



**MASARYK  
UNIVERSITY**  
Czech Republic

# Komunikační teorie

Mgr. Martina Šmahelová

ZUR388 Specifika online komunikace  
Jaro 2018

## Komunikační teorie – obecně

Například Paul Watzlawick:

- 1. Nelze nekomunikovat.
- 2. Zpráva vyslaná nemusí být nutně zpráva přijatá.
- 3. Lidská komunikace je mnohoúrovňový jev:
  - musíme znát informaci o informaci, kterou přijímáme
  - metakomunikace
  - potřeba klíčů i na neverbální úrovni.

# Komunikace

- Verbální
- Neverbální
  
- Interpersonální
- Intrapersonální
- Skupinová
- Inštitucionální
- Masová

(Fawkes, J., & Gregory, A. 2001)

- Tváří v tvář
- Digitální komunikace

## Digitální komunikace

- Počítačem zprostředkovaná komunikace - Computer-Mediated Communication (CMC) – termín je už zastaralý, komunikace taky přes jiné digitální zařízení (smartphony, tablety...) → **Digitální komunikace**
- **Interdisciplinární téma** (psychologie, mediální studia, žurnalistika, sociologie, lingvistika, pedagogika, informatika, medicína, právo, politologie...)
- **sociální psychologie** - mezilidská digitálně zprostředkovaná komunikaci
- V jiných oborech (napr. Informatika) může mít širší význam - digitální komunikaci mezi samotnými zařízeními

## Digitální komunikace

Různá pojetí Digitální komunikace:

- **jako proces** – odesílatel a příjemce informace
- **jako systém** – není „komunikace sama“, je její podporou
- **jako způsob komunikace** – formování sociálních vztahů podobně jako při komunikaci v tváří v tvář.

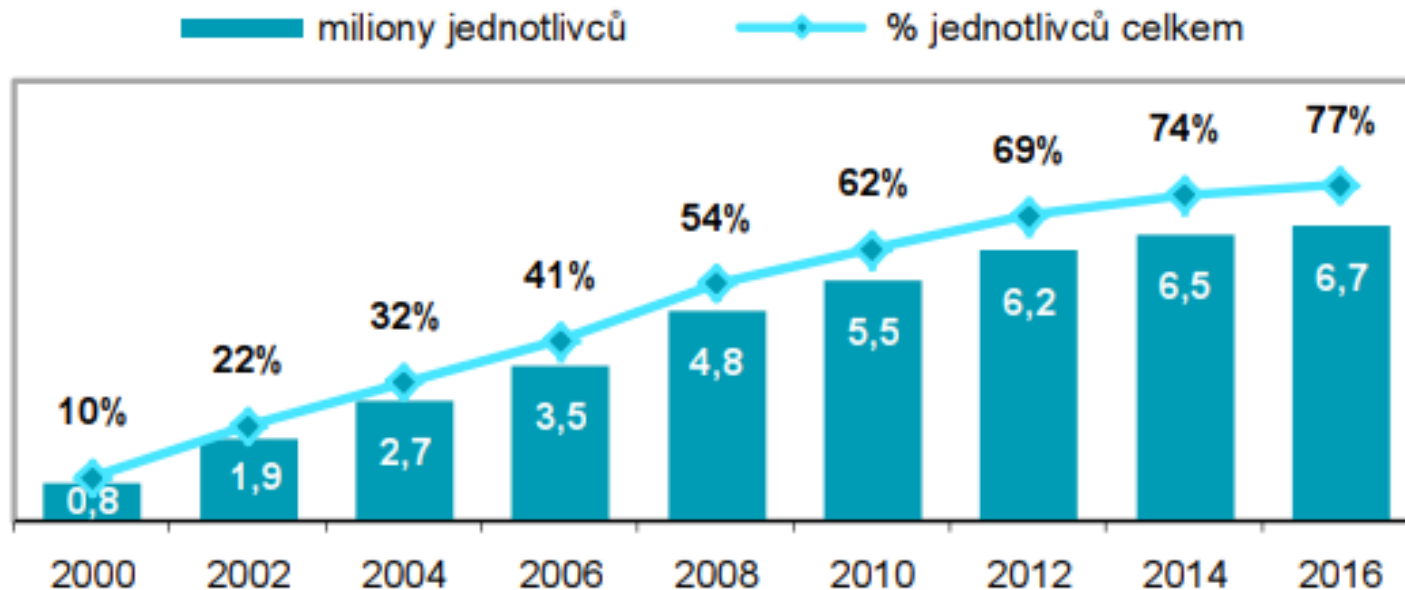
## Digitální komunikace vs. Komunikace tváří v tvář

- Jak se navzájem liší?
- Mají tyto odlišnosti vliv na mezilidské vztahy?

