako prostředek mající za cíl zabránit konfliktům a rovněž kontrolovat a omezovat potenciální agresi komunikantů) i z pozitivního úhlu pohledu (tj. jako prostředek podporující udržení dobrých vztahů a přátelské atmosféry mezi komunikanty)*“.

Zdvořilost v lingvistickém pojetí vymezuje František Čermák (1997, str. 402): „*Zdvořilost je konvenční sociální postoj a projev úcty a takové chování, které je přijatelné a nekonfliktní a které má v jazyce různé vyjádření*“.

V pragmalingvistickém pojetí Milada Hirschová (2013, str. 229) definuje zdvořilost jako „*soubor řečových strategií, způsobů užívání jazyka, které jako svůj hlavní cíl mají nejen bezproblémovou komunikaci, ale zejména seberealizaci a sebeobranu komunikujícího individua v interakci s jinými komunikanty*“. Dále uvádí, že s ideou o zdvořilosti jako uplatňování souboru pragmatických pravidel přišla Robin Lakoffová (1973, cit. podle Hirschové 2013), jež zformulovala 3 zásady reprezentující pojem zdvořilost:

- 1) Do not impose („nikomu nic nevnucuj“)
- 2) Give options („dej možnost volby“)
- 3) Make the addressee feel good – be friendly („chovej se přátelsky, aby se adresát cítil dobře“).

Dodržováním těchto tří zásad dle Lakoffové dojde k splnění dvou základních požadavků, a sice požadavku jasnosti vyjadřování a požadavku zdvořilosti.

2.1 Princip kooperace Paula Grice

Kooperace (spolupráce) je důležitou součástí interakce mezi komunikanty. Podle Hirschové (2013) je kooperace nutná, aby mohlo dojít k realizování racionální a smysluplné komunikace.

Kooperační princip formuloval americký filozof Paul Grice (1975), který vymezil čtyři požadavky, tzv. *konverzační maximy* – *maxima kvality*, *maxima kvantity*, *maxima relevance*, *maxima způsobu*.

Maxima kvality znamená, že bychom neměli říkat něco, o čem nejsme přesvědčeni, že je pravda, a na co nemáme dostatek důkazů. Formulována je slovy: „*Snaž se, aby tvůj příspěvek byl pravdivý*“.

Maxima kvantity udává doporučení, že by nemělo být řečeno nadbytečné množství informací, než si daná komunikační situace žádá. Rovněž nedostačující množství je porušením kvantity.

Maxima relevance se váže k tématu komunikace, a sice říkat pouze to, co je k tématu relevantní v daném okamžiku.

Maxima způsobu pojednává o jasnosti a srozumitelnosti sdělení. Mluvčí by se měl vyhnout mnohoznačnosti a mluvit uspořádaně.

Přestože kooperační maximy nabízejí pravidla, která by měla být dodržována pro docílení efektivní komunikace, dochází často k jejich porušování. Grice tento jev předpokládal a tvrdí, že k porušování může docházet. Vznikají tím tzv. *konverzační implikatury*. Implikatura dle Milady Hirschové (2013, str. 195) je „*procedura, jíž se adresát dobírá skutečného, kompletního (nikoli jen doslovně vyřčeného), nýbrž implikovaného (implicitního) významu výpovědi*“. Mluvčí může sdělovat něco jiného, než co říká explicitně slovy. Často užitá je například ironie či sarkasmus. Tím však riskuje, že adresát se původního významu nemusí dovtípit.

2.2 Zdvořilostní maximy Geoffreyho Leech

Na Griceovu teorii navázal anglický stylistik Geoffrey Leech (1983), který formuloval tzv. *maximy zdvořilostního principu*. Oproti principu kooperace se Leech zaměřuje více na pozitivní pocity komunikantů. Pavla Chejnová (2012, str. 35) uvádí, že „*Leechův princip se může dostat s Griceovým do rozporu, např. ne každý kompliment je pravdivý, ne každá zdvořilostní formule v rámci fatické komunikace je relevantní*“.

Geoffrey Leech dal požadavkům na zdvořilost podobu 6 maxim (1983, cit. podle Uličného 2013, str. 110):

- a) *maxima taktu*: „snaž se, aby partner měl z komunikace maximální prospěch a minimální ztrátu“;
- b) *maxima velkorysosti*: „snaž se, abys ty sám měl z komunikace minimální prospěch a maximální ztráty“;

- c) *maxima uznání*: „omez na minimum kritiku partnera, projevuj mu co největší uznání, ocenění“;
- d) *maxima skromnosti*: „posiluj v rozhovoru kritiku sebe sama a omez na minimum ocenění, pozitivní hodnocení sebe sama“;
- e) *maxima shody*: „omez na minimum neshody a snaž se maximálně rozvinout shodu mezi sebou a partnerem“;
- f) *maxima sympatie*: „co nejvíc potlačuj antipatie, snaž se o maximální rozvoj sympatií mezi sebou a partnery“.

Z uvedených maxim je zřejmé, že zdvořilost je více soustředěna na adresáta než mluvčího. V ideálním případě komunikanti tyto maximy dodržují. K porušení dochází v komunikacích, při nichž dochází k hádce, vyčítání, vyslýchání, kritizování apod.

Dle Milady Hirschové (2013, str. 213–214): „*Griceovy maximy tedy představují základní, obvyklé principy komunikačního chování, tj. takové, které komunikaci konstituují, zatímco zdvořilostní princip a jeho maximy ukazují důvody, proč se komunikace od své základní či neutrální podoby odchyluje a jakých typizovaných podob tyto odchylky nabývají, jejich statut proto není s kooperačním principem rovnocenný*“. Dále uvádí, že v některých situacích je zdvořilostní princip porušován záměrně, aby došlo k naplnění kooperačního principu a maximy relevance (např. vyšetření u lékaře či policejní vyšetřování).

2.3 Pojem tváře Penelope Brownové a Stephena Levinsona

Zdvořilost v pojetí Brownové a Levinsona (1987) se opírá především o sociální vztahy komunikantů. Pracují se silně abstraktním pojmem – *tvář*. S tímto pojmem jako první přišel Erving Goffman (1967, cit. podle Chejnové 2012, str. 37): „*Tvář je pozitivní sociální hodnota, kterou pro sebe osoba prakticky nárokuje prostřednictvím role, kterou v daném kontaktu v očích druhých hraje, je to obraz vlastního já tvořený společensky přijímanými atributy*“. Pavla Chejnová dále uvádí, že tvář v pojetí Goffmana je v závislosti na okolnostech, a tudíž je proměnná. Oproti tomu tvář dle Brownové a Levinsona je s nositelem spjata trvale.

Každý komunikant má tvář *pozitivní* a *negativní*. Pozitivní tváří se rozumí touha jedince být přijímán okolím, touha pozitivní odezvy, souhlasu a uznání. Protipólem je negativní tvář, která udává požadavek nebýt omezován a donucován ve svém jednání.

V komunikaci se vyskytují akty, které ohrožují obě komunikantovy tváře. Oldřich Uličný (2013) uvádí příklady takových aktů:

- akty ohrožující adresátovu negativní tvář – příkazy, žádosti, varování, výhrůžky apod.;
- akty ohrožující pozitivní tvář – stížnosti, obvinění, inzultace, odporování, ne-souhlas, kritika, výsměch, pohrdání, urážka apod.

Brownová a Levinson formovali čtyři hlavní typy zdvořilostních strategií: *přímé jednání, pozitivní zdvořilost, negativní zdvořilost a nepřímé vyjadřování*.

Mluvčí užívající strategie přímého jednání se na adresáta neohlíží a jednoznačně něco požaduje nebo mu nařizuje. Milada Hirschová (2013) uvádí, že mluvčí v takovém případě vlastně jedná nezdvořile. Jedná tak pod vlivem okolností (např. naléhavost situace a varování „*Pozor! Nespal se!*“). Dále sem patří přímé realizace řečových aktů, které pro adresáta znamenají minimální ohrožení (nabídky, pozvání, návrhy atd.).

Pozitivní zdvořilost koresponduje s pozitivní tváří adresáta. Mluvčí ji oceňuje a naznačuje, že se s ní ztotožňuje. Komunikace je vřelá a důvěrná. Dle Milady Hirschové (2013) je pozitivní zdvořilost příznaková, jedná-li se o komunikanty s jistou sociální distancí. Mluvčí kladně hodnotí vše spojené s adresátem. Může dojít i k zveličování a přehánění, což může být na úkor maximy kvality (viz kapitola 2.1). Hlavní důvodem neupřímnosti je zdvořilost – mluvčí se snaží neohrozit adresátovu pozitivní tvář.

Negativní zdvořilost je aplikována především mezi komunikanty, mezi kterými je větší distance. Založená je na vzájemném respektu partnerů a snaze neohrozit negativní tvář. Pavla Chejnová (2012) říká, že tento typ komunikační strategie je v české kultuře silně zastoupen (např. užívání titulů, vykání, formální ráz jednání s cizími lidmi). Negativní zdvořilost by se dala považovat za kompromis mezi snahou dosáhnout vlastního cíle, ale bez nátlaku na adresáta. V praxi to znamená, že výhrady jsou sdělovány nepřímo a některé obraty vycházejí z Griceova kooperačního principu (viz kapitola 2.1): „*maxima kvality (myslím, domnívám se, absolutně popírám, jak víte, říká se), maxima kvantity (víceméně, přibližně, rámcově, koneckonců), maxima relevance (toto sice není relevantní, na toto není čas, mimochodem), maxima způsobu (v krátkosti, abych byl přesný, rozumíte? chápete, co tím myslím?)*“ (Chejnová 2012, str. 40). Propojení s Leechovým zdvořilostním principem (viz kapitola 2.2) komentuje Milada

Hirschová (2013, str. 233): „*má-li výpověď obsah, který patří do kategorie tabuizovaných témat nebo je pro adresáta osobně nepříjemný, předesílá se jí kompenzační výpověď, v češtině nejčastěji s formou podmínkové nebo účelové věty – smím-li být upřímný, jestli se neurazíte, jestli dovolíte, abych pravdu řekl*“. Dále uvádí, že do negativní zdvořilosti se řadí i omluvy předesílané žádostem a prosbám (*promiňte, že ruším, ale..., omlouvám se, že vás obtěžuji, ale...*). Tento jev se často vyskytuje v e-mailové komunikaci, jež bude zkoumána v empirické části práce.

Při nepřímém vyjadřování mluvčí používá záměrně nejednoznačné výpovědi. Řadí se sem ironie, řečnická otázka, tautologické a neúplné výpovědi. Dochází k porušování konverzačních maxim a dle Milady Hirschové (2013) může nepřímé vyjadřování přejít až v nekooperativnost. Pro tuto strategii platí, že čím je mezi komunikanty větší distance, tím menší je šance dekodování nepřímosti.

3 Internetová komunikace

Typů komunikace realizované prostřednictvím technického média je mnoho, například telefonní komunikace, radiová komunikace, televizní komunikace apod. Pro účely této práce je důležitá komunikace prostřednictvím internetu. Internetová komunikace se dle Kamila Kopeckého (2007, str. 7) od klasické liší především tím, že „*její účastníci jsou odděleni (místně/časově) a samotný přenos sdělení je zprostředkován technikou – počítači, notebooky, mobilními telefony, webkamerami apod.*“.

Kamil Kopecký (2007, str. 9) vyčleňuje základní vlastnosti elektronické¹ komunikace:

- a) neřízená,
- b) hromadná,
- c) anonymní,
- d) časově a místně neomezená,
- e) závislá na technologickém zabezpečení,
- f) závislá na počítačové gramotnosti komunikujících.

Elektronická komunikace se od běžné komunikace, která je synchronní (probíhá v reálném čase), liší v několika ohledech. Kamil Kopecký (2007, str. 9) je uvádí formou následující tabulky:

¹ Pozn. Internetová komunikace je základním typem e-komunikace.

Běžná komunikace	E-komunikace
Základním prostředkem komunikace je mluvený jazyk.	Základním prostředkem komunikace je zejména psaný jazyk, menší množství uživatelů využívá jazyk mluvený (Skype a VoIP technologie).
Uživatelé jsou neanonymní.	Uživatelé mohou být anonymní.
Uživatelé zpravidla navzájem komunikují v omezeném počtu, ve skupinách.	Uživatelé mohou současně komunikovat s velkým počtem komunikantů (chat).
Uživatelé jsou omezeni prostorem a časem.	Uživatelé nejsou omezeni prostorem a časem.
Uživatelé využívají prostředky neverbální komunikace (mimika, gestika, haptika, proxiemika aj.).	Uživatelé nahrazují neverbální komunikaci zástupnými symboly/ikonami (emotikony, akronymy).
Uživatelé jsou v přímém sociálním kontaktu.	Uživatelé jsou ve zprostředkovaném sociálním kontaktu.
Uživatelé komunikují (v rámci synchronní komunikace) bez předchozí přípravy.	Uživatelé komunikují (v rámci synchronní komunikace) po přípravě.
Uživatelé mohou ve velmi omezené míře využívat časově náročné (z hlediska doručení informací) asynchronní komunikace (dopisy, hlasové zprávy). Asynchronní informaci je obtížné snadno opravit (opravy v psaném dopise).	Uživatelé mohou velmi snadno využívat asynchronní komunikace bez časového omezení doručení informace (e-mail, ICQ zpráva, Skype chat). Veškeré textové informace lze snadno upravit.
Uživatelé pro komunikaci nepotřebují žádné specifické zařízení.	Uživatelé pro komunikaci potřebují hardwarové a softwarové vybavení.

Elektronická komunikace je v současné době na vzestupu, a to především díky dostupnosti a rychlosti spojení. Digitální doba je dobou zrychlenou, a tak i mezilidská komunikace vyžaduje časově nejekonomičtější cestu (ta však nemusí být pro komunikaci vždy prospěšná), kterou nabízí právě toto médium.

3.1 Internet

Slovo internet se skládá ze dvou částí, a sice „*inter-*“ (prefix latinského úvodu znamenající „mezi“, „mezinárodní“) a „*-net*“, což je začátek anglického slova „*network*“ (sít). V Novém akademickém slovníku cizích slov (2014, str. 358) je pod tímto heslem zaznamenána definice: „*celosvětová počítačová síť sloužící jako komunikační médium*“. Internet bývá nazýván jako síť sítí, jelikož dokáže propojit počítače po celém světě pomocí tzv. rodiny protokolů TCP/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*), což je „*standardní sada pravidel pro přenos dat mezi dvěma síťovými uzly*“ (Nádběla 2004, str. 328–394).

