

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Diplomová práce**

**2022**

**Bc. Dominika Švandová**

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Genderové aspekty vnímání soukromí  
na sociální síti Instagram**

Diplomová práce

Autor práce: Bc. Dominika Švandová

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: PhDr. Irena Reifová, Ph.D.

Rok obhajoby: 2022

## **Prohlášení**

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 25. dubna 2022

Bc. Dominika Švandová

## **Bibliografický záznam**

ŠVANDOVÁ, Dominika. *Genderové aspekty vnímání soukromí na sociální síti Instagram*. Praha, 2022. 114 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut Komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra Mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Irena Reifová, Ph.D.

**Rozsah práce:** 185 836 znaků

## **Abstrakt**

Kvalitativní diplomová práce se věnuje tématu online soukromí a dosavadní poznatky v této oblasti doplňuje o genderovou perspektivu. Na základě tematické analýzy rozhovorů uskutečněných s patnácti muži a patnácti ženami přináší poznatky o genderových specifikách vnímání soukromí v prostředí sociální sítě Instagram. Sociální sítě, soukromí a s nimi spojené genderové aspekty jsou nejprve popsány z teoretického hlediska. V metodologické části jsou následně představeny postupy zvolené pro uskutečnění vlastního výzkumu. Výsledky analýzy dat vzešlých z kvalitativních rozhovorů, které prezentuje analytická část, přináší porozumění tomu, jaká témata vnímají ženy a muži jako osobní a jaké strategie volí pro ochranu a regulaci svého soukromí. Dále popisují, jak muži a ženy vnímají rizika ohrožení soukromí a publikum svých instagramových profilů. Nechybí ani poznatky o tom, co jejich postoj k těmto tématům podle nich samotných ovlivňuje. Genderová specifika byla zjištěna zejména v souvislosti se sdílením fotek sebe samých a využíváním anonymity k regulaci soukromí. Muži a ženy také vyjadřovali rozdílné obavy z narušení svého soukromí, a to mimo jiné také v souvislosti s nežádoucím sledováním ze stran autorit, které problematizovaly především ženy.

## **Abstract**

Qualitative research thesis explores the topic of online privacy, adding a gender perspective to the existing body of knowledge. Based on a thematic analysis of interviews with fifteen men and fifteen women, it provides insights into the gender specificities of the perception of privacy on Instagram social network. Social networks, privacy and related gender aspects are first discussed from a theoretical perspective. The methodological part then presents the chosen methods for conducting the actual research. Presented in the analytical part, the results of the analysis of the data from the qualitative interviews provide an understanding of which topics women and men perceive as personal and what strategies they adopt to protect and regulate their privacy. Furthermore, they describe how men and women perceive the privacy threats and the audience of their Instagram profiles. Finally, insights into what they themselves claim to influence their attitudes on these topics are also included. Gender specificities were found particularly in relation to sharing photos of oneself and using anonymity as a means of regulating privacy. Men and women also expressed

different concerns about breaches of their privacy, among other things, in relation to unwanted surveillance by authorities, which was problematic for women in particular.

### **Klíčová slova**

Gender, online soukromí, sociální sítě, Instagram, paradox soukromí, sdílení, dohled

### **Keywords**

Gender, online privacy, social media, Instagram, privacy paradox, sharing, surveillance

### **Title/název práce**

**Gender Aspects of the Perception of Privacy on Instagram Social Network**

## **Poděkování**

Mé poděkování patří především vedoucí práce PhDr. Ireně Reifové, Ph.D. za odborné vedení, cenné připomínky a čas věnovaný této práci. Děkuji také všem respondentkám a respondentům za ochotu sdílet se mnou prostřednictvím rozhovorů své myšlenky a zkušenosti.

## **Obsah**

<b>Úvod</b>	<b>11</b>
<b>1 Teoretická část</b>	<b>13</b>
1.1 Nová média a sociální síť	13
1.1.1 Nová média	13
1.1.2 Web 2.0	15
1.1.3 Sociální síť	16
1.1.4 Instagram	18
1.1.5 Muži a ženy v online prostředí	19
1.1.5.1 Muži a ženy na Instagramu	21
1.2 Soukromí	23
1.2.1 Privátní a veřejné	24
1.2.2 Soukromí v online prostředí	25
1.2.2.1 Paradox soukromí	28
1.2.2.2 Genderová specifika	29
1.2.3 Soukromí a Instagram	30
1.2.4 Ohrožení soukromí na sociálních sítích	32
1.3 Shrnutí	34
<b>2 Metodologická část</b>	<b>36</b>
2.1 Výzkumný problém a cíl práce	36
2.2 Výzkumné otázky	37
2.3 Metoda výzkumu	38
2.4 Technika sběru dat	39
2.5 Výzkumný soubor	40
2.6 Metoda analýzy a interpretace dat	42
2.7 Etika výzkumu	43
2.8 Sebereflexe a limity výzkumu	44
2.9 Shrnutí	44
<b>3 Analytická část</b>	<b>46</b>
3.1 Vnímání obsahu na Instagramu jako osobního	46

3.1.1	Domov jako osobní téma	46
3.1.2	Emoce a pocity jako osobní témata	47
3.1.3	Politika a vyjadřování názorů jako osobní témata	48
3.1.4	Přátelé a rodina jako osobní témata	48
3.1.5	Děti jako osobní téma	49
3.1.6	Vlastní já jako osobní téma	50
3.1.7	Intimita a tělo jako osobní témata	51
3.1.8	Vztahy jako osobní téma	52
3.1.9	Zdraví jako osobní téma	53
3.2	Způsoby ochrany soukromí na Instagramu	53
3.2.1	Nastavení soukromého nebo veřejného profilu	54
3.2.2	Soukromí pomocí nastavení profilu	54
3.2.3	Soukromí pomocí regulace sebe-odhalování	56
3.2.4	Anonymita jako nástroj regulace soukromí	58
3.3	Vnímání rizik narušení soukromí na Instagramu	59
3.3.1	Typy rizik na Instagramu pohledem mužů a žen	60
3.3.2	Zkušenosti s narušením soukromí	62
3.3.3	Efekt třetí osoby	63
3.4	Představy mužů a žen o publiku jejich instagramových účtů	64
3.4.1	Primární publikum – pro koho muži a ženy obsah na Instagramu sdílí	65
3.4.2	Skutečné publikum – jaký mají ženy a muži přehled o tom, kdo jejich obsah vidí	66
3.4.3	Preferované publikum a nechtěné publikum	67
3.5	Faktory ovlivňující postoj k soukromí pohledem mužů a žen	69
3.5.1	Nastavení a formát sdílených příspěvků	70
3.5.2	Vnímání obsahu druhých, srovnávání a autenticita	71
3.5.3	Zpětná vazba a reakce druhých	72
3.5.4	Věk a životní období	72
3.5.5	Sebevědomí	74
<b>4</b>	<b>Diskuse</b>	<b>75</b>
	<b>Závěr</b>	<b>79</b>
	<b>Summary</b>	<b>81</b>
	<b>Použitá literatura</b>	<b>85</b>

<b>Teze Diplomové práce</b>	<b>95</b>
<b>Seznam příloh</b>	<b>100</b>
<b>Příloha č. 2: Scénář rozhovoru</b>	<b>101</b>
<b>Příloha č. 3.: Rozhovor s Natálií ze dne 24. srpna 2021 (ukázka)</b>	<b>103</b>

## Úvod

Navzdory původním očekáváním těch, kteří v internetu spatřovali velký potenciál v souvislosti s možností vystupovat zde zcela anonymně, se sebou sociální sítě přinesly opačné tendence. Od uživatelů a uživatelék očekávají, že budou vystupovat v souladu s jejich skutečným já. Uživatelské profily se tak stávají prezentací jejich offline person, zaznamenávají momenty jejich životů, zviditelňují jejich sociální vazby. Odhalování informací o sobě samých se stalo podmínkou samotné participace.

V momentě, kdy sociální sítě hrají v naší každodennosti stále významnější roli, se tak do popředí dostává téma soukromí s otázkami, jak sociální sítě naše soukromí a to, jak jej vnímáme, ovlivňují. Sociální sítě jako Instagram, které staví na vizuálním obsahu, nutnost zabývat se touto tematikou ještě akcentují, neboť fotografie mohou být bohatým zdrojem osobních informací, a to ať už zobrazují samotné uživatele\*ky, jejich blízké, nebo například prostředí domova. Sdílením online se tyto údaje stávají přístupnými širokému publiku a zároveň předmětem možného zneužití poskytovatelem služeb, třetími stranami i dalšími uživateli.

Každý, kdo se rozhodne být na sociální síti aktivní, se tak, vědomě či nikoliv, vystavuje rizikům narušení svého soukromí. Anita Allen (2000) nicméně tvrdí, že soukromí žen je v online prostoru ohroženo více než soukromí mužů. Vychází přitom z premisy, že kyberprostor odráží rysy offline reality, včetně genderových struktur. Ženy, pro které bylo tradičně obtížnější dosáhnout požadovaného soukromí, se tak mohou s podobnými obtížemi setkat také online. Jejich cílem přitom nemusí být uchovat veškeré informace osobnějšího charakteru mimo dosah druhých, některé mohou naopak své soukromí cíleně odhalovat. Pro ženy i pro muže jde tedy spíše o snahu dosáhnout ideální vyváženosti mezi uzavřeností a otevřeností.

Na základě výše napsaného je cílem této diplomové práce zjistit, jaká jsou genderová specifika vnímání soukromí v rámci sociální sítě Instagram jeho uživateli a uživatelkami. Při hledání komplexní odpovědi na tuto otázku se zaměřím na několik dílčích témat. Práce se tedy bude zabývat tím, jaký obsah vnímají ženy a muži jako osobní, jaké strategie volí k ochraně svého soukromí, jak vnímají rizika narušení soukromí a publikum, které jimi sdílený obsah vidí. V neposlední řadě přinese práce poznatky o tom, co ženy a muži deklarují jako zdroje vlivu na jejich postoj k soukromí.

Zatímco na online soukromí jako takové se ve svých studiích zaměřilo mnoho výzkumníků a výzkumnic, jeho provázanost s genderem zůstává málo probádanou oblastí, zejména pak pokud jde o práce zabývající se sociální sítí Instagram. Tato práce má tedy ambice rozšířit dosavadní poznatky jak o genderovou perspektivu, tak i z hlediska zkoumané sociální sítě.

## 1 Teoretická část

Teoretickou část diplomové práce tvoří dva větší celky. První z nich se věnuje novým médiím a sociálním sítím, druhá pak navazuje tématem soukromí. Společně tak tvoří teoretický rámec pro výzkum zabývající se vnímáním soukromí právě v prostředí sociálních sítí, konkrétně v prostředí Instagramu. S tím, jak kyberprostor odráží rysy offline reality, jenž v mnoha ohledech zakouší muži a ženy rozdílně, považuji za důležité nahlížet toto téma perspektivou genderové různosti. Cílem práce je tedy odhalit, zda jsou procesy spojené se správou a vnímáním vlastního soukromí genderově specifické. Z tohoto důvodu se celou teoretickou částí prolínají také témata genderu a odlišnosti ženských a mužských zkušeností.

### 1.1 Nová média a sociální sítě

Tato kapitola uvede a vysvětlí klíčové pojmy teorie nových médií a sociálních sítí, které jsou nezbytné pro pochopení toho, jak tyto komunikační technologie fungují. Zaměří se na definice nových médií, webu 2.0, sociálních sítí a dále představí také samotný Instagram. Poslední část kapitoly se zabývá genderovými souvislostmi, a to jak ve spojitosti s internetem obecně, tak v kontextu užívání Instagramu.

#### 1.1.1 Nová média

Vývoj nových médií můžeme sledovat přibližně od 50.-60. let 20. století, kdy byl širší veřejnosti představen počítačový hardware. Následoval rozvoj mikročipových komponentů v průběhu let sedmdesátých. Tato oblast brzy podnítila zájem výzkumníků nejen z odvětví komunikačních studií, který zesiloval spolu se zvyšujícím se výskytem osobních počítačů a sítí ARPANET. Označení *nová média* se stalo zastřešujícím názvem pro nové *informační a komunikační technologie (information and communication technologies, ICTs)*. Tuto skupinu, kterou propojoval rys digitality, sjednotilo a zřetelně vymežilo vůči tradičním, starým, analogovým médiím (Connelly Kohutová, 2020).

Ačkoliv můžeme termínu *nová média* vytknout jeho obecnost a ideologický podtext (nové je mnohdy chápáno jako lepší), podle Listera a autorů (2009) se vžil díky své inkluzivitě. Vyhýbá se redukci v důsledku důrazu na čistě technologickou nebo formální definici, jako je tomu u označení médií jako „*digitálních*“ nebo „*elektronických*“, důrazu na jedinou, nejasně definovanou kvalitu jako v případě označení „*interaktivní média*“

i omezení na jeden typ zařízení a postupů jako v případě „*počítačově zprostředkované komunikace (CMC)*“.

Vedle několika výrazů, kterými je možné pojem nová média nahradit, neexistuje mezi teoretiky ani jednoznačná shoda, jak jej vysvětlit. Zejména v 90. letech 20. století se stal oporou při definování nových médií vztah k analogovým médiím. Povahu nových médií se tedy mnozí snažili najít v odlišnostech od médií starých (Connelly Kohutová, 2020).

Další dostupné definice se opírají o technické vlastnosti a charakteristické rysy. V případě Manoviche (2018) jsou to číselná reprezentace, modularita, automatizace, variabilita a překódování, přičemž výskyt všech těchto principů v rámci jednoho média není podmínkou. Lister a spoluautoři (2003) zařadili mezi základní prvky nových médií digitalitu, interaktivitu, hypertextualitu, disperzi a virtualitu, které společně tvoří dynamickou matici. Později, reflektující technologický vývoj, svou definici upravili. Z původní pětice vypustili disperzi, kterou nahradila dvojice vlastností nového média: propojení sítí a simulovanost (Lister et al., 2009). Nové médium se stejně jako v pojetí Manoviche nemusí vyznačovat všemi jmenovanými vlastnostmi, ty naopak mohou být zastoupeny v různé míře a kombinacích.

Proti definování nových médií výhradně na specifických technických rysech se staví Lievrouw a Livingstone (2006). Podle autorek je nutné začlenit vedle technologických faktorů také ty sociální, politické a ekonomické. Informační a komunikační technologie definují jako „*infrastruktury se třemi komponenty: artefakty nebo zařízení užívaná ke komunikaci nebo zprostředkování informací; činnosti a postupy, v nichž se lidé angažují, aby komunikovali nebo sdíleli informace; a společenská uspořádání nebo organizační formy, které kolem těchto zařízení a postupů vytvářejí.* (Lievrouw a Livingstone, 2006, s. 2) Podle autorek se tato média liší od masových médií ve svých procesech a účincích tím, že jsou *rekombinované, síťové, všudypřítomné a interaktivní.*

S odlišným pojetím přichází Bolter a Grusin (2000), podle nichž je definující vlastností nových digitálních médií remediace, tedy prezentace jednoho média v jiném médiu. Autoři tato média považují za kontinuální, lineární vývoj předešlých mediálních forem, proto se staví negativně také k pojmenování *nová média.*

### 1.1.2 Web 2.0

Pojem web 2.0 se poprvé objevuje při setkání Tima O'Reilly a zástupců společnosti Medialive International ve snaze najít vhodný název pro konferenci pořádanou v roce 2004 a věnující se diskusím o aktuálních trendech v oblasti World Wide Webu. O'Reilly (2005) následně ve svém článku *What Is Web 2.0* sice nastínil obrysy nového směru, kterým se internetové projekty v této době ubíraly, konkrétnější definici však formuloval teprve v článku o rok později: „*Web 2.0 je revoluce podnikání v počítačovém průmyslu způsobená přechodem k pojetí internetu jako platformy a snaha porozumět pravidlům pro dosažení úspěchu na této nové platformě. Mezi tato pravidla patří především toto: Vytvářejte aplikace, které využívají síťových efektů, aby byly tím lepší, čím více lidí je používá. (To je to, co jsem jinde nazval ‚využití kolektivní inteligence.‘)*“ (O'Reilly, 2006).<sup>1</sup> I tato definice nicméně napovídá, že tento fenomén nemá jasné hranice. O'Reilly (2005) jej přirovnává k soustavě, ve které se v různých vzdálenostech od gravitačního jádra nachází stránky reprezentující soubor principů a postupů, které by projekty v rámci webu 2.0 měly naplňovat.

Na základě O'Reillyho původního textu z roku 2005 a Pavlíčka (2010) lze uvést několik klíčových charakteristik webu 2.0. Shrnují je následující kategorie:

**Koncentrace dat.** V prostředí webu 2.0 má obrovskou hodnotu množství uživatelů, neboť ti vytváří množství dat. Ta jsou pro úspěch 2.0 projektů zásadní (O'Reilly, 2005; Pavlíček, 2010).

**Nástup komunikačního modelu many-to-many.** Rozvoj internetu s sebou přináší možnost oslovovat široká publika při zachování individuálního přístupu. Model many-to-many charakteristický pro nová média doplňuje modely interpersonálních médií (one-to-one) a masových médií (one-to-many) (Pavlíček, 2010).

**Long Tail (dlouhý chvost).** Díky snížení nákladů na podnikání může v prostředí internetu uspět celá řada středních a malých podniků, nejen několik velkých korporací. Pro web 2.0 je tedy typické rozšiřování možností volby, a to i k méně populárnímu, specializovanějšímu (tedy do oblasti chvostu). (O'Reilly, 2005; Anderson, 2004).

---

<sup>1</sup> O'REILLY, Tim, 2006. Web 2.0 Compact Definition: Trying Again. O'Reilly. 12.10.2006. Dostupné z: [http://radar.oreilly.com/archives/2006/12/web\\_20\\_compact.html](http://radar.oreilly.com/archives/2006/12/web_20_compact.html).

**Uživatelé přidávající hodnotu.** Aktivita uživatelů dala vzniknout například wiki systémům, které umožňují editaci určité stránky kýmkoliv (známým příkladem je nejrozsáhlejší encyklopedie Wikipedie), nebo reputačních systémů, které přidělují hodnocení na základě obsáhlého množství ohlasů, a tak napomáhají ve velkém množství dat identifikovat ta relevantní nebo užitečná (O'Reilly, 2005). Uživatelé mají tendenci sdílet obsah, který je aktuální a zajímavý, a to za nízké náklady a současně s uživatelskou loajalitou (Pavlíček, 2010).

**Rozmlžení hranice producent/konzument.** Konzument médií se stává zároveň producentem ať už prostřednictvím navigace v hypertextu, přispíváním komentáři nebo díky snadné tvorbě a distribuci hudebního a vizuálního obsahu, které se staly dostupnými komukoliv (Pavlíček, 2010). Pro web 2.0 je tedy typický obsah tvořený uživateli (user-generated content) (Bruns, 2008).

**Software nad úrovní samotného zařízení.** Aplikace se plně přesunuly z osobních počítačů na web. Prohlížeč se stal primární platformou (O'Reilly, 2005).

**Nenáročný programovací modely.** Rozhraní pro programování aplikací API (Application programming interface) umožňuje vytvářet rozšíření či zcela nové aplikace (Pavlíček, 2010).

**API jako základ mash-up.** Rozhraní pro programování aplikací API (Application programming interface) umožňuje vytvářet rozšíření či zcela nové aplikace (Pavlíček, 2010).

### 1.1.3 Sociální síť

Boyd a Ellison (2010, s. 211) definují sociální síť jako „*webové služby, které jednotlivcům umožňují (1) vytvořit veřejný nebo polo-veřejný profil v rámci uzavřeného systému, (2) vyčlenit seznam dalších uživatelů, s nimiž sdílí vazby, a (3) zobrazovat a procházet seznamy jejich vlastních propojení a propojení vytvořených ostatními v rámci systému.*“ Sociální síť obecně podle nich nejsou unikátní tím, že umožňují navázat spojení, která by jinak nevznikla, ale tím, že svým uživatelům umožňují formulovat a zviditelnovat své existující sociální vazby. Ve většině případů tak uživatelé sociálních sítí primárně komunikují s těmi, kteří patří do širšího okruhu jejich známých.

Funkce vlastní sociálním sítím existovaly v nějaké formě ještě před uvedením první z nich. Příkladem jsou osobní profily na seznamkách či seznamy kontaktů v aplikaci ICQ. Funkce sociálních sítí, jak je charakterizují Boyd a Ellison (2010), nicméně jako první propojil teprve web SixDegrees.com v roce 1997. Jako nástroj vytvořený pro navazování spojení a komunikaci síť přilákala miliony uživatelů. Přesto po pouhých třech letech fungování skončila. Funkce sociální sítě si s nástupem nového tisíciletí postupně osvojilo několik dalších webových stránek, včetně těch, které nevznikly primárně jako sociální sítě, nýbrž jako platformy pro sdílení multimediálního obsahu, jako jsou například YouTube a Flickr. V roce 2004 vznikl Facebook jakožto webová stránka určená výhradně studentům Harvardovy univerzity.

Příchod sociálních sítí znamenal změnu v organizační struktuře online komunit. Namísto stávajících stránek, které se soustředily kolem určitých oblastí zájmu a jejichž struktura byla založena na hierarchii témat, sociální sítě vnesly do popředí samotné uživatele. Můžeme je tedy označit jako „osobní“ či „egocentrické“ (Boyd a Ellison, 2010, s. 219).

Pokud jde o klíčové technologické rysy, jsou si sociální sítě vzájemně velmi podobné. V čem však najdeme značné odlišnosti, jsou kultury, které kolem nich vznikají. Některé ze sociálních sítí budí zájem rozmanité cílové skupiny, jiné cílí na publikum, které sdílí určité charakteristiky, například jazyk, národnost, rasu, náboženskou víru či sexuální orientaci. Rozdílná je i povaha uživatelských propojení, která na sociálních sítích vznikají. Mnoho sociálních sítí se soustředí na udržování již existujících sociálních vztahů, jiné pomáhají nalézat nové vztahy s cizími lidmi na základě sdílených zájmů, aktivit či politických názorů (Boyd a Ellison, 2010).

Nejen sdílení zájmů a formování vztahů, ale i samotný profil, který uživatel propojí se svým (reálným či smyšleným) jménem a fotografií, jsou podle Wu (2018) nástrojem napomáhajícím formování vlastní identity. Uživatel utváří na sociální síti obraz sebe samého, přičemž několik typů zpětné vazby, jako jsou komentáře a další reakce, mu umožňují vidět sám sebe pohledem druhých a přijímat jejich uznání. Postupně tak z jednotlivých příspěvků skládá digitální úložiště svých vzpomínek. Nedílnou součástí této aktivity je správa ochrany soukromí, kdy uživatel určuje, komu umožní vidět daný obsah,

a kontroluje, jakou svou stránku odhalí rozdílným skupinám sledujících – kamarádům, rodičům, kolegům a dalším (Wu, 2018).

#### 1.1.4 Instagram

Instagram je sociální síť, kterou na svých mobilních zařízeních nebo počítačích denně navštíví zhruba 500 milionů lidí, kteří zde v průměru stráví 28 minut. S celkem 1 082 biliony aktivních uživatelů se Instagram řadí k šesti celosvětově nejúspěšnějším sociálním sítím (Dean, 2021). Svých prvních sto tisíc uživatelů získala aplikace již týden po svém představení, které se datuje na 6. listopad 2010.

Za velkým úspěchem stojí poměrně jednoduchá myšlenka: nabídnout uživatelům místo pro jednoduché sdílení obrazového a video obsahu prostřednictvím chytrých telefonů. Instagram umožňuje také aplikaci rozličných filtrů a další možnosti úprav pro vylepšení fotografií. Ty mohou uživatelé sdílet na svůj profil do takzvaného *feedu* nebo prostřednictvím *stories – příběhů*, které na profilu uživatele zůstávají viditelné pouhých 24 hodin (je však možné je uchovat na delší dobu prostřednictvím takzvaných *výběrů* – uživatel si vybere ty stories, které se mají nadále zobrazovat, a tak může z postupně zveřejňovaných fotek vytvářet například tematicky konzistentní soubory). Povaha zveřejňovaných příspěvků může být různá, základem je ale vždy vizuální obsah (ať už fotografie uživatele nebo například ilustrace), který může doplňovat popisem, hashtagy<sup>2</sup>, tagy<sup>3</sup> či označení dané lokace, kde byl daný snímek pořízen.

Samotný instagramový profil každého uživatele zobrazuje jeho profilovou fotografii, jméno účtu, informace o počtu zveřejněných příspěvků, počtu sledujících a počtu sledovaných profilů včetně jejich seznamů. Příspěvky zveřejněné ve feedu se zobrazují v náhledech tvořících chronologicky řazený soubor fotografií. Uživatel má také možnost vyplnit stručné doplňující informace, tzv. *bio*, uvést své jméno či přezdívku, přidat libovolný odkaz na web a krátký popis. Příspěvky zveřejněné ve stories lze zobrazit kliknutím na profilový obrázek.

---

<sup>2</sup> klíčová slova, která pomocí symbolu # dělají příspěvek dohledatelným, zároveň mohou rozvíjet popisem

<sup>3</sup> zmínky dalších uživatelů pomocí symbolu @, který automaticky vytvoří link mezi daným příspěvkem a profilem zmiňovaného uživatele

Aplikace nabízí možnost sledování účtů druhých uživatelů, jejichž příspěvky se následně zobrazují na hlavní stránce. Uživatelská síť Instagramu je asymetrická, což znamená, že pokud uživatel A sleduje uživatele B, nemusí uživatel B sledovat uživatele A (Hu et al., 2014). Uživatel dále může změnit svá nastavení tak, aby jeho příspěvky viděli pouze ti, kteří se po jeho schválení stanou jeho sledujícími. V základním nastavení je však profil veřejný, tedy viditelný pro jakéhokoliv uživatele. Instagram nabízí několik možností interakce, uživatelé mohou na příspěvky ve feedu reagovat *lajky*, komentáři, sdílet je na svém profilu nebo je ukládat do vlastní soukromé složky. Vedle toho je dostupná také možnost komunikovat v soukromém chatu.

Instagram se stal součástí každodenních rituálů mnoha lidí a prostředkem komunikace, sebe prezentace a sebe-dokumentace skrze sdílení útržků každodenního života. Svou popularitou přispívá k formování vizuální kultury, fotografických postupů a estetických konvencí (Caldeira, 2020). Vedle vlastní sebe prezentace uvádí Alhabash a Ma (2017) řadu dalších motivací pro užívání Instagramu: propojování se s ostatními, dohled a získávání informací o ostatních, dokumentace životních událostí, ale také atraktivita média, pohodlnost a krácení času.

### **1.1.5 Muži a ženy v online prostředí**

Ve své knize *Simians, Cyborgs, and Women: The Reinvention of Nature* nastínila Haraway (1991) metaforický svět kyber-budoucnosti, „svět bez genderu“ (s. 151). Ačkoliv jsou představy Haraway spíše feministickou utopií, očekávání, která doprovázela rozvoj internetu, jim nebyla nijak vzdálená. Internet jako svět, kde každý může vyjádřit svou osobnost libovolně bez ohledu na žitou realitu, se měl stát prostorem, kde pohlaví, rasa a věk ztratí na důležitosti. Prostorem, kde ženy a muži uniknou opresivním genderovým normám offline světa (Plant in Miller et al., 2016) i stereotypům reprodukováným mimo jiné skrze mainstreamová média (Scott-Dixon in Bailey et al., 2013). Potenciál internetu vytvořit demokratičtější a rovnocennější struktury spatřovali mnozí teoretici v síle jednotlivých uživatelů prosazovat vlastní zkušenosti a vlastní vize toho, co znamená být mužem či ženou a tímto způsobem narušovat tradiční chápání genderových identit (Bailey et al., 2013).

Dnes již můžeme tyto myšlenky zhodnotit převážně jako plané naděje. Důvodů, proč se optimistické vize nenaplnily, je celá řada. Internet a sociální média jsou natolik silně

spjaty s naším každodenním životem, že nutně, ať už záměrně či neúmyslně, odráží stejné kulturně ustálené normy a dynamiky přítomné v každodenních interakcích, včetně těch genderových (Martey, 2010; Marwick, 2013). Podle Marwick (2013) sociální média gender zrcadlí a zároveň reprodukuje, a to prostřednictvím jak samotného softwaru, tak i interakcí uživatelů, které zde probíhají. Svou roli zde hrají mimo jiné algoritmy, které přispívají k polarizaci, a to snahou předkládat uživatelům takový obsah, se kterým souzní, a současně obsah, který vyvolá silné reakce – ať už pozitivní či negativní (Vaidhyanathan, 2018). Vývoj od poměrně anonymního prostředí diskusních fór a chatovacích platform směřem k sociálním sítím s sebou navíc přinesl opačné tendence než ty, které při vzniku internetu popisovali jeho obdivovatelé. S důrazem kladeným na autentičnost vytvořeného profilu na sociální síti vymizela možnost stát se kýmkoliv si každý jedinec bude přát, na důležitosti získala naopak offline identita uživatele. Sociální média, která jsou veřejně přístupná a založena na vizuálním obsahu, jako jsou Facebook nebo Instagram, navíc kladou na uživatele tlak skrze „dozor“ dalších uživatelů, a tak mohou ještě víc posílit snahu uživatelů demonstrovat dodržování zavedených genderových norem (Miller et al., 2016).

Genderovanost online prostředí je připisována také faktu, že byl internet ve svých počátcích užíván téměř výhradně muži. Marwick (2019) uvádí data z výzkumu provedeného v roce 1992, podle kterých muži tvořili celých 95 % uživatelů. Poměr zastoupení obou pohlaví se však postupně vyrovnával, a tak jsou aktuální statistiky o poznání vyváženější. V EU v roce 2021 užívalo internet 87 % žen v porovnání s 88 % mužů, přičemž statistiky platné pro Českou republiku tato čísla přesně kopírují (Eurostat, 2021). Pouhá genderová rovnost v zastoupení žen a mužů online nicméně nemusí nutně znamenat jejich stejnou participaci. Příkladem může být internetová encyklopedie Wikipedia, kterou sice užívají obě pohlaví, 87 % autorů obsahu nicméně tvoří muži (LaVallee in Marwick, 2013).