## Komunikace na internetu – vlivy

- Typ kanálu (co umožňuje zprostředkovat)
- Účastníci komunikace (gender, věk, množství)
- Délka komunikace, vztah mezi komunikujícími (ne/formální, a/symetrický, blízký..)
- Téma, účel komunikace (osobní, pracovní, získání informací..)
- Způsob komunikace – synchronní/asynchronní, veřejná/soukromá, moderovaná/volná
- Zkušenost účastníků s digitální komunikací
- Postoj účastníků k digitální komunikaci
- Očekávání budoucí interakce
- Možnost masového využití
- (Thurlow, Lengel a Tomic, 2004)

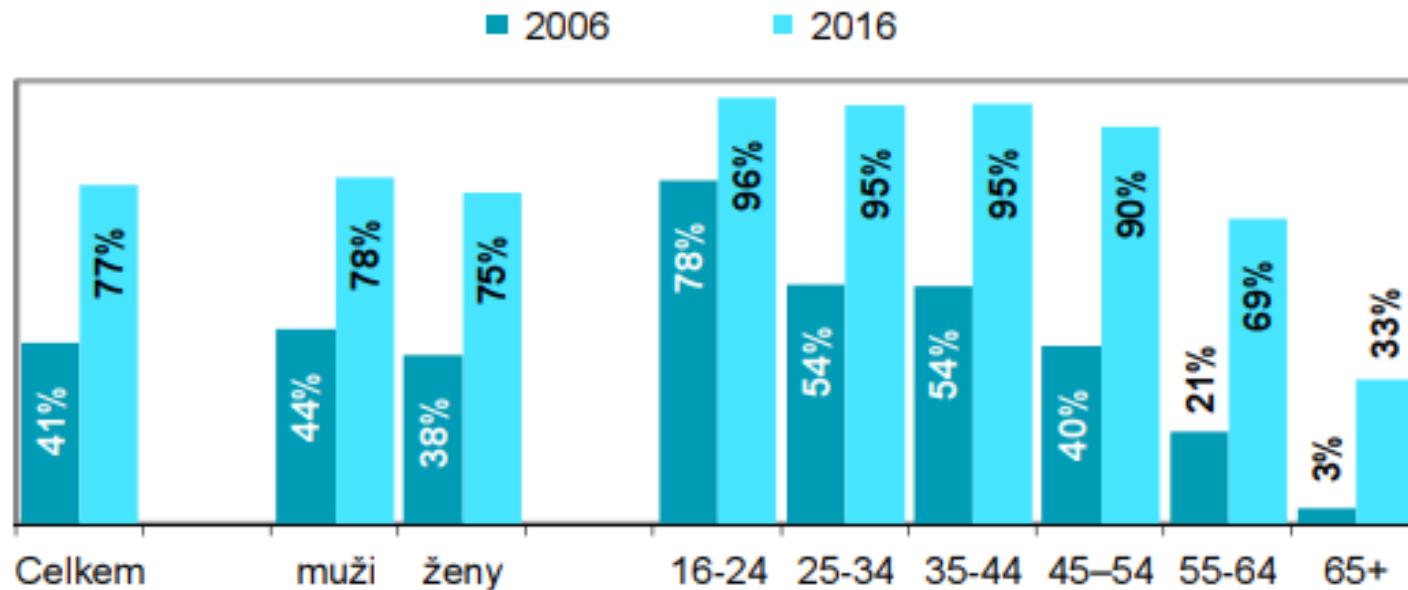
## Jednotlivci používající internet - uživatelé internetu