První síť spustila americká organizace ARPA (*Advanced Research Project Agency*), která byla zřízena během studené války, v září 1969 pod jménem ARPANET. Síť se postupně rozšiřovala, až na menší útlum do poloviny osmdesátých let, kdy byla určena

především pro vládní a vojenské organizace. Později se k síti připojovaly i další země světa. Oficiální připojení Československé republiky je datováno na 13. února 1992 (Vrabec 2002).

Na internetu se postupně vytvořilo několik typů komunikačních prostředí. Některá měla delší životnost než jiná, ale rozvoj probíhal (a stále probíhá) velmi rychle. V současné době jsou krom počítačů k síti (díky mobilním datům) připojena další zařízení jako například tablety a mobilní telefony, což uživatelům umožňuje snazší a komfortnější přístup. Platforem, na kterých probíhá komunikace na internetu, přibývá a expandují i možnosti služeb, které internet nabízí (e-shopy, online televize, internetové bankovníctví, pojištění, půjčky, ...).

3.2 Způsoby komunikace na internetu

Internet od samého začátku sloužil především jako prostředek k sdílení (zprostředkování) a výměně informací. Jak je zmíněno výše, komunikačních prostředí za tímto účelem na internetu vzniklo několik (WWW stránky, diskusní fóra, instant messaging a další).

Kamil Kopecký (2007, str. 21) uvádí základní dělení internetové komunikace na **online komunikaci** a **offline komunikaci**:

„Online komunikace probíhá prostřednictvím počítačové sítě. Je-li tedy někdo online, je připojen k počítačové síti a je schopen komunikace. Online komunikace má dvě základní podoby:

- a) **synchronní** – realizovanou v reálném čase, kdy jsou oba komunikanti přítomni komunikační situaci (příkladem je chat, VoIP telefonie (Skype) apod.),*
- b) **asynchronní** – realizovanou pro komunikanty v různých časových rámcích (příkladem jsou diskusní fóra, e-maily, různé typy zpráv).*

Offline komunikace probíhá mimo počítačovou síť (například dopis, pohled). K offline komunikaci řadíme i uměle generované komunikační odezvy – např. u výukových programů, multimediálních encyklopedií apod.“

Pro účely této práce bude detailněji představena e-mailová komunikace a komunikace prostřednictvím sociálních sítí.

3.2.1 E-mail

E-mail, neboli elektronická pošta, patří k nejrozšířenější a nejdéle užívané formě asynchronní komunikace prostřednictvím internetu. První e-mail byl odeslán v roce 1969 v rámci projektu ARPANET (viz kapitola 3.1). Elektronická pošta se dočkala takové obliby a významu, že dokonce nahrazuje poštu klasickou. Čím dál méně lidí píše dopisy a čím dál více upřednostňuje komunikaci rychlejší, ekonomičtější a ekologičtější. Elektronická komunikace umožňuje propojení lidí z rozdílných koutů světa během několika vteřin, mají-li přístup k příslušnému zařízení (počítač, mobilní telefon, ...) a internetu.

Komunikace probíhá prostřednictvím softwarů, které jsou implementovány do operačních systémů (*Microsoft Outlook*) nebo WWW stránek, které nabízejí možnost elektronické pošty (webmail). Mezi takové poskytovatele patří např. české portály *seznam.cz*, *centrum.cz*, *email.cz* a další, ale i světové jako např. *Gmail*. Každý uživatel má vlastní e-mailovou adresu, pod kterou ostatním zasílá krátké zprávy, které mívají formu dopisu. V současné době je k psanému textu možné přidat přílohy jako jsou obrázky, videa a jiné soubory.

Ovládání elektronické pošty je jednoduché. Produktor vyplní přednastavené kolonky. Nezbytné je vyplnit e-mailovou adresu adresáta (adresátů) a text zprávy. Dále je možné vyplnit kolonku „*Předmět*“, čímž autor adresáta seznámí s tématem zprávy (např. *Žádost o zaslání konečné faktury*). U zprávy se může nastavit míra důležitosti a přidat žádost o zaslání potvrzení, že byla zpráva adresátem přečtena. Tyto prvky slouží produktorovi k zvýšení šancí na odpověď. Je čistě na adresátovi, kdy si zprávu přečte a zda na ni odpoví.

Dle Evy Jandové (2006, str. 16): „*Komunikace může probíhat mezi dvěma partnery (one-to-one), autor elektronického dopisu může poslat svůj text více adresátům (one-to-many)*“. Autor má možnost zaslat tentýž e-mail několika lidem, a to hned několika způsoby. Jednou z možností je zaslání několika příjemcům rovnocenně, všichni budou vypsáni v též kolonce. Další eventualitou je vyplnění kolonky „*Kopie*“, což má v podstatě stejný účinek. V těchto dvou případech adresáti uvidí, že zpráva byla zaslána i někomu jinému. Chce-li autor tento fakt utajit, může použít kolonku „*Skrytá kopie*“ – původní adresát neuvidí, že byla zpráva zaslána i někomu jinému.

Další výhodou elektronické pošty je, že se s ní dá jednoduše dále pracovat. E-maily se dají archivovat, tisknout, kopírovat, upravovat nebo předat (přeposlat) dále. Pro své výhody je elektronická pošta používána ve formálních i neformálních komunikacích.

3.2.2 Sociální sítě

Sociální sítě jsou relativně novou službou na internetu sloužící k mezilidské komunikaci. Tato služba umožňuje registrovaným uživatelům sdílet fotografie, videa apod. s ostatními uživateli. Komunikace probíhá prostřednictvím tzv. *chatů*, ale i *statusů* a komentářů u nich. Mezi nejznámější sociální sítě současnosti patří *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Snapchat* a další.

*„Za první sociální síť lze považovat projekt **Sixdegrees** spuštěný v roce 1997, kde uživatelé měli možnost si vytvořit svůj osobní profil a seznam přátel a později procházet seznamy přátel svých přátel. V roce 2000 byla služba ukončena (doména stále existuje, ale lze se zaregistrovat jen na základě pozvánky). Podle svého zakladatele tento projekt nebyl úspěšný, protože jednoduše předběhl svou dobu. Na konci devadesátých let byl obecně počet uživatelů Internetu nízký.“²*

Pro účely této práce byla zvolena sociální síť s nejvíce registrovanými uživateli – *Facebook*. Vznikla v roce 2004 původně jako síť určená pro studenty Harvardovy univerzity. Zakladatelem je Mark Zuckerberg, který se díky *Facebooku* řadí na 5. místo nejbohatších lidí planety v žebříčku magazínu *Forbes*.³ *Facebook* slouží jako platforma pro vytváření osobních, firemních a skupinových profilů a propojování přátel, dále jako herní server, internetové fórum pro ukládání a sdílení multimédií. Ve třetím kvartálu 2018 *Facebook* zaznamenal 1,49 miliardy aktivních uživatelů za den (Sochůrková 2018).

Jak je zmíněno výše, na sociálních sítích se dá komunikovat prostřednictvím tzv. *chatů*, *statusů* a komentářů k nim. *Facebook* funguje na stejném principu.

3.2.2.1 Chat

Chat (ang. „přátelský rozhovor“, „pokec“) je krátká komunikace mezi dvěma a více komunikanty prostřednictvím (nejen) sociální sítě. *Facebook* pro tuto službu nabízí i speciální aplikaci *Messenger*, kterou si uživatel může stáhnout do svého počítače, tab-

²Sociální síť. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2019-02-27]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Soci%C3%A1ln%C3%AD_s%C3%AD%C5%A5

³Mark Zuckerberg. In: *Forbes* [online]. [cit. 2019-02-27]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/profile/mark-zuckerberg/#302d91973e06>.

letu i mobilního telefonu. Aplikace tak umožňuje ještě rychlejší a snazší komunikaci. To se promítne i na způsobu komunikace, která na této platformě probíhá. Přestože se jedná o psanou podobu, je hodně ovlivněna mluvenou formou. Příčinou je, že konverzace probíhá opravdu rychle (odpovědi jsou realizovány i během několika vteřin). Jazykové prostředky se tak nacházejí na pomezí mezi mluvenou a psanou podobou. Chat však není v naší práci předmětem zkoumání, proto je vymezen pouze zevrubně.

3.2.2.2 Komentáře

Komunikace na *Facebooku* probíhá i prostřednictvím takzvaných statusů. Statusy si uživatel píše na svou „zed“, kde je mu nabídnuto políčko, ve kterém je příhodně napsáno: „*Co se vám honí hlavou?*“. Přesně to totiž uživatelé do statusů píší – aktuální myšlenky, názory, otázky, náměty k diskuzi apod. K textu je možné přiložit fotografii, video či odkaz na článek, stránky atd.

U statusu je možné nastavit stupeň soukromí. „*Veřejný*“ statusu dává možnost reagovat i uživatelům, které autor nemá „*v přátelích*“, tedy neobdržel či nepotvrdil jejich žádost. Existují však i veřejné profily, které mají především firmy a známé osobnosti. U těchto profilů většinou uživatelé nemusí „*žádat o přátelství*“, ale jednoduše kliknout na tlačítko „*to se mi líbí*“ či „*sledovat*“, čímž dostanou přístup k příslušné stránce. Na stejném principu fungují i tzv. „*skupiny*“. Skupiny na sociální síti fungují stejně jako skupiny v nevirtuálním životě, a sice k sdružování lidí s určitými zájmy, aby o nich mohli diskutovat a sdílet mezi sebou informace. Ty mohou být rovněž otevřené (obsah je viditelný pro všechny uživatele *Facebooku*), uzavřené (obsah je pouze pro uživatele skupiny, avšak skupina je viditelná pro všechny uživatele, stejně tak členové) a tajné (nejvyšší míra zachování soukromí, skupina je viditelná jenom pro ty, kteří dostanou pozvánku od správce). U běžných profilů je další variantou zveřejnění statusu „*přátel*“ – příspěvek je viditelný pouze pro „*Facebookové přátele*“ (i to je možné dále selektovat a vybraným jedincům status skrýt).

Uživatelé, kteří mají oprávnění se k statusu vyjádřit a chtějí tak učinit, použijí kolonku pod statusem – „*komentář*“. Sem uživatel napíše svoji reakci k danému příspěvku. Především se jedná o textovou odpověď, ale i zaslání odkazu či fotografie. Další možnostmi jsou například takzvané samolepky. Samolepky jsou obdobou emotikon (forma obrázků či animací). Užívání samolepek je však na ústupu. V současné době je nahradily tzv. GIFy (*Graphics Interchange Format*). GIFy jsou animace opakující se ve smyčce. Slouží opět k vyjádření reakce, emoce a pocitu. Uživatelé pomocí aplikace vyhledají vhodný GIF napsáním anglického výrazu pro to, co chtějí GIFem vyjádřit, do příslušné kolonky. Aplikace jim následně nabídne několik GIFů s požadovanou tematikou. Některé GIFy jsou doprovázeny krátkým textem, aby byla adresátovi usnadněna interpretace a nedošlo k nedorozumění.

Uživatelé mají možnost reagovat na status samotný, ale i na komentáře ostatních, a sice opět textovou zprávou nebo i tlačítkem „*To se mi líbí*“, které je jak u statusu, tak u každého komentáře. Tlačítko „*To se mi líbí*“ je nově rozšířeno i o další varianty – „*Super*“, „*Haha*“, „*Paráda*“, „*To mě mrzí*“, „*To mě štve*“.

4 Zdvořilost na internetu

Zdvořilost by měla být dodržována i na internetu, který je (jak bylo nastíněno výše) v současné době velmi vytíženým komunikačním prostředkem. V této kapitole si představíme ustanovená zdvořilostní pravidla pro komunikaci prostřednictvím internetu, reprezentována souborem takových pravidel – **netiketou**. Dále budou nastíněna pravidla užitá ve formách internetové komunikace, které budou relevantní pro účely této práce – **e-mailová komunikace a komentáře na Facebooku**.

4.1 Netiketa

Výraz netiketa pochází s anglického novotvaru „*netiquette*“ (*Network Etiquette*, doslova „*etiketa na síti*“). Jedná se o psaná i nepsaná komunikační pravidla, která by měla být dodržována při komunikaci na této nové platformě. Obecný výklad slova je poměrně jasný, ale konkrétní typy se liší. WWW stránky, portály, programy atd. mívají netiketu upravenou dle vlastních potřeb. Za „zlaté pravidlo netikety“ by se dalo považovat: „**Bud’te konzervativní v tom, co odesíláte; bud’te liberální v tom, co přijímáte**“ (Hlavenka 2002, str. 97). Liberální v tomto významu znamená být ohleduplný k druhým. V praxi to znamená, že například ne každá zpráva napsaná velkými písmeny

signalizuje, že pisatel na adresáta křičí, mohlo jenom dojít k nechtěnému zmáčknutí klávesy capslock. Adresát by se měl na zprávu pokusit podívat i pohledem pisatele a rozhodně by neměl oplácet. Může dojít k mylné interpretaci a zbytečnému vyvolání konfliktu. V komunikaci (nejen té internetové) by se komunikanti měli především snažit jednat vlídně a zdvořile.

Jednoduše řečeno, na internetu by měla platit stejná pravidla slušnosti jako v reálném životě. Účastníci internetové komunikace by měli brát ohledy na druhé, chovat se civilizovaně, zdvořile a s respektem k druhým. V rámci netikety byla sepsána různá „desatera“, která mají pomoci uživatelům dodržovat dobré mravy. Na ukázkou bylo vybráno „desatero“ z knihy Jiřího Hlavenky *Používáme, využíváme [a zneužíváme] e-mail* (2002, str. 98–104):

1) Nezapomínejte, že jste člověk

První bod „desatera“ poukazuje na to, že v internetové komunikaci je mnohdy opomíjen fakt, že dochází ke komunikaci mezi skutečnými lidmi. Leechův zdvořilostní princip (viz kapitola 2.2) by tudíž měl být dodržován i na internetu. Přestože adresát není vidět, neměl by se jedinec nechat svést k nezdvořilosti svou relativní anonymitou. Pro mnohé uživatele je distance mezi komunikanty omluvou pro své nevhodné chování. Získávají tím větší kuráž. Pravidlo radí, že pisatel by si měl před odesláním představit, jaký účinek by měla zpráva, kterou zasílá, na něj samotného.