K genderově specifickým způsobům užívání internetu potažmo sociálních sítí svou pozornost obrátila celá řada akademiků. Mnozí z nich například poukazují na vztah genderu a online dovedností. Ženy mají tendence uvádět nižší stupeň dovedností než muži, což se projevuje také v tom, jakým aktivitám se na internetu věnují (boyd a Hargittai, 2010). Oblastem zájmu spojovaným s muži je navíc, stejně jako mimo online prostředí, přisuzována větší hodnota (Marwick, 2013).

Navzdory výše zmíněnému nelze sociální média jednoznačně označit jako konzervativní ani transformativní. Sociální média posilují dominantní ideály mužství a ženství, genderové stereotypy a normy, přesto mohou být v některých aspektech svobodnějšími, přinášet nové možnosti a vnímání genderových rozdílů problematizovat. Miller a kolegové (2016) uvádí příklady z různých částí světa, kde sociální média výrazně rozšířila možnosti žen, podpořila jejich viditelnost ve veřejném prostoru a nabídla jim místo pro hledání nových kontaktů a navazování vztahů. Zejména v konzervativnějších společnostech tak v otázce genderové rovnosti ukázala svůj osvobozující potenciál.

### **1.1.5.1 Muži a ženy na Instagramu**

Zatímco internet obecně, jak bylo již zmíněno výše, je stereotypně spojován spíše s muži, v případě Instagramu můžeme pozorovat pravý opak. Představy o Instagramu jsou většinou spjaté s tématy stereotypně spojovanými s ženami, jako jsou móda, krása, fitness a lifestyle. Tyto představy řadí Instagram vedle žánrů mýdlové opery, romantických románů nebo ženských magazínů, které jsou považovány za „ženské žánry“ běžně definované jako média primárně vytvářená pro ženskou publika a také těmito publiky nejvíce konzumovaná (Hermes, 2008). Ani samotná online sebe prezentace uživatelů a uživatelky není hodnocena genderově neutrálně. Prezentována je především ve spojitosti s ženami a oslavována pro svůj posilující potenciál nebo naopak odsuzována jako triviální. Nežádá se dokonce spojována s „ženskou marnivostí“. Ženy jsou přitom za svou sebe prezentaci na sociální síti přísněji hodnoceny, a to zejména na základě jejich vzhledu a atraktivnosti (Caldeira, 2021). Dojem, že je Instagram „ženskou“ platformou umocňují také nejpůvodnější profily. Například v první dvacítky nejsledovanějších účtů ženy jasně dominují (Statista, 2021). Podle Buxton (2017) ženy předbíhají muže, pokud jde o celkovou viditelnost i ekonomické příležitosti pramenící z fenoménu influencer marketingu. Podle autorky jsou značky ochotny za propagaci svého produktu či služeb zaplatit více ženám. Duffy a Hund (2019) pak upozorňují, že samotné algoritmy sociálních sítí upřednostňují feminizovaný obsah spjatý s konzumem, krásou, módou, pečením nebo vztahy.

Vzhledem k výše zmíněnému proto může překvapit, že ve skutečnosti je uživatelská základna Instagramu z hlediska pohlaví poměrně vyrovnaná. Ženy zde mají pouze nepatrnou převahu, neboť tvoří 51 % z celkového množství uživatelů a uživatelky (Hootsuite, 2021).

I odborné studie ale odráží, spíše než tyto statistiky, stereotypní představy o Instagramu jako o aplikaci orientované na ženy. Mnoho z nich se orientuje výhradně na ně, jejich aktivity, sebe prezentaci a zkušenosti spojené s používáním Instagramu. Například Butkowski a spoluautoři (2019) provedli obsahovou analýzu, aby prozkoumali prezentaci genderu prostřednictvím selfie<sup>4</sup> uživatelů Instagramu ve vztahu ke zpětné vazbě (lajky, komentáře). Celá řada studií zkoumala, jakým způsobem Instagram ovlivňuje uživatelky ve vztahu k jejich vlastnímu tělu (například Fardouly et al., 2008; Tiggemann a Anderberg, 2019; Slater et al., 2017), nebo to, jak uživatelky své tělo prezentují (Toffoletti a Thorpe, 2021; Reade, 2021). Naopak výhradně mužům se studie věnují jen zřídka. I v jejich případě můžeme najít poznatky dotýkající se zejména tématu těla, většinou ve spojitosti s inspirativními fitness obsahy (Fatt et al., 2019; Peng et al., 2019; Marshall et al., 2020).

Mnoho není ani takových, které by sledovaly potenciální rozdíly mezi uživatelskými zkušenostmi obou pohlaví. Jednou z mála je například studie Veroniky Sedlákové (2017)<sup>5</sup>, která se ve své diplomové práci věnovala analýze genderových rolí a stereotypů na Instagramu. Provedená kvalitativní analýza fotografií přinesla následující zjištění: *„Ženy na svých selfie fotografiích na této sociální síti často podporují zavedené genderové stereotypy v zobrazování žen, jsou tedy vyzývavé, sexy, něžné i hravé. Muži naopak genderové stereotypy v zobrazování mužů mnoho nepodporují, občas dokonce oscilují mezi maskulinitou a feminitou“* (Sedláková, 2017, s. 63). Autorka identifikovala také rozdílnosti v selfie žen a mužů pořízených společně s přáteli. *„Selfie ženy bylo většinou zaměřené na ni a na její kamarádku/kamarádky. Tedy na to, jak ony vypadají, co mají na sobě apod. Většinou tyto fotografie měly poměrně neutrální pozadí. Naopak na selfie fotce, kterou fotil muž s kamarády se většinou v pozadí něco dělo. Byla tam vidět příroda, ulice, bar apod.“* (Sedláková, 2017, s. 61). Pro obě pohlaví je dle Sedlákové společná pečlivost, s jakou fotografie, které na svých profilech zveřejní, vybírají. Většina uživatelů má představu, jak má jejich profil vypadat, a sdílí fotografie právě v souladu s tímto konceptem.

---

<sup>4</sup> Fotografie, kde autor zachycuje sebe samého, obvykle pořízená chytrým telefonem nebo webkamerou a sdílená na sociálních sítích (Lexico, © 2021)

<sup>5</sup> Práci Veroniky Sedlákové zde zmiňuji navzdory vědomí, že jiné absolventské práce se běžně necitují. A to z důvodu, že se jedná o jednu z velmi mála studií zkoumajících Instagram perspektivou genderové různosti.

## 1.2 Soukromí

Druhá kapitola teoretické části se věnuje soukromí. Na úvod, zahrnující definice pojmů, jako jsou soukromí, privátní sféra a veřejná sféra, navazuje podkapitola zabývající se výraznou proměnou pojetí soukromí, ke které dochází v rámci kyberprostoru. Budou zde vysvětleny klíčové rysy tohoto prostoru, které mohou ovlivňovat, jakým způsobem lidé soukromí online zakouší, včetně toho, nakolik se mohou jejich zkušenosti lišit v závislosti na genderu. Zatímco předchozí kapitola nabídla základní charakteristiky Instagramu, zde budou doplněny o přehled funkcí a nástrojů, které sociální platforma nabízí právě pro správu soukromí svých uživatelů a uživatelék. Nakonec se budu věnovat možným rizikům, která mohou vyvstat v důsledku sdílení osobních informací.

Ze všeho nejdřív je nutné alespoň ve stručnosti definovat samotný pojem soukromí. Jednu z možných definic nabízí Stein a Sinha. Soukromí pojí s *„právy jedince na samostatnost, na to být ponechán o samotě a na to určit, zda a jak jsou ostatním odhaleny informace o jeho já“* (Stein a Sinha in Lievrouw a Livingstone, 2006, s. 420). Široce přijímáno je pojetí, dle kterého soukromí znamená *„selektivní kontrolu přístupu k vlastní osobě“* (Altman, 1975, s. 18).

Konkrétní definice se nicméně proměňuje s tím, jak tento pojem chápe každý jedinec, každá kultura nebo období dějin. Vymezení hranic soukromí se proto pro jedince stává velmi obtížným úkolem, se kterým se potýká v mnoha odlišných bodech společenského života, od práce po rodinné a přátelské kruhy, stejně jako ve virtuálním prostředí.

Soukromí je jedním z nejdůležitějších obranných mechanismů, jež si jedinec vytváří vůči svému okolí. V rámci socializace musí balancovat mezi jeho ochranou, ale také odhalením, které je nedílnou součástí navazování osobnějších vztahů, neboť úzce souvisí s upřímností a otevřeností, které vzájemným vztahům dodávají na kvalitě (Kir, 2020). Správa vlastního soukromí je o to obtížnější, odehrává-li se v nejasně definovaném kontextu, respektive v prostředí, které má charakteristiky soukromého i veřejného prostoru. Sociální sítě jsou příkladem právě takového prostředí.

### 1.2.1 Privátní a veřejné

O zrození konceptu privátní a veřejné sféry můžeme hovořit s příchodem rané modernity 18. století. Právě tehdy dochází k diferenciaci dvou odlišných sociálních prostorů. První z nich, privátní sféru, lze charakterizovat komunikací tváří v tvář, osobními vztahy a intimním rodinným prostředím. Veřejná sféra je naproti tomu chápána jako komunikační prostor za hranicí soukromé sféry, v němž se prostřednictvím diskuse formuje veřejné mínění (Habermas, 2000). Jejich utváření napomohl mimo jiné periodický tisk. Ten se stal potřebnou komunikační platformou, která umožnila konstrukci oné veřejnosti, jakožto platného komunikačního prostoru (Macek, 2005).

Rozvoj komunikačních technologií nebyl klíčovým pouze při samotném zrodu veřejné a privátní sféry. Média formují vztahy mezi soukromým a veřejným prostorem dodnes. *„Od představení prvních časopisů až po vznik masového tisku, telegrafu, telefonu a elektronických sdělovacích prostředků rozhlasu a televize byla mapa vztahů mezi veřejným a soukromým vždy hluboce ovlivněna každou komunikační technologií, kulturně přijatou v celostátním rozsahu, a novou, následně ustanovenou komunikační praxí a institucemi“* (Macek, 2005, s. 2). V případě nových médií lze hovořit o delokalizaci a fragmentizaci veřejného prostoru na jedné straně a tendencím směřujícím k mobilizaci soukromí a individualizaci privátního prostoru na straně druhé. Jinými slovy dochází k posílení dlouhodobé tendence k odpojení veřejného prostoru od konkrétních míst (delokalizace) a zároveň k proměně veřejného prostoru související s odklonem od čistě jednosměrné komunikace (fragmentizace), kterou zprostředkovávala masová média. Soukromý prostor se pak pomocí například mobilních telefonů stává abstraktním symbolickým prostorem (mobilizace), přičemž nositelem soukromí je nově jedinec, nikoliv nukleární rodina (individualizace). *„Někdejší veřejná místa (městské ulice, veřejná doprava, hospody, kluby, univerzity atd.) jsou tak privatizována soukromými individuy nosícími s sebou svá trvalá technokulturní napojení na jiné (symbolické) veřejné prostory stejně jako na privátní prostory jiných privátních aktérů“* (Macek, 2010, s. 12).

V souvislosti s novými médii zároveň mnozí (například Barnes, 2006; Bakardjieva, 2005; Macek, 2010) hovoří o stírání hranic privátního a veřejného. Vzniká zde široká a nejspíše definovaná mezihraniční zóna, kterou lze nazývat semi-veřejným prostorem. *„Lidé zde plánují a prožívají své sociální aktivity jako kombinaci privátního a veřejného v různých*

*poměrech*“ (Bakardjieva, 2005, s. 185). Jakým způsobem nejasně definovaná hranice privátního a veřejného v prostředí kyberprostoru proměnila chápání soukromí a nakládání s ním, přiblíží následující kapitola.

### **1.2.2 Soukromí v online prostředí**

Offline se pohybujeme v rámci prostorového a časového ohraničení, které nám umožňuje vytvořit si relativně jasnou představu o tom, nakolik je naše jednání soukromé. Informační technologie umožňují hranice místa i času překračovat, komunikovat na velké vzdálenosti a asynchronně. Tak ale i mechanismy, na které spoléháme v reálném životě, přestávají fungovat. Nezbyvá tak, než přehodnocovat a nastavovat hranice soukromí zcela novým způsobem.

Specifika sociálních sítí, která mohou proměnit vnímání soukromí, a tak i proces jeho regulace přibližuje boyd v textu „*Social Network Sites: Public, Private, or What?*“. Podle boyd (2007) jsou sociální sítě mediovaným veřejným prostorem, který charakterizují následující vlastnosti: trvalost, vyhledatelnost, replikovatelnost a neviditelnost publik. Sociální sítě jsou trvalé, neboť zde dochází k ukládání dat. A tak informace zveřejněné ve zdánlivě okamžité, situační komunikaci jsou dostupná i mnoho let poté. Vyhledatelnost doprovází tuto dostupnost v tom, že data zpřístupňuje pomocí několika klíčových frází, které pomohou najít požadované informace téměř okamžitě, a to bez náročného shromažďování a třídění informací. Replikovatelnost spočívá v možnosti digitální data kopírovat, upravovat i dále zveřejňovat. Obsah online komunikace tak může být nejen vytržen z původního kontextu, ale také pozměněn, mnohdy bez možnosti původ informace ověřit. Obsah zveřejněný na sociálních sítích je zpravidla viditelný širšímu publiku, které potenciálně tvoří každý s přístupem k internetu. Trvalost, vyhledatelnost i replikovatelnost rozšiřují publika i o ta, která nebyla v době vzniku informace přítomna. Kontext, který je tolik důležitý pro adekvátní nakládání s informacemi je těmito vlastnostmi pozměněn, dalo by se říct, že v prostředí sociálních sítí chybí. Uživatelé proto tíhnou k představám o konkrétním publiku, ke kterému komunikují. A struktura sociálních sítí jde této iluzi naproti možností vytvářet v rámci osobního profilu seznamy přátel. Právě tyto spřátelené profily bývají nejčastěji zamýšleným publikem, od kterého uživatelé očekávají, že bude mít přístup k jejich obsahu a bude s ním interagovat (boyd, 2010).

Katz a Rice (in Barnes, 2006) popisují internet jako panoptikum, tedy prostor, kde jsou jedinci pod neustálým dozorem. Kvůli samotné možnosti dohledu pak mění své chování. Právě sociální sítě podle autorů umožňují vysoký stupeň dohledu, a to jak ze stran dalších uživatelů, tak například marketingových společností. Přítomnost třetích stran berou v potaz také Marwick a boyd (2014) a upozorňují, že tradiční individualistické pojetí soukromí není pro pochopení fenoménů na sociálních sítích dostačující. Navrhují chápat soukromí naopak jako síťové. Soukromí totiž nemůže být dosaženo samotným uživatelem, neboť není zcela závislé na individuální volbách a kontrole nad zveřejňovanými daty. Síťový kontext je ovlivňován kombinací publika, technických mechanismů a sociálních norem. Protože ty se neustále mění, je také soukromí neustálým, aktivním procesem.

V tomto se shodují s pojetím Palen a Dourish (2003), kteří na základě teorie sociálního psychologa Irwina Altmanna definují soukromí jako dynamický a dialektický proces. Zatímco Altman se zabýval soukromím a jeho správou v komunikaci tváří v tvář, Palen a Dourish jej popisují v kontextu technologiemi mediované komunikace.

Dle autorů není o soukromí možné hovořit zjednodušeně jako o stavu, kdy se jedinec společensky uzavře. Místo toho vidí soukromí jako proces regulace hranic, kdy lidé optimalizují své chování, aby dosáhli požadované vyváženosti mezi otevřeností a uzavřeností, přičemž oba opačné konce této škály mohou být výsledkem špatné regulace soukromí. Proces regulace hranic je vždy dialektický, neboť je podmíněn očekáváními a zkušenostmi jedince, stejně jako očekáváními a zkušenostmi těch, s nimiž je v interakci. Zároveň jde o proces dynamický, protože dochází k neustálému vyjednávání a řízení, kdy přesné vymezení hranice dělící soukromí a publicitu závisí na okolnostech.

Autoři definují tři pnutí, respektive tři různé hranice, které jsou součástí téhož probíhajícího procesu, jehož cílem je najít jedno ucelené řešení v otázce ochrany soukromí. První z nich je *hranice zveřejňování*, která určuje, jaké informace mohou být zveřejněny a za jakých podmínek. Ačkoliv větší uzavřenost se nabízí jako jednoduché řešení pro zachování soukromí, konkrétní cíle vedou jedince ke sdílení většího či menšího množství osobních informací. Právě sociální sítě mohou být jedním z příkladů, kde je sdílení neodmyslitelnou součástí samotné participace. Na *hranici identity* dochází ke zvažování vlastní identity i identity příjemce. Sdílené informace musí být v souladu s tím, jakým způsobem chceme

prezentovat sami sebe, včetně naší institucionální identity (například jako zaměstnance společnosti; člena skupiny, za níž vystupujeme), a tím, kdo stojí na druhé straně výměny informací. *Hranice temporality* představuje napětí mezi minulostí, současností a budoucností. Správa soukromí se vždy opírá o předchozí zkušenosti, bere v potaz aktuální okolnosti a zároveň neopomíjí ani možnosti, jakými mohou být zveřejněné informace a chování interpretovány v budoucnosti. Význam informačních technologií připisují autoři jejich schopnosti proces nastavování těchto hranic destabilizovat. Podle Palen a Dourish hrají technologie hned několik rolí: mohou být součástí kontextu, v němž k nastavování hranic dochází, mohou být prostředkem tohoto procesu nebo mohou hranice transformovat.

Proces nastavování hranic dále rozlišují Liu a spoluautoři (2017) na dvě samostatné strategie. První z nich odkazuje k možnostem, které sociální sítě nabízí pro nastavování soukromí v rámci vlastního profilu. Druhá se týká kontroly sebe-odhalování, tedy procesu, v němž uživatel určuje, jakému publiku, jaký typ a jaké množství osobních informací odhalí. Zatímco první ze zmíněných strategií je založena na možnostech dané sociální sítě, schopnostech uživatele se v těchto možnostech vyznat a nastavit si svůj profil podle vlastních preferencí i jeho povědomí o možných rizicích, druhý proces ovlivňují spíše snaha vytvořit určitý dojem nebo navázat vztah s dalšími uživateli. Proto je regulace sebe-odhalování spontánnější a situační.

V procesu regulace hranic soukromí v online prostoru, jenž má svá specifika popsaná výše, ovlivňuje uživatele sociálních sítí několik faktorů. V první řadě jde vůbec o samotné možnosti, které daná sociální síť pro nastavení soukromí nabízí i to, jakým způsobem jsou tyto možnosti uživatelům přístupné. Špatně či nejasně navržená nastavení dané sociální sítě mohou uživatele zmást a mechanismy regulace soukromí tak komplikovat. Problémy s nastavením soukromí mohou vycházet také z omezené internetové gramotnosti (Livingstone, 2008). Motivací ke změnám v nastavení svého soukromí mohou být vnímaná rizika. Výzkum Debatin a spoluautorek (2009) ale ukázal, že při zvažování možného rizika dochází k efektu třetí osoby. V takovém případě je vnímané riziko omezení soukromí ostatních větší než vnímané riziko související s vlastním soukromím. K tomu, aby uživatel změnil svá nastavení však nestačí negativní zkušenost druhé osoby, nýbrž teprve osobní zkušenost s narušením soukromí vede uživatele k větší obezřetnosti. Nastavení soukromí zároveň nemusí nutně vycházet pouze z individuálních postojů a pohnutek. Utz a Krämer

(2009) v této souvislosti poukazují na vliv okolí. Například pro nastavení profilu jako soukromého, ke kterému mají ostatní přístup teprve po schválení majitelem profilu, se může uživatel rozhodnout v případě, kdy toto nastavení často vidí u druhých profilů a začne jen vnímat jako normu.

### **1.2.2.1 Paradox soukromí**

V souvislosti s online soukromím mnoho výzkumů poukázalo na paradox soukromí. Pojem, který poprvé ve svém textu představila Susan Barnes (2006), popisuje skutečnost, kdy uživatelé internetu projevují starost o své soukromí, přesto pro jeho ochranu mnoho nedělají a nadále zveřejňují i velmi osobní informace. Vzniká tak rozpor mezi vyjadřovanými obavami a skutečným chováním. Ke změně ve skutečném chování nedochází většinou ani v případech, kdy povědomí o možných rizicích doprovází znalost strategií ochrany soukromí a snaha je uplatnit. Skutečné omezení zveřejňování osobních údajů tak u značné většiny uživatelů sociálních sítí zůstává pouhým záměrem (Barth a de Jong, 2017).

Snaha tento paradox vysvětlit se stala předmětem mnoha akademických prací. Ačkoliv mezi nimi jednoznačnou shodu nenajdeme, je možné uvést alespoň klasifikaci dělící tyto teorie z hlediska tří perspektiv. Mnohé z nich tvrdí, že jde o výsledek zvažování rizik a přínosů, které může sdílení osobní informace přinést. Toto kalkulování je dle první skupiny zcela racionální, přičemž ve většině případů výhody, které sdílení přináší, převáží rizika s ním spojená. Druhá skupina teorií naopak poukazuje na přítomnost kognitivních zkreslení, která jedinci znemožňují učinit zcela vědomé rozhodnutí. Faktory jako jsou návyky, podceňování nebo nadhodnocování rizik a přínosů, již zmíněný efekt třetí osoby, upřednostnění okamžitého uspokojení nebo malé povědomí o potenciálních rizicích předurčují výsledek procesu rozhodování ve prospěch vnímaných přínosů sdílení. Dle třetí perspektivy převažující přínosy ovlivňují uživatele natolik, že k hodnocení rizik při posuzování toho, jaké informace sdílet a jaké nikoliv, téměř nebo vůbec nedochází (Barth a de Jong, 2017).

V současné době existuje mnoho výzkumů, které přinesly důkazy o paradoxním chování uživatelů sociálních sítí, stejně tak ale mnoho těch, které se zabývaly naopak tím, jak lidé své chování na sociálních sítích skutečně upravují tak, aby si chránili své osobní

informace. Podle dostupných studií k tomu používají různé strategie, jako například upravení nastavení soukromí a omezení přístupu ke svému profilu (boyd a Hargittai, 2010), používání pseudonymů a uvádění nepravdivých informací (Miltgen a Peyrat-Guillard in Kokolakis, 2017), nebo mazání fotografií, tagů a odmítání žádostí o přátelství (Young a Quan-Haase, 2013). Někteří (Kokolakis, 2017; Wu, 2018) se proto zabývají otázkou, zda je vůbec možné hovořit o paradoxu soukromí. Podle Wu nejde o paradox jako takový. Dle jeho výzkumu lidé používají různé strategie ochrany soukromí a teprve poté o sobě odhalují osobnější informace, aby prostřednictvím sociálních sítí prezentovali vlastní identitu. Kokolakis (2017) poukazuje na potřebu správné interpretace výsledků výzkumů a na několika příkladech ukazuje, že data zdánlivě dokazující existenci paradoxu soukromí lze vyložit také jinak. Své úvahy nakonec uzavírá tvrzením, že jde o složitý a komplexní fenomén, který zatím nebyl plně vysvětlen.

### 1.2.2.2 Genderová specifika

Je soukromí genderově neutrální? Anita Allen ve své knize *Uneasy Access: Privacy for Women in a Free Society* (1988) ukazuje, že nikoliv. Tradičně bylo pro ženy obtížné dosáhnout požadované míry soukromí. Měly ho příliš mnoho ve smyslu nucené skromnosti, ctnosti a izolace v prostředí domova, nebo naopak nedostatek ve smyslu možností o něm svobodně rozhodovat. Postavení žen se samozřejmě v posledních dekádách znatelně proměnilo, proto se mnoho žen v dnešní době těší takovému soukromí, jaké si přejí. Přesto zůstává genderově nerovný přístup k soukromí nadále otázkou hodnou zamyšlení. Allen (2000) proto navazuje na svou knihu textem, v němž k tématu přistupuje ve světle rozvoje digitálních technologií. Dle autorky se obě pohlaví mohou setkat s nedostatkem soukromí nebo jeho nadbytkem, stejně jako s negativními zkušenostmi z toho vyplývajícími. Současně se v online prostředí projevují komplexní sociální genderové normy a nerovnosti z offline života, které znevýhodňují ženy. Dochází tak k závěru, „že soukromí žen v kyberprostoru je ohroženo více než soukromí mužů. Některé z nejhorších rysů reálného světa se odrážejí v kyberprostoru, včetně neúcty k ženám a k formám soukromí a intimity, kterých si ženy cení.“ (Allen, 2000, s. 1179).

Internet zároveň poskytuje mužům i ženám nové možnosti, jak se svým soukromím, anonymitou a důvěrností nakládat. Ženy se mohou v kyberprostoru pohybovat nepřístupně,

šifrovat své zprávy, skrýt svá jména, pohlaví a další identifikační znaky. Mnoho žen si ale volí opak – přístupnost a publicitu, které nemohly dosáhnout v dobách ovlivněných dřívějšími konvencemi skromnosti a zdrženlivosti (Allen, 2000). Dospívající dívky dokonce mohou používat prostředí sociálních sítí k prezentaci a reflexi vlastních sexuálních a emocionálních vztahů, ukazovat své tělo, mnohdy i provokativním způsobem (Crescenzi-Lanna et al., 2013). Zhang Ye a spoluautoři (2018) tvrdí, že jsou to právě ženy, které jsou na sociálních sítích otevřenější. Zatímco muži volí v online komunikaci racionální fakta a objektivní jazyk, ženy se cítí pohodlněji při sdílení svých emocí s širokým okruhem lidí.

Analýza Liu a spoluautorů (2017) naopak ukazuje, že ženy mají tendenci přistupovat k sociálním sítím konzervativněji a svěřovat se užší, ale intimnější skupině. Muži mají tendenci mít otevřenější sociální sítě a odhalovat více lidem, které dobře nebo vůbec neznají. V obsahu, který zveřejňují toho o sobě navíc prozrazují více než ženy a častěji volí otevřenější nastavení svých profilů. Větší otevřenost mužů ve vztahu k neznámým lidem v online prostředí potvrzuje také studie Pavici Sheldon (2013), která se zabývala mírou sebeodhalování žen a mužů v komunikaci s přáteli tváří v tvář v porovnání s těmi na sociální síti Facebook. Dle výsledků studie mají muži v porovnání s ženami intimnější diskuse s lidmi, se kterými se na sociální síti právě seznámili, ženy se ale naopak svěřují více než muži přátelům offline i těm, které znají pouze skrze sociální síť. Důležitou proměnnou je také strach z rizik, které s sebou větší otevřenost může přinést. Jak bude vysvětleno dále, tyto obavy častěji vyjadřují ženy.

Tato kapitola ukázala, že vztah mezi genderem a soukromím existuje jak v reálném světě, tak offline. Bližší porozumění tomuto fenoménu si nicméně žádá více pozornosti, neboť výzkumy zatím provedené se ve svých zjištěních mnohdy rozcházejí. Zejména pokud jde o sociální síť Instagram, studie, které by přinášely vhled do toho, jak ženy a muži pojmají soukromí na této vizuálně orientované platformě, neexistují.

### **1.2.3 Soukromí a Instagram**

Struktura sítí ve vztahu k viditelnosti uživatelů a přístupu k jejich informacím je podle Boyd a Ellison (2010, s. 213) jedním z klíčových prvků, jenž od sebe jednotlivé sociální sítě odlišují. Možnosti ochrany soukromí, které platforma nabízí, navíc mohou

ovlivňovat, kolik ze svého soukromí se daný uživatel rozhodne sdílet (Ranzini et al., 2020). Tato kapitola proto uvádí přehled specifických funkcí, pomocí nichž Instagram umožňuje uživatelům spravovat svůj profil ve vztahu k ochraně osobních údajů.

Klíčovou funkcí je v tomto ohledu možnost nastavení soukromého profilu. Jak bylo již zmíněno výše, instagramový účet je ve výchozím nastavení veřejný. Profil včetně příspěvků v takovém případě vidí kdokoliv na Instagramu i mimo něj. Pokud uživateli nebylo v době zakládání profilu 18 let, může si soukromý účet zvolit při registraci, starší uživatelé najdou tuto možnost v nastavení. Soukromý účet znamená, že lidé mohou najít daný instagramový profil, nicméně jeho obsah vidí jen uživatelem schválení sledující (Instagram, [2021]).

Uživatel může dále viditelnost svého profilu omezit blokováním konkrétních účtů, které tak zcela ztratí možnost vyhledat daný profil. Méně restriktivní je možnost odebrat daného uživatele ze seznamu sledujících nebo před ním skrýt obsah sdílený prostřednictvím stories. Poslední zmiňované lze uplatnit také opačně – uživatel si může pomocí nastavení zvolit, aby neviděl příspěvky sdílené jiným uživatelem. Při sdílení stories se uživateli dále nabízí možnost vytvořit ze svých sledujících skupinu těch, kterým se příběh zobrazí, tzv. *close friends*. Tato skupina může být upravována vždy pro konkrétní příspěvek, a tak aplikace poměrně snadno dovoluje cílit určitý obsah na konkrétní publikum nebo jej naopak před nechtěnými zraky skrýt (to však neplatí v případě příspěvků sdílených ve feedu).

Přístup ke svým datům může uživatel do určité míry omezit jak dalším uživatelům, tak samotnému Instagramu, popřípadě třetím stranám. Pro ochranu vlastních dat a soukromí je možné aplikaci zakázat přístup k monitorování lokace (to je ve výchozím nastavení povoleno), stejně jako zamezit Instagramu užívání dat získaných od třetích stran nebo naopak omezit sdílení dat získaných na základě aktivity na Instagramu dalším společenstvem. Některá nastavení je ale možné změnit pouze prostřednictvím Facebooku, nikoliv přímo v aplikaci Instagramu (Germain, 2021).