ČSÚ, Šetření o využívání ICT v domácnostech a mezi jednotlivci



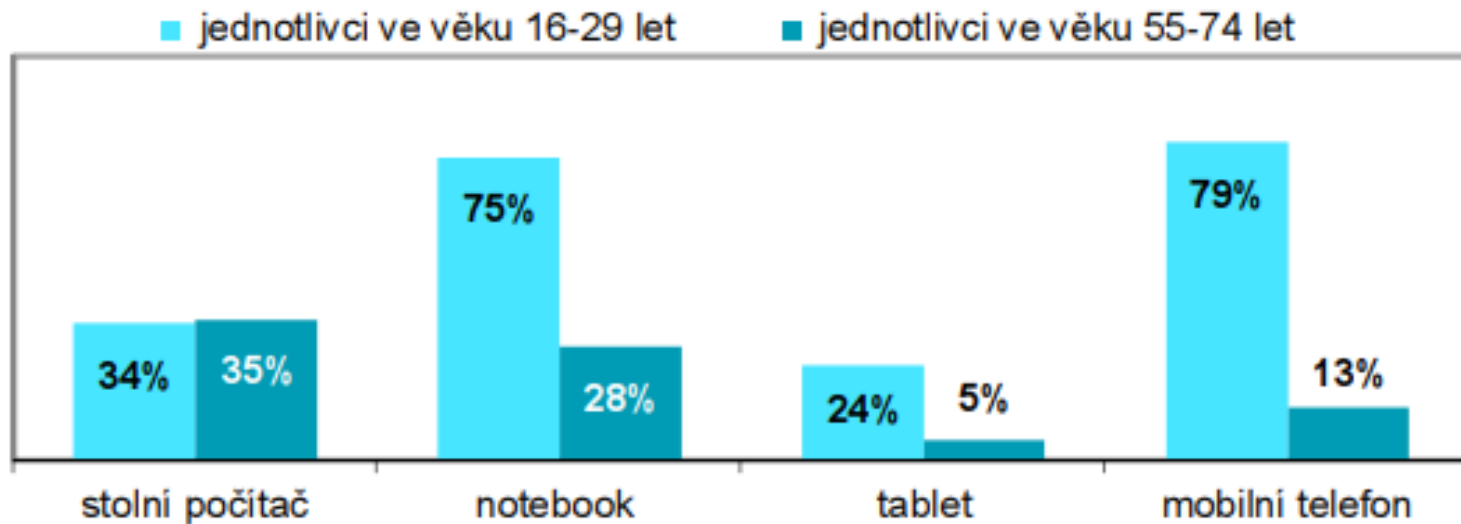
## Jednotlivci používající internet podle pohlaví a věku



*podíl z celkového počtu jednotlivců v dané sociodemografické skupině*

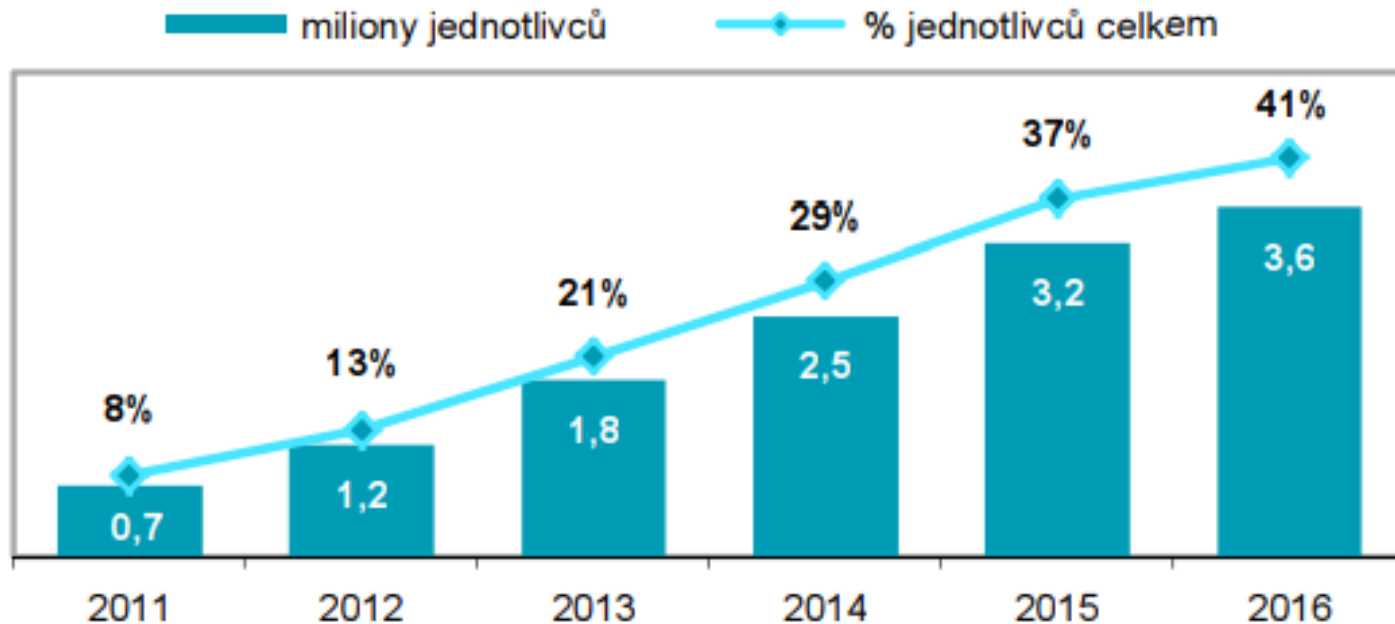
ČSÚ, Šetření o využívání ICT v domácnostech a mezi jednotlivci