2) Pokud byste to nedělali v životě, nedělejte to na Internetu

Druhá zásada navazuje na tu první a měla by být dodržována bez výjimek. Jedinec by neměl prostřednictvím e-komunikace říkat a dělat něco, co by neřekl a neudělal, kdyby se adresátovi díval přímo do očí.

Toto pravidlo souvisí i s chováním mimo komunikaci, především s publikační etikou a plagiátorstvím. Zákon by se neměl porušovat ani na internetu.

3) S kým hovořím?

Třetí pravidlo souvisí s tím, že na internetu se pohybují různé skupiny lidí s různou národností, politickou příslušností apod. Neměl by být opomíjen význam sociálních rolí. Autor by měl svůj projev přizpůsobit tomu, s kým zrovna jedná a v jakém je k němu postavení. Měl by si uvědomovat, zda prostředí, ve kterém se chystá vyjádřit, je spíše formální či neformální. Vždy by

však měl dodržovat určitou korektnost a neurážet menšiny, jiné rasy, pohlaví a názory či vyznání.

4) Šetřete čas a „bandwidth“

Pravidlo „šetřete bandwidth“ pochází z počátků internetu, kdy bylo velmi málo přenosové kapacity. Hrubé narušení netikety pak mohlo být i zaslání příliš dlouhého e-mailu, který zbytečně zabíral místo. V současné době je kapacita internetu dostatečná, ale i tak je toto pravidlo stále relevantní. Jedinec by se měl snažit být stručný (ale v rámci mezí) a nezaplňovat komunikaci zbytečnostmi (zde by se daly zmínit i řetězové e-maily, spamy apod.). S tímto pravidlem koresponduje Griceova maxima kvantity (viz kapitola 2.1).

5) Správný jazyk má smysl

Spisovná čeština (a její varianty) by měla být alfou a omegou při jakékoli komunikaci. Projev na internetu je především psaný, proto by ani možnost rychlé odpovědi neměla být na úkor pravopisných a gramatických pravidel. Pokud si uživatel není jistý nebo pravidla tolik neovládá, mnoho programů již nabízí automatickou korekturu. Ani na tu se však nedá stoprocentně spolehnout, a tak by si měl pisatel svou zprávu vždy znovu přečíst a vyvarovat se výrazům, které jsou pro něj problematické, popřípadě si je ověřit v kodifikačních příručkách (např. Pravidla českého pravopisu, Internetová jazyková příručka).

6) Víte? Odpovězte! Ptáte se? Nevynucujte odpověď!

Internet je plný diskusních fór a podobných míst, kam lidé chodí, pokud potřebují s něčím poradit. Toto pravidlo říká, že je dobré odpovědět, pokud jsme si jisti, že správnou odpověď známe, což koresponduje s Griceovou maximou kvality (viz kapitola 2.1). V rámci diskuzí je ale lepší zdržet se odpovědi, pokud jsou to pouhé domněnky, jelikož by to mohlo diskuzi zdržet.

Při pokládání otázek by měl být jedinec obezřetný. Nepokládat otázky, které byly položeny někým dříve (nešetřit svůj čas na úkor času ostatních). Pokládání otázek, které se netýkají tématu, kterému je diskuze či skupina věnovaná, je rovněž neslušné. Za největší nezdvořilost se považuje urputné dožadování se odpovědi např. slovy: „TAK ODPOVÍ MI TADY NĚKDO?“

7) Někdo mě osobně napadl – co s ním?

Netiketa udává, že v případě verbálního napadení by se opět nemělo nic oplácet. Především v diskuzích by tak mohlo dojít k rozprůdění konfliktu, který by

ostatní jenom obtěžoval. Pokud si jedinec chce vyříkat napadení své osoby, měl by tak učinit v soukromé zprávě. Nicméně ani to není netiketou doporučováno.

8) Chraňte soukromí ostatních – i vy budete někdy potřebovat ochranu soukromí vašeho

Osmé pravidlo poukazuje na to, že zprávy a e-maily zaslané nějaké osobě přísluší právě jí. Nemělo by se tedy přeposílat a zveřejňovat nic bez svolení autora. Rovněž by měl uživatel pamatovat na to, že nic na internetu není zcela privátní, tudíž by zde neměl zveřejňovat citlivé informace své, ani svých blízkých.

9) Administrátor má vždycky pravdu, i když ji nemá, a navíc je Bůh

V tomto pravidle je vidět určitá nadsázka. Administrátor (zkráceně admin) je osoba, která je správcem daného komunikačního systému (např. na *Facebooku* správce skupiny). Taková osoba je většinou i jejím tvůrcem. Sám utváří pravidla a rozhoduje, co se smí a nesmí. Tudíž zde funguje autokratický a diktátorský režim a uživatelé by si toho měli být vědomi a respektovat to.

10) Všichni děláme chyby

Desáté pravidlo poukazuje na to, že nikdo není neomylný, a tak by uživatelé měli být shovívaví a nesnažit se někoho opravovat a napravovat. Zasílání doporučení, nebo dokonce útočné upozornění opět může vést k rozpoutání konfliktu.

Zmiňovaný soubor pravidel (příslušný pro dané komunikační prostředí) by měl být dodržován všemi aktéry. Bohužel ve většině případů tomu tak není, což může být zapříčiněno i neznalostí netikety.

4.2 E-mailová komunikace

V kapitole 3.2.1 bylo uvedeno, že e-mailová komunikace patří k nejrozšířenější komunikaci prostřednictvím internetu. Velmi často se e-mailovou korespondencí řeší záležitosti profesního charakteru, a tak je v zájmu každého uživatele, aby elektronickou poštu uměl používat efektivně. Z toho důvodu pro tuto komunikaci vznikl a platí soubor pravidel zdvořilosti.

Elektronická pošta má mnoho společného s poštou klasickou, a tak e-maily nesou mnoho pravidel, která platí pro dopisy.

E-mail by měl bezpochyby začínat vhodným oslovením ve vokativu. Oslovení by mělo začínat vlevo a končit čárkou. Následující text by měl začínat malým písmenem a mezi oslovením a hlavním textem zprávy by měla být mezera o jednom řádku. Jedná-li se

o e-mail neformální, oslovení může být slovy *Milý* a křestní jméno (*Milý Petře*) jako tomu bývá v tradičních dopisech, ale více se již užívá *Ahoj* s křestním jménem (*Ahoj Petře*). Formální e-mail by měl mít podobu ještě bližší tradičnímu dopisu. Nejzdvořilejším oslovením je *Vážený (Vážená) pane (paní, ev. slečno)*. Za tímto oslovením následuje příjmení nebo titul, popřípadě funkce či pozice v zaměstnání adresáta. Pokud chceme použít neutrální oslovení (např. firmy), můžeme rovněž aplikovat *Vážený pane / Vážená paní* nebo *Vážení obchodní přátelé*. Elektronická podoba pošty ale zapříčinila, že i obchodní záležitosti se vyřizují mnohem neformálněji než dřív. Značný je vliv angličtiny, který se promítne i na stylu komunikace, jenž firma preferuje. Stále častěji se v elektronické korespondenci setkáváme s oslovením formou pozdravu: *Dobrý den*. Někdy je připojeno *pane/paní* a jméno/funkce či titul. Proti této tendenci se bouří mnoho akademiků, avšak praxe je taková, že valná většina uživatelů tuto verzi upřednostňuje.

Vlastní zpráva by měla být napsána především stručně a výstižně. E-mail by měl být věnován jednomu tématu a rozdělen do odstavců, aby byl pro adresáta přehledný. Není vhodné psát zprávu velkými písmeny, jelikož to působí jako by pisatel na adresáta křičel. Rovněž červené písmo či podbarvení nepůsobí dobře. Pokud je potřeba něco zvýraznit, je možné použít ztučnění, kurzívu, podtržení či rozdílnou velikost písma.

Zpráva by měla být zakončena pozdravem. U neformálních se nejčastěji používá *Ahoj*, u formálních fráze *S pozdravem*. Časté bývá i *S přáním hezkého dne* (večera, víkendu apod.). Za těmito frázemi se nepíše čárka. Pokud autor v e-mailu o něco žádal, je slušné na jeho konci před pozdravem poděkovat (např. *Děkuji za vyřízení*).

V e-mailu by neměl chybět podpis, jelikož krom e-mailové adresy je to jediný způsob identifikace. U neformálních, kde se pisatel a příjemce znají, je časté pouze křestní jméno, popřípadě příjmení. U formálních by krom jména neměly chybět další informace jako název firmy, pisatelovy funkce a kontaktní informace (telefonní číslo, webové stránky,...). Signatura by měla mít maximálně 10 řádků.

V elektronické poště je velmi důležitý předmět zprávy. Předmět zprávy se vyplňuje do příslušné kolonky a při doručení zprávy adresátovi je vidět v řádku spolu s e-mailovou adresou odesílatele. Je velmi důležitý, protože je mnohdy rozhodujícím faktorem, zda si adresát e-mail přečte. Předmět by měl vyjadřovat smysl zprávy ve zkratce. Pisatel by se měl vyvarovat nadměrnému zobecnění (např. *Informace*). Shirley Taylorová v

E-mailové etiketě (2009, str. 55–56) píše, že předmět zprávy by měl mít všech 5 P – přesný, patřičný, přiměřený, případný a promyšlený.

E-mailová komunikace by měla mít podobné náležitosti jako dopis. Pisatel by si měl vše důkladně promyslet a e-mail si po sobě přečíst, popřípadě provést patřičnou korekturu. V obchodních e-mailech by se neměly objevit emotikony ani zkratky typu OMG, LOL apod.

4.3 Komentáře na Facebooku

Při registraci na *Facebooku* musí každý uživatel souhlasit s podmínkami užívání. V těchto podmínkách je mimo jiné uvedeno, co se smí dělat a sdílet na této sociální síti (viz příloha 1). Podrobněji je vše rozepsáno a vysvětleno v *Zásadách komunity*⁴. Tyto zásady platí po celém světě pro všechny uživatele a slouží především k zvýšení bezpečí uživatelů. *Zásady komunity* mají úvod a 6 kapitol – *Násilí a kriminální chování, Bezpečnost, Nepřípustný obsah, Integrita a autentičnost, Respektování duševního vlastnictví a Žádosti související s obsahem*.

U skupin a stránek si pravidla určují správci, avšak musí být v souladu s těmi oficiálními od společnosti. Někdy jsou pravidla uvedena hned v popisu skupiny (viz příloha 2) nebo jsou sepsána v příspěvku mezi oznámeními (viz příloha 3). Členové skupiny mají povinnost pravidla dodržovat, pokud tak neučiní, správce (správci) mají právo je ze skupiny odebrat. Čím více členů skupina má, tím komplikovanější je pro správce udržet její bezproblémový chod. Jako příklad uvedeme skupinu *Odporováno v Česku*. Tato skupina byla založena 13. 4. 2013 a v současné době má 57 520 členů⁵. Jak stojí v popisu skupiny, byla založena „*ke sdílení obrázků a videozáznamů. Zaujalo vás něco, o co se chcete podělit s ostatními? Rozesmálo vás to, nebo to vedlo k zamyšlení? Nebo to prostě bylo jen zajímavé? Pokud máte fotku nebo video, jste tu správně*“⁶. Skupina je veřejná, takže příspěvky může přidat jakýkoli uživatel *Facebooku*. Skupina má jasně stanovená pravidla (viz příloha 4), která musela být v průběhu let opravována a upravována jako reakce na aktuální dění ve skupině. I přes takto stanovená pravidla však docházelo k jejich porušování, a tak byli správci donuceni přijít s posledním varováním

⁴ Dostupné z <<https://www.facebook.com/communitystandards/>> [Cit. 2019-02-27]

⁵ Pozn. Údaj ke dni 27. 2. 2019

⁶ Převzato bez jazykových úprav z <<https://www.facebook.com/groups/odporovanovcesku/about/>>. [Cit. 2019-02-27]

(viz příloha 5). Bohužel ani to nepřineslo výsledky, a tak byli správci donuceni zavést schvalování příspěvků, tj. bez povolení správců nebude příspěvek zveřejněn.

Z výše uvedeného příkladu vyplývá, že *Facebook* (či správci) může zavést pravidla, ale uživatelé je dodržují jen velmi zřídka. Mnohdy se ani nesnaží s pravidly seznámit. Některé příspěvky jsou společnostmi zakázány ještě před jejich zveřejněním. Ostatní mohou být nahlášeny uživateli. Společnost má právo uživatele (či skupiny apod.) dočasně či zcela zablokovat. Avšak kvůli obrovskému počtu uživatelů je velmi těžké podchytit všechny prohřešky vůči *Zásadám komunity*. *Facebook* proto nabízí další funkce pro uživatele, jak se chránit, a sice zablokování, možnost přestat někoho sledovat nebo skrýt členy a příspěvky.

Empirická část

5 Analýza e-mailů

V této části práce se zaměříme na samotnou analýzu e-mailů a projevů zdvořilosti v nich. E-maily budou rozděleny na formální a neformální, u každé z těchto kategorií očekáváme trošku rozdílné užití jazykových prostředků dle jejich specifik (viz níže). Materiál, se kterým budeme pracovat, je od komunikantů v rozmezí cca 24–50 let (nejvíce zastoupena je skupina do 30 let). Většina komunikantů je ženského pohlaví. V této práci se nebudeme věnovat genderové specifikaci komunikování, jelikož to není předmětem našeho analyzování. Většina komunikantů je vysokoškolského vzdělání různého zaměření (nejnižší vzdělání je střední s maturitou). Analyzovaná e-mailová korespondence není starší roku 2017. Z důvodu zachování anonymity jsou e-maily upraveny (odstranění/přepsání osobních a citlivých údajů), což neovlivní výzkum.