Za cíl omezit nechtěným interakcím má několik funkcí Instagramu. Mimo zmíněnou možnost blokovat konkrétní účet, jde také o možnost blokovat komentáře, mazat je nebo automaticky filtrovat ty nevhodné. Přidávání komentářů u vlastních příspěvků je možné zakázat zcela nebo jen vybraným účtům. Uživatel má také možnost filtrovat příchozí

soukromé zprávy od lidí, které nesleduje. Ve výchozím nastavení se takové zprávy automaticky řadí do sekce *žádosti o zprávy*. Možné je ale i jejich úplné omezení, nebo naopak automatické schvalování.

Nástroje pro správu soukromí jsou důležité pro pohodlné i bezpečné užívání sociální sítě. Mnoho uživatelů nicméně nemusí mít o těchto možnostech povědomí nebo disponovat potřebnými schopnostmi pro dosažení optimálního nastavení. Není proto možné vyloučit rizika, která se s narušením soukromí pojí. Jaká to jsou, uvede následující kapitola.

#### **1.2.4 Ohrožení soukromí na sociálních sítích**

Zatímco v běžném životě lidé dokážou poměrně snadno vyhodnotit hranice svého osobního prostoru a možná rizika jejich narušení, online svět přináší v tomto ohledu řadu výzev. Specifika online soukromí popsaná výše se totiž nutně podepisují také na povaze rizik spojených s ohrožením tohoto soukromí.

Liu a spoluautoři (2017) rozlišují tři zdroje ohrožení soukromí na sociálních sítích. (1) První z nich se týká ohrožení práva uživatelů na soukromí. Do této kategorie se řadí možnost dohledu ze strany vlád, zneužití dat pro invazivní marketingové praktiky, omezení kontroly nad osobními informacemi nebo omezení práv spotřebitele. (2) Další ohrožení může představovat nedostatečná ochrana dat uživatelů. Soukromé informace a fotografie mohou v případě, kdy se stanou dostupnými hackerům, neautorizovaným třetím stranám nebo veřejnosti, posloužit jako prostředek kyberšikany, kyberstalkingu, krádeže identity a dalších ohrožujících praktik. (3) Neméně významné riziko ohrožení soukromí představuje interpersonální komunikace mezi uživateli. Sdílený obsah, který obsahuje mnohdy velmi osobní informace o člověku samotném nebo jeho blízkých, může být dále šířen ostatními uživateli a následně mylně interpretován mimo původní kontext nebo zneužit nezamýšleným publikem.

První zmiňované se stalo předmětem zájmu studií dohledu. Dohled, který David Lyon definuje jako „*procesy, při nichž je věnována zvláštní pozornost určitému lidskému chování, které dalece přesahuje rámec běžné zvědavosti*“ (2007, s. 13) není ničím novým, nicméně sociální sítě, terminologií Baumana, rozšiřují rozsah jeho „toku“. Díky

technologíím překračuje dohled bariéry prostoru i času (Bauman a Lyon, 2013). Sociální sítě umožňují institucím a komerčním subjektům získávat podrobné informace o milionech jejich uživatelů, prostřednictvím monitorování veškeré aktivity daného uživatele, od interakce se zveřejněným obsahem přes komunikaci s přáteli po sdílení vlastního obsahu. Chování uživatelů se tak proměňuje v cenná data, která jsou analyzována zejména za účelem tvorby personalizované reklamy. Andrejevic (2007) hovoří o *digitálním uzavření* kdy shromažďování soukromých informací probíhá ať už s vědomím uživatelů, nebo bez něj, přičemž ani uvědomělí jedinci nedisponují kontrolou nad tím, jak jsou jejich data společnostmi využívána. Zdánlivě dobrovolné jednání uživatelů, kteří se podílí na konzumaci i tvorbě obsahu, a tak i na toku dat, vysvětlují autoři neochotou vzdát se výhod vyplívajících z participace, stejně jako strachem ze sociálního vyloučení, které by odpojení od sociálních sítí přineslo (Andrejevic 2007; Bauman a Lyon, 2013). Sociální sítě rozšiřují také možnosti dohledu konaného mezi uživateli navzájem. *Sociální dohled* (Marwick, 2012) je vzájemnou aktivitou a běžnou součástí užívání sociálních sítí. Každý obsah je tak tvořen s vědomím toho, že bude nahlížen druhými. Jednotlivci přistupují k obsahu strategicky, odhalují a skrývají osobní informace tak, aby navázali vazby s druhými, ale současně se nevystavili odsouzení, nepochopení, zesměšnění nebo jiným negativním reakcím z jejich strany (Marwick, 2012).

Právě sociální dohled se nejvíce promítá do obav uživatelů. Dle výzkumu Younga a Quan-Haase (2013) mají uživatelé lepší představu o tom, jakým způsobem mohou jejich soukromí ohrozit přátelé, rodina a další lidé, kteří jsou součástí jejich internetové sociální sítě než o potenciálních hrozbách ze strany společností, které shromažďují data uživatelů pro vlastní potřeby. V souvislosti s těmito riziky ze stran institucí a třetích stran projevíli účastníci výzkumu jen malé nebo žádné obavy. Podobné tendence reflektují ve svém textu také boyd a Hargittai (2010). Rozhovory, které boyd (2008) vedla s dospívajícími poukázaly na obezřetnost teenagerů zejména, pokud jde o sdílení osobních dat s osobami, které nad nimi mají bezprostřední moc, tedy rodiči, učiteli nebo komisaři přijímacích řízení na vysoké školy.

Zmíněná rizika se dotýkají jak mužů, tak žen. Ženy nicméně cítí na sociálních sítích větší ohrožení vlastního bezpečí, proto častěji využívají nastavení soukromého profilu (Lewis et al., 2008). Steeves a Bailey (2018) upozorňují také na genderový rozměr dohledu.

Ženy jsou zatíženy řadou očekávání, která jsou formována stereotypními představami o tom, jak by žena měla sebe samu prezentovat. Pociťují také silnější nutnost těmto očekáváním dostát. Neustále proto monitorují své kroky a na své vlastní fotografie nahlíží perspektivou druhých. V rozhovorech, které Bakardjeva (2005) vedla s uživateli a uživatelkami internetu, ženy také častěji vyjadřovaly strach o své soukromí a nejistotu vyplývající z nejasné představy o tom, nakolik jsou jejich online aktivity a interakce viditelné. Dle Peng a Gu (2021) si ženy více uvědomují, že jsou skrze svou aktivitu na sociálních sítích vystaveny potenciálnímu riziku stalkingu. Tyto obavy pak v porovnání s muži negativněji ovlivňují jejich mentální pohodu. Potvrzuje to také výzkum Pew Research Center (Pew Research Center, 2021) ze září 2020 zaměřený na online obtěžování dospělých. Ženy v porovnání s muži více než dvakrát častěji uvedly, že je jejich poslední zkušenost s online obtěžováním extrémně nebo velmi rozrušila (34 % oproti 14 %). Naopak 61 % mužů, kteří byli obtěžováni online, uvedlo, že je poslední incident vůbec nerozrušil nebo rozrušil jen málo, zatímco 36 % žen uvedlo totéž. Jako významný problém vnímá online obtěžování 61 % žen a 48 % mužů. Navzdory tomu jsou to právě muži, kteří se s obtěžováním online setkávají o něco častěji (43 % vs. 38 %). Pokud jde o jednotlivé typy obtěžování, muži se častěji setkávají s nadávkami a výhrůzkami fyzickým násilím, ženy pak se sexuálním obtěžováním nebo stalkingem.

Nakolik jsou si uživatelé a uživatelky zmiňovaných rizik vědomi, ovlivňuje jejich otevřenost, pokud jde o sdílení osobnějších informací (Barth a de Jong, 2017). Z poznatků zmíněných v této kapitole proto vyplývá, že jsou to zejména ženy, které moderují své aktivity na sociálních sítích, aby se vyhnuly potenciálně nepříjemným situacím, stalkingu, krádeži identity a dalším hrozbám. boyd a Hargittai (2010) přitom upozorňují, že vedení žen k tomu, aby své obavy vyřešily úplnou uzavřeností, je může ochudit o mnoho výhod participace v online prostoru.

### **1.3 Shrnutí**

Teoretická část představila základní pojmy a koncepty, na kterých provedený kvalitativní výzkum staví. Věnovala se tedy sociálním sítím, včetně samotného Instagramu, který se pro mnohé stal prostředkem komunikace a sebeprezentace, ale také například nástrojem pro získávání informací o druhých. Instagram, stejně jako další sociální sítě,

pojímá boyd (2007) jako mediovaný veřejný prostor s vlastnostmi jako trvalost, vyhledatelnost, replikovatelnost a neviditelnost publik. Tyto charakteristiky proměňují vnímání soukromí i proces jeho regulace v online prostředí. Teoretickou část doplňují také dosavadní poznatky o vztahu sociálních sítí, soukromí a genderu, které má tato diplomová práce za cíl rozšířit.

## 2 Metodologická část

V metodologické části nejprve představím výzkumný problém spolu s cílem výzkumu. S ohledem na předchozí teoretickou část a cíle výzkumu formuluji výzkumné otázky. Dále se budu věnovat metodě výzkumu a uvedu jak odůvodnění volby konkrétních metod sběru a analýzy dat, tak i jejich klíčové charakteristiky či kroky, dle kterých budu ve studii postupovat. V závěru kapitoly se věnuji otázkám etiky výzkumu a neopomím ani reflexi limitů této studie.

### 2.1 Výzkumný problém a cíl práce

Jak lidé v současném globalizovaném světě zanechávají více a více digitálních stop, stává se soukromí „problém naší doby“, tvrdí ve svém textu Philip Wu (2018). Nová média přitom charakterizuje nejasně definovaná hranice privátního a soukromého a současně možnost komunikovat bez časových a prostorových omezení. Do hry se přidávají také specifika sociálních sítí, jako trvalost a replikovatelnost dat, neviditelnost publik i možnost neustálého dohledu. Tyto faktory, které blíže přiblížil text výše, vedou k přehodnocování toho, co soukromí znamená, jeho hranic i strategií používaných k jeho regulaci. Sociální sítě současně nejsou genderově neutrální (Marwick, 2013), a proto mohou online soukromí vnímat ženy a muži rozdílně. Abychom tomuto tématu porozuměli, je tedy nutné se zaměřit na zkušenosti uživatelů i uživatelék.

Otázka soukromí v online prostoru sociálních sítí se již stala náplní mnoha výzkumů posledních dvou dekad, které se zaměřily například na strategie teenagerů pro zajištění soukromí na sociální síti Facebook (Young a Quan-Haase, 2013), jejich motivace k nastavení profilu jako soukromého (Lewis et al., 2008) nebo na to, proč uživatelé sdílí své osobní informace i přesto, že jsou si vědomi potenciálních rizik, které jejich odhalení přináší (Lee et al., 2013).

Tato diplomová práce má ambice dosavadní poznatky obohatit nejméně ze dvou hledisek. Prvním z nich je otázka genderu. I přes pozornost, které se tématu soukromí na sociálních sítích dostává, genderová specifika této problematiky zůstávají zatím ne zcela objasněna. Studie se proto bude snažit v první řadě zjistit, zda ženy a muži k soukromí přistupují rozdílně a dále se pokusí případné jinakosti blíže popsat. Druhé hledisko souvisí se zkoumanou sociální sítí. Doposud provedené výzkumy se většinou zaměřily na Facebook

jakožto nejpopulárnější sociální síť z hlediska počtu aktivních uživatelů (Dean, 2021). Jaký mají vztah k soukromí uživatelé Instagramu tak zůstává nejasné. Přitom si i tato sociální síť zaslouží pozornost ať už z důvodu své vysoké oblíbenosti, nebo povahy sdíleného obsahu. Instagram staví především na vizuálním obsahu, který toho může mnoho odhalit. Sdílené fotografie mohou zachycovat samotné uživatele, jejich blízké, aktivity, kterým se věnují, prostor, ve kterém se pohybují, či dokonce jejich domov a mnoho dalšího.

Přínosem této práce mohou být nejen nové poznatky doplňující dosavadní akademické vědění. Význam může mít také po stránce sociální. Vhled do této problematiky může pomoci při vývoji aplikací směrem k tomu, aby jejich struktura lépe odrážela potřeby a obavy uživatelů, a v důsledku jim tak nabídla bohatší, bezpečnější a srozumitelnější funkce pro správu jejich soukromí. Na druhé straně může napomoci rozvíjet mediální gramotnost. Prezentované poznatky mohou být nápovědou učitelům a rodičům na co se při vedení k bezpečnému fungování na internetu zaměřit, stejně jako inspirací pro samotné uživatele, kteří možná doposud nad danou problematikou více nepřemýšleli, a tak mohli nevědomě odhalovat více nebo méně, než by si přáli.

Cílem diplomové práce je zjistit, zda je vnímání soukromí v rámci sociální sítě Instagram jeho uživateli a uživatelkami genderově specifické, a pokud ano, popsat, jakým způsobem. Na základě kvalitativních rozhovorů by měly být představeny poznatky o tom, co ovlivňuje postoj žen a mužů k online soukromí, jakým způsobem si své soukromí uživatelé a uživatelky sociální sítě chrání a jak vnímají rizika plynoucí ze sdílení osobních informací i jaké představy mají o jejich publiku.

## **2.2 Výzkumné otázky**

Cílem výzkumu je porozumět tomu, jak ženy a muži vnímají soukromí na sociální síti Instagram. Hlavní výzkumná otázka je proto následující:

**HVO: Jaká jsou genderová specifika vnímání soukromí v rámci sociální sítě Instagram jeho uživateli a uživatelkami?**

Diplomová práce má za cíl zodpovědět tuto otázku komplexně, k čemuž dopomohou dílčí podotázky. Vedlejší výzkumné otázky jsou tyto:

**VVO1: Jaký obsah profilu a jednotlivých příspěvků vnímají ženy a muži jako osobní?**

První vedlejší výzkumná otázka nahlíží na soukromí vzhledem k informacím zveřejněných na profilech a v příspěvcích respondentů a respondentek. Měla by přinést odpověď na to, co ze sdíleného obsahu považují uživatelky a uživatelé za osobnější, nebo jaká témata zůstávají zcela v soukromí mimo sociální síť.

#### **VVO2: Jak si ženy a muži své soukromí na Instagramu chrání?**

Nezveřejňování určitého typu obsahu může být jednou ze složek správy a ochrany svého soukromí. Na ty další se ptá druhá vedlejší výzkumná otázka s cílem zjistit, jak si ženy a muži své soukromí na Instagramu chrání.

#### **VVO3: Jak vnímají ženy a muži rizika ohrožení svého soukromí?**

Motivací k ochraně osobních údajů mohou být negativní zkušenosti či vnímání potenciálních rizik spojených s jejich odhalením. Těmi se zabývá vedlejší výzkumná otázka číslo tři.

#### **VVO4: Jak ženy a muži vnímají publikum obsahu, který na Instagramu zveřejňují?**

Otevřenost uživatelů a uživatelky může ovlivnit také to, jakou mají představu o publiku sdílených příspěvků. Čtvrtá vedlejší výzkumná otázka se proto ptá na to, jak ženy a muži vnímají publikum obsahu, který na Instagramu zveřejňují.

#### **VVO5: Co ženy a muži deklarují jako zdroje vlivu na jejich postoj k soukromí?**

Pátá vedlejší výzkumná otázka by měla přinést poznatky o tom, co dle žen a mužů ovlivňuje jejich postoje k soukromí na sociální síti.

### **2.3 Metoda výzkumu**

S ohledem na povahu výzkumného problému a cíle této diplomové práce se jako optimální jeví kvalitativní metoda výzkumu. Její výhodou je získání podrobných informací, které nezůstávají na povrchu a umožňují hloubkové porozumění a podrobnou komparaci (Hendl, 2016). Její užití je vhodné pro studie zkoumající doposud málo probádané jevy, mimo jiné ty, které se snaží odhalit podstatu lidských zkušeností (Strauss a Corbin, 1999). Nenumerné šetření se zabývá tím, „*co, jak a proč sociální aktéři činí a jak svému jednání rozumí a jak je reflektují*“ (Macek, 2012, s. 140). Pro zkoumání sociálních sítí, či konkrétně toho, jak uživatelé a uživatelky Instagramu přistupují k soukromí, je proto kvalitativní

metoda vhodná díky orientaci na individuální zkušenosti jedinců i schopnost zkoumat nové fenomény. Macek dodává (2012, s. 144), že kvalitativní výzkum online sociálních sítí je vhodný zejména pro zodpovězení otázek, jež je možné zařadit do kontextu psychologie, sociální psychologie, etnografie médií a sociologie každodennosti.

## 2.4 Technika sběru dat

V kvalitativním výzkumu nachází uplatnění zejména málo standardizované metody sběru dat. Zařadit mezi ně můžeme hojně užívaný polostrukturovaný rozhovor. Tato metoda kombinuje jak výhody rozhovoru volného, tak výhody dotazníkového šetření s pevně danou strukturou, proto ji Reichel (2009, s. 112) popisuje jako optimální způsob získávání dat. Určitá míra formalizace, která usnadňuje následné zpracování dat a jejich porovnávání vychází z postupu, kdy dotazující vede rozhovor dle předem připraveného souboru témat či otázek. Současně je možné měnit jejich pořadí i přesné znění. Takto volněji utvářené dotazování přispívá k vytvoření přirozenějšího kontaktu tazatele s respondentem (Reichel, 2009) a zároveň umožňuje dotazovanému vyjádřit své subjektivní pohledy, samostatně navrhnout vztahy a souvislosti či tematizovat konkrétnější témata vztahující se ke specifické zkušenosti dotazovaného (Hendl, 2016). Metodu polostrukturovaného rozhovoru jsem zvolila právě proto, že mi dovolovala plynule přecházet mezi předem stanovenými tématy i pružně reagovat na odpovědi dotazovaných, a tak získat co nejpodrobnější informace o jejich přesvědčeních, názorech a aktivitách. Díky možnosti pokládat doplňující otázky jsem byla schopna přistupovat ke každému rozhovoru individuálně. Protože jsem ale zároveň dbala na to, abych neopomenula žádné z předem stanovených témat, mohla jsem mezi sebou získaná data následně porovnávat, což bylo pro zjištění genderových aspektů daného tématu klíčové.

Výzkumné otázky zmíněné výše mi napomohly formulovat témata, která mě v rozhovoru zajímala. Plán rozhovoru jsem uspořádala dle těchto témat na čtyři sekce zahrnující několik na sebe navazujících otázek. Ty se týkaly povahy sdíleného obsahu, mechanismů ochrany soukromí a vnímání potenciálních rizik. Čtvrtý okruh otázek, volně se prolínající s ostatními, se zaměřil vždy na konkrétní obsah profilu daného respondenta či respondentky. Vycházela jsem přitom z přístupu Latzko-Totha a spoluautorů (2016), kteří pro „zahuštění“ dat doporučují třívrstvý model sestávající z vrstvy kontextových informací (ty v případě tohoto výzkumu tvoří poznatky shromážděné v teoretické části), vrstvy dat

zachycujících zkoumané praktiky (studium obsahů na sociálních sítích) a vrstvy zachycující zkušenosti uživatelů a významy, které jim přisuzují. Jednou ze strategií, jak tohoto dosáhnout, je tzv. *trace interview*. Jde o metodu, kdy současně s rozhovorem výzkumník a respondent společně analyzují sdílené příspěvky (Latzko-Toth, 2016). Právě tato technika mi posloužila jako opora při vedení polostrukturovaného rozhovoru přinášející upřesňující informace o zveřejněném (nebo naopak nezveřejněném) obsahu a hlubší pochopení toho, jak uživatelé a uživatelky k soukromí na sociální síti přistupují (Young a Quan-Haase, 2013).

## 2.5 Výzkumný soubor

Na počátku výzkumu stojí vedle vyjasnění si metody sběru dat také určení, jaké objekty se stanou předmětem zájmu a kolik jich bude do výzkumu zapojeno. Při výběru výzkumného souboru jsem zvažovala následující kritéria: aktivita, tematické zaměření profilu, pohlaví, věk. Pro vedení rozhovoru na dané téma bylo nezbytné, aby byl vybraný respondent do určité míry aktivní na sociální síti Instagram, neboť teprve potom bylo možné hovořit o tom, jak při této aktivitě vnímá své soukromí. Nemuselo se však nutně jednat o nadprůměrně aktivní uživatele a uživatelky, neboť i určitá míra zdrženlivosti ve sdílení může být projevem správy vlastního soukromí. Jako nezbytné minimum zveřejněných příspěvků jsem tedy stanovila alespoň jeden příspěvek v hlavním feedu profilu za měsíc a alespoň pět příspěvků ve stories za měsíc. Zohlednila jsem přitom také tematické zaměření profilu a vyloučila jsem ty, které měly čistě profesní/propagační obsah. Z hlediska pohlaví jsem dbala na vyváženost zastoupení žen a mužů. Postupně jsem tedy vedla rozhovory s uživateli a uživatelkami Instagramu tak, aby výsledný počet rozhovorů byl, co se týče pohlaví, vyrovnaný a následně bylo možné získané informace porovnávat. Pro potřeby komparace jsem také určila věkové rozmezí s cílem dosáhnout ve skupinách žen a mužů věkově srovnatelného zastoupení.

Pro výběr zkoumaných objektů jsem zvolila výběr nabalováním (tzv. snowball), který Reichel (2009, s. 83) označuje za efektivní i efektní. Ačkoliv kvalitativní výzkum neklade téměř žádné nároky na reprezentativnost výzkumného vzorku, lze považovat metodu sněhové koule za svým způsobem reprezentativní (Reichel, 2009). Tímto způsobem bylo vybráno celkem 15 žen a 15 mužů ve věku 25–35 let. Jména komunikačních partnerů byla nahrazena náhodnými pseudonymy s cílem zachovat anonymitu. Jejich přehled uvádí následující tabulka:

**Tabulka č. 1: Přehled výzkumného vzorku**

JMÉNO	POHLAVÍ	NASTAVENÍ ÚČTU
Adam	muž	soukromý
Adéla	žena	soukromý
Anna	žena	veřejný
Daniel	muž	veřejný
David	žena	veřejný
Dita	žena	veřejný
Ema	žena	veřejný
Filip	muž	veřejný
Jakub	muž	soukromý
Jitka	žena	veřejný
Jonáš	muž	veřejný
Kamila	žena	soukromý (+ veřejný)
Kristýna	žena	soukromý
Libor	muž	veřejný
Lucie	žena	veřejný
Lukáš	muž	soukromý
Martina	žena	veřejný
Mia	žena	soukromý
Monika	žena	veřejný
Natálie	žena	veřejný
Nora	žena	veřejný
Ondřej	muž	veřejný (+ soukromý)

Pavla	žena	veřejný
Petr	muž	veřejný
Radek	muž	soukromý
Šimon	muž	veřejný
Tadeáš	muž	veřejný (+soukromý)
Tomáš	muž	veřejný
Vašek	muž	veřejný
Veronika	žena	veřejný

## 2.6 Metoda analýzy a interpretace dat

Způsobů třídění a vyhodnocování kvalitativních dat, tedy procesů, které následují po sběru dat, je celá řada. Pro účely tohoto výzkumu jsem zvolila metodu tematické analýzy, která se jevila pro tyto účely jako nejvhodnější.

Tematická analýza je proces, při němž dochází k identifikaci vzorců a témat napříč kvalitativními daty. Získaná data organizuje a detailně popisuje, přičemž se hodí tam, kde hledáme odpovědi na otázky o lidských zkušenostech a jejich názorech (Hendl, 2016). Někteří (například Boyatzis, 1998) chápou tematickou analýzu nikoliv jako specifickou metodu, ale jako nástroj užívaný jako součást jiných metod třídění dat. Opačný názor zastávají Braun a Clarke (2006), které ve svém textu představují tematickou analýzu jako plnohodnotnou metodu vhodnou pro výzkumy v oblasti psychologie i mimo ni.

Klíčovou vlastností tematické analýzy je její flexibilita. Jiné metody analýzy dat, jako jsou například interpretační fenomenologická analýza nebo zakotvená teorie, vychází z teoretického ukotvení, a jsou proto pevně spjaty s určitým teoretickým rámcem. To v případě tematické analýzy neplatí a její využití dává výzkumníkovi poměrně velké množství volnosti. Tematická analýza může být použita k odkrývání zkušeností, významů a reality účastníků výzkumu, přičemž vede k tvorbě bohaté, detailní a komplexní zprávy o datech (Braun a Clarke, 2006).

Braun a Clarke (2006) dělí postup třídění a vyhodnocování dat pomocí metody tematické analýzy na šest kroků. Celý proces začíná v momentě, kdy si badatel začne všimnout významových vzorců a potenciálně zajímavých otázek, které se v datech objevují, a končí zprávou o obsahu a významu témat nalezených v datech. Nejde o čistě jednosměrný proces, neboť v průběhu analýzy se výzkumník neustále pohybuje mezi celým souborem sesbíraných dat, kódovanými výňatky dat i analýzou, kterou tvoří. Zmíněnými šesti kroky, které se staly praktickým návodem i pro tuto studii, jsou: seznámení se s daty, identifikování výchozích kódů, hledání témat, jejich následná revize, definování témat a hledání vhodných pojmenování, psaní závěrečné zprávy.

V průběhu analýzy jsem využila program Atlas.ti, který je pro tyto účely navržen. Nápomocným mi byl zejména při kódování dat. Po přepsání rozhovorů jsem důkladně procházela všechna data a všímala si důležitých a zajímavých pasáží, které jsem označovala příslušnými kódy, co nejdůležitějšími pro dané úseky textu. K rozhovorům jsem se také zpětně vracela, aby každý z nich prošel vícero kódováním, to bylo konzistentní a současně žádná relevantní informace nezůstala opomenuta. Pomocí programu jsem jednotlivé kódy třídila tak, že jsem z nich tvořila skupiny a následně je řadila k jednotlivým tématům. Ta jsem konstruovala s ohledem na výzkumné otázky i data z rozhovorů. Díky možnosti tvořit skupiny výchozích souborů a podle nich následně filtrovat také kódovaná data, jsem byla současně schopna efektivně selektovat a porovnávat odpovědi mužů a žen. V posledním kroku, kterým je psaní závěrečné zprávy, jsem vycházela z takto utříbených dat, mezi nimiž jsem se snažila hledat souvislosti. Po celou dobu jsem měla na paměti cíle výzkumu a jednotlivé výzkumné otázky.

## **2.7 Etika výzkumu**

Výzkumník by si měl pokládat otázky ohledně etiky v celém průběhu výzkumu, od samotného návrhu studie přes sběr dat až po psaní závěrečné zprávy. Nestačí však postupovat dle určitého seznamu pravidel, nýbrž každý badatel by měl s ohledem na základní principy etiky přistupovat ke každému případu individuálně. Dbát by přitom měl zejména na získání informovaného souhlasu, zajištění anonymity a zachování důvěrnosti (Beninger, 2016). Především v případě online výzkumu je třeba neopomenout, že přímé citace ze sociálních médií jsou zpětně dohledatelné, a tak mohou snadno odhalit identitu účastníků. Zachování anonymity jsem proto věnovala po celou dobu výzkumu zvýšenou

pozornost. Důležitým krokem bylo nahrazení skutečných jmen účastníků pseudonymy. Při psaní analytické části této práce jsem dbala také na to, aby ani podle dalších uvedených informací nebylo možné identifikovat konkrétní instagramový profil či příspěvek.

Účastníci byli vždy předem obeznámeni s povahou a tématy výzkumu a měli možnost účast na výzkumu v jakékoliv fázi odmítnout. Nahrávání každého z rozhovorů předcházelo vyslovení souhlasu, pro větší transparentnost jsem informovala o začátku i konci nahrávání. Při sběru dat je třeba neopomenout ani vliv výzkumníka na zkoumané prostředí či účastníky (Flick, 2011), snažila jsem se proto do rozhovoru nevnášet vlastní zaujetí a současně vést rozhovor s respektem a ohleduplností. Pokud jde o následnou analýzu dat, snažila jsem se v souladu se zásadami popsanými Flickem (2011) o maximální přesnost údajů a jejich interpretace. Svá zjištění jsem formulovala s uvážlivostí, pečlivostí a také opatrností vůči zobecňování.

## **2.8 Sebereflexe a limity výzkumu**

Jako jeden z limitů tohoto výzkumu bych vyzdvihla omezenou platnost získaných poznatků. Vlivem rychle se vyvíjejícího prostředí sociálních sítí mohou i závěry této studie a její relevance ztrácet na aktualitě. Současně se ale domnívám, že téma online soukromí bude v následujících letech naopak nabírat na důležitosti. A to například v souvislosti se snižující se věkovou hranicí, kdy se jedinci na sociální sítě dostávají. Současný výzkum tedy může být inspirací pro další zkoumání zaměřená například na mladší generaci, která může mít k odhalování svého soukromí nebo existujícím rizikům jeho narušení zcela jiný postoj, než mnou vybraná skupina uživatelů a uživatelék, jenž na Instagramu působí teprve od pozdního dospívání či dospělosti. I toto zaměření výzkumu na jedince s určitými charakteristikami lze považovat za limitující, ačkoliv vychází se samotné podstaty zvoleného přístupu. Kvalitativní studie totiž přináší detailní porozumění, to je ale platné pro danou skupinu případů a jeho aplikovatelnost na celou populaci není možná.

## **2.9 Shrnutí**

V metodologické části jsem se věnovala metodám a postupům, které jsem použila při realizaci tohoto výzkumu. Každému výzkumu předchází vyjasnění výzkumného problému a cílů výzkumu. S ohledem na ně jsem následně formulovala hlavní výzkumnou

otázku spolu s vedlejšími výzkumnými otázkami. Pro jejich zodpovězení jsem zvolila kvalitativní metodu výzkumu, která je vhodná pro získání hlubokého vhledu a porozumění zkušenostem jedinců. Pro sběr dat jsem využila techniku polostrukturovaných rozhovorů, které jsem uskutečnila celkem s 15 muži a 15 ženami. Získaná data byla analyzována pomocí tematické analýzy s využitím programu Atlas.ti. Výsledky analýzy následují v analytické části diplomové práce.