## Zařízení používaná jednotlivci k přístupu na internet ve vybraných věkových kategoriích; 2016



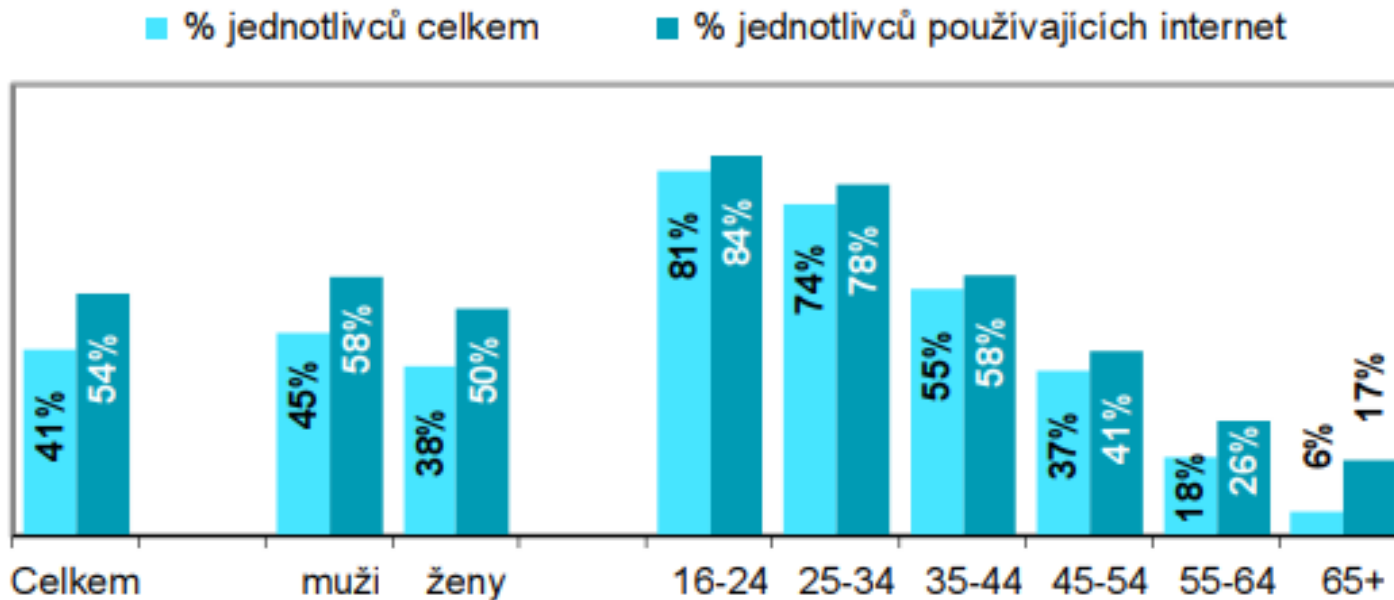
ČSÚ, Šetření o využívání ICT v domácnostech a mezi jednotlivci