Materiál bude analyzován z hlediska zdvořilostních teorií představených v kapitole 2. Zohledněné budou i specifika internetové komunikace (viz kapitoly 3 a 4). Rozebrána bude i zdvořilost vyjadřovaná prostřednictvím gramatických kategorií (slovesný způsob a osoba, volba pádu při oslovení aj.).

Předpokládáme, že projevování zdvořilosti bude více zastoupené u e-mailů formálních, méně u neformálních. Na závěr budou projevy zdvořilosti v e-mailové komunikaci porovnány s projevy zdvořilosti v komentářích na *Facebooku*, u kterých očekáváme značné nedostatky zdvořilé komunikace.

5.1 Formální e-maily

Vyjadřování ve formálních e-mailech (stejně jako tradičních dopisech) je neosobní a explicitní. Nutné jsou srozumitelné a detailní informace. Komunikanti se většinou neznají nebo je mezi nimi např. čistě profesní vztah. Jazyk by měl být spisovný a struktura by měla být přehledná. Produktor by měl před napsáním projít etapou komunikační koncepce (viz kapitola 1.3.2), tedy promyslet si, co a jak chce sdělit. U tohoto typu e-mailů se očekává vysoká míra zdvořilosti. Analyzované formální e-maily (cca 40) převážně pochází z komunikací profesního charakteru (výjimečně se jedná o zařizování soukromých záležitostí jako objednávky či komunikace s vyučujícím).

5.1.1 Struktura

Zkoumané formální e-maily mají ve většině případů jasnou a přehlednou strukturu. Až na výjimky e-maily začínají oslovením a končí rozloučením a podpisem (více viz kapitola 5.1.2). Dodržována bývá i mezera mezi oslovením a hlavním textem zprávy, avšak často dochází k psaní velkého písmene po oslovení, což bylo v kapitole 4.2 uvedeno jako chybné.

Struktura u formálních e-mailů je i tematicky přehledná. Pisatelé na začátku uvádí důvod, proč se rozhodli adresáta kontaktovat (např. „zasílám návrh“, „prosím o radu/potvrzení“, „chtěl jsem se zeptat“, „obracím se na Vás s žádostí“, „píšu ohledně...“ apod.), popřípadě se odkazují na předchozí komunikaci (např. „dle předchozí komunikace Vás žádáme“, „po předchozí telefonické domluvě (rozhovoru) bych vás chtěla poprosit“, „vracím se k rozhovoru s...“ atd.). Jedná-li se o odpověď, pisatelé úvodem svého e-mailu obvykle děkují adresátovi a až poté přejdou k dalšímu jednání (např. „moc děkuji za vyřízení“, „děkuji za informaci“, „děkuji za zpětnou vazbu“, „děkujeme za zaslání objednávky“, „děkujeme Vám za hodnocení“ apod.).

Některé e-maily byly napsány pouze do jednoho řádku, což může signalizovat, že pisatel psal zprávu ve spěchu. Takovéto e-maily (kterých bylo ale minimum) obsahovaly i více pravopisných a gramatických chyb. Docházelo i k překlepům (např. „jsrm“, „piradku“). Dalším jevem byla částečná či úplná absence diakritiky. E-maily bez diakritiky byly většinou psány na mobilních zařízeních, což bylo signalizováno automatickou zprávou na konci e-mailu (např. „Odesláno z mobil. zařízení Huawei“). Tato krátká informace slouží jako relativní ospravedlnění, že e-mail není napsán zcela korektně.

V teoretické části byly popsány náležitosti, které by měly být dodržovány u předmětu zprávy (viz kapitola 4.2). Téměř všechny analyzované formální e-maily měly předmět. Většina byla formulována obecněji, avšak s jistou specifikací (např. „Žádost o umístění informačních cedulí“, „Potvrzení o oznámení nové škody“, „Návrh pracovního listu v rámci kariérového poradenství“), nebo zcela specificky („Dopravní značka u LI-DLu“). Bylo však zaznamenáno i přílišné zobecnění, které bylo uvedené jako nežádoucí (např. „Prosba“). V jednom případě dokonce předmět nesl text celé zprávy („Prosím o zaslání fakturačních údajů, ohledně opravy TV signálu na veřej.záchod.-díky (název firmy)“), což je v naprostém rozporu s 5 P Shirley Taylorové (viz kapitola 4.2).

5.1.2 Oslovení a rozloučení

V kapitole 4.2 bylo vymezeno, jaké je vhodné oslovení a rozloučení v případě formálních e-mailů. Hlavní zásadou bylo oslovení ve vokativu, přičemž se předpokládalo, že dochází k užití oslovení v nominativu. To se ale v analyzovaném materiálu nevyskytlo ani v jediném případě. Dále bylo uvedeno, že neadekvátnější formou oslovení je *Vážený (Vážená) pane (paní, ev. slečno)* následované příjmením nebo titulem, popřípadě funkcí či pozicí v zaměstnání adresáta. Toto oslovení bylo ve zkoumaných e-mailech v minoritním zastoupení a potvrdila se teze, že společnost přechází k oslovení *Dobrý den* (v různých variacích a případných specifikacích části dne), popřípadě doplněné o *pane/paní* a jméno/funkce či titul. Jednotlivé zprávy se rozcházely především v tom, jestli před oslovením psát čárku („*Dobrý den, paní ředitelko,*“ vs. „*Dobrý den paní ředitelko,*“). Většina pisatelů volila variantu s čárkou, což koresponduje s kodifikací.

Oslovení se proměňovala v závislosti na počtu a frekvenci vyměněných e-mailů ohledně jednoho tématu. Při častější a rychlejší výměně pisatelé upravovali oslovení, a sice jeho zkracováním až vymizením (nejčastěji přechod od *Dobrý den + pane/paní + příjmení/funkce* k *Pane/paní + příjemní/funkce*⁷). U oslovování více příjemců bylo nejčastěji použito prosté *Dobrý den*, méně potom *Vážení*.

V kapitole 4.2 jsme uvedli, že závěrem dopisu je zdvořilé poděkovat, pokud pisatel v textu své zprávy o něco žádal. Tento jev se vyskytl ve valné většině zkoumané korespondence. Pisatelé buď užívali prosté „*děkuji*“, nebo specifikovali přidáním objektu („*děkuji za ochotu/pochopení/spolupráci*“⁸), či si vyžádali odpověď slovy: „*Předem děkuji za odpověď*“. V několika případech poděkování sloužilo zároveň jako rozloučení. Komunikanti na závěr svého e-mailu přidávali formulace jako „*Omlouvám se za komplikace.*“, „*V případě dotazů se na mě neváhejte obrátit.*“⁹ apod.

Konečné pozdravy byly nejčastěji formulovány „*S pozdravem*“¹⁰ či „*S přáním hezkého dne*“¹¹ (v různých variantách). První formulace byla použita nepatrně víckrát, avšak docházelo i k případům, kdy byly použity obě verze společně¹². Jak bylo uvedeno v teoretické části, za těmito frázemi se čárka nepíše, což bylo dodrženo u většiny

⁷ Příloha č. 6, formální e-mailová komunikace č. 1

⁸ tamtéž

⁹ tamtéž

¹⁰ Příloha č. 6, formální e-mailová komunikace č. 3

¹¹ Příloha č. 6, formální e-mailová komunikace č. 1

¹² Příloha č. 6, formální e-mailová komunikace č. 3

e-mailů, avšak rozdíl nebyl tak markantní. Některé případy ale nebyly jednoznačné, jelikož pisatel použil přednastavený podpis, ve kterém měl uvedený pozdrav český a v jiném světovém jazyce (angličtina, němčina). Závěrečné rozloučení poté mělo tuto podobu: „*S pozdravem / Mit freundlichen Grüßen / Best regards*“. Oproti češtině v těchto jazycích se čárka za frází píše. Nutno podotknout, že ani v těchto případech nebyli komunikanti zcela jednotní.

E-mail (zvláště formální) by měl být zakončen podpisem. Ten byl použit téměř ve všech zkoumaných korespondencích (bez podpisu byly maximálně 2 e-maily a vždy se jednalo o odpověď). Komunikanti v podpisu uváděli celá svá jména (popřípadě i s tituly) a v případě profesních e-mailů byly podpisy doplněny o další informace jako název firmy, pisatelovy funkce a kontaktní informace (telefonní číslo, webové stránky,...). U všech bylo dodrženo pravidlo maximálně 10 řádků, které jsme uvedli v kapitole 4.2. Zajímavým jevem byl podpis pracovnice z nejmenovaného řetězce s rychlým občerstvením, která se podepsala pouze křestním jménem. V tomto případě předpokládáme, že se jedná o firemní politiku – přiblížit se lidem.

Stejně jako u oslovení docházelo ke zkracování až vymizení pozdravu i podpisu v závislosti na počtu a frekvenci vyměněných e-mailů ohledně jednoho tématu. Pozdrav se redukoval například na „*Zdravím*“¹³ a jméno často na příjmení či prosté iniciály. Jméno uvedené v iniciálách bylo komunikanty použito i u prvního vyměněného e-mailu, pokud se již mezi sebou znali a docházelo mezi nimi k časté komunikaci.

Na závěr této kapitoly bychom chtěli zmínit, že u pisatelů byla ve výše zmíněných kategoriích zřetelná automatizace. Každý má vlastní styl psaní, který neustále opakuje a obměňuje ho minimálně.

5.1.3 Jazykové jevy

Dle Pavly Chejnové (2012): „*Z gramatických kategorií se ve volbě zdvořilostních strategií významně uplatňuje slovesný způsob, především zmírňování direktiv užitím kondicionálu, eventuelně spojeného s negací a formou otázky (Nešel bys tam? Nemohl byste...?)*“. Ve zkoumaném materiálu se často vyskytl kondicionál v případě, že pisatelé něco žádali nebo se snažili něco dohodnout (např. „*Pokud by vaši servisáci/údržbáři byli schopní vyvést příslušné signály na svorky v rozvaděči, byla by to pro nás natolik*

¹³ Příloha č. 6, formální e-mailová komunikace č. 1

výrazná časová úspora, že bychom se do níže navrhované částky vešli.¹⁴ „Pokud by to tedy bylo možné, rád bych Vás poprosil o upřesnění časového harmonogramu schůzky.“). Kondicionál byl rovněž použit v úvodu e-mailu („chtěla bych se zeptat...“¹⁵). Kondicionál spojený s negací a formou otázky nalezen nebyl. Pisatelé nejčastěji volili formu kondicionálu spojeného s modálním slovesem (převážně slovesem *mocet*), popřípadě doplněné vedlejší větou podmínkovou (např. „Pokud byste měli nějaký návrh na pracovní list, který by byl využit v rámci dne otevřených dveří pro kariérové poradenství, můžete mi ho poslat (...) a doplnily bychom na pracovní list otázky směřující přímo ke kariérovému poradenství.“). Kondicionál byl občas vynechán a použito bylo pouze modální sloveso („Můžete mi sdělit...“), což je méně zdvořilé (oproti např. „Mohl byste mi sdělit...“), avšak více zdvořilé než přímý direktiv („Sdělte mi...“). Nutno podotknout, že z pravopisného hlediska byly použity spisovné verze kondicionálového tvaru pomocného slovesa *být*, pouze v jediném případě byl použita tzv. hyperkorektní podoba „by jste“. Připouštíme, že e-maily mohly být upraveny automatickou korekturou.

Mezi další zdvořilostní jev v češtině patří vykání. Vykání má formu druhé osoby v plurálu a přičestí v singuláru. V současnosti dochází k ovlivnění především anglicky mluvícími zeměmi a vykání ustupuje do pozadí. V mnoha firmách upřednostňují tykání. I přes tento fakt, vykání je stále považováno za zdvořilejší formu komunikace mezi lidmi, kteří se vzájemně neznají, nebo nedošlo k nabídnutí tykání¹⁶. Ve zkoumaných formálních e-mailech si komunikanti vyjadřovali zdvořilost vykáním.

Z grafické stránky bylo v e-mailech použité zvýraznění důležitých pasáží odstavci, ztučněním či barevně¹⁷. V minimálním zastoupení byly použity emotikony, které byly v kapitole 4.2 u formálních e-mailů vyhodnoceny jako nežádoucí.

5.1.4 Analýza z hlediska zdvořilostních principů a netikety

V kapitole 2.1 byl představen Griceův princip kooperace. Ve formálních e-mailech jsme sledovali, zda docházelo k porušování kooperačních maxim. Jak bylo uvedeno v kapitole 5.1.1, většina zkoumaných e-mailů měla jasnou a přehlednou strukturu, což přispělo k dodržení maximy způsobu, a tak ve většině komunikací nedocházelo

¹⁴ Příloha č. 6, formální e-mailová komunikace č. 2

¹⁵ Příloha č. 6, formální e-mailová komunikace č. 3

¹⁶ Pozn. Detailnějšími pravidly se v této práci nebudeme zabývat. Tímto tématem se zabývá mnoho příruček, například kniha Otakara Patočky O tykání a vykání (2000).

¹⁷ Příloha č. 6, formální e-mailová komunikace č. 2

k nepochopení či nedorozumění (viz kapitola 1.6.2). Jediný případ, kde se komunikanti zcela nepochopili, je komunikace ohledně nezaplacené faktury¹⁸.

V této komunikaci se B dopustil porušení maximy způsobu, jelikož z jeho zpráv nebylo zřejmé, že jimi chce sdělit to, co popsal v poslední zprávě. A se v tom případě u druhé zprávy B pokusilo o konverzační implikaturu a situaci vyhodnotilo tak, že B nesouhlasí s fakturou a nechce zaplatit, což se ukázalo jako chybné. B se rovněž v poslední zprávě dopustilo porušení maximy kvantity, když snahou ospravedlnit se opakuje informace již zmíněné.

Na příkladu nezaplacené faktury je možno ukázat i porušení Leechových zdvořilostních maxim (viz kapitola 2.2). B porušilo maximu uznání a skromnosti slovy – „*spatne jste me pochopila*“¹⁹. Dle zdvořilostního principu by měla posílit kritiku sebe a minimalizovat kritiku partnera. Zdvořilejší formulace by tedy např. byla: „*špatně jsem se vyjádřila*“. Snaha dodržet maximu shody by mohla být pozorována v odpovědích A, a to především v ochotě zaslat požadované podklady znovu. Maximu sympatie však porušují oba komunikanti, jelikož z komunikace jsou znát málo potlačené antipatie.