### 3 Analytická část

Analytická část diplomové práce představí výsledky analýzy dat vzešlých z kvalitativních rozhovorů. Dle témat, která sejevila napříč rozhovory jako nejdůležitější, jsou poznatky strukturovány do několika dílčích kapitol. Pro získání celkového pohledu na to, jak muži a ženy vnímají soukromí, je klíčové nejprve porozumět tomu, jaký obsah považují za osobní. Proto se tomuto tématu věnuji v úvodu této části. Dále navazuji textem věnujícím se strategiím, které dotazovaní\*é volí k ochraně svého soukromí. Nechybí ani prezentace poznatků o tom, jak muži a ženy vnímají rizika narušení soukromí a publikum svých instagramových profilů. Analytickou část uzavírám přehledem několika dalších faktorů, které dle dotazovaných formují jejich vztah k soukromí na sociální síti.

#### 3.1 Vnímání obsahu na Instagramu jako osobního

Chápání toho, co je soukromé a co nikoliv, je značně subjektivní, a proto ani v rozhovorech, které jsem vedla s dotazovanými, nebyla tato hranice pevně definována. Napříč rozhovory se nicméně v souvislosti se soukromím opakovaně objevují určitá témata, která informanti a informantky vnímají v různé míře jako osobní. Těmi jsou:

- Domov
- Emoce a pocity
- Intimita a tělo
- Politika a názory
- Přátelé a rodina
- Děti
- Vlastní osoba
- Vztahy
- Zdraví

##### 3.1.1 Domov jako osobní téma

Ve skutečném, offline světě je domov běžně chápán jako privátní prostor. Někteří ze zpovídaných se proto snaží udržet místo, kde žijí, v soukromí také pokud jde o obsah sdílený na Instagramu. Že se tak nemusí dít zcela vědomě, ukazuje rozhovor s Emou. Respondentka si teprve při důkladnějším procházení již zveřejněného obsahu na svém profilu v průběhu rozhovoru uvědomila, že to, zda jsou snímky focené v prostředí domova nebo mimo něj, je důležité kritérium pro to, zda fotografii na Instagram vloží. Její profil

proto tvoří fotografie pořízené venku. Výjimkou je jediná fotografie, která sice vznikla doma, ale tak, aby na snímku mimo bílé zdi nebylo vidět cokoli, co by o soukromém prostředí vypovídalo něco víc. Osobním je téma domova také pro Annu a Lukáše, stejně jako pro Veroniku, která ale přesto snímky zachycující domov sdílí. Sdílet své bydlení se nezdráhá ani Vašek. Přestože si uvědomuje, že je ze snímku možné vyčíst některé osobní informace, rád dokumentuje zařizování svého bytu i blízké okolí bydliště.

To, zda je fotografie pořízená v prostředí domova nebo ve veřejné lokalitě, může posunout také chápání dalšího tématu jako osobního. Martina v tomto ohledu rozděluje fotografie s partnerem na ty, které sdílí, protože jsou focené mimo domov, a ty, které zpravidla nesdílí, pořízené doma (s výjimkou momentek sdílených prostřednictvím stories).

Sdílení bydlení může být také otázkou bezpečnosti. Mnozí ze zpovídaných takové informace nesdílí z obezřetnosti vůči krádežím. Toto nebezpečí si uvědomují zejména muži (Jonáš, Filip a Petr). Pozor na to, aby nesdílela lokalitu svého bydliště, si dává také Nora, ačkoliv nemá problém sdílet interiér domova.

### **3.1.2 Emoce a pocity jako osobní témata**

Vyjádřování pocitů a emocí je pro mnohé z respondentů a respondentek oblastí, které se na Instagramu vyhýbají. Emoční vyjádření do jisté míry omezuje samotná podoba Instagramu jako aplikace pro sdílení primárně vizuálního obsahu. Jak popisuje Adéla, vyjádřit emoce pomocí fotografie vyžaduje určité schopnosti. Využít se dá v tomto směru popisek, který fotografii doplňuje. Činí tak ale jen několik dotazovaných. Například Filip vnímá Instagram jako čistě vizuální platformu, kde se více rozepisovat nechce, další (Adam, Šimon a Tomáš) nechtějí psaní popisků věnovat čas. Ani pro Davida není Instagram místo, kde by své emoce sdílel. Jinak ale vnímá Facebook, který mu umožňuje naštvání, frustraci nebo smutek vyjádřit verbálně, nikoliv fotkou jako v případě Instagramu. Dalším důvodem jsou možnosti nastavení Facebooku, díky kterým může tento obsah komunikovat pouze směrem ke svým přátelům. Pocity a emoce na svém profilu nevyjadřuje ani Daniel. A to i přesto, že je ve sdílení jinak velmi otevřený, snaží se vystupovat autenticky a nic neskrývat. Také několik zpovídaných žen uvedlo, že na Instagramu nesdílí, jak se cítí (například Monika, Anna, Adéla). Podle Anny tento obsah na Instagram nepatří, proto i když jej vidí u ostatních, vždy se zamýšlí nad tím, zda dotyčnému takové sdílení může více uškodit nebo

pomoci. Jedinou respondentkou, která se ve svých příspěvcích rozepisuje o tom, co prožívá, i o svých psychických problémech, je Mia. Ta sice vnímá témata, o kterých píše, jako osobní, své soukromí se ale rozhodla sdílet, aby tak nabourala nerealisticky pozitivní narativ, který na Instagramu podle jejího názoru převládá.

*Přijde mi fajn tam občas dát i třeba nějaké negativní věci, protože je to prostě realita. A já vím, že Instagram asi možná někdo nevnímá jako realitu, ale je to o tom, jak si to každý nastavíme. A já jsem to tak chtěla, být autentická. (Mia)*

### **3.1.3 Politika a vyjadřování názorů jako osobní témata**

Vyjadřování svých názorů k politice a aktuálním společenským tématům se respondenti a respondentky snaží vyvarovat zejména z důvodu očekávané negativní zpětné vazby. Například Lukáš dříve sdílel své politické postoje, ale nyní tento obsah omezil. Byl si vědom, že politika rozděluje, a současně nechtěl na své sledující působit negativním dojmem. Podobně i Filip si uvědomuje, že citlivější společenská témata polarizují společnost. Předpokládá, že s pochopením by se nemusel setkat ani u jinak smýšlejících přátel, ke kterým by se jeho obsah dostal. Jako soukromá chápe tato témata také Šimon, který se proto snaží své názory a úvahy vyjadřovat jen výjimečně. Na jeho profilu můžeme vidět jeden příspěvek, který může naznačit jeho politické směřování. Naopak otevřenější postoj z hlediska sdílení vlastních názorů zaujímá Jakub. Instagramové stories využívá převážně právě s cílem prosazovat a šířit vlastní názory týkající se aktuálního dění.

Svá politická přesvědčení se nesnaží na Instagramu sdílet ani žádná z respondentek. Pokud jde o další společenská témata, Kamila a Martina sdílely informace o veganství, obě informantky ale od tohoto tématu upustily. Pro Kamilu se stalo téma stravování velmi osobním v momentě, kdy se přestala stravovat vegansky. A to zejména z důvodu očekávaného odsouzení, se kterým se dokonce v této souvislosti setkala. Martina hovoří o aktuální potřebě nechávat si toto téma pro sebe, aby si sama své názory utříbila.

### **3.1.4 Přátelé a rodina jako osobní témata**

Jedenáct respondentek a deset respondentů uvedlo, že sdílení přátel nebo rodinných příslušníků pro ně znamená poodhalení soukromí. Mnozí si uvědomují, že v tomto případě není jejich soukromí to jediné, které je sdíleno, ale jde také o soukromí druhých, které

nechtějí nijak narušit. Sdílí proto takové příspěvky výjimečně nebo vůbec. Například Adam sdílí fotky s přáteli málokdy, a to převážně ve stories. Fotky s rodinou jsou pro něj ještě o něco osobnější. Výjimkou je jediná fotografie, na které zachytil své rodiče, aniž by ale bylo poznat, že jde o jeho blízké.

*Já si to chci nechat sám pro sebe a zároveň to jde ruku v ruce s tou ohleduplností. Když oni o tom neví, že o nich něco zveřejňuji, tak bych to ani neměl dělat popravdě. A je to moje soukromí a úplně nechci všechno sdílet s ostatními lidmi. (Adam)*

Pro některé dotazované je určující, v jakém formátu fotografii sdílí. Lucie svou rodinu nikdy nezveřejňuje přímo ve feedu, kde zůstane fotka viditelná, zatímco ve stories, které po 24 hodinách mizí, momentky s příbuznými sdílí. Daniel je pak v případě příspěvků sdílených ve feedu o něco ohleduplnější, snaží se odhadnout, zda i druzí budou s fotografií spokojeni. Pokud jde ale o stories, ze svých přátel se nebojí udělat si srandu formou fotografie zachycující je v nějaké vtipné situaci.

Podle Natálie a Radka hraje roli také to, zda jsou ti, které by takový příspěvek zachycoval, také uživateli\*kami Instagramu. Natálie si myslí, že příbuzným či přátelům, kteří sami sociální síť nepoužívají, by nebylo příjemné, kdyby se jejich fotky na síti objevily. Radek zároveň zmiňuje, že by v takovém případě nemohli společně sdílet radost z povedeného snímku, a proto pro něj takové sdílení nemá smysl.

Jinak ke sdílení druhých přistupuje Jakub. Fotky s přáteli sdílí rád, zejména pokud jde o ty ze společných cest. Doplnuje je navíc popisy toho, kde byli a co zažili. Na svém profilu má také fotku své maminky spolu s osobnějším popisem, který zaznamenává jejich společný dialog. Jakub současně příliš nedbá na to, jak budou jeho blízcí takové příspěvky vnímat.

*Nikdy se neptám. Dávám si tam vlastně to, co chci, a jsem v tom dost sobeckej. Že je mi vlastně i trochu jedno, jak tam ty lidi vypadaj, chci tam vypadat hlavně dobře já. (Jakub)*

### **3.1.5 Děti jako osobní téma**

Pro většinu zpovídaných žen a mužů nebylo sdílení fotek dětí na Instagramu téma, které by aktuálně řešili v souvislosti s vlastními dětmi. Přesto nad ním někteří uvažují vzhledem k budoucnosti, případně hodnotí obsah, který na Instagramu sdílí ostatní.

Dita, Lukáš a Jakub jsou pevně rozhodnutí, že by fotografie svého dítěte na sociální síť nedávali. Důvodem je pro ně zejména to, že by tím narušili soukromí dítěte. Toho si je vědoma také Natálie, a proto už nyní přemýšlí, co a s kým bude v případě rodičovství sdílet. Tuto otázku řeší také Veronika a Daniel, kteří se shodují, že s určitými hranicemi je sdílení fotek s dětmi v pořádku. Dle Veroniky by ale neměla fotografie odhalovat tvář a podle Jakuba by neměl sdílený obsah zaznamenávat veškeré aktivity nejmenších, přijatelná je podle něj například pěkná fotka z výletu.

### 3.1.6 Vlastní já jako osobní téma

Odhalení svého já, ať už se jedná o zevnějšek, nebo podrobnosti o vlastním prožívání (viz také téma sdílení emocí a pocitů výše), patří dle několika zpovídaných k osobnějším vyjádřením. Data vzešlá z rozhovorů ukázala na genderové rozdíly, a to zejména v tom, jak ženy a muži přistupují k zobrazování sebe samých prostřednictvím fotografií. Mezi zpovídanými není žena, která by své fotografie nesdílela. Pouze Nora uvádí, že pro ni mají větší hodnotu takové fotografie, které sama tvoří, nikoliv ty, kde stojí před objektivem. A to navzdory tomu, že druhé zmíněné obvykle přináší více pozitivních komentářů a líků, tedy větší uznání ze strany sledujících. Nad tím, jak vybalancovat míru příspěvků o sobě samé, přemýšlí Mia, která si uvědomuje, že sdílí hodně svých fotek i osobních informací, současně jsou pro ni ale témata, o kterých se v příspěvcích rozepisuje, důležitá.

*To je pro mě třeba teď důležité i v kontextu toho soukromí, že chci o těch věcech psát, zároveň mi přijde dobré mít s tím vlastní zkušenost a vycházet z toho, ale chtěla bych dělat v některých věcech takovou i možná osvětu, ale ne skrz sebe. Že někdy to vnímám jako že je tam toho o mně moc. (Mia)*

Pro Moniku a Lucii je důležité to, jak na fotografiích vypadají, proto takové snímky vybírají s určitou pečlivostí. Podle Lucie ale nijak soukromí neodhalují. Nevypovídají totiž nic o tom, kdo je, pouze dávají publiku nahlédnout na to, jak vypadá. Ženy také řeší to, v jaké míře snímky odhalují jejich tělo (viz níže).

Muži sdílí obsah, který by se týkal jich samotných, v porovnání s ženami o něco méně. Adam se například snaží nezveřejňovat vlastní fotografie ani informace, které by o něm mnoho prozrazovaly. Jeho obsah tak zobrazuje spíše místa, která navštívil. V případě Filipa záleží na formátu sdíleného příspěvku i na tom, jak moc je on sám na fotce vidět.

*To jsem teď dal čerstvě pár fotek, kde jsem takhle zezadu a nejsem tam moc vidět. Takže jinak sdílím své fotky jen ve stories. Taky to vnímám tak, že můj obličej úplně nezapadá do konceptu mého profilu. A zároveň mi to přijde možná i trochu osobnější a rozhodně jiný styl, než já preferuju. (Filip)*

Pevně nastavenou hranici má v tomto ohledu Jonáš, který se zcela vyhýbá sdílení fotografií, kde je on sám. Podle jeho slov tak automaticky omezuje sdílení osobnějších informací. Dříve usiloval o to, aby jeho tvář na Instagramu nebylo možné najít vůbec, tedy ani v příspěvcích sdílených dalšími lidmi. Nyní mu nevádí, pokud fotku s ním sdílí ostatní, sám tak ale nečiní nikdy.

### **3.1.7 Intimita a tělo jako osobní témata**

Témata spojená s intimitou a vlastním tělem patří u většiny komunikačních partnerů a partnerek mezi ta, která považují za soukromá a v některých případech současně ta, která na svých profilech nezveřejňují. Nastavení konkrétní hranice soukromí ale může být různé. Pro někoho je jí nahota, pro někoho nejen zobrazení vlastního těla v odhalenější pozici, ale vůbec odhalení sebe samého.

V tomto směru získaná data poukazují na rozdíl v přístupu žen a mužů. Někteří respondenti muži se snaží fotky sebe samých nesdílet vůbec (Jonáš, Filip, Vašek). Naproti tomu ženy častěji sdílí i fotky, na kterých jsou v plavkách nebo ve spodním prádle, ačkoliv uvádí, že takový obsah považují za soukromý. Z rozhovorů je patrné, že pro ženy je téma zveřejňování vlastního těla důležité, a i v případech, kdy se rozhodnou pro sdílení, nečiní tak bez rozmyslu.

Určující je z tohoto hlediska většinou kontext, ve kterém byla fotografie pořízena, a také to, zda zachycuje „něco navíc“. Dita uvádí, že nemá problém vyfotit se v plavkách, musí ale jít o autentické zachycení určitého momentu, nikoliv instalované vystavování vlastního těla. Martina na svém profile několik fotek ve spodním prádle nebo v plavkách má, i pro ni je ale důležité, aby fotka nepůsobila vulgárně a vyzývavě. Odhalená fotka pro ni musí mít nějaký význam, například zvěčnění zážitku nebo zachycení posunu, pokud jde o vlastní fitness cíle. Fotku ve spodním prádle sdílela na svém profilu také Mia. Tento příspěvek vnímá jako velmi osobní, a to i vzhledem k doprovodnému popisku, ve kterém se rozepsala o vztahu ke svému tělu. Respondentka zdůrazňuje, nakolik je důležité, jakou

formu takový snímek má. Sama je na fotce otočená zády a na sobě má spíše zakrývající prádlo. Také Lucie je na snímku, který ji zachycuje v plavkách, otočena zády. Zároveň uvádí, že se v souvislosti s tím, že jej má na profilu, necítí zcela komfortně, ale nesmazala jej. Změnu ve vnímání odhalených fotek vidíme v případě Emy. Ta nejprve sdílela své fotky ve spodním prádle, později se ale rozhodla je archivovat, a tak je před publikem skrýt.

Tyto zkušenosti respondentek naznačují, že v hodnocení toho, zda je určité téma soukromé natolik, aby jej na síti nezveřejnily, hraje roli mnoho faktorů. Přesvědčit ke zveřejnění fotografií intimnější povahy mohou další kvality, které snímek má – například jeho estetická hodnota nebo zachování vzpomínky. Toto vnímání fotografie se také může, jak je vidět u příkladu Emy, v čase měnit.

### **3.1.8 Vztahy jako osobní téma**

Téma partnerských vztahů je osobní pro muže i ženy. Podobně jako v případě rodiny a přátel si zpovídání uvědomují, že sdílením vztahů podkrývají současně soukromí další osoby. Například Mia a Lucie uvádí, že jejich partneři nejsou nakloněni sdílení takového obsahu.

Za osobní považuje sdílení vztahu celkem sedm respondentů a devět respondentek. Šimon, Libor, Anna a Mia přitom vůbec takto zaměřený obsah nesdílí. V případě sdílení svého vztahu označují dotazovaní takové příspěvky za jedny z nejosobnějších, které na svém profilu zveřejnili.

*Nejosobnější věcí, co jsem zveřejnila, je to, že jsem s přítelem například. Nebo že jsme měli výročí a já jsem zveřejnila fotku, pod kterou jsem napsala, že jsme měli výročí.*  
(Monika)

Při sdílení obsahu věnovanému tématu vztahu hraje roli několik faktorů: Filip hovoří o intuitivní hranici v tom, co už je velmi podrobné, a tedy i příliš osobní; Martina nesdílí fotky s partnerem pořízené v domácím prostředí, s výjimkou stories; Jitka si nechává pro sebe významné události, jako je zasnoubení. Dle Adély a Dity záleží také na tom, zda se jedná o čerstvý nebo dlouhodobý vztah. Dita sice považuje společné fotky s přítelem za osobní, protože ale jejich vztah trvá už několik let, nemá pocit, že by jimi odhalovala příliš. Adéla rozlišuje příspěvky dle jejich trvalosti, proto sdílí čerstvý vztah pouze do stories, teprve v pozdější fázi by fotku s přítelem zveřejnila ve feedu.

### **3.1.9 Zdraví jako osobní téma**

Téma zdraví, toho fyzického i duševního, se objevilo v několika rozhovorech s respondentkami, které si procházely určitými problémy. V souvislosti s nimi se zamýšlely i nad tím, jakým způsobem a zda vůbec je sdílet na Instagramu. Z respondentů mužů toto téma reflektoval pouze Ondřej, který se zmínil, že své psychické problémy na síti spíše nesdílí – ne explicitně. Zbylí respondenti o zdraví nehovořili ani v souvislosti témat, která jsou pro ně osobní. Je možné, že tito dotazovaní aktuálně neřešili otázky svého zdraví, a proto se nad nimi nezamýšleli ani v době rozhovoru. Druhým vysvětlením může být větší touha žen sdílet své zkušenosti a rady s ostatními, kteří by se potýkali s podobnými problémy.

Nora v této souvislosti poukazuje na snahu tvořit takový obsah, který může být pro další přínosem. Právě to ji vedlo ke sdílení svých problémů s ekzémy spolu s tipy, co jí pomáhá. Se stejným záměrem své zdravotní problémy sdílela také Kamila. I když vzpomíná na nervozitu spojenou s prvním takovým příspěvkem, pozitivní zpětná vazba ji v tomto sdílení utvrdila a obsah s touto tematikou se pro ni stal běžným. Teprve v momentě, kdy se její příspěvky začaly ubírat směrem ke sdílení svého každodenního života, začala vnímat otázky soukromí s větší naléhavostí. Prostřednictvím obsahu týkajícího se zdravotních problémů totiž získala širší publikum sledujících, se kterým nechtěla sdílet svou každodennost. To nakonec vedlo respondentku u uzavření svého účtu.

Také Adéla se potýká s atopickým ekzémem, o kterém se ale v příspěvcích zmiňuje minimálně. Současně uvádí, že už se léčení kůže stalo natolik silnou součástí jejího života, že je těžké se tématu zcela vyhnout.

## **3.2 Způsoby ochrany soukromí na Instagramu**

Strategie ochrany soukromých informací na Instagramu mohou být, jak již bylo popsáno výše, mnohé. Tuto různorodost, která se vztahuje k míře potřeby si své soukromí uchránit, stejně jako k nástrojům pro to užívaných, potvrzují také data této studie. Ta poukazují zejména na dvě strategie regulace vlastního soukromí, jak o nich hovoří Liu a spoluautoři (2017) v souvislosti se sociální sítí Facebook. Autoři rozlišují rovinu týkající se nastavení profilu a dále rovinu kontroly sebe-odhalování jako dvě strategie, které uživatelé kombinují k dosažení optimálního soukromí. Data vzešlá z kvalitativních

rozhovorů s uživateli a uživatelkami Instagramu potvrzují, že jsou jejich poznatky platné také v případě Instagramu. Respondentky a respondenti hovoří o strategiích dotýkajících se obou rovin, u mnohých je nicméně patrná silnější inklinace k jedné z nich.

### **3.2.1 Nastavení soukromého nebo veřejného profilu**

Základním nastavením je to, kdy si uživatelé volí mezi soukromým a veřejným profilem, a tak určují, zda bude jejich profil viditelný pro druhé uživatele ihned po vyhledání profilu nebo až po případném schválení. Získaná data v tomto ohledu ukazují jen velmi drobné rozdíly vzhledem k genderu zpovídaných, neboť veřejný profil má jedenáct žen a jedenáct mužů. Ondřej a Tadeáš mají ale současně dva profily, z nichž jeden je veřejný, druhý soukromý. Celkem šest soukromých účtů mužů vůči čtyřem účtům žen tak může naznačovat větší tendence mužů k nastavení soukromého profilu.

Motivace uživatelů a uživatelky k uzavření profilu se často pojí s větší otevřeností sdíleného obsahu, a tedy i snahou příspěvky osobnějšího rázu „skrýt“ před zraky cizích lidí. Lukáš uzavřel svůj profil z důvodu, že nechtěl, aby jej vyhledávali kolegové a případní profesní partneři. Jakub změnil svůj účet z veřejného na soukromý poté, co se mu do něj někdo naboural, ve snaze tímto krokem svůj účet chránit proti případným dalším útokům.

Nastavení účtu jako veřejného bylo v případě Davida, Filipa, Libora a Tomáše výsledkem nepřítomnosti důvodů, proč nastavení měnit. Určitou lhostejnost k tomuto nastavení projevily naproti tomu pouze dvě uživatelky, Ema a Dita. Několik mužů i žen cíleně vedlo své profily jako otevřené, aby se jejich obsah mohl dostat mezi širší publikum. U Vaška a Jonáše šlo zejména o prezentaci fotografické tvorby, u Anny a Veroniky o sebe prezentaci spojenou s hledáním pracovních příležitostí. Martina se snažila dostat svůj naučný obsah týkající se veganství za hranici osobních kontaktů. Nora a Tadeáš pak v této souvislosti vyzdvihovali potenciál navazování kontaktů s novými lidmi.

### **3.2.2 Soukromí pomocí nastavení profilu**

Volba mezi veřejným a soukromým účtem je nicméně, jak bylo řečeno výše, pouze jedním bodem v širokém spektru možností, jak optimalizovat vlastní míru otevřenosti. Dle jejich různých kombinací můžeme určit dvě kategorie přístupů či strategií.

První strategie se opírá zejména o možnosti nastavení, které Instagram nabízí. Uživatelé a uživatelky řadí se do této kategorie jsou otevření\*é v tom, co sdílí. Jejich příspěvky jsou mnohdy velmi osobního rázu, což si sami\*y uvědomují. Nastavení, pomocí kterých mohou ovlivnit, komu bude tento obsah dostupný, jim umožňují si i přesto své soukromí hlídat. Z respondentek žen takto k Instagramu přistupuje Mia. Na svém profilu otevírá téma vlastních psychických problémů, možnost vybírat si sledující jí však dává, dle jejích slov, kontrolu a pomyslné bezpečí.

*Jako takové to, že vím, že tam mám hodně lidí, kteří vím, že a nemusí být nutně zaměřeni jako podobným smýšlením, ale jsou tolerantní a mají nějaký respekt vůči tomu, co člověk sdílí. A to je pro mě hrozně důležité. Takže bych se asi bála tyhle věci sdílet, kdyby tam nebyla ta možnost toho soukromého profilu, tak tam takové věci asi vůbec nedávám. Kdybych měla ten profil veřejný, což jsem vlastně nikdy neměla, ani za tu dobu, co mám Instagram, tak bych určitě takové věci nedávala. Jakoby to by pro mě asi nebylo úplně v pohodě. (Mia)*

Také Radek má profil nastavený jako soukromý, a to protože si nepřeje, aby jeho fotografie, na kterých je například se svou přítelkyní, byly přístupné širokému publiku.

*Kdybych tam měl tak všeobecně jen přírodu, psy, tak ok, ale tohle, co přidávám, už je soukromější, takže chci, aby to viděli jen moji známí nebo to nejbližší okolí... Protože tímto podle mě nikoho neinspiruju, to jsou jen takové momentky ať už s hafanem, nebo přítelkyní. Takže mám rád přehled o tom, kdo mě sleduje. Když vím, že toho člověka znám, ok. Ale asi by mi to svým způsobem vadilo, kdybych měl profil veřejný a viděl by ho každý. (Radek)*

Kombinaci uzavřeného profilu a osobnějšího obsahu zvolili také Tadeáš a Ondřej. V jejich případě se ale nejedná o primární Instagramové účty, ale ty, které si založili jako jejich doplnění. Tadeáš zde sdílí zejména vtipné fotografie, Ondřej se zde nezdráhá zveřejňovat ani obsah odhalující jeho intimní vztahy, emoce a myšlenky. Oba přitom tento obsah sdílí s pečlivě selektovanou a početně velmi omezenou skupinou sledujících.

*Chtěl jsem mít takový safe space, kde bych mohl být sám sebou, bez toho, abych byl nějak posuzován, bez nějakých zábran. Samozřejmě ten obsah je takovej, prostě jinej. (Ondřej)*

Tadeáš i Ondřej mají své hlavní účty nastavené naopak jako veřejné. Dva oddělené účty s různým nastavením jim tak umožňují o něco lépe nakládat s příspěvky vzhledem k jejich obsahu.

### 3.2.3 Soukromí pomocí regulace sebe-odhalování

Své primární účty mají Tadeáš i Ondřej nastavené jako veřejné a pro dosahování optimálního soukromí tak využívají druhé strategie: kontroly sebe-odhalování prostřednictvím obsahu, který (ne)zveřejňují.

Tadeáš popisuje v případě tohoto účtu jako výhodu, že do něj může nahlédnout úplně každý. Zmiňuje potenciál pro navazování nových kontaktů, propagaci vlastní značky oblečení (ačkoliv obsah spojený se značkou sdílí jen okrajově) a možnost sdílet s ostatními lidmi například tipy na oblíbená místa. Současně vidí svůj obsah jako galerii zachycující jeho život pohledem či objektivem druhých, která toho ze soukromí neodhaluje tolik, aby měl potřebu ji před někým skrýt.

*A mám pocit, že tam mám vytvořenou nějakou strukturu lidí, který třeba úplně neznám, ale se kterými máme nějaké podobné zájmy a na které ne, že bych se mohl úplně obrátit, ale že prostě... líbí se mi ta diverzita lidí, že tam nemám vyloženě jen lidi, který znám, ale že se tam dostane úplně kdokoliv a tím, že je to fakt taková spíš galerie, tak nemám důvod tam před někým něco schovávat. (Tadeáš)*

Ani Ondřejovi nevadí, že je jeho profil přístupný komukoliv. Fotografie, které sdílí, vybírá s ohledem na to. Osobnější příspěvky vkládá buď na druhý, soukromý profil, nebo v případě stories využívá funkci *close friends*.

Muži a ženy, kteří\*ré mají profil veřejný jsou si dobře vědomi\*y, že je viditelný pro kohokoliv. Tuto skutečnost buď jako Tadeáš vítají, nebo jim nevadí, protože nesdílí nic, co by chtěli\*y před kýmkoliv skrýt, nesdílí informace, u kterých by se obávali\*y, že by mohly být nějakým způsobem zneužity. Řídí se přitom vlastními měřítky toho, co považují za soukromé a co nikoliv. Poukazují také na možnost toto nastavení změnit v případě, že by si přáli\*y sdílet obsah osobnějšího charakteru.

*Teď třeba poslední dobou jsem si ho [profil] otevřela, protože i tím, že já tam nedávám nějaké extrémně soukromé věci, tak jsem si říkala, že je asi v pohodě, že to*

*zveřejním. Ale ve chvíli, kdy bych tam dávala hodně soukromé věci, tak bych ho neměla veřejný. (Natálie)*

Tento přístup se napříč daty tohoto výzkumu jeví jako oblíbenější než první zmiňovaný. Vyplývá to přirozeně z jeho povahy. Určitým filtrem totiž prochází předtím, než se na Instagramu objeví, každá fotografie. S menší či větší naléhavostí se tak může tato strategie projevat také u uživatelů a uživatelky se soukromým účtem. Stejně tak ti\*ty, kteří\*ré mají profil veřejný mohou využívat dílčích nastavení, která jim umožňují částečnou kontrolu nad viditelností a šířením vlastního obsahu.

Výrazněji se kombinace obou strategií projevuje u dvou uživatelky a dvou uživatelů: Adély, Kamily, Lukáše a Adama. Adéla a Lukáš zdůrazňují v souvislosti s ochranou vlastního soukromí na sociální síti především rozpor mezi osobním a profesním životem. Zatímco Lukáš se obává, že by jeho profil byl vyhledáván novými pracovními partnery, Adéla přemýšlí nad obsahem vzhledem k nadřízeným, které jsou jejími sledujícími, přestože má profil soukromý. Její situace názorně ukazuje jedno z úskalí uzavřených profilů a sice, že v některých případech může být odmítnutí žádosti o sledování chápáno jako neslušné nebo jako náznak nepřátelství. To nutí některé uživatele a uživatelky posouvat vlastní hranice soukromí, protože nemohou využít výhod soukromého účtu naplno. Ve snaze sladit to, co by ze svého života ráda sdílela s přáteli spolu s tím, co by nenarušilo její profesní roli, musí Adéla pečlivě vybírat, co a jakým způsobem na svém účtu zveřejní.