## Jednotlivci používající internet na mobilu



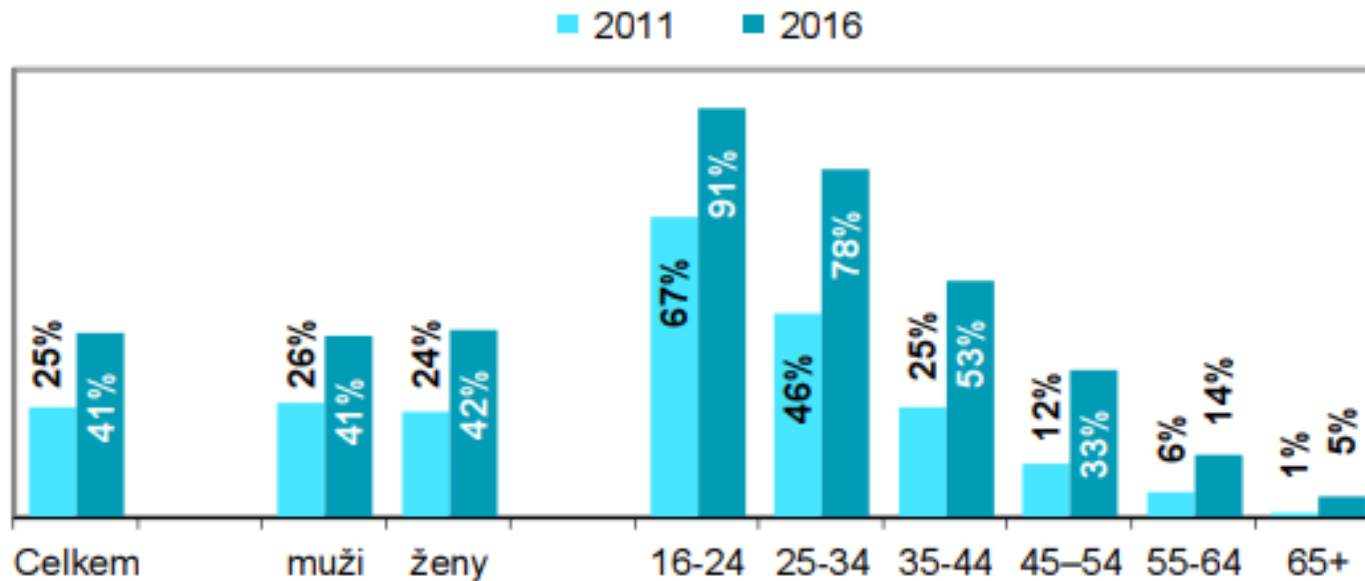
ČSÚ, Šetření o využívání ICT v domácnostech a mezi jednotlivci

# Jednotlivci používající internet na mobilu podle pohlaví a věku; 2016



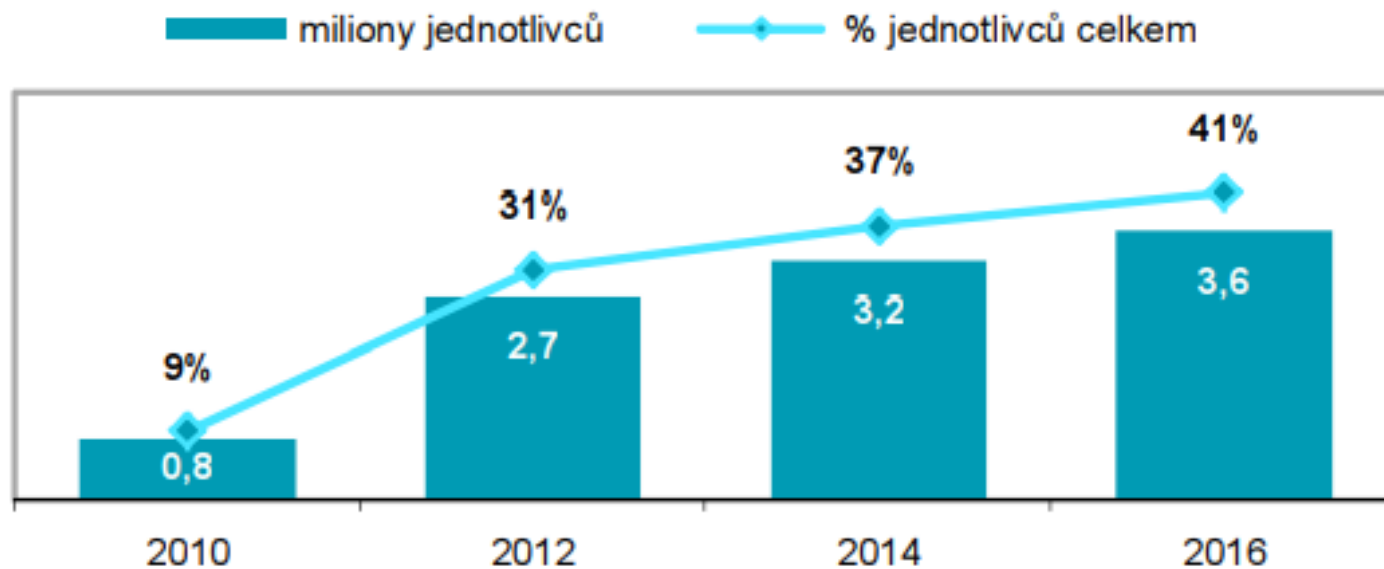
ČSÚ, Šetření o využívání ICT v domácnostech a mezi jednotlivci