Zohledníme-li v tomto příkladě i pojem tváře (viz kapitola 2.3), došlo k ohrožení pozitivní i negativní tváře komunikanta B. Negativní tvář byla ohrožena hned v původním e-mailu žádostí o zaplacení a pozitivní např. nesouhlasem s argumentem o ukončení docházky.

U ostatních formálních e-mailů byly především dodržovány maximy kvantity a relevance, a to hlavně pokud šlo o zodpovězení položených otázek. Komunikanti se drželi struktury a snažili se podat dostačující množství informací, které byly relevantní k tématu.

Maxima kvality mohla být zkoumána především v případech, ve kterých komunikanti signalizovali nejistotu pravdivosti jejich tvrzení obraty jako: „*myslím, že u vás byl...*“, „*částku jsem odhadl velmi orientačně*“, „*zřejmě to nebude mít vliv...*“, „*předpokládám, že tam chybí...*“ apod.) Tyto formulace byly ve formálních e-mailech časté, což dokazuje, že komunikanti při formální komunikaci volí strategii negativní zdvořilosti (viz kapitola 2.3) – dochází ke kompromisu dosáhnout vlastního cíle, ale bez nátlaku na adresáta.

¹⁸ Příloha č. 6, formální e-mailová komunikace č. 4

¹⁹ tamtéž

Negativní zdvořilost byla potvrzena i v případech omluv předesílaným žádostem a prosbám (např. „*omlouvám se za komplikace, ale potřebovali bychom...*“).

Leechovy zdvořilostní maximy byly rovněž převážně dodržovány, a to např. i v situaci, že se komunikantům nepodařilo dojít k cíli komunikace – sjednání obchodu. V tomto případě komunikanti zdárně minimalizovali neshody (ohledně konečné ceny) a snažili se o maximální rozvoj sympatií například formulacemi: „*Rádi bychom se vešli do vašich cenových představ, ale tak jak je projekt nabídnut, tak snížení ceny o 1/3 je bohužel nereálné.*“, „*I tak jsme velmi rádi za Váš čas, který jste do nás investovali a věřím, že se v budoucnu ještě potkáme.*“, „*Děkuji za Váš pragmatický přístup. Sdílíme Váš názor ohledně momentální nevýhodnosti projektu a věříme, že se situace může v budoucnu změnit k lepšímu*“²⁰. V poslední formulaci je zřejmá snaha zapůsobit na adresátovu pozitivní tvář souhlasem s adresátovým názorem.

Aplikováním teorie Brownové a Levinsona (viz kapitola 2.3) na zkoumané formální e-maily se ukázala snaha neohrožovat adresátovu tvář. Pokud došlo k ohrožení adresátovi negativní tváře, bylo to především žádostmi, které však byly vyčteny užitím negativní zdvořilosti (viz výše). Negativní zdvořilost se prokázala být nejužívanější strategií v tomto typu e-mailů. Druhou často použitou strategií byla strategie přímého jednání, a to u nabídek a návrhů.

Na závěr této kapitoly bychom zohlednili dodržování „desatera“ netikety (viz kapitola 4.1). V analyzovaných komunikacích docházelo k relativnímu dodržování těchto pravidel. Nejvíce prohřešků se týkalo pravidla číslo 5, které odkazuje na užití spisovného jazyka. Přestože byla u většiny formálních e-mailů očividná pečlivost a snaha o dodržování pravopisných a gramatických pravidel, nedostatky se vyskytly, a to hlavně v interpunkci. Na druhou stranu bylo vždy dodrženo pravidlo desáté a na chyby žádný komunikant neupozorňoval (dokonce ani v dvou případech, kdy se pisatel dopustil pravopisné chyby v adresátově jméně).

5.2 Neformální e-maily

Vyjadřování v neformálních e-mailech bývá subjektivně zabarvené a vyznačuje se značnou implicitností – komunikanti se dobře znají, a tak nemusí vše složitě vysvětlovat. E-mail je tematicky neuspořádaný, což bývá zapříčiněno absencí etapy

²⁰ Příloha č. 6, formální e-mailová komunikace č. 2

komunikační koncepce (viz kapitola 1.3.2). Dochází k přeskokování od jednoho tématu k druhému (jedná-li se o delší zprávu). Jazyková stránka e-mailu nese prvky nespisovnosti – hovorová až obecná čeština. Na rozdíl od formálního e-mailu užívání emotikon není považováno za nemístné. Předpokládá se, že funkce komunikace bude v tomto případě především fatická (viz kapitola 1.2), tedy navázání a hlavně udržení kontaktu s adresátem. Míra zdvořilosti se očekává nižší než u formálních e-mailů, jelikož mezi komunikanty je převážně důvěrný vztah, a jak konstatoval Leech (1983, cit. podle Hirschové 2013, str. 231): „*nedostatek zdvořilosti je sám o sobě známkou důvěrnosti*“. Analyzované neformální e-maily (cca 20) pochází převážně od komunikantů, kteří jsou kolegy či kamarády a vzájemně si tykají.

5.2.1 Struktura

Struktura analyzovaných neformálních e-mailů se příliš nelišila od e-mailů formálních. Pisatelé převážně dodržovali určitou strukturu – oslovení, text zprávy a podpis²¹. Velmi častá byla absence mezery po pozdravu, ale i absence rozloučení či pozdravu. V několika případech byl text psán do jednoho řádku a oslovení s pozdravem byly odděleny od hlavního textu zprávy čárkou či tečkou²².

K tematické neuspořádanosti nedocházelo, jelikož zkoumané texty byly převážně zkratkovité a vyjadřovaly se jenom k jednomu tématu. Vyměňené zprávy tak mnohdy nebyly delší než pár slov²³. Krátké a jasné zprávy korespondují se znaky neformálních e-mailů. Komunikanti se vyjadřují rovnou k tématu a nezdržují se psáním zdvořilostních frází typu: „*Děkuji za zprávu.*“, „*Obracím se na vás kvůli...*“ apod.

Předmět zkoumaných neformálních e-mailů byl většinou krátký a výstižný (např. „*Kafe*“, „*Čoko dortík*“, „*Turnaj sobota*“), ale často nebyl uvedený vůbec. Důvodem toho by mohlo být, že se nejednalo o nějaké závažné a urgentní zprávy, navíc pisatelé zřejmě předpokládali, že jejich zprávu si adresát přečte, jelikož jejich e-mailovou adresu zná, tudíž nepotřebovali zapůsobit promyšleným předmětem s náležitostmi 5 P (viz kapitola 4.2).

²¹ Příloha č. 7, neformální e-mailová komunikace č. 1

²² tamtéž

²³ Příloha č. 7, neformální e-mailová komunikace č. 2

5.2.2 Oslovení a rozloučení

V kapitole 4.2 bylo uvedeno, že v neformálních e-mailech má oslovení podobu *Milý* a křestní jméno (*Milý Petře*), jako tomu bývá v tradičních dopisech. Toto oslovení ve zkoumaném materiálu nebylo použito ani v jediném případě, což potvrdilo, že více se užívá *Ahoj* s křestním jménem (*Ahoj Petře*). Toto oslovení bylo použito v naprosté většině (nejčastěji samotné *Ahoj*) a ve variantě s křestním jménem byl užit vokativ. V některých případech bylo použito pouze křestní jméno. Pokud bylo osloveno více adresátů, oslovení mělo formu např.: „*Ahoj všem*,“²⁴, „*Ahoj děvčátka a trenére*,“. Docházelo i k oslovení zástupným substantivem (např. „*Přátelé*,“, „*Kamarádi*,“, „*Ahoj týme*,“²⁵).

Obdobně jako u formálních e-mailů, oslovení se obměňovala v závislosti na frekvenci a počtu vyměněných e-mailů týkajících se jednoho tématu²⁶. Většinou už u druhého e-mailu původního pisatele docházelo k redukci až absenci oslovení.

Rozloučení, jak bylo řečeno výše, ve zkoumaném materiálu často chybělo. Pokud bylo nějaké použito, mělo formu „*S pozdravem*“²⁷, „*Těším se*.“, „*Hezký den/víkend*“, „*Pa*.“ apod. Nechybělo ale poděkování, pokud pisatel v textu svého e-mailu o něco žádal (nejčastěji užitá zkrácená forma „*Dík*“, „*Díky*.“).

Komunikanti se podepisovali ve většině případů křestním jménem, a to jeho domácí podobou (např. „*Lucka*“, „*Ondra*“, „*Anička*“,...). Jméno bylo také často redukováno na počáteční písmeno s tečkou.

5.2.3 Jazykové jevy

V neformálních e-mailech nedocházelo k tak častému užití kondicionálu, jako tomu bylo u e-mailů formálních. Jak jsme již uvedli v kapitole 5.2.1, komunikanti se vyjadřují rovnou k tématu a zbytečně nerozpisují věty zdvořilejším způsobem.

Jak bylo uvedeno v kapitole 5.2, všichni komunikanti se znají a jsou kolegy nebo přáteli. V e-mailech si tykají, což v tomto případě není považováno za nedostatek zdvořilosti.

Grafická stránka neformálních e-mailů je pestřejší než formálních. Větší emotivnost těchto e-mailů se promítá na větším výskytu simulace neverbální komunikace. Často

²⁴ Příloha č. 7, neformální e-mailová komunikace č. 3

²⁵ Příloha č. 7, neformální e-mailová komunikace č. 4

²⁶ Příloha č. 7, neformální e-mailová komunikace č. 1

²⁷ Příloha č. 7, neformální e-mailová komunikace č. 3

docházelo k zmnožení interpunkčních znamének, především vykřičníků, otazníků a teček (např. „*Pro nás by bylo lepší ji nevyrábět!!!*“, „*...to jako ještě fakt pracuješ???*“, „*No, uvidíme, třeba mě osvíti Duch svatej...*“), ale i ztučnění či psaní velkými písmeny. Jak se předpokládalo, emotikony byly použity hojně. Mnohdy byly napsány na konci věty, jako by zastupovaly interpunkční znaménko (např. A: „*:-D to jsem rád, klidně si ještě vem, koukám, že jich zmizelo jen pár, tak ať se to nevyhodí, ale je to syté že? ;-)*“, B: „*Já bych byl asi schopnej to spořádat vše, ale musím se trochu hlídat :D Ještě si potom jeden kousek vezmu ☺*“²⁸).

Jazyk neformálních e-mailů měl blíže k mluvenosti a objevovaly se nespisovné prvky (např. „*eště*“, koncovka „*-ej*“, „*bysi*“ apod.). Komunikanti příliš nedbali na spisovnost své zprávy, a tak docházelo k překlepům, pravopisným chybám a absenci diakritiky i interpunkce (např. „*promiň, že tě tím otravuju, ono je to pro honzu, tak jsem to chtěla vyzvednout sama aby nebyl u toho, ale jak je honza nemocnej a ted trochu i jáchym, tak sm to nedala. díky moc, stavím se pro to zítra nebo ve středu. níže je kod k vyzvednuti*“²⁹).

5.2.4 Analýza z hlediska zdvořilostních principů a netikety

Z hlediska kooperačního principu u neformálních e-mailů většinou nedocházelo k porušování maxim. Komunikanti došli k rychlé shodě, pokud byla cílem jejich komunikace (viz příloha 7, neformální e-mailová komunikace č. 1). Z této komunikace je zřejmé, že komunikanti neporušili žádnou z kooperačních maxim vymezených Paulem Gricem (viz kapitola 2.1).

V několika případech došlo k porušení maximy kvantity, a to nezodpovědním položené otázky:

A: „*:-D to jsem rád, klidně si ještě vem, koukám, že jich zmizelo jen pár, tak ať se to nevyhodí, ale je to syté že? ;-)*“

B: „*Já bych byl asi schopnej to spořádat vše, ale musím se trochu hlídat :D Ještě si potom jeden kousek vezmu ☺*“³⁰

Na této ukázce vidíme, že B reagovalo na výzvu A, že si může vzít další kus dortu, avšak nezodpovědělo otázku ohledně sytosti pokrmu. A by mohl zapojit konverzační

²⁸ Příloha č. 7, neformální e-mailová komunikace č. 4

²⁹ Příloha č. 7, neformální e-mailová komunikace č. 5

³⁰ Příloha č. 7, neformální e-mailová komunikace č. 4

implikaturu a z odpovědi B si vyvodit, že dort je sytý, ale ne tolik, aby jej nezvládl sníst jeden člověk sám. Pokud by toto chtěl B svou zprávou sdělit, porušil by zároveň maximu způsobu, jelikož by se vyjadřoval nejednoznačným způsobem. Předpokládáme však, že B touto větou spíše reagoval na informaci A, že kousků mnoho nebylo. B se tak mohl snažit uklidnit A, že důvod toho není nevyhovující chuť pokrmu. Tím by B zároveň dodržel Leechovy maximy uznání a skromnosti (viz kapitola 2.2), jelikož by nekritizoval partnera, ale sebe (hypoteticky svou tělesnou váhu). V tom případě by B zároveň použil strategii pozitivní zdvořilosti (viz kapitola 2.3), ve snaze neohrozit adresátovu pozitivní tvář.

Podobné tendence byly pozorovány i u ostatních neformálních e-mailů. Jelikož se komunikanti vzájemně znali a měli mezi sebou dobré vzájemné vztahy, nedocházelo k ohrožování pozitivní tváře adresáta. Převážně byla použita strategie pozitivní zdvořilosti, ale občas došlo i na negativní zdvořilost. V následujícím e-mailu je tato strategie použita v omluvě předesílané žádosti/prosbě: *„promiň, že tě tím otravuju, ono je to pro honzu, tak jsem to chtěla vyzvednout sama aby nebyl u toho (...)“*³¹.