Kamila popisuje celkový posun ve svých uživatelských praxích. A to od aktivnějšího používání sociální sítě, snahy inspirovat druhé a sdílet osobní zkušenosti i s širším publikem prostřednictvím veřejného účtu k účtu uzavřenému, kde sdílí obsah sice osobní, ale méně konkrétním způsobem. Dle zkušeností respondentky se se změnou povahy sdíleného obsahu mění také vnímání publika a snaha mít o něm pomocí nastavení větší přehled. Kamila popisuje, že najednou nechtěla, aby si její obsah mohli zobrazit ti, kteří ji přímo nesledují. Ačkoliv po změně nastavení účtu nikomu z původních sledujících přístup k profilu neomezila, popisuje, že ji soukromý profil dodává na pocitu kontroly.

*Víš, že mi to přijde, jak to mám teď uzavřený, tak se tam cítím bezpečněji, protože přece jenom ty lidi nějakým způsobem znám, když tam jsou se mnou tak dlouho. (Kamila)*

Z hlediska regulace obsahu změnila nejen povahu sdílených příspěvků, ale také jejich frekvenci. Rozhodla se, že nepotřebuje a nechce sdílet své soukromí. Značnou část obsahu svého profilu dokonce smazala.

V mazání či archivování<sup>6</sup> nebyla Kamila jediná. Trvalost obsahu, která je pro sociální sítě charakteristická (boyd, 2007), vyžaduje při optimálním nastavení soukromí zvažovat také kontext času. Palen a Dourish (2003) označují pnutí mezi minulostí, současností a budoucností jako hranici temporality. Viditelnost určitého obsahu může být po nějaké době nežádoucí, například právě při změně vnímání vlastních hranic soukromí, jako tomu bylo v případě Kamily. Nejčastější motivací pro mazání příspěvků je jejich neaktuálnost. Adéla, Nora, Adam, Daniel, Filip, Šimon a Libor mazali fotografie zachycující dřívější vztah. Shodují se však, že tak nečinili z nutkání měnit svou sebe prezentaci, ale spíše chránit soukromí druhé osoby, případně z ohleduplnosti k současnému partnerovi či současné partnerce. Naopak proti těmto krokům se staví Jakub, který na svém profilu ponechává veškerý obsah jako záznam svých vzpomínek a důležitých životních etap, které i díky chronologii příspěvků dokáže lépe zasadit do kontextu své životní historie.

### **3.2.4 Anonymita jako nástroj regulace soukromí**

Online prostředí přináší možnost vystupovat anonymně a svou identitu formovat nezávisle na žité realitě. Povzbuzující k vyhledávání online spojení kopírujících skutečné vztahy a k prezentaci vlastních fotografií však sociální sítě nastolily spíše opačný trend. I přesto některé z mých komunikačních partnerek našly cestu, jak pomocí částečné nebo úplné anonymity regulovat své soukromí. Anonymita v kontextu Instagramu umožňuje jakési odosobnění, kdy sdílený obsah může být hluboce intimní, pokud si jej ale nikdo nedokáže přiřadit ke konkrétní osobě, nepředstavuje žádné riziko odsouzení nebo zneužití. Na druhé rovině pak může anonymita sloužit jako ochranná bariéra sloužící k zamezení dohledatelnosti daného profilu nežádoucím publikem. Anonymita tedy může být také alternativou soukromého účtu.

Zkušenost Lucie současně ukazuje, že může být náročné si anonymitu udržet. Bez přiznání svého skutečného jména si svůj Instagramový účet založila již na střední škole.

---

<sup>6</sup> Při archivaci příspěvku není obsah viditelný na samotném profilu, zůstává ale nadále v aplikaci. Uživatelé\*ky se k němu mohou sami kdykoliv vracet a v případě zájmu jeho viditelnost ve feedu obnovit.

Nikomu ve svém okolí navíc neprozradila, že na Instagramu je. Své fotografie se rozhodla sdílet pouze s cizími lidmi, a to z obav, že by ji bližší okolí odsoudilo.

*Já jsem chtěla být viditelná a veřejná, ale ne u toho svého okolí. Protože jsem se bála hejtů od toho nejbližšího okolí, ale byla jsem otevřená tomu světu. (Lucie)*

S nabývajícím sebevědomím, které Lucii dodávaly reakce sledujících, nakonec přestala lpět na své uzavřenosti vůči okolí. Přesto ani nyní nezveřejňuje své pravé jméno, a tak je pro ty, kterým cíleně neprozradí své uživatelské jméno, vyhledání jejího profilu nadále obtížné, nikoliv ale nemožné. Respondentka popsala také zkušenost, kdy její profil vyhledal kolega, což vedlo až k nepříjemným situacím v práci, kdy Lucie pocítila narušení svého soukromí.

Tuto strategii využívá také Pavla, která se kvůli svému povolání na základní škole snaží omezit žákům možnost vyhledávat její profil dle jména. Místo něj proto na Instagramu používá smyšlenou přezdívku.

Anonymní účet si založila také Kamila. Druhý profil vedle svého běžného, uzavřeného, používá ke sdílení básní, pod které se nechce podepisovat vlastním jménem. Dle slov zpovídání ji anonymita účtu umožňuje dávat tam, co ji zrovna napadne. Protože se v tomto případě jedná o příspěvky tvořené obrázky s textem, udržet si anonymitu je pro Kamilu snazší než pro Pavlu a Lucii.

Anonymity nevyužívá žádný ze zpovídaných mužů. Tato genderová disproporce může odkazovat k větším obavám žen z negativní zpětné vazby, jelikož Kamila ani Lucie neměly primárně potřebu udržet svůj obsah v soukromí, ale spíše jej nevystavovat k posuzování svým okolím.

### **3.3 Vnímání rizik narušení soukromí na Instagramu**

Muži i ženy vyjádřily v souvislosti se svou aktivitou na Instagramu obavy z potenciálních rizik narušení soukromí, lišících se typem i mírou významnosti, kterou jim zpovídání\*é přisuzují. V případě některých se povědomí o možných rizicích stalo součástí procesu rozhodování při zveřejňování obsahu. Výjimkou ale není ani takzvaný efekt třetí osoby (Debatin et al., 2009), kdy uživatelé\*ky vidí rizika v souvislosti s druhými, ale nepřipouští si, že by mohla hrozit i jim.

### 3.3.1 Typy rizik na Instagramu pohledem mužů a žen

Muži v souvislosti s riziky spojenými se sdílením informací na Instagramu mluví často o zneužitelnosti obsahu. Lukáš se obává, že každá fotka, kterou na Instagram dá, může být nějakým způsobem použita proti němu, pokud by mu chtěl někdo cíleně uškodit. Využitelné jsou podle něj zejména fotografie s rodinou a přítelkyní. O tomto riziku však mluví v kontextu budoucnosti, kdy by se rád pohyboval v politice. Zneužití fotek například prostřednictvím fotomontáží zmiňuje také Šimon, velké obavy z toho, že by mu chtěl někdo tímto způsobem uškodit, ale nemá. Stejně jako Lukáš se nad nimi zamýšlí vzhledem k budoucnosti a možné kariéře v oboru, který by mohl souviset se zájmem bulvárních médií. David poukazuje na to, že si jeho profil může prohlížet úplně každý, tedy včetně těch, kteří by jej mohli vyhledat se špatným úmyslem nebo i cílem fotografie ukrást. Respondenti (Filip, Petr, Jonáš, David) si uvědomují také určitá bezpečnostní rizika. Dávají si proto pozor, co zveřejňují, aby neodhalili například svůj podpis, číslo SPZ nebo údaje z platební karty. Častou obavou je také možnost krádeže. Dotazovaní proto nezveřejňují obsah, který by mohl nalákat lupiče ať už se jedná o podrobnosti o vybavení bytu, sdílení cest nebo lokality bydlení.

Zneužitelnost zveřejněného obsahu mají v povědomí také dotazované ženy. V porovnání s muži ale mnohem méně reflektují možnost, že by jimi zveřejněný obsah mohl být určitým způsobem překroucen v jejich neprospěch. Objevují se spíše obavy ze sdílení obsahu, který druzí odsoudí, který budou hodnotit potenciální zaměstnavatelé při výběrovém řízení, nebo takových příspěvků, které by mohly vyvolat rozepře s blízkými, případně závist kolegů. Ženy tedy ve větší míře uvažují, jak sdílený obsah ovlivní jejich vztahy.

Anna se nejvíce obává rizik spojených s kontrolou, kterou nad námi má samotná společnost stojící za Instagramem, Meta. Podle respondentky může s daty, která se ukládají, nakládat různě a pomocí algoritmů s námi následně manipulovat.

*Jakože já si fakt myslím, že sociální sítě jsou zlo a vzniká tam strašně moc zla. Vůbec nevíme, jak fungují všechny algoritmy a co všechno o nás na základě toho, co sdílíme, někdo tam nahoře ví. (Anna)*

Pro Annu může být toto riziko viditelné, neboť se v prostředí sociálních sítí pohybuje také v rámci své profese. Vedle svého osobního profilu spravuje účty několika společností, pro které vytváří marketingový obsah. Jak nicméně Anna naznačuje, představy o tom, jaký

vliv může mít společnost Meta nebo povědomí o tom, jak s daty uživatelů nakládá, doprovází míra abstraktnosti. To může vyvolávat negativní pocity jako u Anny, na druhou stranu je ale pro uživatele a uživatelky obtížnější si představit konkrétní dopady, které by na ně toto působení mohlo mít. Možná právě proto nejsou tato rizika vnímaná se stejnou naléhavostí i dalšími dotazovanými, kteří jsou obezřetnější spíše vůči narušení svého soukromí ze stran dalších uživatelů. Například Pavla poukazuje na to, že větší silou nám ublížit, disponují zejména ti, kteří jsou nám blízcí.

*Říkám si, jestli to ta společnost nějak využívá, tak dobře, tak to asi nebude něco, že by se tím nějak citlivě zabývali. Ale lidi jsou krutí a kdyby se tam naboural třeba nedej bože někdo z tvého okolí, kdo tě chce nějak pošpinit nebo toho zneužít, tak může... Navíc pokud by šlo třeba o někoho blízkého, kdo by věděl, jak ti ublížit, protože tě zná. (Pavla)*

Pokud jde o pocity vlastního bezpečí, naléhavěji než riziko vyloupení bytu, vnímají ženy riziko nežádoucího sledování a stalkingu. Tyto obavy vyjádřily Nora, Kamila a Ema. Dále také Dita a Monika, které si ale současně nemyslí, že by někdo mohl sledovat právě je. Podobně ani muži si tuto možnost, že by mohli být někým vyhledání či sledování, nepřipouští. Argumentují důvěrou ve své sledující nebo povahou obsahu, který není natolik poutavý, aby se mohl stát podnětem ke sledování. Dokonce ani Daniel, který se již s nežádoucím vyhledáním setkal, nepřikládá tomuto riziku žádnou váhu.

*Já jsem poměrně otevřený s tím, co tam přidávám. A pokud mě někdo chce vyhledat, tak ať mě vyhledá. (Daniel)*

Ženy také častěji než dotazovaní muži hovoří o nevyžádaných zprávách. Ačkoliv se jich nedotýkají nijak hluboce, je patrné, že tento aspekt sociálních sítí řeší, případně mají také své postupy, jak v případě nevyžádané korespondence reagovat. Některé informantky tyto zprávy ihned mažou a jejich odesílatele blokují. Martina se dokonce snažila předejít množství nevyžádaných zpráv tím, že na svém profilu explicitně uvedla, že je ve vztahu.

Řada z mých komunikačních partnerek hovořila také o spojitosti své sebereprezentace na Instagramu a možných důsledků, které by mohla mít na jejich profesní identitu. Jako problematické se jeví především sledování ze stran nadřízených, ale také kolegů. Respondentky vnímají Instagram jako osobní prostor, který si nepřejí spojovat s prací. Proti tomu pouze jeden muž vyjádřil podobné obavy. Někteří z informantů dokonce tento aspekt hodnotí jako pozitivní: podle Radka funguje Instagram jako další komunikační kanál, díky

kterému je v lepším spojení s kolegy z jiného oddělení, Šimon zase věří, že by mu jeho sebe prezentace mohla přinést nové pracovní nabídky.

### 3.3.2 Zkušenosti s narušením soukromí

Rozličné představy o možných rizicích aktivního užívání Instagramu by mohly být důsledkem různých zkušeností s narušením soukromí respondentů a respondentek. Ty se ale dle zjištěných dat liší spíše na individuální úrovni a jen těžko v nich můžeme hledat určité genderové vzorce. Podíváme-li se například na nežádoucí sledování, které se v projevených obavách týkalo pouze žen, reálnou zkušenost s ním mají také muži. Filip a Lukáš se setkali s tím, že jejich obsah i po dlouhé době od ukončení vztahu opakovaně sledovaly jejich bývalé partnerky. V případě Filipa se jeho bývalá přítelkyně snažila toto chování maskovat a na jeho profil, stejně jako na profil jeho současné partnerky, nahlížela skrze účty firem, pro které pracovala. Lukáš se ze strany bývalé partnerky opakovaně setkával s nevyžádanými zprávami. Zkušenost nejbližší stalkingu popisuje Daniel. Poté, co na jeho obsah aktivně reagovala, jej jedna z uživatelůk na základě označení lokace ve stories vyhledala přímo v podniku, kde byl ten večer s kamarády. Daniel popisuje tuto událost jako „vtipnou“ a současně uvádí, že nijak neovlivnila to, jak k soukromí na Instagramu přistupuje. S určitou formou nežádoucího sledování se setkaly také Adéla a Monika. V případě Adély byl sledujícím její partner, který se snažil monitorovat její aktivity skrze obsah sdílený její kamarádkou. Sledování skrze profil další blízké osoby využily také kolegyně Moniky a tímto způsobem zjistily informace, které mohly Monice v zaměstnání uškodit. Narušení soukromí ze strany kolegy popisuje i Lucie, které bylo nepříjemné už to, že dotyčný vyhledal její účet (přestože v něm neuvádí své jméno), hranice osobního a pracovního se ale podle respondentky zborčila v momentě, kdy se obsah na sociální síti stal předmětem poznámek při pracovních schůzkách.

*A mně prostě bylo fakt nepříjemný, že sledoval, co dělám, a necítla jsem se v dalším jednání s ním komfortně. Protože pak jsme třeba měli schůzku a on: no ty jsi zase někde pařila, že? A to prostě sedíš a říkáš si tohle není dobrý, tady nemá tohle už co dělat. (Lucie)*

Výjimečné nejsou ani zkušenosti, kdy se na sociální síť prostřednictvím dalších uživatelů dostaly takové informace nebo fotografie, které by sami dotazovaní nezveřejnili. S touto formou narušení soukromí se setkali Veronika, Monika, Martina, Ema, Tadeáš,

Šimon a Adam. Většina nicméně tuto nepříjemnost přešla bez reakcí, pouze Šimon a Monika kontaktovali autory příspěvků s žádostí o jejich smazání.

S nabouráním vlastního instagramového účtu se setkali Jakub a Tadeáš, druhý z jmenovaných dokonce opakovaně. Profil se respondentům podařilo nakonec získat zpět. Na základě této zkušenosti se oba dotazovaní snažili posílit zabezpečení svého účtu proti dalším útokům pomocí silnějšího hesla (Tadeáš) a nastavením účtu jako soukromého (Jakub).

### 3.3.3 Efekt třetí osoby

Už z některých poznatků výše je patrná tendence některých zpovídaných nepřipouštět si, že by se rizika, o kterých hovoří, mohla dotýkat přímo jich samotných. Téma rizik často zakončují tvrzením, že k takovým omezením soukromí sice jistě dochází, ale oni sami nemají pocit, že by jim mohli být vystaveni. Mnohdy uvádí také příklad, kdo by naopak mohl ke zneužití svého obsahu mít větší předpoklad.

Toto zkreslení, známé jako efekt třetí osoby (Debatin et al., 2009) se projevuje u žen i mužů. Napříč výzkumnými rozhovory jsou nicméně patrné rozdíly v tom, jak si respondentky a respondenti odmítání dopadu rizik na vlastní osobu zdůvodňují.

V případě komunikačních partnerek si můžeme všimnout zejména tří argumentů, které vychází 1) z deklarace vlastní nezajímavosti, 2) z důvěry v ty, kteří obsah informantek vidí a 3) také ze srovnání s ostatními, kteří se jeví jako vhodnější „terč“ možných zneužití, například srovnání s celebritami, veřejnými osobami nebo uživatelkami, které sdílí vyzývavější fotografie.

*Já si spíš myslím, že z toho nemám strach, protože lidi, se kterými jsem kdykoliv komunikovala, toho nejsou schopní, co já vím. Asi je to blbost a je to takový spíš odmítání reality, ale já si fakt myslím, že zrovna já nejsem něčím v tomto případě zajímavá. (Monika)*

Proti tomu muži vlastní zranitelnost, co se týče Instagramu, odmítají především na základě přesvědčení, že na svém profilu nemají žádné informace, které by mohly být zneužity, nebo které by mohly dát podnět k dalšímu chování, jež by ohrožovalo jejich soukromí. Současně mnoho z nich uvádí, že nad riziky spojenými s užíváním sociální sítě velmi nepřemýšlí.

Vedle představ, že se mohou dotknout pouze druhých osob, si můžeme povšimnout také tendencí potenciální rizika opomíjet nebo je cíleně vytěsnit. A to navzdory tomu, že zkušenost s narušením soukromí, ať už přímou, či zprostředkovanou skrze své blízké, má většina z dotazovaných. Přijetí rizik může znamenat diskomfort, kterému se respondenti a respondentky snaží vyhnout.

*Na druhou stranu se snažím to brát v potaz, ale nenechat se tím jakoby až tolik ovlivňovat, protože ve chvíli, kdy bych to začala až tak moc řešit, tak by to příliš potlačilo moji potřebu sdílet. Přijde mi, že bych se v tom začala až příliš utápět a přijde mi, že by to pak na mě možná mělo spíš negativní dopad, kdybych si to až tak moc připustila. (Natálie)*

Uživatelé a uživatelky tak činí proto, aby mohli sociální síť nadále pohodlně používat. Dle některých je totiž jediný způsob, jak se proti negativním dopadům bránit, celkové odpojení nejen od Instagramu, ale od všech nových technologií. Ty jsou přitom už natolik spjaté s každodenním životem, že by šlo o těžko uskutečnitelný krok. Na pomyslné váze negativního a pozitivního, co s sebou sociální síť přináší, tak nakonec převáží vnímané přínosy.

*Asi jsem to zvažovala, že bych tam nebyla vůbec, na druhou stranu nedémonizuju úplně celou tu platformu, protože já třeba sleduju spoustu zajímavých stránek, na kterých se sdílí zajímavá témata, a je to pro mě jednodušší se tam dostat k tomu důležitému, co si pak třeba dohledám. (Martina)*

### **3.4 Představy mužů a žen o publiku jejich instagramových účtů**

Jedním z faktorů ovlivňujících povahu sdíleného obsahu i nastavení profilu na Instagramu je jeho předpokládané publikum. Ačkoliv si dotazovaní\*é uvědomují, že se jimi zveřejněný obsah může snadno šířit i za hranice jejich vlastního profilu a dostat se tak takřka ke komukoliv, současně mají i více či méně konkrétní představu o tom, jaká skupina lidí nejpravděpodobněji jejich příspěvky vidí a s kým prostřednictvím nich komunikují. Vedle předpokládané skupiny sledujících jmenují někteří\*ré z dotazovaných také preferované publikum, na které cílí určitý obsah, případně nežádoucí publikum.

### 3.4.1 Primární publikum – pro koho muži a ženy obsah na Instagramu sdílí

Uživatelé a uživatelky Instagramu obvykle sdílí obsah proto, aby jej viděli ostatní: jejich blízcí nebo i zcela neznámí sledující. I vzhledem k převaze těch, kteří\*ré mají svůj instagramový účet veřejný, může tedy překvapit, že řada zpovídaných sdílí obsah také „sama pro sebe“. Celkem osm respondentů a jedenáct respondentek zdůrazňuje, jaký význam má obsah ukládaný v profilu právě z tohoto hlediska. Mnozí hovoří o Instagramu jako o dalším úložišti vlastních fotek, které ale oproti úložišti v mobilu vzniká selekcí těch nejlepších fotografií. Instagram tak působí jako „veřejné fotoalbum“ uchovávající vzpomínky a důležité životní milníky.

*Já bych to asi popsal jako soubor celkově nějakých vzpomínek. Že je to pro mě něco jako kdybych si doma udělal fotoalbum. Když ten Instagram otevřu, tak vím, že si tam můžu projet nějaké důležité momenty v životě nebo za nějaké určité období. (Tadeáš)*

Tomuto dojmu napomáhá i samotný design aplikace, kde se fotografie řadí chronologicky dle data, které je u každé z nich uvedeno. Díky tomu a současně možnosti doplnit snímky popiskem, je snazší zařadit obsah do kontextu určitého životního období, což mnozí z dotazovaných označují jako důležité.

K deníku připodobňuje sociální síť také Jitka. Svůj profil záměrně vede tak, aby zaznamenával důležité momenty, které si pak zpětně může připomínat. Instagram respondentce pomáhá také ve formování vlastní identity a slouží jako prostor, kde může rozvíjet svou kreativitu.

*I to někdy pomáhá při osobních otázkách, hledání sebe sama, formulování toho, kdo jsi, kdo nejsi, co děláš a co tě dělá například šťastnou, co tě těší. A sdílení fotek je rozhodně něco, co mě těší. Tohle je nějaké moje kreativní vyjádření vlastně. (Jitka)*

Pro několik dotazovaných je sdílení „pro sebe“ údajně primární motivací k aktivnímu používání Instagramu. Ženy a muži současně nezapomínají na to, že jejich příspěvky vidí i druzí. Dotazovaní\*é se proto snaží sdílet obsah, který pro ně bude něčím přínosným. Zmiňují snahu svými příspěvky pobavit, sdílet zajímavosti nebo motivovat, několik z dotazovaných také sdílí různá doporučení týkající se cestování, kultury, jídla a oblíbených produktů.

Část z dotazovaných se shoduje, že se skrze svůj instagramový profil nesnaží zaujmout široké publikum, naopak sdílí daný obsah pro přátele a rodinu. Ti tak mohou nahlédnout do dění v jejich životě, aniž by spolu komunikovali přímo. Instagram tedy chápou jako nástroj komunikace jak s těmi nejbližšími, tak například s těmi, se kterými nejsou v každodenním kontaktu.

Jitka, Lucie, Martina, Daniel, Petr a Tadeáš usilují o pozornost také takového publika, které tvoří lidé, které neznají. Například Lucie se zpočátku užívání Instagramu cíleně snažila, aby ji nesledovali lidé z okolí a její obsah se naopak dostal k cizímu publiku, které doposud tvoří značnou část jejich sledujících. Martina sdílí obsah s tematikou veganství, a proto doufá, že by jí mohla inspirovat i širší okolí. Daniel a Tadeáš věří, že by mohl být jejich obsah zajímavý pro ty, kteří hledají informace a doporučení při cestování.

Jak tyto poznatky ukazují, dotazovaní\*é vnímají publikum, pro které obsah na Instagramu sdílí, různě. Data ale nenaznačují žádné genderové vzorce.

### **3.4.2 Skutečné publikum – jaký mají ženy a muži přehled o tom, kdo jejich obsah vidí**

Podobně tomu je také pokud se zaměříme na to, nakolik se muži a ženy snaží udržovat přehled o tom, kdo je skutečně sleduje. Představit si můžeme pomyslnou škálu, jejíž okraje tvoří nezáměr na straně jedné a pečlivá analýza publika na straně druhé. Na obou pólech i mezi nimi stojí jak respondenti, tak respondentky ve velmi podobném rozložení. Větší přehled o svém publiku se snaží udržovat Lukáš, Radek, Jakub, Jitka, Monika, Nora a Pavla. Lukáš a Radek k tomu využívají zejména nastavení profilu jako soukromého, díky schvalování každého sledujícího proto přesně ví, kdo má k jejich obsahu přístup. Jakub sleduje publikum také u jednotlivých příspěvků, zejména těch osobnějších, které často mají za cíl zaujmout určité sledující. Z řad žen má největší přehled Monika, která opakovaně kontroluje zobrazení stories, všímá si, kdo s jejím obsahem interaguje, i lidí, kteří si sice její obsah zobrazili, ale její profil nesledují.

Na opačném pólu stojí uživatelé a uživatelky, kteří přiznávají, že přehled o svých sledujících nemají. Patří mezi ně Anna, Lucie, Veronika, Libor a Petr. Jmenovaní sledují zobrazení svých příspěvků spíše výjimečně. Například Petr uvádí, že mu na tom, kdo jeho

příspěvky vidí, nezáleží. Pouze ve specifických případech se snaží svými stories zasáhnout určitou cílovou skupinu.

### 3.4.3 Preferované publikum a nechtěné publikum

Jak bylo již zmíněno v úvodu této kapitoly, povědomí a představy o publiku ovlivňují podobu sdíleného obsahu. Publikum může stejně tak motivovat ke sdílení, jako naopak ke skrývání určitých aspektů osobního života. Obě situace ilustruje Filip na příkladu jedné skupiny jeho sledujících – rodiny. Filip na jedné straně filtruje obsah tak, aby nesdílel něco, co by některému z rodinných příslušníků mohlo vadit. Rodina spolu s blízkými přáteli je ale na straně druhé také motivátorem ke sdílení osobnějších příspěvků prostřednictvím stories určených jen pro tuto selektovanou skupinu (pomocí funkce *close friends*). Přimět dotazované k větší otevřenosti může také touha zaujmout nebo se pochlubit. Monika popisuje situaci, kdy její profil začal sledovat bývalý kamarád, k němuž dříve cítila určité sympatie. Jak respondentka sama reflektuje, v reakci na tuto skutečnost začala odhalovat více ze svého soukromí (například více fotek s partnerem), aby tak ukázala danému sledujícímu, jak dobře se jí daří. Monika není jediná, kdo se v určitých situacích snaží zaujmout konkrétní osobu, tento aspekt popisuje také Jakub, Ondřej, Adéla nebo Lucie.

*Hodně často postuju stories mířený na jednu konkrétní osobu. Že si řeknu, jo, to chci, aby ten danej člověk viděl. To se mi děje docela. A potom si kontroluju, jestli to opravdu viděl. A když ne, tak mě to hrozně naštvá. (Lucie)*

Naopak k větší uzavřenosti vedou dotazované nejčastěji obavy z odsouzení, nepochopení, či předpokládaný nezájem ze strany určité skupiny sledujících. Zejména ženy řeší otázku toho, jakým způsobem se prezentují před určitými autoritami, například sledujícími z pracovního kolektivu, nadřízenými, případně vyučujícími. Uvědomují si, že jejich sebezprezentace na sociální síti se může od toho, jak vystupují v zaměstnání, lišit. Rozpor spatřují zejména mezi sdílením příspěvků zachycujících jejich osobní život a snahou udržet si profesionální tvář. Problematické může být například sdílení některých aktivit, pokud není žádoucí, aby o nich zmíněné autority věděly.

*Ale zároveň to je narušování těch hranic veřejné a soukromé sféry, do které ty nechceš ty lidi pouštět, protože tam zveřejňuješ každodenní život, party a kavárničky a úplně*

*nechceš, aby tvá vedoucí práce viděla, že sedíš v kavárně místo toho, abys psala diplomku.*  
(Monika)

Respondentky se ale zamýšlí i nad celkovým vyzněním svých příspěvků a nad tím, zda nepůsobí například příliš uvolněně. Nahlédnutím do soukromí jsou proto pro některé respondentky i fotografie zachycující jejich styl oblékání, odlišný od toho, který volí v případě pracovního prostředí.

*A tohle je třeba příspěvek, u kterého jsem se rozmýšlela, jestli tam něco takového dát, protože tam jsem oblečená jinak, než se třeba oblékám do práce. A říkala jsem si, jestli oni se na to nemůžou podívat, že nejsem dostatečně profesionální a podobně.* (Natálie)

Dotazované proto regulují sebe-odhalování v souladu s tím, aby jim nebylo nepříjemné, když se sdílené informace dostanou ke zmíněným autoritám, případně se snaží své soukromí chránit pomocí nastavení, například skrýváním stories před příslušnými sledujícími.

Nad souvislostmi mezi aktivitou na Instagramu a profesním životem uvažují také někteří z respondentů, na téma nicméně nahlíží jinou optikou. Filip, Petr a Šimon považují svou sebe prezentaci na sociální síti jako potenciálně přínosnou v případě, kdy by se ucházeli o novou práci. Dle dotazovaných může být osobní rozměr instagramového účtu v takové situaci výhodou. Přímo pro prezentaci vlastní práce využívá Instagram Vašek, ten se ale naopak snaží míru osobních příspěvků regulovat, aby obsah účtu zachoval jednotný a profesionální. Jediný respondent, který si nepřeje, aby do jeho soukromí nahlíželi kolegové a nadřízení, je Lukáš, který proto svůj profil uzavřel a jeho sledování umožnil pouze rodině a známým mimo pracovní kolektiv.

Jak napovídají už výše zmíněné poznatky, mezi publikum, které na svém Instagramu nechtějí, řadí ženy zejména své nadřízené. Ema, Kamila, Kristýna, Monika, Mia a Nora dále zmiňují, že nechtějí, aby jejich profil sledovaly účty, které působí falešně, sledující, kteří jim posílají nevyžádané zprávy, nebo osoby, které by je mohly sledovat se špatnými úmysly, například za účelem stalkingu. Muži naproti tomu mezi nechtěné publikum řadí zejména jedince, se kterými mají nějaký osobní rozpor.