## Jednotlivci používající sociální sítě



ČSÚ, Šetření o využívání ICT v domácnostech a mezi jednotlivci

## Jednotlivci používající sociální sítě podle pohlaví a věku



ČSÚ, Šetření o využívání ICT v domácnostech a mezi jednotlivci

# Teorie digitální komunikace

Různá dělení. Walther (2011):

- 1. Cues-Filtered-Out Theories
  - absence neverbálních vodítek
- 2. Experimental and Perceptual Theories of CMC
  - charakteristiky interakcí a kontextuální faktory
- 3. Theories of Interpersonal Adaptation and Exploitation of Media
  - komunikace mezi jednotlivci
  - komunikace ve skupině

# 1. Cues-Filtered-Out Theories

- Na základě výzkumů spíše **tradičních médií** - televize, rádio, komunikace prostřednictvím dopisů, tištěná média, ale i konference s využitím telefonů
- **Hurá!** - možnosti rychle přenášet a uschovávat informace
- **Má to ale háček!** - limitující v navazování osobních vztahů – předpoklad: komunikace FtF je nejefektivnějším a zároveň nejsociálnějším způsobem mezilidské komunikace
- Zaměřují spíše na objektivní vlastnosti médií jako takových a nereflektují faktory na straně uživatelů



## a) Social Presence Theory

- Teorie sociální přítomnosti
- Short, Williams a Christie (1976)
- Původně nebila používána v kontextu digitální komunikace – aplikována díky „chudosti“ sociálních podnětů
- **Zohledňuje míru sociální přítomnosti** - dosažení blízkosti mezi komunikujícími
- Míra do jaké si je účastník komunikace schopen uvědomit přítomnost jiného účastníka komunikace
- Efektivnost komunikace = míra dosažení cíle komunikace

## a) Social Presence Theory v praxi

- <https://www.youtube.com/watch?v=MfuS3m-Jhcc>
- O jaké vodítka se ve skutečnosti jedná?
- Co vše ovlivňuje míru sociální přítomnosti?

## b) Media Richness Theory

- Teorie bohatosti médií
- Daft a Lengel 1986
- Jedna z nejznámějších teorií
- Založena na „bohatosti jednotlivých komunikačních medií“
- „Nejbohatší“ je FtF komunikace (obohacení o neverbální komunikaci)
- **Digitální komunikace ochuzuje komunikaci o sociální podněty** – větší anonymita = antisociální chování
- Digitální komunikace - výměna přímočarých informací
- Digitální komunikace - nevede k rozvoji mezilidských vztahů

## b) Media Richness Theory

- Dimenze, které vymezují bohatost média:
  - I) počet vodítek, které je schopné médium simultánně přenášet
  - II) bezprostřednost a rychlost zpětné vazby mezi komunikujícími
  - III) možnosti použití přirozeného jazyka
  - VI) možnost personalizace sdělení – uzpůsobení sdělení pro daného jedince

## Rozdíl mezi psaným dopisem, emailem, SNS, Skype?

- A) počet vodiček podpořených médiiem
  - Jaká různá vodička mají komunikující k dispozici?
  
- B) bezprostřednost zpětné vazby
  - Jak dlouho trvá odpověď?
  
- C) potenciál použití přirozeného jazyka
  - Jaké je míra možnost použití neformálního jazyka?
  
- D) personalizace sdělení
  - Je možné sdělení adresovat přímo konkrétní osobě?

## b) Media Richness Theory – kritika

- Záleží od formy digitální komunikace
- Dimenze jsou aplikovatelné spíše na tradiční média (listová komunikace) než na nové média (email)
- Teorie není použitelná napříč všemi médii – vzhledem k různorodosti a variabilitě různých charakteristik
- SNS, email - neposkytují tak jednoznačné možnosti posouzení
- (J. B. Walther a M. R. Parks, 2002)

## 2. Experimental and Perceptual Theories of CMC

### a) Social Influence Perspective

- Perspektiva sociální vlivu
- Fulk, Schmitz a Steinfield (1990)
- vysvětluje roli médií v komunikaci i skrze subjektivní vnímání médií jejich uživateli
- objektivní vlastností jednotlivých médií (možnost permanentního záznamu, asynchronicita atd.), vs. jak jednotlivá média vnímá uživatel
- nevyhnutné zaměřit se na faktory na straně uživatelů a jejich subjektivní posouzení a názory v kontextu možností jednotlivých médií
- vysvětluje to, proč se lidé liší ve vnímání a posuzování „bohatosti“ jednotlivých medií a zdůrazňuje význam sociálních vlivů a vliv vlastní zkušenosti