V kapitole 4.1 byla uvedena pravidla zdvořilosti na internetu. Uvedených deset pravidel netikety bylo v neformálních e-mailech dodrženo. První pravidlo, které je v souladu s Leechovým zdvořilostním principem, upozorňovalo na využívání anonymity jako omluvy pro nezdvořilost. V zkoumaném materiálu bylo zřejmé, že komunikanti nejsou pro druhého anonymní a pravděpodobně se setkali i mimo virtuální prostředí. Komunikanti si rovněž byli vědomi, s kým mluví, a volili podle toho své jazykové prostředky (viz pravidlo 3). Jak bylo již řečeno, komunikanti v neformálních e-mailech psali pouze nezbytně nutné, jednotlivé zprávy tedy byly zkratkovité, čímž bylo dodrženo pravidlo číslo 4. Jediné pravidlo, u kterého by se dalo mluvit o porušení, bylo pravidlo 5. Toto pravidlo pojednává o dodržování spisovnosti jazyka. V předchozí kapitole (5.2.3) bylo popsáno, že v neformálních e-mailech se pisatelé často dopouštěli pravopisných a gramatických chyb. I přes tento fakt bylo dodrženo pravidlo desáté a komunikanti si vzájemně chyby neopravovali ani na ně neupozorňovali.

³¹ Příloha č. 7, neformální e-mailová komunikace č. 5

6 Analýza komentářů na Facebooku

V této části práce se zaměříme na analýzu projevů zdvořilosti v komunikaci prostřednictvím komentářů na Facebooku. Pro analýzu byly vybrány komentáře ze skupiny *Odpozorováno v Česku* (z důvodu pravidel uvedených v kapitole 4.3), *Koleje Harcov, Liberec* (zmapování komunikace jedinců s předpokládaným vysokoškolským vzděláním), *Tomio Okamura – SPD* (politicky zaměřené, očekávání vyhraněných názorů) a *Martinus.cz* (zajímavá firemní politika). U zvolených skupin (stránek) bylo vybráno 5 příspěvků s různými počty komentářů pod nimi. Z důvodu zachování anonymity jsou komentáře upraveny (odstranění/přepsání osobních a citlivých údajů), což neovlivní výzkum. Po odstranění jmen komunikantů byla doplněna písmena, která označují autorovy repliky. Písmeno v černé barvě signalizuje zprávu produktora a písmeno v modré barvě zastupuje označení adresáta produktorem.

Podobně jako u e-mailové komunikace bude materiál analyzován z hlediska zdvořilostních teorií představených v kapitole 2. Zohledněné budou i specifika internetové komunikace (viz kapitoly 3 a 4). Rozebrána bude i zdvořilost vyjadřovaná prostřednictvím gramatických kategorií (slovesný způsob a osoba aj.). U komentářů nebude zkoumána struktura, oslovení a rozloučení, jelikož se v tomto typu komunikace vyskytují minimálně.

Jak bylo uvedeno v kapitole 5, u komunikace prostřednictvím komentářů se předpokládá nejvíce prohrěšků z hlediska zdvořilosti.

6.1.1 Jazykové jevy

V komentářích na Facebooku nedocházelo k častému užití kondicionálu. Nalezen byl zřídka v žádostech či návrzích (např. „*Poradil by někdo kde se dá v Liberci levně koupit kafemlejnec?*“, „*Pokud byste chtěli jít ve více lidech v dohledné době sbírat, stačí napsat a něco domluvíme.*“). K takovýmto komunikacím většinou nedocházelo. Komunikanti se spíše vyjadřovali k určitému tématu, než aby o něco žádali apod. V některých případech kondicionál vynechán a použito bylo pouze modální sloveso („*Může mi někdo zasvěcený prosím vysvětlit...*“).

Výskyt vykání a tykání v komentářích bylo zajímavé sledovat. Nejprve je potřeba zmínit, že ne na každý komentář někdo zareaguje a ne ve všech reakcích dochází k oslovení adresáta či přímému adresování zprávy, které by bylo vyjádřeno gramatickými kategoriemi (viz obrázek 1).



Obrázek 1: Komunikace bez vykání/tykání

Převzato bez jazykových úprav z <<https://www.facebook.com/groups/odpozorovanovcesku/permalink/2331918540159842/>>.
[Cit. 2019-04-3]

Ve skupině *Koleje Harcov, Liberec* si nikdo z komunikantů nevykal. Komunikanti pravděpodobně předpokládali, že většina členů je podobného věku a nepovažovali vykání za nutné. Komunikace mladých (řekněme od 18 do 30 let) je v tomto specifická a z jedince, který by se na této skupině snažil tykat, by si pravděpodobně ostatní dělali legraci.

Vykání se nejčastěji vyskytlo v komentářích pod příspěvky zveřejněnými v *Odpozorováno v Česku* a *Tomio Okamura – SPD*, avšak i zde někteří komunikanti tykali, proti čemuž se nikdo neohradil.

Zajímavý přístup k vykání a tykání má internetové knihkupectví *Martinus.cz*, což nás i přivedlo k tématu této bakalářské práce. *Martinus.cz* v komunikaci se svými zákazníky zásadně tyká. Jedná se bezpochyby o firemní politiku – přiblížit se lidem, působit přátelštěji, důvěrněji.

Grafická stránka v komentářích je nejpestřejší ze všech zkoumaných typů komunikace prostřednictvím internetu. Komunikanti hojně používají emotikony (někdy i několik v řadě) pro simulaci neverbální komunikace, ale i samolepky a GIFy. Stejně jako

u neformálních e-mailů docházelo k zmnožení interpunkčních znamének (např. „*Posledni odubytovací den je PATEK 14.6. Max do 15.00!!!*“). Ztučnění není možné, a tak pisatelé pro zdůraznění psali velkými písmeny, a to někdy i celou zprávu (např. „*NEVĚŘÍM NA ŽÁDNÉ DUCHY MNOŽÍ SE JAK URČITÁ NEPŘÍJEMNÁ ZVÍŘATA !!!! AŤ SI VE SVÉ VLASTI UDĚLAJÍ POŘÁDEK A DĚLAJÍ ZADARMO JI NIC ALAH NEPOŠLE A MI JE NEBUDEME PŘECI NEBUDEME ŽIVIT !!!!!!!!!, MAME SVYCH STAROSTI DOST ABY SE NEMUSELI SBÍRAT VICKA PRO NAŠE VÁŽNĚ NEMOCNÉ DĚTI*“).

Jazyk komentářů na *Facebooku* měl mnohdy blízko k mluvené podobě jazyka. Ve zkoumaných komunikacích byly nespisovné prvky ve větším zastoupení než u neformálních e-mailů. Stejně tak komunikanti nedbali na spisovnost svého vyjádření a docházelo k pravopisným i gramatickým chybám a překlepům. Interpunkce byla nejčastěji chybná nebo žádná. Použita byla slova expresivní, dokonce i vulgarismy. Komentáře byly psány s diakritikou i bez (zastoupení bylo rovnoměrné).

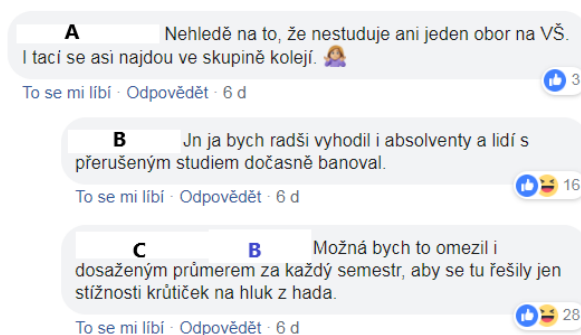
6.1.2 Analýza z hlediska zdvořilostních principů a netikety

Pro analyzování materiálu z hlediska kooperačního principu (viz kapitola 2.1) byly vybrány ty komentáře, ve kterých docházelo k interakci mezi komunikanty. V komentářích na stránce *Martinus.cz* jsme zvolili ty, v kterých odpovídalo samo knihkupectví. Ze strany knihkupectví byla snaha dodržovat všechny maximy, nejvíce se jim to dařilo s maximou kvantitou, jelikož odpovídali na veškeré otázky komunikantů, a to i opakované.

V případě ostatních skupin docházelo k porušování Griceových maxim více. Velmi často byla porušována maxima kvality, především v komentářích u příspěvků na stránce *Tomio Okamura – SPD*. Komunikanti v mnoha případech psali něco, na co neměli dostatek důkazů (např. „*...hrůza co se to děje...lezou sem v tlupách...všichni vím,jak rádi a rychle se množí...ale stejně už je pozdě...jsou jich tu hordy...s našimi potomky je teď konec...ti už se neubrání..vidím to denně v Německu s turky....vidím to ve Strasbourgu...je konec.....tam už se bojí i policisté...jen se to nesmí říkat a ukazovat.*“).

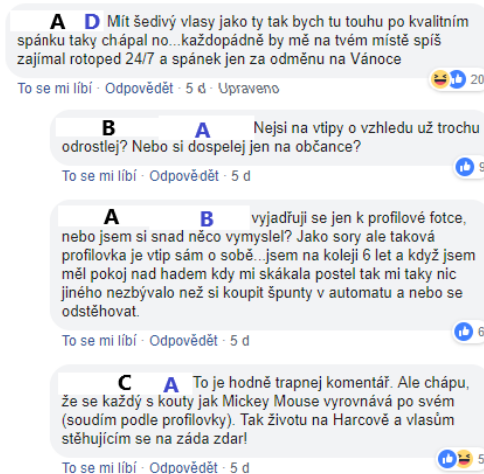
V analyzovaném materiálu se vyskytli i obraty, které signalizovaly porušení některé z maxim. U porušení maximy kvality to byly formulace jako: „*Myslím, že...*“, „*Já mám pocit, že...*“, „*Obávám se, že...*“ apod. U maximy relevance byl nalezen pouze jeden případ, když komunikant užil formulace „*mimochodem*“, že jeho vyjádření nebude zcela relevantní k tématu.

Výše zmíněné obraty korespondují s aplikováním negativní zdvořilosti (viz kapitola 2.3). Tato tendence však byla v komunikaci prostřednictvím komentářů velmi málo zastoupena (oproti např. formálním e-mailům). Strategie nepřímého vyjadřování se ukázala být často zastoupena, a to především formou ironie (viz obrázek 2), čímž dochází k porušování konverzačních maxim (viz kapitola 2.3).



Obrázek 2: Strategie nepřímého vyjadřování – ironie
Převzato bez jazykových úprav z
<<https://www.facebook.com/groups/harcov/>>. [Cit. 2019-04-2]

V analyzovaných komentářích docházelo k ohrožování pozitivní tváře komunikantů. Akty, kterými ohrožení vznikalo, byly především odporování, nesouhlas, kritika, výsměch, urážka apod. Jak jsme uvedli v kapitole 6.1.1, komunikanti používali i vulgarismy (např. „*Zase nějaká studentská demence?*“, „*Aby ses neposrala*“, „*Takže, děkuji Vám hovada, že neste schopní být lidmi.*“). Komunikanti se dokonce kritizovali a uráželi na základě vzhledu (viz obrázek 3).



Obrázek 3: Ohrožení pozitivní tváře – kritika vzhledu

Převzato bez jazykových úprav z

<<https://www.facebook.com/groups/harcov/>>.

[Cit. 2019-04-2]

Na obrázku 3 může být rovněž demonstrováno nedodržování zdvořilostních maxim (viz kapitola 2.2). V uvedené komunikaci došlo k porušení maxim uznání, skromnosti, shody i sympatie. Tyto maximy byly nejčastěji porušovány u většiny komentářů.

V kapitole 4.1 byla vymezena pravidla netikety. Aplikací na komentáře jsme zjistili, že netiketa bývá porušována víc než v případě e-mailů. Porušena byla především pravidla 1, 2, 3, 5, 7 a 10. První, druhé a třetí pravidlo souvisí s častým ohrožením pozitivní tváře (viz výše). Třetí pravidlo vymezilo dodržování určité korektnosti – neurážet menšiny, jiné rasy apod. Toto pravidlo je podpořeno v *Zásadách komunity* (viz kapitola 4.3) a patří k prohřeškům, za které může *Facebook* zrušit profil uživatele. I přes tato daná pravidla v komunikacích docházelo k rasistickým a jiným urážkám. S tím souvisí i pravidlo sedmé, které udává, že napadení by se nemělo oplácet. I k tomuto docházelo, jak můžeme vidět např. v konverzaci zaznamenané na obrázku 3.

Podobně jako u e-mailů i v komentářích komunikanti porušovali pravidlo páté a nevyvarovali se pravopisných a gramatických chyb. Oproti e-mailům však docházelo k jejich opravování ostatními komunikanty, čímž bylo porušeno pravidlo desáté.

Závěr

Tato bakalářská práce si kladla za cíl charakterizovat projevy zdvořilosti v internetové komunikaci se zaměřením na e-mailovou komunikaci, okrajově je také zmíněna komunikace prostřednictvím komentářů na *Facebooku*.

V teoretické části jsme vymezili základní pojmy spojené s komunikací. Vycházeli jsme především z prací Romana Jakobsona (1995), ale i dalších autorů zabývajících se touto tematikou – Zbyňka Vybírala (2005), Milady Hirschové (2013) aj. Dále byl vymezen pojem zdvořilosti a byly představeny základní teorie zdvořilosti – Griceův princip kooperace, Leechovy zdvořilostní maximy a pojem tváře Brownové a Levinsona. V další kapitole jsme shrnuli rysy a specifika internetové komunikace a uvedli rozdíly od komunikace běžné, které jsme čerpali z práce Kopeckého (2007). Dále jsme krátce představili internet, jeho historii a způsoby komunikace na něm probíhající, jež jsou předmětem analýzy v této práci. V závěru teoretické části práce jsme představili stanovená zdvořilostní pravidla pro komunikaci na internetu vymezená netiketou a jejich specifikaci v komunikacích prostřednictvím e-mailů a komentářů.

V empirické části jsme analyzovali konkrétní komunikace prostřednictvím e-mailů a komentářů. E-maily byly rozděleny na formální a neformální.

Struktura formálních i neformálních e-mailů byla přehledná, avšak více u e-mailů formálních, které byly obsáhlejší. Ve formálních e-mailech bylo rovněž více zdvořilostních formulací (především v úvodu a závěru zprávy). Oproti tomu vyjadřování v neformálních e-mailech bylo úsporné a bez zdvořilostních formulací. Předmět byl propracovanější u e-mailů formálních, v neformálních dokonce i chyběl.