*Jsou to konkrétní lidi, které vlastně znám, ale které nemám rád, takže jim prostě nepovolím, aby mě sledovali.* (Jakub)

Oblíbeným nástrojem k regulaci toho, kdo sdílený obsah uvidí a kdo nikoliv, je mimo úplného uzavření instagramového účtu funkce *close friends* („blízcí přátelé“). Používá ji celkem pět žen a čtyři muži. Funkce je nápomocná nejen při regulaci soukromí, ale také v cílení určitého obsahu na konkrétní publikum s podobnými zájmy nebo smyslem pro humor. Dotazovaní\*é proto skupinu svých *close friends* mění dle potřeby. Tvořit ji přitom, i přes její název, nemusí nutně přímo ti, se kterými jsou dotazovaní\*é v úzkém kontaktu. Například Vašek má v této skupině 89 lidí. Funkci používá mimo jiné k zacílení obsahu na lokální publikum, jelikož si uvědomuje, že pro jeho sledující ze zahraničí nemusí být některý obsah relevantní. *Close friends* používá pro většinu zveřejněných stories také Mia. Přestože na svém účtu sdílí ve feedu velmi osobní příspěvky, obsah stories zachycující každodennost otevírá pouze užší skupině sledujících, kterou tvoří zejména její přátelé. Vzniká tedy zajímavý paradox, kdy jsou osobnější témata odhalována pro svou důležitost, zatímco momenty běžného dne jsou před těmi, kteří nepatří do užšího okruhu známých, skryty.

Značná část dotazovaných tuto funkci nepoužívá vůbec. Nora, Kamila, Veronika, David, Jonáš a Daniel, se shodují, že pokud už se rozhodnou něco sdílet, vždy počítají s tím, že obsah uvidí kdokoliv. Pokud by jej chtěli před někým skrýt, raději jej nebudou sdílet vůbec, a proto je pro ně funkce *close friends* nadbytečná.

### **3.5 Faktory ovlivňující postoj k soukromí pohledem mužů a žen**

Celkový postoj, který muži a ženy k soukromí na sociální síti Instagram zaujímají, je ovlivněn souhrnou faktorů. Některé z nich již byly zmíněny výše: jsou jimi představy o publiku, které zveřejněný obsah může vidět, nebo vnímaná rizika, která se s aktivitou na Instagramu pojí. Z výpovědí respondentů a respondentek je ale patrné, že to, nakolik si své soukromí chrání a kolik toho o sobě odhalují, ovlivňuje i řada dalších faktorů, které mohou i nemusí souviset přímo se zkušenostmi s používáním sociální sítě. Některé odkazují na změny spojené s různými životními etapami, osobnostní charakteristiky dotazovaných, či tendence k srovnávání s druhými.

### 3.5.1 Nastavení a formát sdílených příspěvků

Důležitou roli hraje samotný Instagram s možnostmi, které uživatelům nabízí. Například nastavení profilu jako veřejného či soukromého v některých případech zásadně ovlivňuje povahu sdíleného obsahu. Uzavření profilu vzbuzuje dojem kontroly, a tak přispívá k větší otevřenosti. Ilustruje to případ Mii, která se s vybranou skupinou lidí, kterým povolila sledování svého účtu, nezdráhá sdílet i velmi osobní informace. Pokud by ale možnost do určité míry ovlivnit přístupnost těchto informací neměla, vůbec by je nesdílela.

*Kdybych měla ten profil veřejný, což jsem vlastně nikdy neměla, ani za tu dobu, co mám Instagram, tak bych určitě takové věci nedávala. Jakoby to by pro mě asi nebylo úplně v pohodě.* (Mia)

Podobně důležitá jsou i další nastavení zmíněná výše. Zejména ta, která umožňují příspěvky ve stories sdílet jen s vybranou skupinou lidí nebo naopak před určitými jedinci stories skrýt. Možnost regulovat své soukromí prostřednictvím těchto nastavení vede některé z dotazovaných k větší otevřenosti v rovině sebe-odhalování. Například Lucie, Adéla a Filip tak zveřejňují i obsah, který by bez těchto funkcí nesdíleli.

Roli dále hraje samotný formát sdíleného příspěvku. Několik dotazovaných uvedlo, že sdílí jiný obsah ve stories a jiný ve feedu z důvodu jejich trvalosti. Stories, které zůstávají na profilu viditelné pouhých 24 hodin, navozují u zpovídaných pocit, že mohou více experimentovat, být spontánní, sdílet své aktuální pocity a myšlenky a obecně příspěvky osobnějšího rázu. A to i v případě, že si uvědomují, že jakmile je daný příspěvek online, může být ukládán a šířen dál, viditelný pro kohokoliv.

*Vím, že to tam bude jen chvíli. A zase nechci, aby mi tam ty osobní věci visely dlouho, i když samozřejmě vím, že co se dá jednou na internet, tak už je to v uvozovkách veřejný.* (Filip)

Jak bylo již popsáno v kapitole věnující se strategiím regulace soukromí, muži a ženy přistupují k nastavením svého Instagramového účtu velmi podobně. Genderové rozdíly nejsou patrné ani v případě toho, jaký význam má pro respondenty a respondentky zmíněný formát sdílených příspěvků. Tendence méně filtrovat obsah sdílený ve stories popsal celkem devět mužů a osm žen, jejich důvody přitom byly velmi podobné.

### 3.5.2 Vnímání obsahu druhých, srovnávání a autenticita

Vliv na to, jak dotazovaní\*é přistupují k soukromí na Instagramu má také pozorované chování dalších uživatelů\*ek sociální sítě. Získaná data ukazují, že muži i ženy hodnotí obsah sdílený druhými a ten vlastní s ním srovnávají. Toto srovnání může sloužit jako utvrzení se v tom, že je v pořádku sdílet určité informace, neboť tak činí i druzí. Všimnout si toho můžeme u Radka, který popisuje, že tak jako on odhalí něco ze svého osobního života, tak i ti, které sleduje, mu dají nahlédnout do jejich soukromí.

Častějším výsledkem takového porovnávání je vymezení se vůči obsahu sdílenému druhými. Může jít pouze o určitá témata. Šimona například u druhých nebaví fotografie zachycující rodinná setkání, a proto ani on takové nesdílí. Jonáš odsuzuje, pokud se druzí ukazují při požívání alkoholu. V obecnější rovině pak může srovnávání vést také k odmítnutí sdílet fotky sebe samého (jako v případě Jonáše) či osobnější témata jako taková. Anna například nerada vidí osobnější příspěvky svých blízkých, neboť se o dění v jejich životě chce dozvídat při setkáních v reálném životě, nikoliv skrze sociální síť. Ze stejného důvodu se i ona rozhodla sdílet toho ze své každodennosti a ze svého soukromí méně.

Patrné jsou také snahy vymezit se vůči vyumělkovanosti a přílišné pozitivitě vnímaným v obsahu sociální sítě. Odpovědí na ně je potřeba autentičnosti, o které hovoří zejména respondentky.

*Rozhodně bych řekla, že se snažím sdílet věci, které jsou autentické, které mě vystihují. Rozhodně se nesnažím ty věci přikrášlovat, i když občas mám ty tendence, ale vždycky se u toho přistihnu a snažím se to nedělat, protože sama se snažím nesledovat content, u kterého mi už do očí bije, že jsou ty věci nereálné. Takže se snažím tam dávat to, co je pro mě přirozené. (Natálie)*

Některé z respondentek ve snaze narušit převažující idealizovaný obsah sociální sítě cíleně zveřejňují příspěvky, které hodnotí jako osobní, ale které podle nich více odpovídají žité realitě. Anna v této souvislosti hovoří o sdílení fotografií zachycujících člověka tak, jak vypadá běžně, Veronika o tom, že by na sociální síti neměly být přítomné pouze retušované fotografie hubených žen, Mia o nutnosti ukazovat ze života to dobré i špatné.

*Mě to vlastně štválo dlouho, že spousta těch profilů, které sleduju, je strašně pozitivní a nevěřím tomu, že ti lidi takový život mají. A je samozřejmě na každém, co tam sdílí, ale přijde mi fajn tam občas dát i třeba nějaké negativní věci, protože je to prostě realita. (Mia)*

Snaha prezentovat se autenticky může mít ale vzhledem k odhalování soukromí také opačný efekt. Popisuje jej Monika, která přiznává, že velmi dbá na estetickou stránku svého profilu, a proto některé momenty ze svého soukromí nesdílí. Ty totiž mohou pro ni samotnou mít vysokou hodnotu, ale nemusí mít požadovanou estetickou úroveň. Respondentka zároveň odsuzuje stylizování takových situací tak, aby vypadaly určitým způsobem, neboť právě tak se obsah stává neautentickým.

### **3.5.3 Zpětná vazba a reakce druhých**

Pohled na odhalování soukromí online může ovlivňovat také zpětná vazba, kterou dotazovaní\*é v reakci na sdílený obsah dostávají. Z rozhovorů vychází, že negativní zpětná vazba může vést k větší uzavřenosti, naopak pozitivní reakce mohou povzbudit k většímu odhalování soukromí. Nemusí tomu tak ale být vždy. Zejména muži projevují určitou rezistenci vůči reakcím druhých.

Aby toho o sobě a svém životě sdíleli méně, přimělo Adélu a Adama mimo jiné odsouzení, se kterým se setkali v minulosti, kdy byli na sociální síti otevřenější. Adam i Adéla popisují, že aniž by si toho byli vědomi, sdíleli obsah, na základě kterého si o nich lidé vytvářeli určitý obraz. Při následném osobním setkání byli překvapeni, že byl zcela mylný. Adéla se proto rozhodla, že osobnější příspěvky omezí, zatímco Adam svůj profil zcela smazal a poté si založil nový, soukromý profil pouze pro své přátele. S podobným odsouzením se setkali také Petr a Vašek, tato zkušenost je ale dle jejich slov nijak neovlivnila.

V případě že je pozitivní, může zpětná vazba uživatele\*ky ve sdílení osobních témat podpořit. Tuto zkušenost mají Kamila a Mia. Rozhodnutím otevřeně psát o problémech, kterými si prochází, si zprvu nebyly zcela jisté. Respondentky ale byly mile překvapeny reakcemi jejich sledujících. V případě Kamily to byla podpora vyjádřená množstvím lajků, komentářů i sdílení podobných zkušeností s druhými. Mia popisuje, že se zejména díky pozitivním zprávám utvrdila v tom, že může být takový obsah pro druhé přínosný.

### **3.5.4 Věk a životní období**

Mnoho dotazovaných popisuje, jak se jejich vztah k soukromí mění spolu s tím, jak prochází různými životními etapami. Někteří například připisují svou větší uzavřenost

svému věku, kdy chtějí působit seriózněji. Převážně ženy pak ovlivňují také životní změny související například s nástupem do nového zaměstnání nebo partnerskými vztahy.

Zejména muži pojí změny ve svém přístupu k odhalování soukromí na Instagramu s vlastním věkem. Změnu v přístupu Adama, Tomáše, Libora, Vaška, Petra, Tadeáše, ale také Dity a Natálie nejlépe vystihuje komentář Adama: „*z toho už jsem vyrostl.*“ Zmínění dotazovaní se shodují, že toho v letech svého dospívání na sociální síti sdíleli více, nyní jsou, pokud jde o osobní témata, uzavřenější. Tadeáš například popisuje, že by dříve cítil potřebu sdílet i témata spojená s negativními událostmi v rodině, ale dnes si uvědomuje, že reakce a pozornost lidí, které by následovaly, by jeho prožívání dané situace jen zhoršily. Změnilo se i to, s jakou vážností přistupuje k vlastní sebe prezentaci na Instagramu. Sociální síť byla pro respondenta stěžejní i pokud jde například o seznamování a navazování vztahů, proto se zde snažil prezentovat jen těmi nejlepšími fotografiemi sebe samého. Postupně se ale tím, jaký dojem jeho fotografie udělají na druhé, přestal zabývat. S jeho věkem se proměnil také profil Libora, kde dříve sdílel více fotek z různých večerních akcí. Ve snaze působit seriózněji, je nyní sdílí méně, přesto připouští, že v případě stories obsah nijak neomezuje.

Potřeba větší otevřenosti či uzavřenosti může souviset také s určitými fázemi v životě a životními proměnami. Jak sdílený obsah mohou ovlivnit partnerské vztahy nicméně reflektují pouze ženy, Martina a Monika. Monika popisuje, že svůj profil v minulosti uzavřela, protože si člověk, s nímž byla ve vztahu, nepřál, aby jej měla otevřený. V případě Martiny šlo spíše o vlastní vnímání potřeby komunikovat s ostatními, která se vlivem vztahu snížila.

Další zmiňovanou životní událostí, která podle některých změnila jejich přístup k sebe-odhalování či přímo k nastavení svého profilu, je nástup do nového zaměstnání. Jak bylo již detailněji popsáno výše, zejména pro ženy je práce v souvislosti s Instagramem velkým tématem. Ženy se více než muži zamýšlí nad tím, jak budou jejich příspěvky vnímány ze stran nadřízených a kolegů. To pak pochopitelně má vliv i na to, co sdílí a co nikoliv. Potřeba větší uzavřenosti může být v tomto ohledu motivována přímo konkrétním pracovním prostředím. Proto Pavla nastavila svůj profil jako soukromý při nástupu do nového zaměstnání, kde předpokládala, že by její soukromí jinak mohlo být narušeno. Také Veronika na určité období změnila nastavení svého profilu, a to protože nechtěla, aby do jejího soukromí nahlíželi noví kolegové.

### 3.5.5 Sebevědomí

Další z faktorů, jenž stojí za pozornost zejména pro jeho význam z hlediska zkoumání genderových rozdílů, je sebevědomí. Jak získaná data naznačují, pro muže není při sdílení osobnějších příspěvků sebevědomí nijak důležité nebo tento aspekt alespoň nijak nereflktují, zatímco některé z dotazovaných žen pojí vyšší sebevědomí s větší otevřeností.

V případě Lucie hraje sebevědomí hlavní roli v tom, pro koho své příspěvky sdílí. Zatímco zpočátku dbala na to, aby publikum jejího profilu tvořili pouze lidé, kteří ji osobně neznají, s tím, jak nabývala větší sebedůvěry, jí na tom přestalo záležet. Pro Lucii bylo v tomto ohledu důležité, jak bude její tvorba přijata, přičemž případného odmítnutí lidí, které nezná, se neobávala tolik, jako toho od svých blízkých. S těmi proto svůj profil sdílela teprve v momentě, kdy viděla, že se její fotografie líbí. Sebevědomí nicméně respondentku nadále ovlivňuje, pokud jde o sdílení určitého typu obsahu, jako jsou například fotografie zachycující ji v plavkách či spodním prádle.

Jak míra sebevědomí ovlivňuje, kolik toho o sobě odhalí, reflektuje také Monika. Zmiňuje v této souvislosti zejména fotky sebe samé, které vždy podrobuje pečlivému výběru. Hovoří ale také o psaní popisků. Přestože by ráda se sledujícími sdílela více pomocí textu, který by její fotografie doplňoval, limituje ji v tom jazyk, ve kterém, protože není její mateřský, necítí potřebnou jistotu.

Roli připisuje sebevědomí také Natálie, která v průběhu používání Instagramu několikrát přepínala mezi veřejným a soukromým profilem. Nastavení měnila dle vlastní potřeby komunikovat s ostatními i podle toho, jak se proměňovalo její sebevědomí. Když si věřila méně, neměla pocit, že by její příspěvky chtěl někdo sledovat, a proto účet uzavřela.

## 4 Diskuse

V této části diplomové práce zasazují výsledky získané analýzou výzkumných dat do kontextu současného poznání. Pracují zejména s koncepty a informacemi představenými v teoretické části práce. Ty vychází především z výzkumů zaměřených na jiné sociální sítě, a tedy mou provedená studie je doplňuje o poznatky platné pro sociální síť Instagram.

Cílem výzkumu bylo zjistit, zda je vnímání soukromí v rámci sociální sítě Instagram jeho uživateli a uživatelkami genderově specifické, a pokud ano, popsat, jakým způsobem. Zaměřím se zde tedy zejména na zjištěná genderová specifika, ale ne výhradně. Analýza rozhovorů totiž přinesla mnoho zajímavých poznatků, v nichž nejsou patrné žádné genderové rozdílnosti, nicméně i ty jsou pro pochopení toho, jak ženy a muži přistupují k soukromí v kyberprostoru, zásadní.

V chápání toho, jaký obsah je osobní, se muži a ženy shodují na několika tématech. Těmi jsou: domov, emoce a pocity, intimita a tělo, politika a názory, přátelé a rodina, děti, vlastní osoba a vztahy. Mezi respondenty a respondentkami panuje shoda především pokud jde o vnímání obsahu, jenž se dotýká dalších lidí. Naopak ke sdílení fotografií, které zobrazují je samotné, přistupují ženy a muži rozdílně. Muži snímky, na kterých by byli oni sami, buď nesdílí, nebo jejich výběru nevěnují mnoho pozornosti, zatímco mezi respondentkami není žádná, která by své fotky na Instagramu nesdílela. Některé z dotazovaných zveřejňují také fotografie, které je zachycují v plavkách či spodním prádle. Nečiní tak ale bez uvážení, fotografie sebe samých musí projít pečlivým výběrem a musí splňovat mnohá kritéria. Tyto poznatky nicméně nejsou velmi překvapivé, vezmeme-li v potaz, že jsou ženy na sociálních sítích vystaveny přísnějšímu hodnocení své sebeprezentace než muži, a to především jde-li o vzhled. Současně jim takové fotografie mohou přinést uznání druhých (Caldeira, 2021). Selektivní sebeprezentace prostřednictvím pečlivě vybraných fotografií sebe samých může tedy sloužit k získání pozitivních reakcí, které mají ženy tendence vnímat jako symbol společenského přijetí. Vidět je navíc mohou nejen jako ocenění své atraktivity, ale dokonce své osobnosti (Mascheroni, 2015). Popsané tak může být důvodem, proč ženy sdílí své fotografie navzdory tomu, že si uvědomují, že tak odhalují kus svého soukromí.

Tato studie se dále zaměřila na strategie, které si respondenti a respondentky osvojují, aby dosáhly\* optimálního soukromí. V souladu s poznatky Liu a spoluautorů

(2017), kteří zkoumali toto téma v prostředí Facebooku, jsem identifikovala dvě hlavní strategie regulace soukromí. Muži i ženy využívají na jedné straně možnosti nastavení svých profilů a na straně druhé své soukromí chrání prostřednictvím regulace sebe-odhalování. V rovině nastavení volí uživatelé\*ky (mimo jiné) mezi soukromým a veřejným profilem. Dřívější studie ukázaly, že otevřenější nastavení svých profilů na sociálních sítích volí častěji muži (Liu et al., 2017; Pew Research Center, 2012; Lewis et al., 2008). Výsledky mého šetření ale výraznější genderové rozdíly nepotvrdily. Soukromý profil má naopak více mužů. Je ale důležité připomenout, že tato převaha vznikla tím, že dva respondenti mají současně jak profil veřejný, tak soukromý, přičemž veřejný považují za primární. Gender se tedy na základě získaných dat nejeví v otázce otevřenosti/uzavřenosti profilu jako podstatný.

Jinak je tomu, zaměříme-li se na další nástroj regulace soukromí, anonymitu. O úplnou nebo částečnou anonymitu usilují pouze některé ze zpovídaných žen, žádný muž. Anonymita může představovat alternativu k soukromému nastavení Instagramového účtu. Dvě dotazované ji využívají k omezení přístupu nechtěnému publiku, které bez skutečného jména uživatelek není schopné jejich profil cíleně vyhledat. Další komunikační partnerce umožňuje anonymita sdílet i osobnější příspěvky, které by jinak nesdílela kvůli obavám z možného odsouzení. Tyto poznatky tak v souladu s výzkumem Jianga a spoluautorů (2013) ukazují, jak anonymita v online prostředí vyvolává pocit určité imunity.

Jak tedy můžeme vidět, způsoby sebe-odhalování a další strategie ochrany soukromí volí část dotazovaných s ohledem na možná rizika narušení svého soukromí. V souladu s předchozími výzkumy (Young a Quan-Haase, 2013; Raynes-Goldie, 2010) vyjadřují dotazovaní\*é obezřetnost zejména, pokud jde o možné zneužití zveřejněných informací dalšími uživateli a uživatelkami. Možná rizika spojená s institucemi a třetími stranami reflektují také, ale většina z nich jim nepřikládá velkou důležitost. Podle Young a Quan-Haase (2013) lze tento fenomén vysvětlit tím, že uživatelé\*ky hrozbám ze stran společností nerozumí, naopak o možnostech zneužití obsahu ze stran dalších osob mají konkrétnější představy, a proto je vnímají jako naléhavější. Analýza rozhovorů současně ukázala, že obavy mužů a žen z narušení jejich soukromí druhými, jsou rozdílné. Muži se obávají zejména zneužití informací, které sdílí, a to například jejich překroucením. Zároveň jsou pozorní vůči bezpečnostním rizikům, jako může být například vykradení bytu v důsledku sdílení své adresy. Ženy se ve větší míře zabývají tím, jak bude jimi sdílený obsah přijat. Nezřídka zmiňují také obavy ze stalkingu, a tak potvrzují tvrzení Peng a Gu (2012), dle

kterých si ženy riziko nežádaného sledování uvědomují více než muži. Tyto obavy mohou být na místě, jelikož data vzešlá z výzkumu Pew Research Center (Pew Research Center, 2021) ukazují, že ženy se se stalkingem setkávají častěji než muži.

Narušení soukromí je také ze strany mnohých dotazovaných, kteří s ním nemají osobní zkušenost, vnímáno jako něco, co se jich samotných netýká. Uvažování o možných rizicích jako o něčem, co se týká pouze druhých, popisují Debatin a spoluautorky (2009) jako efekt třetí osoby. Tento koncept vysvětluje i to, proč někteří, i přes vědomí potenciálních negativních důsledků, nadále odhalují své soukromí. V některých případech dokonce nemusí přístup jedinců změnit ani osobní zkušenost, neboť výhody užívání sociální sítě převáží nad riziky. Patrné jsou také tendence dotazovaných rizika cíleně vytěšňovat. Snaží se tak vyhnout nepohodlí způsobenému Ftenzí mezi potřebou odpojení se, které by přineslo žádané bezpečí, a potřebou být na Instagramu nadále aktivní. Uživatelé a uživatelky k sociální síti totiž poutá potřeba udržování sociálních vztahů, pro které je dnes již online komunikace zásadní (Fuchs, 2014; Andrejevic 2007; Bauman a Lyon, 2013). Opuštění dané sociální sítě, případně i dalších online platforem, je proto pro mnohé nemyslitelné.

Pro správnou regulaci soukromí je zásadní také povědomí o tom, kdo sdílený obsah uvidí a také to, jak je toto publikum vnímáno. Ačkoliv může být obsah zveřejněný online velmi snadno replikován a šířen, a proto může být potenciálně viditelný každému s přístupem na internet, dotazování\*é si, jak popisuje také boyd (2007), představují více či méně konkrétní skupinu sledujících, se kterými prostřednictvím sdílených příspěvků komunikují. Mnoho dotazovaných má také určité preferované publikum, stejně jako to nechtěné.

Genderově specifické je zejména to, jakým způsobem vnímají ženy a muži sledující z řad kolegů a zaměstnavatelů, případně dalších autorit. Toto téma se zdá být důležitým zejména pro ženy, které se obávají toho, že v důsledku sdílení svého osobního života nebudou působit dostatečně profesionálně. Dochází tak k pnutí na hranici identity (Palen a Dourish, 2003), tedy k situaci, kdy respondentky uvažují nad vlastní identitou a identitou příjemců. Některé dle toho filtrují, jaký obsah budou sdílet, další využívají některých nastavení, aby nežádoucímu publiku přístup k obsahu omezily. Otázkou autorit v online prostředí se zabývala také boyd (2008) v souvislosti s dospívajícími a dospělými a vysvětlila, jak sociální sítě posilují širší vztahy mezi nimi. Dospívající, se kterými boyd

vedla rozhovory, se nejvíce obávali narušení svého online soukromí ze stran těch, kteří nad nimi mají určitou kontrolu a moc, tedy rodičů, vyučujících a dalších autorit. Můžeme tedy předpokládat, že i negativní postoj žen k autoritám jako publiku je ovlivněn nerovnými vztahy a současně tlakem, který je kladen na ženy ve spojitosti s profesionalitou. Ta je tradičně spojována s muži (Davies, 1996), a proto mohou ženy cítit větší potřebu prezentovat se tak, aby byly jako profesionálky vnímány.

Postoj k soukromí mužů a žen ovlivňuje několik faktorů. Patří mezi ně zmíněné představy o publiku a potenciálních rizicích narušení soukromí. Mimo to se napříč rozhovory jeví jako důležité také srovnávání s druhými. Na vliv vnímaných sociálních norem se zaměřily také Utz a Krämer (2009), které došly ke shodnému výsledku. Jejich výzkum nicméně ukázal pouze korelaci mezi vnímanou normou a změnou nastavení profilu, zatímco aktuální výzkum ukazuje, že ženy a muži hodnotí nejen to, jaké nastavení na sociální síti převládá, ale i samotný obsah, který druzí zveřejňují. Dle toho následně plánují také své vlastní příspěvky. Zejména ženy se pak důrazem na větší autenticitu sdíleného obsahu vymezují vůči idealizovanému zobrazování, se kterým se na Instagramu setkávají. Analytická část dále popisuje, jaký mají na vnímání soukromí vliv sebevědomí, věk a životní situace uživatele\*ky, zpětná vazba nebo také formát sdílených příspěvků. Tyto faktory nebyly zatím jinými výzkumy blíže zkoumány.

## Závěr

Tato práce se zaměřila na vnímání soukromí na sociální síti Instagram optikou jejích uživatelů a uživatelék. Cílem výzkumu přitom bylo zjistit, zda je toto vnímání genderově specifické, a pokud ano, popsat, v čem se tato genderová různost projevuje. K naplnění cíle vedlo několik dílčích kroků:

V teoretické části se nejprve věnuji tématu nových médií, sociálních sítí i samotného Instagramu. V druhé části této kapitoly se zaměřuji na soukromí a jeho specifika v online prostoru, včetně možných rizik jeho narušení. Poznatky zaměřující se na genderové aspekty zmíněných témat se jako důležitá součást prolínají celou teoretickou částí. Na tu navazuje část metodologická, ve které popisuji, jak jsem při realizaci výzkumu postupovala. Nejprve zde vymezuji cíle a relevanci daného zkoumání a výzkumné otázky, dále pak metody sběru dat a analýzy. S ohledem na povahu výzkumného problému a cíle práce jsem zvolila kvalitativní přístup. Metodou polostrukturovaných rozhovorů s celkem patnácti respondentkami a patnácti respondenty jsem získala bohatý soubor dat, který jsem následně zpracovávala metodou tematické analýzy, a to za pomoci programu Atlas.ti. Výsledky provedené analýzy prezentuji v analytické části. V diskusi následně svá zjištění zasazuji do kontextu dosavadního vědění.

Kladla jsem si hlavní výzkumnou otázku: Jaká jsou genderová specifika vnímání soukromí v rámci sociální sítě Instagram jeho uživateli a uživatelkami? Pro její komplexní zodpovězení jsem formulovala pět vedlejších výzkumných otázek. Odpovědi na ně, a tedy i zjištění této studie, bych ještě ráda ve stručnosti shrnula v následujícím textu.

První výzkumná otázka, nahlíží na to, *jaký obsah profilu a jednotlivých příspěvků vnímají ženy a muži jako osobní*. Napříč výzkumnými rozhovory se opakovalo několik témat, která dotazovaní\*é vnímají jako osobní. Ta jsem popsala pomocí devíti kategorií, kterým jsem se následně věnovala detailně: domov, emoce a pocity, intimita a tělo, politika a názory, přátelé a rodina, děti, vlastní osoba, vztahy, zdraví. Dle mých zjištění přistupují ženy a muži rozdílně zejména ke sdílení fotografií sebe samých. Zatímco muži nad takovým obsahem velmi nepřemýšlí a pokud tímto způsobem nechtějí své soukromí odhalovat, jednoduše své fotky nesdílí, pro ženy je tento způsob sebe prezentace důležitý. Své fotografie tedy sdílí i v případě, kdy je považují za osobní, přičemž při jejich výběru jsou velmi pečlivé.

Druhá výzkumná otázka se zaměřila na to, *jak si ženy a muži své soukromí na Instagramu chrání*. Zjištěny byly zejména dvě hlavní strategie založené 1) na možnostech nastavení, 2) na regulaci sebe-odhalování. V otázce volby mezi soukromým a veřejným profilem nebyly zjištěny zásadní genderové rozdíly, přestože předchozí výzkumy (například Lewis et al., 2008; Liu et al., 2017) naznačovaly větší tendence žen své profily na sociálních sítích uzavřít. Několik komunikačních partnerek nicméně využilo k regulaci svého soukromí anonymitu, od které si slibovaly zejména odfiltrování nechtěného publika.

*Jak vnímají ženy a muži rizika ohrožení svého soukromí*, je předmětem odpovědi na třetí výzkumnou otázku. Analýza dat poukázala na větší obavy mužů, že budou jimi sdílené příspěvky překrouceny v jejich neprospěch, a větší obavy žen z hodnocení a nepochopení jejich obsahu. Ženy si také více uvědomují rizika nežádoucího sledování či přímo stalkingu, ačkoliv reálné zkušenosti s nimi mají také muži. Dále jsem zjistila, že pro ženy i muže je společná větší obezřetnost vůči narušení soukromí ze stran dalších uživatelů a uživatelek než ze stran jiných subjektů. Dozor, který nad nimi vykonávají společnosti a instituce, někteří sice reflektují, ale nepřikládají mu velkou důležitost. Patrné jsou také tendence vnímat rizika narušení soukromí jako něco, co se týká pouze druhých.