## a) Social Influence Perspective

- uživatel si konstruuje názor na média na základě různých faktorů:
  - Názory a perspektivy ostatních
  - Učení se pozorováním
  - Vlastní zkušenosti uživatele
    - Méně zkušení uživatelé mají tendenci více podléhat vlivu ostatních než zkušení uživatelé



### 3. Theories of Interpersonal Adaptation and Exploitation of Media

- hlavním průkopníkem Joseph Walther
- média = prostředek
- člověk = aktivní činitel pro využití médiem nabízených možností
- **Vztahy vnímá** v kontextu digitální komunikace jako:
  - **Impersonální** – (neosobní) vztahy vznikají zřídka, například při úkolech, kdy hlavním cílem není navazování vztahů, nebo při nedostatečném čase pro komunikaci
  - **Interpersonální**
  - **Hyperpersonální**

## a) SIP Theory

- Social Information Process Theory
- Walter 1992
- **Člověk je v první řadě sociální bytost** → absence neverbálních signálů nemůže zcela zamezit přenosu sociální informace, může ho pouze **zpomalit**.
- Lidé se mohou adaptovat na digitální komunikaci a tak dosáhnou i vysoké sociální přítomnosti
- Vytvářet vztahy je lidská přirozenost – schopnost vyvinout strategie pro překonání bariér.
- komunikace na internetu je často dynamičtější a sociálnější – SIP podceňuje pozitivní efekty této komunikace

## a) SIP Theory

- vztahové a kontextuální faktory, které zlepšují interpersonální kvalitu digitální komunikace:
  - předcházející interakce
  - pravděpodobnost další interakce
  - časové stopy
  - emotikony („smajlíky“)
  - motivace a očekávání komunikujících )

(podle Thurlow, Lengel, Tomic, 2004, s. 51-52, Šmahel, 2003)

## a) SIP Theory - konkrétně

Při textové formě digitální komunikace se očekává:

- Schopnost kódovat a rozkódovat sociální informaci
- Schopnost načasovat sdělení

Pro tyto schopnosti je klíčoví:

- Spíš jazykový obsah sdělení a charakteristiky jednotlivých stylů komunikace
- Emotikony (smajlíky) sú spíš součástí jazykového sdělení a charakteristik než faktory sami o sobě

## b) Hyperpersonal CMC

- Hyperpersonální efekt komunikace
- Walther (1996)
- možnosti digitální komunikace mohou přispět k tomu, že lidé jsou s pomocí ní schopni vytvořit o sobě dojem, který by při komunikaci tváří v tvář nevytvořili
- **Selektivní sebeprezentace** → digitální komunikace tak může vést k vytváření zidealizovaných představ o online přátelích
- **nárůst sebe-otevření** prostřednictvím unikátních charakteristik online komunikace
- Komunikace se tak stává **hyperpersonální**

## b) Hyperpersonal CMC

Roli v tomto procesu hrají **faktory** :

- **na straně odesílatele** – možnost vybírat informace, které považuje za atraktivní a naopak zamlčovat méně žádoucí informace
- **na straně příjemce** – idealizuje odesílatele + navázání na sebeprezentaci odesílatele a zveličení informací
- **na straně samotného kanálu komunikace** – asynchronní komunikace
- **Zpětné vazby probíhající mezi jednotlivými faktory**
- <https://www.youtube.com/watch?v=vpPfjUkdaiA>

## c) SIDE model

- teorie sociální identity a deindividualizace (*social identity explanation of deindividuation effects*)
- Postmes, Spears a Lea (1998)
- dynamika v procesu utváření mezilidských vztahů ve skupině
- Konformita se skupinovými normami může být v digitální komunikaci silnější než při běžné komunikaci tváří v tvář.
- „**deindividualizace**“ (pocit ztráty individuality) + **anonymita** (nemusí vést k překonání sociálních bariér) = posiluje sounáležitost se skupinovými normami
- deindividualizace má vliv na posílení **stereotypů chování**

## d) Information and Communication Technology Succession Theory

- Teorie sériového používání komunikačních technologií
- Keri Stephens (2007)
- reflektuje rozvoj informačních a komunikačních technologií (ICT)
- Důležité sledovat možnostmi kombinování či posloupného používání médií
- používání různých typů médií a komunikačních prostředků pro dosažení rozličných cílů
- používání různých ICT pro dosažení jednoho cíle