V obou typech e-mailů bylo použito oslovení ve vokativu. Rozdíly byly ve formě, jak se očekávalo – ve formálních e-mailech dominovalo *Dobrý den*, případně doplněné o *pane/paní* a jméno/funkce či titul, v neformálních *Ahoj* s křestním jménem. V případě formálních byl tedy potvrzen předpoklad odklonu od zdvořilejší verze *Vážený (Vážená) pane (paní, ev. slečno)*. Rozloučení ve formálních e-mailech bylo nejčastěji formulací *S pozdravem*, u neformálních převážně chybělo. Podpis byl detailnější u formálních, ve kterých byla uvedena celá jména komunikantů, popřípadě doplněná o další informace. V neformálních byl podpis tvořen křestním jménem.

Ve formálních i neformálních e-mailech docházelo ke zkracování až vymizení oslovení, pozdravu i podpisu v závislosti na frekvenci a počtu vyměněných e-mailů ohledně jednoho tématu.

Při analýze jazykových jevů jsme se zaměřili na užití slovesného způsobu (především kondicionálu) a výskyt tykání a vykání. Kondicionálu (popř. formy kondicionálu spojeného s modálním slovesem či doplněné vedlejší větou podmínkovou) bylo použito více v e-mailech formálních, v neformálních se vyskytl minimálně. Komunikanti vykali v e-mailech formálních, čímž byl dodržen zdvořilejší ráz, a tykali v neformálních. Grafická stránka byla pestřejší u e-mailů neformálních, ale rovněž více docházelo k chybám a nespisovnosti a setření rozdílů mezi psanou a mluvenou podobou jazyka.

Z hlediska analýzy zdvořilostních principů bylo více prvků zdvořilosti zaznamenáno ve formálních e-mailech, a to především nejpoužívanější strategií negativní zdvořilosti. V neformálních byla sice použita také, ale dominovala spíše strategie pozitivní zdvořilosti. V obou typech byly (až na výjimky uvedené v analýze) dodržovány kooperační i zdvořilostní maximy. Tvář komunikantů byla ohrožena více ve formálních e-mailech. Jednalo se především o ohrožení negativní tváře žádostmi. Komunikanti v takovém případě použili strategii negativní zdvořilosti, tudíž se tento akt nepovažoval za nezdvořilý. Z hlediska netikety bylo porušeno pouze pravidlo o spisovnosti, a to více u neformálních e-mailů.

Analýzou komentářů jsme zjistili, že komunikanti užívali kondicionálu minimálně. Vykání a tykání se lišilo dle skupiny, ve které komunikace probíhala. Komunikanti tykali adresátovi i v případech, kdy by se to dalo považovat za nezdvořilé, avšak adresát se nikdy neohradil. Grafická stránka byla u komentářů nejpestřejší (emotikony, GIFy, velká písmena,...), ale také docházelo k nejvíce chybám, a to pravopisným i gramatickým.

Zdvořilostní principy byly nejvíce porušované právě v komentářích. Docházelo k porušení kooperačních maxim (především kvality) i maxim zdvořilostních. Negativní zdvořilost byla použita minimálně a docházelo k strategii nepřímého vyjadřování (ironii). Komunikanti ohrožovali pozitivní tváře adresátů, a to i užitím vulgarismů. Porušována byla i většina pravidel netikety.

Analýzou byl potvrzen předpoklad, že zdvořilost je nejvíce dodržována ve formálních e-mailech a nejméně v komentářích na *Facebooku*. Téma projevů zdvořilosti na internetové komunikaci (a internetové komunikace jako takové) nebylo zcela vyčerpáno. Komunikace na této platformě se neustále vyvíjí. Zjištěny byly základní tendence, např. postupný průnik mluvenosti do psaných textů. Tato tendence se nejvíce vyskytuje v komunikacích prostřednictvím chatů. Pestřejší a rozsáhlejší materiál by pravděpodobně odhalil některá další specifika, která by byla příhodná podrobit analýze.

Seznam literatury

ČECHOVÁ, Marie. *Čeština - řeč a jazyk*. 3. rozš. a upr. vyd. Praha: SPN - pedagogické nakladatelství, 2011. 442 s. ISBN 978-80-7235-413-9.

ČERMÁK, František. *Jazyk a jazykověda: přehled a slovníky*. 2. vyd. Praha: Pražská imaginace, 1997. 460 s. ISBN 80-7110-183-4.

GRICE, Herbert Paul. *Logic and Conversation* [online]. In: P. Cole, J. Morgan (eds.), *Speech Acts*. New York: Academia Press, 1975. [cit. 2019-02-20]. Dostupné z: <http://www.ucl.ac.uk/lis/studypacks/Grice-Logic.pdf>

HAUSENBLAS, Karel. *Od tvaru k smyslu textu: Stylistické reflexe a interpretace*. Praha: Filozofická fakulta Univerzity Karlovy, 1997. 226 s. ISBN 80-85899-14-0.

HIRSCHOVÁ, Milada. *Pragmatika v češtině*. 2. vyd., v Karolinu 1., doplněné. Praha: Karolinum, 2013, 335 s. ISBN 978-80-246-2390-0.

HLAVENKA, Jiří. *Používáme, využíváme (a zneužíváme) e-mail*. 1. vyd. Praha: Computer Press, 2002. 280 s. ISBN 80-7226-606-3.

CHEJNOVÁ, Pavla. *Zdvořilostní strategie*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Pedagogická fakulta, 2012. 189 s. ISBN 978-807290-550-8.

JAKOBSON, Roman a ČERVENKA, Miroslav, ed. *Poetická funkce*. 1. vyd. Jinočany: H & H, 1995. 747 s. Artes et litterae. Literárněvědná řada. ISBN 80-85787-83-0.

JANDOVÁ, Eva. *Čeština na WWW chatu*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, Filozofická fakulta, 2006. 262 s. ISBN 80-7368-253-2.

KOPECKÝ, Kamil. *Moderní trendy v e-komunikaci*. Olomouc: Hanex, 2007. 98 s. ISBN 978-80-85783-78-0.

KRAUS, Jiří. *Nový akademický slovník cizích slov: [A-Ž: studentské vydání] / kolektiv autorů pod vedením Jiřího Krause*. 1. vyd., dotisk. Praha: Academia, 2014. 879 s. ISBN 978-80-200-1415-3.

LEECH, Geoffrey N. *Principles of pragmatics*. London: Longman, 1983. 250 s. ISBN 0-582-55110-2.

Mark Zuckerberg. In: *Forbes* [online]. [cit. 2019-02-27]. Dostupné z:
<https://www.forbes.com/profile/mark-zuckerberg/#302d91973e06>

NÁDBĚLA, Josef. *Velký počítačový slovník*. 1. vyd. Kralice na Hané: Computer Media, 2004. 455 s. ISBN 80-86686-21-3.

SKLENÁŘOVÁ, Nikola. *Interakce a komunikace učitele v edukačním procesu*. 1. vyd. Ostrava: Pedagogická fakulta Ostravské univerzity v Ostravě, 2013. 147 s. ISBN 978-80-7464-391-0.

Sociální síť. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001. [cit. 2019-02-27]. Dostupné z:
https://cs.wikipedia.org/wiki/Soci%C3%A1ln%C3%AD_s%C3%AD%C5%A5

SOCHŮRKOVÁ, Martina Frasca. *Počet denně aktivních uživatelů Facebooku vzrostl o 24 milionů* [online]. 2018 [cit. 2019-02-27]. Dostupné z:
<https://newsfeed.cz/pocet-denne-aktivnich-uzivatelu-facebooku-vzrostl-o-24-milionu/>

TAYLOR, Shirley. *E-mailová etiketa: podrobný rádce, jak efektivně využívat elektronickou poštu v profesním i v soukromém životě a psát zdvořilé, jasné a srozumitelné zprávy*. Praha: Knižní klub, 2009. 173 s. ISBN 978-80-242-2679-8.

ULIČNÝ, Oldřich a kol. *Preliminária k moderní mluvnici češtiny*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2015. 389 s. ISBN 978-80-244-4667-7.

ULIČNÝ, Oldřich a kol. *Studie k moderní mluvnici češtiny I*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013. 147s. ISBN 97880-244-3549-7.

VRABEC, V. 2002. *Časová mapa českého Internetu* [online]. Elektronický dokument [cit. 2019-02-14]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/casova-mapa-ceskeho-internetu/>

VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2005. 319 s. ISBN 80-7178-998-4.

ZÍTKOVÁ, Daniela. *Komunikační přístup ke zdvořilosti a jeho aplikace na reklamní texty*. Liberec: Bor, 2008, 303 s. ISBN 978-80-86807-84-3.

Seznam příloh

Příloha č. 1 – podmínky používání služby *Facebook*

Příloha č. 2 – pravidla facebookové skupiny *Harcov Spolujízda (VŠ koleje Harcov)*

Příloha č. 3 – pravidla facebookové skupiny *IKEA bazar PRAHA*

Příloha č. 4 – pravidla facebookové skupiny *Odpozorováno v Česku*

Příloha č. 5 – oznámení na facebookové skupině *Odpozorováno v Česku*

Příloha č. 6 – příklady formální e-mailové komunikace

Příloha č. 7 – příklady neformální e-mailové komunikace

Přílohy

Příloha č. 1 – podmínky používání služby *Facebook*

Převzato bez jazykových úprav z <<https://www.facebook.com/legal/terms>>. [Cit. 2019-02-27]

2. Co můžete sdílet a dělat na Facebooku

Chceme, aby lidé používali Facebook k vyjádření a sdílení obsahu, který je pro ně důležitý, ale nikoli na úkor bezpečí a spokojenosti ostatních uživatelů nebo integrity naší komunity. Proto souhlasíte, že se nebudete zapojovat do níže popsaných aktivit (nebo je zprostředkovávat či v nich podporovat jiné uživatele):

1. Naše produkty nesmíte používat k provádění nebo sdílení čehokoli:
 - co porušuje tyto smluvní podmínky, naše zásady komunity a jiné podmínky a zásady, které se vztahují na vaše používání Facebooku;
 - co je nezákonné, zavádějící, diskriminující nebo podvodné;
 - co porušuje práva jiných osob.
2. Nesmíte nahrávat viry nebo škodlivý kód nebo provádět cokoli, co by mohlo zablokovat, přetížit nebo narušit správné fungování nebo vzhled našich produktů.
3. Nesmíte používat ani shromažďovat data z našich produktů automatizovanými prostředky (bez našeho předchozího souhlasu) nebo se pokoušet o přístup k datům, ke kterým nemáte oprávnění.

Z důvodů uvedených níže můžeme odebrat vámi sdílený obsah porušující tato ujednání a v případě potřeby můžeme provést akce proti vašemu účtu. Pokud budete opakovaně porušovat práva k duševnímu vlastnictví jiných osob, můžeme váš účet také zablokovat.

V odůvodněných případech podnikneme kroky, abychom vás upozornili na odebrání vašeho obsahu kvůli porušení zásad komunity. Poskytnout upozornění nemusí být ve všech případech možné, například pokud nám to zakazují právní předpisy nebo pokud by tím mohlo dojít k poškození naší komunity nebo integrity našich produktů.

Abychom podpořili naši komunitu, vyzýváme vás k nahlašování obsahu nebo chování, které podle vás porušuje vaše práva (včetně práv k duševnímu vlastnictví) nebo naše smluvní podmínky a zásady.

Příloha č. 2 – pravidla facebookové skupiny *Harcov Spolujízda (VŠ koleje Harcov)*

Převzato bez jazykových úprav z <<https://www.facebook.com/groups/harcovspolujizda/about/>>.
[Cit. 2019-02-27]

O této skupině

Popis

PRAVIDLA:

1. Vkládání příspěvků pouze s nápisem NABÍDKA/POPTÁVKA odvozu z/do Liberce. Ostatní příspěvky budou bez upozornění smazány.
2. Nejsou tolerovány fotky svých aut. Ani jiné podobné.
3. V nabídce/poptávce odvozu musí být vždy uveden datum odvozu a směr. Bez těchto náležitostí bude příspěvek bez upozornění smazán.
4. PŘÍSNÝ ZÁKAZ SPAMOVÁNÍ - budou bez upozornění smazány

VZOR:

NABÍDKA: Dne 29.11. (čtvrtek) jedu LB - Nový Bor - Děčín - Ústí, čas podle domluvy.

POPTÁVKA: Nejede 29.11. (čtvrtek) do Děčína?

Harcov spolujízda není odpovědná za vzniklé škody.

Typ skupiny

Cestování

Příloha č. 3 – pravidla facebookové skupiny *IKEA bazar PRAHA*

Převzato bez jazykových úprav z

<<https://www.facebook.com/groups/1567573683566756/announcements/>>. [Cit. 2019-02-27]

Vítejte v IKEA bazaru PRAHA, neděkujte za přijetí, jste tu vítáni a ostatní to může rušit. Stačí like tohoto příspěvku jako vyjádření, že jste si přečetli pravidla a berete je na vědomí. Povlečení si prodávejte jinde, toto je bazar.

0. POPTÁVKY vkládejte POUZE do skupiny

<https://www.facebook.com/groups/122852811697875/>

1. NESPAMUJ! Nulová tolerance a okamžitá blokáce.
2. UVÁDĚJ MĚSTSKOU ČÁST, ať se každý neptá. Oba ušetříte čas.
3. UVÁDĚJ MAXIMUM INFORMACÍ: CENA (žádné nabídněte), rozměry, stav, co je součástí (k posteli rošt, matrace apod.)

ZAKÁZÁNO je:

1. vkládat nabídky mimo Prahu nebo nejbližší okolí, pokud nejste ochotni dopravit do Prahy (tyto nabídky budou mazány).
2. vkládat komerční a jiné příspěvky nesouvisející s přímou nabídkou produktů IKEA (včetně opakovaných nabídek na asistovaný nákup)
3. kazit ostatním nabídky komentáři se subjektivním hodnocením požadované ceny nebo stavu produktu
4. slovně napadat ostatní členy a chovat se neslušně (takové projevy vedou k bezpodmínečnému vyloučení)
5. odkazovat na nabídky na jiných serverech nebo FB skupinách

   2,1 tis.