Čtvrtá výzkumná otázka zní: *Jak ženy a muži vnímají publikum obsahu, který na Instagramu zveřejňují?* Zaměřuje se na představy dotazovaných o jejich sledujících, včetně toho, jaké je jejich preferované a nechtěné publikum. Řada mužů a žen přispívá svým obsahem s cílem vytvořit si na svém profilu jakési veřejné fotoalbum zaznamenávající důležité momenty, k nimž se sami rádi vrací. Další sdílí obsah zejména s představou toho, že jej uvidí jejich blízcí. Poslední skupina pak cílí své příspěvky na širší publikum. Dotazovaní\*é přitom vyjadřují různou míru zájmu o udržení si přehledu o skutečných sledujících, jak se ale zdá, gender v tomto ohledu není určující. Genderově specifické je naopak to, jak se muži a ženy potýkají s různorodostí publik, která je sledují. Naléhavým problémem se jeví zejména sledování ze stran autorit, které ženy reflektují a odhalování svého soukromí tomu uzpůsobují.

Dalšími faktory ovlivňujícími postoj k soukromí se zabývá poslední výzkumná otázka: *Co ženy a muži deklarují jako zdroje vlivu na jejich postoj k soukromí?* Vedle zmiňovaných představ o publiku a mimo vnímaná rizika narušení soukromí, se jako důležité jeví možnosti nastavení a různé formáty sdílených příspěvků, srovnávání s dalšími

uživatelí\*kami, zpětná vazba a reakce druhých, ale také to, v jakém životním období/situaci se dotazování\*é nachází. Z hlediska genderu si můžeme všimnout většího důrazu žen na sebevědomí a autenticitu. Dle dotazovaných žen hraje sebevědomí svou roli v tom, jaký obsah zveřejňují a komu jej zpřístupní. Důraz na autenticitu je pak motivátorem pro sdílení i témat považovaných za soukromá, a to ve snaze narušit idealizovaný obsah, se kterým se na sociální síti hojně setkávají.

Přestože se online soukromí stalo v posledních letech atraktivním tématem pro mnoho akademiků, dosavadní zkoumání se zaměřilo zejména na strategie regulace soukromí, motivaci uživatelů a uživatelék k uzavření profilu nebo na koncept paradoxu soukromí, a to nejčastěji ve spojitosti se sociální sítí Facebook. Provedená studie tedy obohatila dosavadní poznatky zejména, pokud jde o zkoumanou sociální síť a také o perspektivu genderové různosti. Kvalitativní studie na základě rozhovorů s třiceti muži a ženami přinesla komplexní vhled do toho, jak ženy a muži vnímají soukromí na Instagramu. Může být proto podkladem například pro zájemce z řad vyučujících mediální gramotnosti nebo také inspirací pro další studie, které by mohly svou pozornost zaměřit například na jinou věkovou skupinu uživatelů a uživatelék sociální sítě.

## Summary

This thesis focused on the perception of privacy on the social network Instagram through the lenses of its male and female users. The aim of the research was to find out whether this perception is gender specific and, if so, to describe how this gender difference manifests itself. Several sub-steps led to the objective:

In the theoretical part, I first discuss the topic of new media, social networks, and Instagram itself. The second part of this chapter focuses on privacy and its specificities online, including the possible risks of its breach. Gender aspects of the mentioned topics is present as an important part the body of the theoretical part. This is followed by the methodological part, in which I describe how I proceeded in conducting the research. First, I define the objectives and relevance of the research and the research questions, then the methods of data collection and analysis. Considering the nature of the research problem and the objectives of the thesis, I adopted a qualitative approach. This is followed by the methodological part, in which I describe how I proceeded in conducting the research.

First, I define the objectives and relevance of the research and the research questions, then the methods of data collection and analysis. Considering the nature of the research problem and the objectives of the thesis, I adopted the qualitative approach. Using the method of semi-structured interviews with fifteen female and fifteen male respondents, I obtained a rich set of data, which I subsequently analysed using the method of thematic analysis, with the help of Atlas.ti. I present the results of the analysis in the analytical section. Finally, in the discussion, I place my findings in the context of the existing knowledge.

I posed the main research question: What are the gender specifications of the perception of privacy within the social network Instagram among its male and female users? To answer it comprehensively, I formulated five secondary research questions. I would like to briefly summarize the answers and thus the findings of this study in the following text.

The first research question explores which profile content and individual posts are perceived by women and men as personal. Several themes recurred across the research interviews that the interviewees perceived as personal. I described these using nine categories, which I then addressed in detail: home, emotions and feelings, intimacy and the body, politics and opinions, friends and family, children, the self, relationships, and health. According to my findings, especially sharing photos of oneself is approached differently by women and men. While men do not think much about such content and if they do not want to reveal their privacy in such a way, they simply do not share their photos, for women this type of self-presentation is crucial. They therefore share their photos even if they consider it personal, while being very precise in their selection.

The second research question focused on how women and men protect their privacy on Instagram. In particular, two main strategies were identified based on 1) setting options, 2) regulating self-disclosure. No major gender differences were identified regarding the choice between private and public profiles, although previous research (e.g., Lewis et al., 2008; Liu et al., 2017) suggested a higher tendency for women to close their social media profiles. However, several communication partners used anonymity as a means of regulating their privacy, mainly to filter out unwanted audiences.

How women and men perceive the threats to their privacy is the subject of the third research question. Analysis of the data indicated that men were more concerned that the posts they shared would be misrepresented to their disadvantage, and that women were more concerned about their content being judged and/or misunderstood.

Women are also more aware of the risks of unwanted surveillance or stalking, while actual experience of stalking is also shared by men. Further, I found that women and men share a greater wariness of privacy invasion by other users than by other subjects. The surveillance exercised by companies and institutions, although reflected by some, is not given much significance. There is also a tendency to perceive the risks of privacy breaches as something that only affects others.

The fourth research question is as follows: How do women and men perceive the audience of the content they post on Instagram? It focuses on respondents' perceptions of their followers, including what their preferred and unwanted audiences are. Many men and women share content with the aim of creating a sort of public photo album on their profile, documenting important moments that they themselves like to revisit. Others share content mainly with the idea that their family and friends will see it. The last group aims their posts at a wider audience. While interviewees express varying degrees of interest in keeping track of their actual audience, gender does not seem to be a determinant in this regard. Rather, how men and women deal with the diversity of their audiences seems to be gender specific. Particularly the surveillance by the authorities, which women reflect, seems to be a pressing problem.

Other factors shaping attitudes towards privacy are addressed in the final research question: What do women and men declare as sources of influence on their attitudes towards privacy? In addition to the aforementioned perceptions of the audience and the perceived risks of privacy breaches, the setting options and different formats of shared posts, comparisons with other users, feedback and the reactions of others, as well as the life period/situation of the interviewees appear to be important. In terms of gender, we can notice a greater emphasis among women on self-esteem and authenticity. According to the female interviewees, self-esteem plays a role in what content they post and to whom they make it accessible. The emphasis on authenticity is then a motivator for sharing even topics

considered private, in an attempt to disrupt the idealized content, they commonly encounter on social media.

Although online privacy has become an appealing topic for many academics in recent years, research to date has focused mainly on privacy regulation strategies, users' motivations for setting their profiles as private, or the concept of the privacy paradox, mostly in relation to Facebook. The study has therefore contributed to the existing knowledge, especially in terms of the social network under study and also in terms of the gender diversity lens. Based on interviews with thirty men and women, the qualitative study provided a comprehensive insight into how women and men perceive privacy on Instagram. It can therefore be a source of information for media literacy teachers or an inspiration for further studies that might for example focus on a different age group of social network users.

## Použitá literatura

ALLEN, Anita L., 2000. Gender and Privacy in Cyberspace. *Stanford Law Review*, 52(5), 1175–1200 Dostupné z: doi:10.2307/1229512.

ALHABASH Saleem a Mengyan MA, 2017. A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students?. *Social Media + Society*. 3. Dostupné z: doi:10.1177/2056305117691544.

ALTMAN, Irwin, 1975. *The environment and social behavior: Privacy, personal space, territory, and crowding*. Monterey, CA: Brooks/Cole Publishing Company.

ANDERSON, Chris, 2004. The Long Tail. *Wired* [online]. [cit. 2021-11-28]. Dostupné z: <https://www.wired.com/2004/10/tail/>.

ANDREJEVIC, Mark, 2007. *ISpy: surveillance and power in the interactive era*. Lawrence, Kan: University Press of Kansas. ix, 325 s.; 24 cm. ISBN 978-0-7006-1686-2.

BAILEY, Jane a Valerie STEEVES a Jacquelyn BURKELL a Priscilla REGAN, 2013. Negotiating With Gender Stereotypes on Social Networking Sites: From “Bicycle Face” to Facebook. *Journal of Communication Inquiry*, 37(2), 91–112. Dostupné z: doi:10.1177/0196859912473777.

BAKARDJIEVA, Maria, 2005. *Internet Society: The Internet in Everyday Life*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.

BARNES, Susan B., 2006. A privacy paradox: Social networking in the United States. *First Monday*. 11(9). Dostupné z: doi:10.5210/fm.v11i9.1394.

BARTH, Susane a Menno de JONG, 2017. The privacy paradox – Investigating discrepancies between expressed privacy concerns and actual online behavior – A systematic literature review. *Telematics and Informatics*. 34(7), 1038–1058. Dostupné z: doi: 10.1016/j.tele.2017.04.013.

BAUMAN, Zygmunt a David LYON, 2013. *Liquid Surveillance*. Polity Press. ISBN: 978-0-7456-6402-6

- BENINGER, Kelsey, 2016. Social Media Users' Views on the Ethics of Social Media Research. In: SLOAN, Luke a Anabel QUAN-HAASE. *The Sage handbook of social media research methods*. Thousand Oaks, CA: SAGE. 199-214. ISBN 1-4739-8384-3.
- BOLTER, Jay David a Richard A. GRUSIN, 2000. *Remediation: understanding new media*. Cambridge: MIT Press. xi, 295. ISBN 0-262-52279-9.
- BOYATZIS, Richard, 1998. *Transforming qualitative information: Thematic analysis and code development*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- BOYD, Danah, 2007. Social Network Sites: Public, Private, or What?. *Knowledge Tree*. 13. 5. 2007. Dostupné z: [http://kt.flexiblelearning.net.au/tkt2007/?page\\_id=28](http://kt.flexiblelearning.net.au/tkt2007/?page_id=28).
- BOYD, Danah, 2008. Taken Out of Context: American Teen Sociality in Networked Publics. *SSRN Electronic Journal*. Dostupné z: doi:10.2139/ssrn.1344756.
- BOYD, Danah, 2010. Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. In PAPACHARISSI, Zizi. *Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. 39-58.
- BOYD, Danah a Eszter HARGITTAI, 2010. Facebook privacy settings: Who cares?. *First Monday*, 15(8). Dostupné z: doi:10.5210/fm.v15i8.3086\_
- BOYD, Danah a Nicole ELLISON, 2010. Social network sites: definition, history, and scholarship. *IEEE engineering management review*. **38**(3), 16-31 [cit. 2021-10-2]. ISSN 0360-8581. Dostupné z: doi:10.1109/EMR.2010.5559139.
- BRAUN, Virginia a Victoria CLARKE, 2006. Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology* [online]. London: Taylor & Francis Group. **3**(2), 77-101 [cit. 2021-10-23]. ISSN 1478-0887. Dostupné z: doi:10.1191/1478088706qp063oa.
- BRUNS, Axel, 2008. *Blogs, Wikipedia, Second life, and Beyond: from production to produsage*. New York: Peter Lang. ISBN 978-0-8204-8866-0.
- BUTKOWSKI, Chelsea P. a Travis L. DIXON a Kristopher R. WEEKS a Marisa A. SMITH, 2020. Quantifying the feminine self(ie): Gender display and social media

feedback in young women's Instagram selfies. *New Media & Society*, **22**(5), 817–837.  
Dostupné z: doi:10.1177/1461444819871669.

BUXTON, Madeline, 2017. Women have long ruled Instagram – But the boys are catching up. *Refinery 29*. 4. 5. 2017. Dostupné z: <https://www.refinery29.com/en-us/2017/05/152932/instagram-influencer-gender-salary-difference>.

CALDEIRA, Sofia, 2021. It's not just Instagram models: exploring the gendered political potential of young women's Instagram use. *Media And Communication*. **9**(2), 5–15.  
Dostupné z: doi:10.17645/mac.v9i2.3731.

CALDEIRA, Sofia P. a Sander De RIDDER a Sofie Van BAUWEL, 2020. Between the Mundane and the Political: Women's Self-Representations on Instagram. *Social Media + Society*. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/2056305120940802>.

CONNELLYY KOHUTOVÁ, Radka, 2020. *Poznámky k předmětu Narativ a nová média*. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd.

CRESCENZI-LANNA, Lucrezia a Núria ARAÛNA a Iolanda TORTAJADA, 2013. Privacy, self-disclosure and images of Spanish teenagers through Social Networking Sites. The Fotolog case. *Comunicacion y Sociedad*. 26. 65-78. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/278035318\\_Privacy\\_self-disclosure\\_and\\_images\\_of\\_Spanish\\_teenagers\\_through\\_Social\\_Networking\\_Sites\\_The\\_Fotolog\\_case](https://www.researchgate.net/publication/278035318_Privacy_self-disclosure_and_images_of_Spanish_teenagers_through_Social_Networking_Sites_The_Fotolog_case)

DAVIES, Celia, 1996. The sociology of professions and the profession of gender. *Sociology (Oxford)* [online]. DURHAM: British Sociological Association Publications Limited. 30(4), 661-678 [cit. 2022-04-12]. ISSN 0038-0385. Dostupné z: doi:10.1177/0038038596030004003.

DEAN, Brian, 2021. Instagram Demographic Statistics: How Many People Use Instagram in 2021? *Backlinko*. [cit. 2021-04-18]. Dostupné z: <https://backlinko.com/instagram-users>.

DEBATIN, Bernhard, Jennette LOVEJOY, Annamarie HORN a Brittany HUGHES, 2009. Facebook and Online Privacy: Attitudes, Behaviors, and Unintended

Consequences. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 15, 83-108. Dostupné z: doi:10.1111/j.1083-6101.2009.01494.x.

DUFFY, Brooke a Emily HUND, 2019. Gendered Visibility on Social Media: Navigating Instagram's Authenticity Bind. *International Journal Of Communication*. 13, 20. Dostupné z: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/11729>.

EUROSTAT, 2021. *The life of women and men in Europe*. ISBN: 978-92-76-42342-3. Dostupné z: doi:10.2785/976803.

FARDOULY, Jasmine a Brydie K. WILLBURGER a Lenny R. VARTANIAN, 2018. Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New Media & Society*. 20(4), 1380–1395. Dostupné z: doi:10.1177/1461444817694499.

FATT, Scott J, Jasmine FARDOULY a Ronald M RAPEE, 2019. Malefitspo: Links between viewing fitspiration posts, muscular-ideal internalisation, appearance comparisons, body satisfaction, and exercise motivation in men. *New media & society* [online]. London, England: SAGE Publications. 21(6), 1311-1325 [cit. 2021-12-28]. ISSN 1461-4448. Dostupné z: doi:10.1177/1461444818821064.

FLICK, Uwe, 2011. *Designing Qualitative Research*, SAGE Publications.

FUCHS, Christian. *Digital labour and Karl Marx*. New York: Routledge, 2014, xv, 403 s.: il. ; 23 cm. ISBN 978-0-415-71616-1.

GERMAIN, Thomas, 2021. How to Use Instagram Privacy. Settings. *Consumer Reports*. Dostupné z: <https://www.consumerreports.org/privacy/instagram-privacy-settings-a3036233134/>.

HABERMAS, Jürgen, Alena BAKEŠOVÁ a Josef VELEK, 2000. *Strukturální přeměna veřejnosti: zkoumání jedné kategorie občanské společnosti*. Praha: Filosofia, 418 s. ISBN 80-7007-134-6.

HARAWAY, Donna Jeanne, 1991. *Simians, cyborgs, and women: the reinvention of nature*. London: Free Association Books, 287 stran. ISBN 1-85343-139-7.

HENDL, Jan, 2016. Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0982-9.

HERMES, Joke, 2008. Women's Media Genres. *Wiley Online Library*. 5. 6. 2008.  
Dostupné z: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/9781405186407.wbiecw008>.

HU, Yuheng a Lydia MANIKONDA a Subbarao KAMBHAMPATI, 2014. What we instagram: A first analysis of instagram photo content and user types. In: ADAR Eytan et al. *Proceedings of the Eighth International Conference on Weblogs and Social Media, ICWSM 2014*, Ann Arbor, Michigan, USA: The AAAI Press. Dostupné z: <https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM14/paper/view/8118>.

INSTAGRAM, [2021]. Keeping Instagram a safe and supportive place. *Instagram*.  
Dostupné z: <https://about.instagram.com/safety>.

JIANG, Zhenhui, Cheng Suang HENG a Ben CHOI, 2013. Research Note: Privacy Concerns and Privacy-Protective Behavior in Synchronous Online Social Interactions. *Information Systems Research*. **24**(3), 579–95. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/42004283>.

KIR, Serpil, 2020. Voyeurism in Social Networks and Changing the Perception of Privacy on the Example of Instagram. In SERPIL, Kir. *New Media and Visual Communication in Social Networks*. 255-269. Hershey, PA: IGI Global. Dostupné z: doi:10.4018/978-1-7998-1041-4.ch015.

KOKOLAKIS, Spyros, 2017. Privacy attitudes and privacy behaviour: A review of current research on the privacy paradox phenomenon. *Computers & Security*. 64. 122–134.  
Dostupné z: doi:10.1016/j.cose.2015.07.002.

LATZKO-TOTH, Guillaume a Claudine BONNEAU a Melanie MILLETTE, 2016. Small Data, Thick Data: Thickening Strategies for Trace-based Social Media Research. In: SLOAN, Luke a Anabel QUAN-HAASE. *The Sage handbook of social media research methods*. Thousand Oaks, CA: SAGE. 199-214. ISBN 1-4739-8384-3.

LEE, Haein a Hyejin PARK a Jinwoo KIM, 2013. Why do people share their context information on Social Network Services? A qualitative study and an experimental study on

users' behavior of balancing perceived benefit and risk. *International Journal of Human-Computer Studies*. **71**(9), 862–877. Dostupné z: doi: 10.1016/j.ijhcs.2013.01.005.

LEWIS, Kevin a Jason KAUFMAN a Nicholas Christakis, 2008. The Taste for Privacy: An Analysis of College Student Privacy Settings in an Online Social Network. *Journal of Computer-Mediated Communication*. **14**(1), 79-100. Dostupné z: doi:10.1111/j.1083-6101.2008.01432.x.

LEXICO, © 2021. *Definition of selfie in English*. Dostupné z: <https://www.lexico.com/en/definition/selfie>.

LIEVROUW, Leah A. a Sonia LIVINGSTONE, 2006. *Handbook of new media: social shaping and social consequences of ICTs*. Updated student ed. SAGE.LISTER, Martin, 2003. *New media: a critical introduction*. London: Routledge. ISBN 0-415-22378-4.

LISTER, Martin, 2009. *New media: a critical introduction*. Second edition. Routledge. ISBN 9780415431606.

LIU, Qian a Mike Z. YAO a Ming YANG a Caixie TU, 2017. Predicting users' privacy boundary management strategies on Facebook. *Chinese Journal of Communication*. **10**(3), 295-311. Dostupné z: doi:10.1080/17544750.2017.1279675.

LIVINGSTONE, Sonia, 2008. Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New media & society*. London, England: SAGE Publications. **10**(3), 393-411 [cit. 2021-7-05]. ISSN 1461-4448. Dostupné z: doi:10.1177/1461444808089415.

MACEK, Jakub, 2005. Private and Public: Communication Technologies Between Two Cultural Spaces. In *Cyberspace 2005 Conference*. doi:10.13140/2.1.2278.4329.

MACEK, Jakub, 2010. Nová média a rekonfigurace privátního a veřejného prostoru. In *Člověk – Kultura – Media*. Ostrava: VŠB-TU Ostrava, 7-14. ISBN 978-80-248-2340-9.

MACEK, Jakub, 2012. Nevyčísitelné porozumění: kvalitativní výzkum online sociálních sítí. *ProInflow* (Brno) [online]. **4**(1) [cit. 2021-10-9]. ISSN 1804-2406. Dostupné z: doi:10.5817/ProIn2012-1-10

MANOVICH, Lev a Václav JANOŠČÍK, 2018. *Jazyk nových médií*. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum. ISBN 978-80-246-2961-2.

MARSHALL, Kayla, Kerry CHAMBERLAIN a Darrin HODGETTS, 2020. Male bodybuilders on Instagram: negotiating inclusive masculinities through hegemonic masculine bodies. *Journal of gender studies* [online]. Routledge. **29**(5), 570-589 [cit. 2021-12-28]. ISSN 0958-9236. Dostupné z: doi:10.1080/09589236.2020.1722620.

MARTEY, Rosa M., 2010. Find More, Do More, Reveal Less. *Information, Communication & Society*. **13**(8), 1207-1229. Dostupné z: doi:10.1080/1369118100366358.

MARWICK, Alice, 2013. Gender, Sexuality and Social Media. In: SENFT, Theresa a Jeremy HUNSINGER. *The Social Media Handbook*. New York: Routledge, 59-75. Dostupné z: [http://www.tiara.org/wp-content/uploads/2018/05/Marwick\\_gender\\_sexuality\\_chapter\\_final.pdf](http://www.tiara.org/wp-content/uploads/2018/05/Marwick_gender_sexuality_chapter_final.pdf).

MILLER, Daniel a Elisabetta COSTA a Nell HAYNES a Tom MCDONALD a Razvan NICOLESCU a Jolynna SINANAN a Juliano SPYER a Shriram VENKATRAMAN a Xinyuan WANG, 2016. *How the World Changed Social Media*. London: UCL Press. Dostupné z: doi:10.2307/j.ctt1g69z35.

O'REILLY, Tim, 2005. What Is Web 2.0. *O'Reilly*. 30.9.2005. Dostupné z: <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>.

O'REILLY, Tim, 2006. Web 2.0 Compact Definition: Trying Again. *O'Reilly*. 12.10.2006. Dostupné z: [http://radar.oreilly.com/archives/2006/12/web\\_20\\_compact.html](http://radar.oreilly.com/archives/2006/12/web_20_compact.html).

PALEN, Leysia a Paul DOURISH, 2003. Unpacking “privacy” for a networked world. *Human Factors in Computing Systems*. (Conference on Human Factors in Computing Systems), 129–136. Dostupné z: doi:10.1145/642611.642635.

PAVLÍČEK, Antonín., 2010. *Nová média a sociální síť*. Praha: Oeconomica. ISBN 978-80-245-1742-1.

PENG, Altman Y. a Feng GU, 2021. Interface culture and gendered privacy risks in the context of Chinese locative social media use. *Social Identities*, **27**(1), 59–74 [cit. 2021-02-28]

Dostupné z: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,shib&db=e db&AN=148722246&lang=cs&site=eds-live&scope=site>.

PENG, Cheng-ting, Tai-ye WU, Yaxuan CHEN a David J ATKIN, 2019. Comparing and modeling via social media: The social influences of fitspiration on male instagram users' work out intention. *Computers in human behavior* [online]. Elsevier. 99, 156-167 [cit. 2021-12-28]. ISSN 0747-5632. Dostupné z: doi:10.1016/j.chb.2019.05.011.

PEW RESEARCH CENTER, 2021. The State of Online Harassment. *Pew Research Center*. 13. 1. 2021. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/internet/2021/01/13/the-state-of-online-harassment/>

PEW RESEARCH CENTER, 2012. Privacy management on social media sites. *Pew Research Center*. 24. 2. 2012. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/internet/2012/02/24/privacy-management-on-social-media-sites/>

RANZINI, Giulia a Gemma NEWLANDS a Christoph LUTZ, 2020. Sharenting, Peer Influence, and Privacy Concerns: A Study on the Instagram-Sharing Behaviors of Parents in the United Kingdom. *Social Media + Society*. 6. 1-13. Dostupné z: doi: 10.1177/2056305120978376.

RAYNES-GOLDIE, Kate, 2010. Aliases, Creeping, and Wall Cleaning: Understanding Privacy in the Age of Facebook. *First Monday* **15** (1). Dostupné z: <https://doi.org/10.5210/fm.v15i1.2775>.

READE, Josie, 2021. Keeping it raw on the 'gram: Authenticity, relatability and digital intimacy in fitness cultures on Instagram. *New media & society* [online]. London, England: SAGE Publications. **23**(3), 535-553 [cit. 2021-12-28]. ISSN 1461-4448. Dostupné z: doi:10.1177/1461444819891699.

- REICHEL, Jiří, 2009. Kapitoly metodologie sociálních výzkumů. Praha: Grada. Sociologie. ISBN 978-80-247-3006-6.
- SEDLÁKOVÁ, Veronika, 2017. *Analýza genderových rolí a stereotypů na sociální síti Instagram*. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Vochocová, Lenka.
- SEHL, Katie, 2021. Instagram Demographics in 2021: Important User Stats for Marketers. *Hootsuite*. 27. 1. 2021. Dostupné z: <https://blog.hootsuite.com/instagram-demographics/>.
- SHELDON, Pavica, 2013. Examining Gender Differences in Self-disclosure on Facebook Versus Face-to-Face. *The Journal of Social Media in Society*. 2. 89.
- SLATER, Amy a Neesha VARSANI a Phillippa C. DIEDRICHS, 2017. #fitspo or #loveyourself? The impact of fitspiration and self-compassion Instagram images on women's body image, self-compassion, and mood. *Body image*. 22, 87-96. Dostupné z: doi:10.1016/j.bodyim.2017.06.004.
- STATISTA, 2021. Instagram accounts with the most followers worldwide as of July 2021. *Statista*. 17. 9. 2021. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/421169/most-followers-instagram/>.
- STEEVES, Valerie a Jane BAILEY, 2018. Living In The Mirror: Understanding Young Women'S Experiences With Online Social Networking. In: HEYNEN, Robert a Emily VAN DER MEULEN. *Expanding the Gaze: Gender and the Politics of Surveillance* [online]. Toronto: University of Toronto Press. 56-83 [cit. 2022-04-15]. Dostupné z: doi:10.3138/9781442625396-006
- STRAUSS, Anselm L. a Juliet M. CORBIN, 1999. *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Boskovice: Albert. SCAN. ISBN 80-85834-60-X
- TIGGEMANN, Marika a Isabella ANDERBERG, 2020. Social media is not real: The effect of 'Instagram vs reality' images on women's social comparison and body image. *New Media & Society*. 22(12), 2183–2199. Dostupné z: doi:10.1177/1461444819888720.

TOFFOLETTI, Kim a Holly THORPE, 2021. Bodies, gender, and digital affect in fitspiration media. *Feminist media studies* [online]. Routledge. **21**(5), 822-839 [cit. 2021-12-28]. ISSN 1468-0777. Dostupné z: doi:10.1080/14680777.2020.1713841.

UTZ, Sonja a NICOLE Krämer, 2009. The privacy paradox on social network sites revisited: The role of individual characteristics and group norms. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*. **3**(2), article 2. Dostupné z: <http://cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2009111001&article=2>.

VAIDHYANATHAN, Siva, 2018. *Antisocial media: how Facebook disconnects us and undermines democracy*. New York: Oxford University Press. ISBN 978-0-19-084116-4.

WU, Philip, 2018. The privacy paradox in the context of online social networking: A self-identity perspective. *Journal Of The Association For Information Science And Technology*. Dostupné z: doi:70. 10.1002/asi.24113.

YE, Zhang a Noor H. HASHIM a Fakhri BAGHIROV a Jamie MURPHY, 2018. Gender Differences in Instagram Hashtag Use. *Journal of Hospitality Marketing & Management*. **27**(4), 386-404. Dostupné z: doi:10.1080/19368623.2018.1382415.

YOUNG, Alyson Leigh a Anabel QUAN-HAASE, 2013. Privacy Protection Strategies on Facebook. *Information, communication & society* [online]. Routledge. **16**(4), 479-500 [cit. 2021-10-10]. ISSN 1369-118X. Dostupné z: doi:10.1080/1369118X.2013.777757.

## Teze Diplomové práce

21.3.21  
**SCHVÁLENO**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce									
<b>TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:</b>									
<b>Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:</b> Dominika Švandová	<b>Razítko podatelny:</b> <table border="1"><tr><td colspan="2">Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd</td></tr><tr><td>Došlo dne:</td><td>- 9 -03- 2021 -1-</td></tr><tr><td>Čj:</td><td>Příloh:</td></tr><tr><td colspan="2">Přiděleno:</td></tr></table>	Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd		Došlo dne:	- 9 -03- 2021 -1-	Čj:	Příloh:	Přiděleno:	
Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd									
Došlo dne:		- 9 -03- 2021 -1-							
Čj:	Příloh:								
Přiděleno:									
<b>Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:</b> 2019/2020									
<b>E-mail diplomantky/diplomanta:</b>									
<b>Studijní obor/forma studia:</b> Mediální studia/distanční									
<b>Název práce v češtině:</b> Genderové aspekty vnímání soukromí na sociální síti Instagram									
<b>Název práce v angličtině:</b> Gender Aspects of the Perception of Privacy on Instagram Social Network									
<b>Předpokládaný termín dokončení</b> (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013) (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve</u> po dvou semestrech od schválení tezí) ZS 2021/2022									
<b>Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování</b> (max. 1800 znaků): <p>Jak lidé v současném globalizovaném světě zanechávají více a více digitálních stop, stává se soukromí „problém naší doby“, tvrdí ve svém textu Philip Wu (2018). S velkou oblíbeností online sociálních sítí vyvstává také otázka, jakým způsobem právě toto prostředí ovlivňuje naše soukromí a to, jak jej vnímáme. Sociální síť totiž ze své podstaty staví na sdílení informací. Uživatelé jsou vyzýváni k vytváření vlastních profilů, jejichž součástí jsou osobní údaje o uživatelích, včetně jejich sociálních vazeb. Tyto údaje jsou na sociálních sítích vystaveny možnému zneužití poskytovatelem služeb, třetími stranami, a dokonce i dalšími uživateli.</p> <p>Ačkoliv se téma sociálních sítí a soukromí těší v posledních letech velké pozornosti výzkumníků, jejich studie neřeší genderová specifika tohoto problému. Ve své práci se proto zaměřím na genderové aspekty vnímání soukromí na sociálních sítích, konkrétně na Instagramu. Volbu této sociální sítě stavím na její vysoké oblíbenosti i povaze sdíleného obsahu, který tvoří převážně fotografie. Na Instagramu tak uživatelé a uživatelky sdílí často fotografie sebe samých, svého okolí i svých blízkých, což může představovat z hlediska soukromí určitá rizika.</p> <p>Právě tato rizika mohou jinak ovlivňovat ženy a jinak muže, ačkoliv zcela imunní vůči nim není ani jedno pohlaví. Jak zmiňuje Allen (2000), v kyberprostoru se replikují rysy offline reality, v níž se ženy mnohdy setkávají s nedostatkem respektu. Ženy si mohou být své zranitelnosti spojené s patriarchální kulturou vědomé, to však nemusí nutně znamenat silnější vztah k soukromí. Své soukromí mohou naopak obětovat ve snaze o zviditelnění a získání uznání. Zda ženy a muži vnímají daná rizika různě a jak podle toho mění svůj přístup k soukromí na sociálních sítích, proto považuji za důležité téma.</p>									

**Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků):**

Na rozdíl od tradičních médií vytvářejí obsah sociálních sítí sami jejich uživatelé a uživatelky. Ti musí neustále zvažovat, jaký obsah budou sdílet a jaký nikoliv. Tento výběr může být mimo jiné ovlivněn jejich postojem k soukromí. Uživatelé(ky) tak vyhodnocují možná rizika a rozhodují, kolik ze svého soukromí na síti odhalí. Svou roli v tomto procesu hraje také přítomnost dalších uživatelů, kteří přijímají sdílené informace a mohou na ně reagovat. Diplomová práce se zaměří na tyto procesy spojené se správou a vnímáním vlastního soukromí s cílem odhalit, zda jsou nějakým způsobem genderově specifické. Pokud ano, práce se pokusí blíže tyto genderové aspekty vysvětlit.