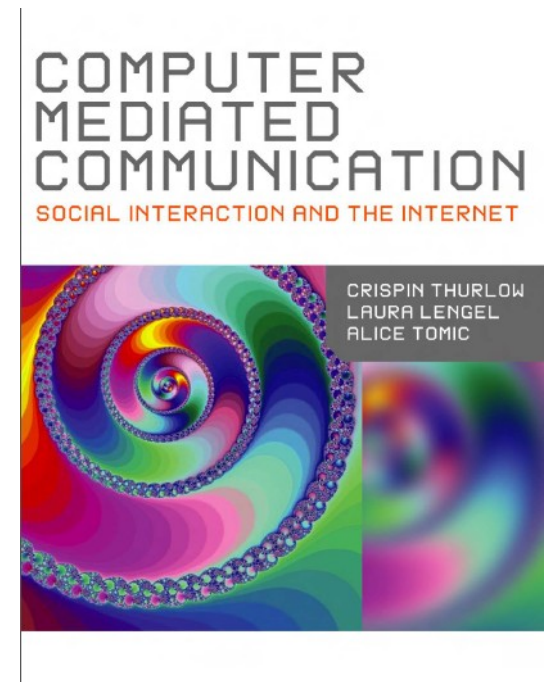


## d) Information and Communication Technology Succession Theory

- postupným používáním různých ICT technologií lze ovlivnit efektivitu mezilidské komunikace
- Můžeme využívat:
  - **doplňující se modality** – e-mail (text) a telefonát (zvuk) - navzájem rozšiřují svoje možnosti pro efektivní předání zprávy
    - zprávy mající za cíl přesvědčování, řešení problémů a zadávání úkolů.
    - Sdělení osobního ladění, nemusí z tohoto sekvenčního užívání médií tolik těžit
  - **opakující se modality** – dvě textové zprávy, nebo dva telefonáty

## Pro zájemce

- Kapitola:
  - Theories of computer-mediated communication and interpersonal relations
  - (Walther, 2011)
- Kniha:
  - Computer mediated communication
  - (Thurlow, Lengel, & Tomic, 2004)



## Seznam použité literatury

- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986). Organizational information requirements, media richness and structural design. *Management science*, 32(5), 554-571.
- Fawkes, J., & Gregory, A. (2001). Applying communication theories to the internet. *Journal of Communication Management*, 5(2), 109-124.
- Fulk, J., Schmitz, J., & Steinfield, C. (1990). A social influence model of technology use. In J. Fulk, C. Steinfield (Eds.), *Organizations and communication technology* (71–94). Newbury Park, CA: Sage
- Postmes, T., Spears, R., & Lea, M. (1998). Breaching or building social boundaries? SIDE-effects of computer-mediated communication. *Communication research*, 25(6), 689-715.
- Short, J., Williams, E., & Christie, B. (1976). *The social psychology of telecommunications*. London: Wiley
- Stephens, K. K. (2007). The successive use of information and communication technologies at work. *Communication Theory*, 17(4), 486-507.
- Šetření o využívání ICT v domácnostech a mezi jednotlivci. (2017) Český statistický úřad, [https://www.czso.cz/documents/10180/46014808/061004-17\\_C.pdf/bc2d28dd-f584-4246-86b8-b34469c91c6b?version=1.1](https://www.czso.cz/documents/10180/46014808/061004-17_C.pdf/bc2d28dd-f584-4246-86b8-b34469c91c6b?version=1.1)

## Seznam použité literatury

- Stephens, K. K., & Rains, S. A. (2010). Information and communication technology sequences and message repetition in interpersonal interaction. *Communication Research*, 38(1), 101– 122.
- Šmahel, D. (2003). Komunikace adolescentů v prostředí internetu. *Československá psychologie*, 47(2), 144-156.
- Thurlow, C., Lengel, L., & Tomic, A. (2004). *Computer mediated communication*. London: Sage Publications.
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23(1), 3-43.
- Walther, J. B. (1992). Interpersonal effects in computer-mediated interaction a relational perspective. *Communication Research*, 19(1), 52-90.
- Walther, J. B. (2011). Theories of computer-mediated communication and interpersonal relations. *The handbook of interpersonal communication*, 4, 443-479.
- Walther, J. B., Parks, M. R. (2002). Cues filtered out, cues filtered in: Computer-mediated communication and relationships. In M. L. Knapp, J. A. Daly (Eds.), *Handbook of interpersonal communication* (529–563), 3rd ed. Thousand Oaks, CA: Sage.



Děkuji za pozornost