38 komentářů 1 sdílení

Příloha č. 4 – pravidla facebookové skupiny *Odpozorováno v Česku*

Převzato bez jazykových úprav z

<<https://www.facebook.com/groups/odpozorovanovcesku/about/>>. [Cit. 2019-02-27]

Pravidla skupiny od správců

- 1 O ČEM TO TADY JE?** ...
Skupina byla založena pro sdílení zážitků, které vás určitým způsobem zaujaly a chcete se o ně podělit s ostatními. To ale neznámá, že pokud jste viděli něco za hranicemi naší milované vlasti, že to sem nesmíte dát. V první řadě je ale určena pro zážitky z Česka.
- 2 CO SEM NEPATŘÍ** ...
Textové příspěvky bez fotky
Odkazy na jiné skupiny, stránky nebo weby.
Rasistické a urážlivé příspěvky.
Screenshoty.
Poděkování za přijetí do skupiny.
Politické diskuze.
Fotky, které jste našli jinde na internetu.
Různé fotky z obchodů s chybnými cenovkami a chybnými popisky zboží.
- 3 TROŠKU SOUKROMÍ** ...
Prosíme o zahalení obličejů a SPZ. Nestojíme o ponižování spoluobčanů. Příspěvky, na kterých budou vidět obličeje nebo SPZ mohou být smazány bez varování.
- 4 MÁTE SLOVO, ALE POSLEDNÍ SLOVO MÁ MODERÁTOR** ...
O vhodnosti či nevhodnosti příspěvků nerozhoduje uživatel, ale správci skupiny. Nelíbí-li se vám toto pravidlo, nechoďte sem. Správci si vyhrazují právo nechat ve skupině post, který odporuje těmto pravidlům, pokud pro to bude existovat relevantní důvod.
- 5 VÝVOJ PRAVIDEL** ...
Pravidla se mohou v průběhu času měnit, v reakci na aktuální dění ve skupině.
- 6 BACHA NA PRAVIDLA** ...
Při prvním porušení pravidel může následovat vyhazov ze skupiny s trvalým banem.

Příloha č. 5 – oznámení na facebookové skupině *Odpozorováno v Česku*

Převzato bez jazykových úprav z

<<https://www.facebook.com/groups/odpozorovanovcesku/announcements/>>. [Cit. 2019-02-27]

DŮLEŽITÉ, DOPORUČUJI VŠEM PŘEČÍST.

Vážení členové skupiny,

to, co se v této skupině dělo posledních pár dní mě naštvalo a vede to k následující reakci.

Tuto skupinu jsem před lety založil s konkrétním záměrem, ZE KTERÉHO NEHODLÁM USTOUPIT. Ten záměr je definován popisem skupiny a pravidly, která musí každý člen dodržovat.

Ve zkratce jde o to, že tato skupina je určena pro lidi, kteří něco zajímavého viděli (osobně) a chtějí se o tento zážitek podělit s ostatními. Ať už formou obrázku, nebo krátkého videa.

Skupina NENÍ určena pro sdílení zajímavých odkazů nebo obrázků nalezených na internetu. Na podobné účely tady už je řada jiných skupin.

Kdo toto nedodržuje, nemá v naší skupině co dělat.

K tomu, aby se ve skupině udržoval pořádek dohlíží skupina správců a moderátorů. Jejich rozhodnutí je BEZ VÝJIMKY nutné respektovat. Stěžovat si, že vám nějaký správce neodpověděl na zprávu? Nikdo z nás nemá povinnost na zprávy reagovat. Děláme to ve svém volném čase, protože chceme skupinu a její úroveň udržet.

A čím dál tím víc to je nemožné. Ignorujete, když vám moderátor smaže příspěvek a drze ho přidáte znovu. A když ho smaže znovu, ve skupině si stěžujete a nadáváte.

Tohle musí skončit.

Pokud se nehodláte ve velmi krátké době vzpamatovat, přijde to, co rozhodně nechcete: schvalování příspěvku moderátorem. Váš příspěvek se ve skupině objeví až tehdy, když projde naší kontrolou. To chcete? Věřím, že budete řvát o cenzuře a tak dál. Ale zdá se, že nám nic jiného nezbývá.

Takže: Pokud bude tohle chování, které jsem výše popsal pokračovat, zapnu schvalování příspěvků.

Další poznámka: Jakýkoliv projev nevole směrem ke správcům a moderátorům budu od této chvíle okamžitě a bez diskuze odměňovat vyhazovem ze skupiny.

Váš správce (ten zlej)

   701

38 komentářů 2 sdílení

Příloha č. 6 – příklady formální e-mailové komunikace

Formální e-mailová komunikace č. 1

- A:** Dobrý den,
- pro zařazení vozidla do Vaší flotily budeme potřebovat zaslat kopii TP, pro havarijní pojištění pořizovací hodnotu.
- Jakmile obdržíme podklady, zajistíme připojištění.
- Děkuji za pochopení a přeji Vám pěkný den
- A
- B:** Dobrý den pane A,
v příloze velký TP k našemu elektromobilu.
Zdravím B
- A:** Dobrý den, paní A,
- v návaznosti na Váš včerejší požadavek Vám v příloze zasílám sken zelené karty pro vozidlo X. Originál odešlu dnešní poštou.
- Do pojišťovny jsme zaslali i požadavek na HAV s pojistnou částkou 1.190.000,-Kč, ovšem jedná se o specifické vozidlo a čekáme na schválení sazby.
- Také jsem se chtěl dotázat, zda si nebudete přát připojistit i činnost pracovního stroje. Ve velkém TP je uvedeno, že se jedná o vozidlo s vyklápěcí plošinou.
- V případě dotazů se na mě neváhejte obrátit.
- S přáním hezkého dne,
- B
- B:** Dobrý den pane A,
„vyklápěcí plošina“ je korbička, žádné speciální zařízení nemá, tudíž další připojištění nepožadujeme. Cena je lehce nižší než jsem Vám sdělila, faktury zasílám v příloze.
Děkuji za spolupráci a zdravím B.
- A:** Paní B,
- děkuji za zpětnou vazbu. pojistnou částku tedy nechám u pojistitele opravit dle zaslaných faktur.
- S přáním hezkého dne,
- A

Formální e-mailová komunikace č. 2

A: Dobrý den, pane B,

nejdříve mi dovoluji Vám popřát dodně štěstí a úspěchů v roce 2019! Hned potom bych se rád omluvil za delší odezvu. Měli jsme toho na sklonku roku opravdu hodně a nezvládli jsme vaše podklady seriózně vyhodnotit...tak až nyní.

Zde je náš prvotní „scan“ situace:

(...)

Shrnutí: **Nutná elektro dokumentace k posouzení realizovatelnosti**. Sbíraná data mohou být **pouze aktuální stavy stroje a MOŽNÁ vyrobené kusy**.

Taková je realita:

- bez elektro dokumentace se neheme z místa
- z cenového hlediska musíme počítat s dodatečnými náklady na HW připojení (do každého stroje 1xS7-1200 + master rozvaděč)
- průměrnou pracnost odhadujeme na 5 dní na stroj.

Slovy čísel to můžeme odhadnout na celkové náklady projektu cca 1,5M CZK.

Dejte mi prosím vědět, zda je pro vás implementace Condition monitoringu s těmito parametry ekonomicky zajímavá a zda má cenu tuto naši společnou myšlenku dále rozvíjet.

Děkuji a přeji hezký den

A

B: Dobrý den pane A,

Rovněž Vám přeji mnoho úspěchů v roce 2019 a hlavně zdraví ať slouží. ☺

Co se týče cenového odhadu 1,5M CZK, jsme na míle vzdáleni od sumy o které jsme bavili při Vaší návštěvě. Víím, že napojení na naše stroje nebude úplně jednoduché. Ekonomicky by to pro nás bylo zajímavé za předpokladu, že se vejdem do částky 1M CZK.

Proto naše odpověď zní ANO, máme zájem tuto myšlenku nadále rozvíjet, pokud by se Vám podařilo s cenou něco udělat. Respektive ji krapánek (o 0,5M) ponížít.

Děkuji,

B

A: Dobrý den, pane B,

za prvé se omlouvám za tak dlouhou dobu naší odpovědi. Za druhé Vám děkuji a rovněž přeji úspěšný rok 2019. A za třetí bych Vás chtěl informovat, k čemu jsme po dost dlouhé diskuzi došli.

Rádi bychom se vešli do vašich cenových představ, ale tak jak je projekt nabídnut, tak snížení ceny o 1/3 je bohužel nereálné. Jediné „světlo na konci tunelu“ je společná práce na přípravě implementace. Pokud by vaši servisáři/údržbáři byli schopní vyvést příslušné signály na svorky v rozvaděči, byla by to pro nás natolik výrazná časová úspora, že bychom se do níže navrhované částky vešli.

Promyslete si prosím vše v klidu a dejte mi vědět, zda je to pro vás přijatelné řešení, či nikoliv. V kladném případě bychom měli volné implementační kapacity v srpnu tohoto roku.

S přátelským pozdravem

A

B: Dobrý den pane A,

V tuto chvíli to pro nás není proveditelné. Vzhledem ke složitosti implementace a získaných dat z tohoto systému, to pro nás zatím není výhodné.

I tak jsme velmi rádi za Váš čas, který jste do nás investovali a věřím, že se v budoucnu ještě potkáme. Náš strojový park se pomaličku obnovuje, takže do budoucna by to pro nás mělo mnohem větší přínos.

Přeji pěkný den,
B

A: Dobrý den, pane B,

děkuji za Váš pragmatický přístup. Sdílíme Váš názor ohledně momentální nevýhodnosti projektu a věříme, že se situace může v budoucnu změnit k lepšímu.

S přátelským pozdravem
A

Formální e-mailová komunikace č. 3

A: Dobrý den,

chtěla bych se zeptat, zda provádíte PBTk přístroje Meshgraft II Dermatome, který máme pořízen 2/2018. Případně prosím o zaslání kontaktu na servis, kam bych mohla zaslat objednávku.

Moc děkuji a přeji hezký den.

S pozdravem
A

B: Dobrý den, paní A,

BTK pro nás zajišťuje společnost Y. Přístroj pořízený v roce 2018 je ještě v záruce a po dobu trvání záruky hradíme BTK my.

Prosím kontaktujte paní C (kontakt níže) a domluvte se s ní na termínu provedení kontroly s tím, aby fakturu vystavila na X.

(...)

S pozdravem,
B

Formální e-mailová komunikace č. 4

A: Dobrý den, paní B,
kontrolou pohledávek bylo zjištěno, že jste nám dosud neuhradila platbu za poskytování služeb, na kterou byla vystavena faktura č.:
(...)

Tímto Vás vyzýváme k úhradě dluhu.

V případě, že jste pohledávku již uhradili, je nutné doložit doklad o její úhradě.

Děkuji za spolupráci a přeji krásný den
A

B: Dobrý den, bohužel ale nevíme za jaké služby, nedostali jsme ani přehled k odsouhlasení ani fakturu. Poslední vyúčtování máme 9/18 a 11/18. poslední částku jsme platili 118 Kč. Prosim o zaslání podkladu, popr. zavolejte... děkuji B

Odesláno z mobil. zařízení Huawei

A: Fakturu jsem posílala v předchozím emailu. Ale posílám raději znovu. Máte ji v příloze, zároveň s přesným vyúčtováním.

B: Ale C k vám od 7.10. Nechodila, tak za jaké služby to je. Kam vám muzku zavolat

Odesláno z mobil. zařízení Huawei

A: V přehledu máte jasně dané data 2.10 a 4.10. Takže to k nám ještě chodila.

B: Fakturu jsme zaplatili včera, nám slo jenom o to že jsme nedostali ten přehled a fakturu v tom říjnu, jak to bylo vždy proto jsme nevěděli že máme něco platit, špatně jste mě pochopila. Nemám problém zaplatit, to už jsme udelali, ale nedostali jsme v tom říjnu žádné info o vyúčtování. Napr. Za září jsem to taky urgovala, že jste nám neposlali vyúčtování, resila jsem to s paní D. Tot vše, teď by to mělo být v pořádku.

A: Dobře, řeknu tedy kolegyním, ať si na to dávají větší pozor. Děkuji za spolupráci.

Přeji hezký den
A

Příloha č. 7 – příklady neformální e-mailové komunikace

Neformální e-mailová komunikace č. 1

- A:** Ahoj.
D mi vcera vrazil, ze on nebude. Jak je to s vami?
Ja to zvladnem i bez toho, aby sme sa schadzali ;)
- A
- B:** Ahoj,
já mám home office, takže jedine Skype. Ale nemám nic k řešení.
- C:** Ahoj,
já jsem v kanceláři, ale taky nic nemám.
- C
- A:** Ok, tak to nechame na buduci tyzden ;) Ak by niekoho nieco napadlo, co je treba riesit, tak mozem dorazit.

Neformální e-mailová komunikace č. 2

- A:** Ahoj Martine, mám tady další prácičku 😊
- A
- B:** OK, jdu na to 😊

Neformální e-mailová komunikace č. 3

- A:** Ahoj týme, po dnešní domluvě s C Vás oslovuji na středeční florbal na 1.ZŠ od 17.30. Dejte vědět, jaký je zájem, D prosím o přeposlání hráčům a hráčkám, na které nemám mail (a dej mě tam do kopie).
S pozdravem A.
- B:** Ahoj všem,
Já bych si zahrát přišla.
Pěkné odpoledne.
- B

Neformální e-mailová komunikace č. 4

A: Ahoj týme,

upekl jsem vám dortík jen z čokolády a vajec 😊 není v něm žádná mouka ani kypřidla.

Vemte si – je na parapetu mezi mnou a C 😊

Dobrou chuť 😊

A

B: Je výbornej, děkuju ☺

A: 😊 to jsem rád, klidně si ještě vem, koukám, že jich zmizelo jen pár, tak ať se to nevyhodí, ale je to asi syté že? 😊

B: Já bych byl asi schopnej to spořádat vše, ale musím se trochu hlídat :D Ještě si potom jeden kousek vezmu ☺

Neformální e-mailová komunikace č. 5

A: ahoj B,
promiň, že tě tím otravuju, ono je to pro honzu, tak jsem to chtěla vyzvednout sama aby nebyl u toho, ale jak je honza nemocnej a ted trochu i jáchym, tak sm to nedala.
díky moc, stavím se pro to zítra nebo ve středu.
níže je kod k vyzvednutí
A

B: Ahoj A,
vyzvedl jsem to. Budu v kanclu jen do středy, pak to kdyžtak bude tady na stole.

Brzké uzdravení všem,
B