V úvodu se práce zaměří na teoretické poznatky pro přiblížení daného problému. Pozornost bude věnována charakteristice sociálních sítí a Instagramu, jejich vztahu k soukromí a také dosavadním poznatkům o genderu v online prostředí.

**Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):**

- ÚVOD
- TEORETICKÁ ČÁST
  - o nová média a sociální sítě
    - Instagram
    - muži a ženy v online prostředí
    - muži a ženy na Instagramu
  - o soukromí
    - privátní a veřejné
    - soukromí v online prostředí
    - soukromí a Instagram
    - rizika sociálních sítí související se soukromím
    - soukromí v kontextu genderu
  - o předchozí studie
- METODOLOGICKÁ ČÁST
  - o výzkumný problém
  - o cíle výzkumu a výzkumné otázky
  - o kvalitativní výzkum
  - o polostrukturovaný rozhovor
  - o výzkumný vzorek
  - o metoda analýzy
  - o etika výzkumu
- ANALYTICKÁ ČÁST
  - o interpretace dat
  - o zodpovězení výzkumných otázek
- DISKUZE
- ZÁVĚR

**Vymezení podkladového materiálu** (např. titul periodika a analyzované období):

Polostrukturované kvalitativní rozhovory budou provedeny s aktuálně aktivními uživateli a uživatelkami Instagramu. Počet zúčastněných mužů a žen by měl být co nejvyváženější. Respondenti a respondentky budou vybráni/y s ohledem na různorodost, pokud jde o tematické zaměření uživatelského profilu a počet sledujících.

Při výběru respondentů a respondentek budou zvažena následující kritéria: pohlaví, věk, nastavení účtu (veřejný/soukromý), aktivita, tematické zaměření profilu.

**Metody (techniky) zpracování materiálu:**

K zodpovězení svých výzkumných otázek v této práci jsem zvolila paradigma kvalitativního výzkumu, který umožňuje hluboký vhled do dané problematiky. Jako metodu sběru dat využiji polostrukturované rozhovory s uživateli a uživatelkami Instagramu. Ty doplní analýza obsahu uživatelských profilů zpovídáných, která nebude využita jako metoda sama o sobě, ale poslouží v průběhu rozhovorů jako opora pro získání přesnějších dat, a tak v důsledku přispěje i k lepšímu porozumění. Získaná data budou analyzována pomocí tematické analýzy.

**Základní literatura** (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

**ALLEN, A. L. (2000). Gender and Privacy in Cyberspace. *Stanford Law Review*, 52(5), 1175–1200. <https://doi.org/10.2307/1229512>**

V tomto textu Anita Allen navazuje na svou knihu *Uneasy Access* vydanou v roce 1988, která se věnuje ženám a soukromí. Allen nyní přistupuje k tématu ve světle rozvoje digitálních technologií.

**BARNES, S. B. (2006). A privacy paradox: Social networking in the United States. *First Monday*, 11(9). doi: 10.5210/fm.v11i9.1394.**

Barnes představila a definovala koncept paradoxu soukromí (privacy paradox). Ten odkazuje k rozporu mezi tím, jak lidé vnímají důležitost ochrany osobních údajů a tím, jak si své soukromí reálně chrání. Ve svém textu se zaměřuje také na rozdělení veřejného a soukromého prostoru v kontextu sociálních sítí a na možné problémy související s odhalováním soukromí online.

**BRAUN, V., CLARKE, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2): 77-101.**

Text je klíčovou prací, pokud jde o metodu tematické analýzy. Braun a Clarke ji představují jako metodu vhodnou pro výzkumy v oblasti psychologie i mimo ni. V textu nabízí návod pro její provedení a reflektují její přednosti i úskalí.

**HENDL, J. (2016). Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace (Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání). Portál.**

Tato příručka detailně představuje kvalitativní výzkum. Autor se v ní věnuje jak vývoji a základním přístupům kvalitativního výzkumu, tak i jednotlivým krokům a metodám jeho aplikace.

WU, P. (2018). *The privacy paradox in the context of online social networking: A self-identity perspective*: JOURNAL OF THE ASSOCIATION FOR INFORMATION SCIENCE AND TECHNOLOGY. *Journal of the Association for Information Science and Technology*. 70. 10.1002/asi.24113. Wu ve svém článku nahlíží na soukromí v kontextu sociálních sítí perspektivou sebe-identity. Konkrétněji jeho empirická studie uskutečněná s uživateli Facebooku odhalila souvislosti mezi potřebou sebe-identity a praktikami správy soukromí na sociální síti.

**Diplomové a disertační práce k tématu** (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

BRECKZKOVÁ, T. (2017). *Utváření identity v kyberprostoru na příkladu sociální sítě Instagram*. Brno. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav hudební vědy, Teorie interaktivních médií. Vedoucí práce Mgr. Tomáš Staudek, Ph.D.

ČIRGINOVA, D. (2018). *Soukromí a bezpečnost na sociálních sítích*. Praha. Diplomová práce. Vysoká škola finanční a správní, Ekonomika a management, Marketingová komunikace. Vedoucí práce Mgr. Pavel Kotyza.

FEIXOVÁ, K. (2020). *Sebe prezentace žen na Instagramu ve vztahu k sebepojetí*. Olomouc. Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta, Katedra psychologie. Vedoucí práce PhDr. Jan Šmahaj, Ph.D.

KANDEMIR, E. (2020). *Social Media and Privacy Awareness in Turkey*. Praha. Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta informatiky a statistiky, Katedra systémové analýzy, Aplikovaná informatika. Vedoucí práce Ing. PhDr. Antonín Pavlíček, Ph.D.

KŘEČKOVÁ, M. (2018). *Vnímání soukromí na sociální síti Instagram pohledem uživatelů*. Brno. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav hudební vědy, Teorie interaktivních médií. Vedoucí práce Mgr. Tomáš Staudek, Ph.D.

RODRIGUEZ MENA, E. E. (2020). *Social media and privacy*. Praha. Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta informatiky a statistiky, Katedra systémové analýzy, Aplikovaná informatika. Vedoucí práce Ing. PhDr. Antonín Pavlíček, Ph.D.

RORMAROVÁ, M. (2018). *Rizika zneužití soukromých informací v internetovém prostředí*. Brno. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav hudební vědy, Teorie interaktivních médií. Vedoucí práce Mgr. Tomáš Staudek, Ph.D.

SEDLÁKOVÁ, V. (2017). *Analýza genderových rolí a stereotypů na sociální síti Instagram*. Praha. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce PhDr. Lenka Vochocová, PhD.

SLAVÍK, L. (2018). *Význam soukromí pro mladé aktivní YouTubery a YouTuberky*. Brno. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií, Katedra sociologie. Vedoucí práce Mgr. Pavel Pospěch, Ph.D.

Datum / Podpis studenta/ky

7. 3. 2021  
.....

**TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:**

**Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:**

**Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:**

**Potvrzují, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám,**

**Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.**

Reifová Irena

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

6.3. 2021

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE.

**TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO OBORU.**

## **Seznam příloh**

Příloha č. 1: Přehled výzkumného vzorku (tabulka)

Příloha č. 2: Scénář rozhovoru

Příloha č. 3.: Rozhovor s Natálií ze dne 24. srpna 2021 (ukázka)

## **Příloha č. 2: Scénář rozhovoru**

### **OBSAH**

Jak bys popsal obsah, který na Instagramu zveřejňuješ?

Liší se nějak obsah, který sdílíš ve stories a který ve feedu?

(Odhaluje toho o tobě některý z formátů více?)

Předtím, než nějaký příspěvek zveřejníš, jaká kritéria zvažuješ?

Změnilo se nějak to, co zveřejňuješ?

Jaký je obsah, který bys na Instagramu nezveřejnil?

Mazal jsi někdy zpětně nějaké příspěvky?

Jak sám vnímáš množství a povahu osobních informací, které sdílíš?

Jaké příspěvky bys uvedl jako ty, které odhalují tvé soukromí?

### **OCHRANA SOUKROMÍ**

Máš profil nastavený jako soukromý nebo veřejný?

(Jaký je tvůj postup při schvalování žádostí o sledování?)

Jaký má podle tebe veřejný/soukromý profil výhody/nevýhody?

Měl jsi tak profil nastavený vždy nebo jsi nastavení v průběhu používání Instagramu měnil?

(Co tě k tomu přimělo? Jaké změny to přineslo?)

Využíváš někdy funkci close friends, tedy možnost vybrat skupinu uživatelů, kterým se stories zobrazí?

### **POSTOJ K RIZIKŮM NARUŠENÍ SOUKROMÍ A VNÍMÁNÍ PUBLIKA**

Přemýšlíš nad tím, kdo tvé příspěvky uvidí?

Je nějaké publikum, které nechceš, aby tvůj obsah vidělo?

Přemýšlel jsi někdy, jak by mohl být tvůj obsah zneužit?

Setkal ses někdy v souvislosti s používáním Instagramu s něčím, co bys označil jako narušení svého soukromí?

Stalo se ti, že někdo zveřejnil tvou fotku bez tvého svolení?

Jak ty sám postupuješ v případě sdílení fotek s dalšími lidmi?

### **Příloha č. 3.: Rozhovor s Natálií ze dne 24. srpna 2021 (ukázka)**

Jak bys sama popsala obsah, který zveřejňuješ na Instagramu?

Rozhodně bych řekla, že se snažím sdílet věci, které jsou autentické, které mě vystihují, rozhodně se nesnažím ty věci příkrášlovat, i když občas mám ty tendence, ale vždycky se u toho přistihnu a snažím se to nedělat, protože sama se snažím nesledovat content, u kterého mi už do očí bije, že jsou ty věci nereálné. Takže se snažím tam dávat to, co je pro mě přirozené. To je jako jedna z věcí, kterou bych vypíchla hned na začátku. Pak taky to, že si myslím, že tam sdílím hodně věcí, ale ne až tak osobních. Myslím si, že jsou to hodně abstraktní věci, co člověku až tak moc neřeknou a nedávám tam až tolik věcí, co se mi dějou v osobním životě. Takže tak bych popsala svůj Instagram. Snažím se, když už tam něco dávám, aby to bylo něco reálného. Ale nemyslím si, že tam dávám úplně všechno, co bych možná někdy chtěla.

Co to třeba je, co bys tam chtěla dávat, ale něco ti v tom brání?

Takhle, já jsem si ten Instagram zakládala už před x lety se záměrem, že bych tam chtěla dávat věci, které pro mě jednou můžou být možná vzpomínkou. A chtěla jsem ho primárně pro sebe, nezakládala jsem si ho se záměrem, aby mě sledovalo spousta lidí, abych se někomu zalíbila skrz Instagram a podobně, ale vždycky jsem ho měla na to, abych tam sdílela věci, které jsou důležité pro mě osobně. Takže často se přistihnu, že bych tam chtěla dát nějakou fotku s rodinou dejme tomu, ale pak si řeknu, že to není úplně platforma, i přesto, že si nemyslím, že tam mám lidi, které bych až tak moc neznala, nebo relativně jsou mi nějak blízký. Říkám, nemám Instagram, kde bych já sledovala spoustu tisíců lidí a mě sledovalo spousta tisíců lidí, ale i tak prostě tam nedávám věci, které se netýkají až tak moc mě. Občas tam dám něco, co se dotkne mého přítele nebo mé sestry a podobně, ale nemyslím si, že je to extra nějak často, spíš jsou to příspěvky, které tam moc nesdílím. Občas bych chtěla, protože nevím, se chci pochlubit s nějakou fotkou, ale nedám ji tam, protože chci zachovat to jejich soukromí a když už tam něco dám, tak se s nimi třeba předem radím, jestli jsou s tím oni v pohodě a podobně. A druhá věc, a myslím si, že teď se z toho stal, a jsem za to na jednu stranu asi i ráda, trošku trend, což si nemyslím, že je v tomhle případě úplně zle, tak je sdílení nějakých emocí a situací, které nejsou úplně konvenční a které nejsou úplně běžné, možná i trošku tabu. A s tím mám taky trošku problém, kolikrát bych tam chtěla

prostě dát něco, co není úplně situace, ve které bych se cítila dobře, a myslím si, že je potřeba to sdílet a dát o tom vědět ostatním. A u toho se taky občas přistihnu, že to tam nedám. Takže to jsou dva okruhy, u kterých váhám.

Dokážeš říct, jaký je důvod, proč tam nechceš dávat své emoce nebo možná i nějaké negativní pocity a zkušenosti?

U té první, když teď myslím třeba konkrétně fotky ostatních, tak je to proto, že nechci narušovat jejich soukromí. Samozřejmě pokud je to můj přítel, kterého občas vyfotím a vím, že on je s tím v pohodě, tak je to něco jiného. Kdyby s tím v pohodě nebyl, tak ho nefotím. Nebo i moje sestra. Ale třeba v případě mých rodičů nebo třeba i mých přátel, kteří sami sociální sítě nepoužívají, tak bych nechtěla sdílet jejich fotky, aby jim to nebylo nepříjemné. Takže to je důvod, proč to nedělám. Co se týče toho druhého, tak možná se i sama občas bojím reakce ostatních, i to je důvod, proč spoustu věcí nesdílím, nebo možná i, sice si nemyslím, že by mě sledovalo spoustu lidí, ale i tak tam mám spoustu lidí z pracovního prostředí a před nimi bych asi úplně nechtěla takové věci sdílet, takže to je další věc, kvůli které si dávám pozor. Myslím si, že to je i důvod, proč spoustu věcí nesdílím, protože chci, aby to zůstalo mezi mými přáteli, a protože tam mám i lidi z práce, tak nechci před nimi takové věci řešit. No ale musím říct, že to je něco, co bych se chtěla odnaučit. Myslím si, že je to důležité řešit před kýmkoliv a je úplně jedno jaké postavení vůči tomu člověku mám. Takže s tím bych se chtěla naučit pracovat, ale momentálně mě od toho drží hlavně to, aby možná oni neměli tendence, když si tam s něčím postěžuju, se na mě dívat jinýma očima.

Je tu nějaký příspěvek, který ty považuješ za osobnější?

Jako já to řeknu asi strašně zvláště, ale pro mě už tady tohle je příspěvek, který pro mě není až tak úplně běžný, protože mám práci, kde, třeba i teď když jsem často na kameře a tak, tak se snažím nějakým způsobem vystupovat. Nemyslím tím, že bych se přetvařovala, ale spíš s těmi lidmi jedním trochu jinak, než jedním s mým okolím, třeba s mými kamarády a tak. Samozřejmě i v práci mám kamarády, se kterými jedním stejně, ale pak jsou tam lidi, se kterými je to víc profesionální. A tohle je třeba příspěvek, u kterého jsem se rozmýšlela, jestli tam něco takového dát, protože tam jsem oblečená jinak, než se třeba oblékám do práce a říkala jsem si, jestli oni se na to nemůžou podívat, že nejsem dostatečně profesionální a

podobně. Takže už i třeba tady tohle je příspěvek, nad kterým jsem přemýšlela, jestli vůbec bych ho měla někam dát. Jinak si nemyslím, že bych tady ve feedu měla něco extra osobního, to spíš ne. Ale myslím si, že když už bych tu něco takového měla, tak to dám spíš do storička, to je něco, co bych udělala spíš.

Můžeš rozvést, jak se to liší?

Myslím si, že tam mnohem víc dávám, ve chvíli, kdy se mi něco špatného stane a chci to sdílet, říkám, nestává se to úplně často, ale když se to stane, spíš bych to dala do storička, protože je to nějaký momentální pocit, který chci dát ven, ale nemám úplně potřebu to dávat do toho feedu, kde to zůstane. Protože je to nějaký můj momentální pocit, ke kterému se já sama můžu vrátit, když bych chtěla, můžu si to znovu přečíst, znovu si to prohlídnout. Takže to je třeba typ příspěvku, který bych tam dala. Pak tam více zachycuju třeba momenty, které pro mě nejsou až tak důležité, ale chci si je zapamatovat, chci je tam mít uložené, protože si myslím, že bych na ně třeba zapoměla. Takhle se k nim můžu vrátit a ráda tím občas listuju. A myslím si, že naopak do toho feedu si dávám víc věci, které jsou pro mě důležitější, které chci mít víc na očích. Ale nějak extrémně to nerozlišuju, že bych měla jako vyhraněné příspěvky, které budu dávat sem a které do storiček. Myslím, že je to dost vyvážené a že je to jako i tím, že Instagram není nic, co by mě živilo nebo podobně. Tím pádem, jo, jako tím, že je to něco, co dělám jen sama pro sebe, proto to nemám nijak rozdělené, vyhraněné ani nic podobného.

Máš nějaká další kritéria, která zvažuješ, než tam něco zveřejníš? Ty jsi zatím zmiňovala, že to musí být něco, co je pro tebe důležité.

Určitě mám jiná kritéria. Protože jsem hodně detailista, to je něco, co je možná i trochu prokletí a snažím se ty fotky moc neupravovat, že bych používala nějaké retuše a podobně, to nedělám, ale ráda si hraju s barvama. Mě vždycky zajímala grafika, bavilo mě upravovat fotky a podobně, ale nějakým přirozeným způsobem, takže já jsem si vědoma, že to dělám sama pro sebe, ale mě samotné vadí, a já to mám třeba i v domácnosti, já potřebuju mít všechno zorganizované, každá věc musí mít své místo, a to samé dělám i na tom Instagramu. Takže jako i když si tam ty fotky skládám a snažím se, aby byly reálné a zachycovaly tu momentální situaci, tak stejně přemýšlím nad tím, jestli ty fotky spolu budou vypadat hezky. A to je jako něco, co bych se chtěla odnaučit, co se mi nelíbí, ale dělám to, protože to je

moje vlastnost, kterou mám jako ne jenom na Instagramu, ale ve všech ohledech v mém životě, takže to přirozeně přenáším i na to. Ale jo, určitě se dívám i na tu estetickou stránku. To je jako další kritérium. Myslím si, že nic dalšího nemám.

Procházíš své příspěvky někdy zpětně?

Jo určitě. Občas koukám i na ty fotky tak, že konkrétně čtu i ty popisky. Ale spíš mi občas dělá radost, ale říkám, to je možná spíš nějaká moje porucha, ale občas si to třeba projíždím a mám radost z toho, jak mi ty barvy ladí dohromady a podobně. Takže to občas dělám, nedělám to nijak pravidelně, že bych jako každý den seděla a říkala si jo, mám hezkej Instagram, to fakt nedělám, ale jednou za čas se přistihnu, že si to projíždím a spíš se tak dívám.

A stalo se ti někdy, že bys promazávala nějaké fotky?

Jojo, určitě jo. Já myslím, že Instagram používám už celkem dlouho a čím jsem starší, tím mám tendenci si, ne že bych je vyloženě mazala, ale skrývám je. Protože mám pocit, že spousta z těch věcí už není úplně aktuálních a chci je mít schované sama pro sebe, ale nemám už tu potřebu, aby je měl na očích někdo jiný než já. Takže to určitě dělám. Není to tak, že najednou se vzteknu, projedu Instagram a smažu všechny fotky, co se mi tam nehodí, ale ve chvíli, kdy vyhodnotím, že už třeba nechci, aby tu fotku někdo viděl, nebo ji tam nechci sdílet, tak ji skryju, to dělám.

Profil máš nastavený jako soukromý nebo veřejný?

Veřejný.

A měla jsi to tak od začátku nebo jsi to třeba nějak změnila?

Měnila jsem to. Měla jsem ho dlouhou dobu soukromý, jako spoustu let. Nebo nevím, já vlastně nevím, jestli to od začátku šlo nastavit. Myslím, že jsem ho měla ze začátku veřejný, pak jsem ho měla dlouhou dobu soukromý a myslím si, že u mě se to hodně pojí i s mým psychickým stavem, že mám období, kdy jsem spíš taková, že nemám úplně potřebu s lidmi komunikovat ani skrze ty fotky jsem ráda, že mám tohle uzavřené. A třeba i kolikrát mám nějakou depku nebo kolikrát mám měsíce, kdy nemám potřebu, ne vyloženě ani nic sdílet,

ale i reagovat a tak. A bylo to v mém případě takto i několik let. Nebo jsem sama sobě ani moc nevěřila a měla jsem pocit, že... u mě se to jako hodně pojilo dříve i s tím, že jsem si říkala, proč bych ten profil měla mít veřejný, že se tam přece stejně nikdo na nic dívat nebude, víš. Takže jsem ho měla uzavřený. Teď třeba poslední dobou jsem si ho otevřela, protože i tím, že já tam nedávám nějaké extrémně soukromé věci, tak jsem si říkala, že je asi v pohodě, že to zveřejním, ale ve chvíli, kdy bych tam dávala hodně soukromé věci, tak bych ho neměla veřejný. Myslím si, že já to až tak tolik neřeším, samozřejmě, že nad tím přemýšlím, ale myslím si, že tohle se třeba hodně změní ve chvíli, kdy budu mít rodinu, kdy třeba budu řešit tohle skrz děti, to se asi hodně změní. Ale teď momentálně to úplně neřeším, protože jsem zatím neměla úplně tu potřebu asi.

A změnil se nějak ten obsah, když to porovnáš s tím, co jsi tam dávala, když jsi měla profil soukromý?

Myslím si, že si asi víc rozmýšlím, co tam dám. Dřív jsem to až tak, možná to bylo i tím věkem, že jsem nad tím tolik nepřemýšlela, těžko říct, jestli to bylo tady kvůli tomu nebo ne. Řekla bych, že dřív jsem tolik neřešila, co tam dám, teď si to mnohem více rozmýšlím. Protože samozřejmě jsem si vědoma toho, ne že bych si myslela, že mě bude někdo hledat, ale jsem si vědoma toho, že se to může dostat úplně jinam, než kdybych to měla ten profil soukromý. Ale musím říct, že teď poslední dobou jsem nad tím celkem i skrz práci tak seděla a zkoušela jsem, měla jsem ho i nějaký čas zase soukromý, pak teda jsme řešili něco v práci, já jsem si ho teda kvůli tomu zase odsoukromnila, měla jsem ho zase veřejný. Pak jsem si ho zase dala soukromý, teď ho mám zase veřejný. No jako nevím, teď to mám tak jako na houpačce, ale vlastně asi sama nevím, kde tady v těch skupinách stojím, spíš jsem tak nějak mezi. A chápu ty důvody, proč někdo má soukromý Instagram a chápu i ty důvody, proč ho má někdo veřejný. Jako pokud ho má někdo veřejný, líbí se mi, že tím může někoho inspirovat a podobně, často člověk narazí na fotky, ke kterým by se jinak nedostal, to si myslím, že je fajn, a to je možná i to, proč používám Instagram já a proč sleduju lidi. U kamarádů mě třeba zajímá, co se děje v jejich životě, i když chápu, že přes Instagram to třeba úplně nepoznám, ale alespoň nějak vzdáleně. Ale je to pro mě i velký zdroj inspirace. Takže chápu důvody veřejných Instagramů, na druhou stranu chápu i to, proč lidi mají soukromý profil, protože v dnešní době se všechno může dostat kamkoliv. Takže jako řekla bych, že si vlastně nemyslím, že ani jedno je špatně nebo správně.

Dokážeš říct i nějaké nevýhody veřejného profilu nebo důvody, proč bys to zase změnila na soukromý?

Jak říkám, mám občas období, kdy jsem spíš taková introvertní a nemám úplně potřebu, aby všichni věděli, co se děje v mém životě. To by byl důvod, proč bych změnila ten profil na soukromý, protože pak nemám ani důvod proč bych chtěla, aby to ostatní viděli. Občas si třeba i sama řeknu, proč to máš vůbec veřejný, vždyť to vůbec nikoho nezajímá, tak si ho prostě skryj a udělám to. Což je taky další důvod, protože si řeknu, že nemám důvod, aby byl ten profil veřejný. Takže to je podle mě nějaký vnitřní boj, kdy bojuju s tím, že si řeknu, že to nikoho nezajímá, tak proč by měl být veřejný, a pak nějaký druhý hlas, když si zase říkám, tyjo, tak třeba tam můžu nasdílet něco, co někdo uvidí a řekne si, to je fajn, to půjdu taky udělat. Ale pak si taky říkám tyjo, já nemám prostě ambice na to, aby to zaujalo někoho jiného, já to dělám hlavně kvůli sobě. Ale to jsou takové dvě stránky, kdy já pořád vedu možná nějaký dialog mezi sebou a pořád nedokážu přijít na to, co od toho čekám a chci.

Vypadá to, že hodně řešíš, kdo to vlastně sleduje a kdo ne. Mohla bys trochu konkretizovat, jaká je tvá představa o tom, kdo tě sleduje?

Možná tady to bych viděla jinak, kdybych neřešila práci. Ale často mám pocit, i tím, že v práci musím v některých ohledech řešit věci více profesionálně, než bych řešila v běžném životě, tak si občas říkám, že ti lidi si mě hledají a vím, že jim ten Instagram vyskočí. Tak chci, aby ho viděli a aby mě možná viděli i jinak, než jak vystupuju v práci. Ne že bych vystupovala úplně jinak, ale myslím si, že to dá možná člověku taky nějaký obrázek nebo jim to minimálně rozšíří tu představu. Takže to je třeba důvod proč ho někdy mívám veřejný, to je jeden z důvodů, že si myslím, že to člověku může a je to dost spojené i s tím konkurenčním prostředím, které jsem často v poslední době zažívala. Že jsem se v práci třeba k některým věcem nevyjadřovala nebo se mě nikdo na ty názory neptal a já jsem nutně neměla potřebu jako ke všemu vyjadřovat, ale pak ten člověk viděl můj Instagram a řekl si, ajo, ty máš vlastně cit pro detail a vidíš, co se k sobě zhruba hodí, co vedle sebe vypadá dobře, tohle viděl na tom Instagramu a díky tomu se mě na ten názor zeptal. Takže to byl třeba důvod, proč jsem měla ten Instagram častokrát veřejný a proč i teď mám. Ale jako nemyslím si, že bych řešila, kdo konkrétně se na to dívá. Spíš to je můj nějaký vnitřní

konflikt, jestli já chci, aby se na to někdo vůbec díval, nebo jestli nechci. To jsem podle mě zase vůbec neodpověděla na tu otázku.

Trošku jsi sklouzla k něčemu jinému, ale to nevadí. Mně šlo o to, koho si představuješ, když zveřejňuješ nějaký příspěvek, pro koho to tam vlastně, kromě sebe, dáváš.

Rozhodně pro lidi, pro moji rodinu i pro moje kamarády, se kterými třeba nejsem úplně v kontaktu. Myslím tím úplně každodenním kontaktu, nevím, co se třeba v jejich životě děje a ráda tyhle příspěvky sleduju, protože pak mám třeba aspoň lepší přehled o tom, kde zrovna jsou a podobně. Nemyslím si, že bych to tam vyloženě dávala kvůli nim, ale je to jeden z důvodů. Jako já si nemyslím, že mě konkrétně by si spoustu lidí hledalo, takže to jako není můj motiv, proč bych dávala příspěvky na Instagram, abych se něčím chlubila nebo s cílem, že si mě bude někdo cizí hledat, to si úplně nemyslím. A pak možná, ale to až poslední dobou, to si fakt myslím, že je tak poslední rok nebo půl roku, že často najdu nějakou super věc nebo super místo a mám radost, že to můžu s někým sdílet, i když sama nevím, jaký to má dosah, jestli to může vůbec někoho inspirovat nebo ne, ale minimálně mě osobně to udělá radost, že se můžu podělit možná i s někým, ale i kdyby to třeba jednomu člověku mohlo ovlivnit co třeba bude ten den dělat nebo co si koupí a podobně nebo se nad něčím zamyslí, tak to mi taky dává hodně smysl. Takže to je další věc, proč se rozhodnu některé věci zveřejnit.

Máš nějakou skupinku lidí, ať už obecně nebo konkrétní jednotlivce, kteří by sis nepřála, aby tvé příspěvky viděli?

Myslím si, že teď momentálně už ne. Protože si myslím, že tam nedávám nějaké extra soukromé věci a podobně, takže když tam něco dám, ještě když jsem veřejná, tak jsem si vědoma toho, že to může kdokoliv vidět, takže věci, které bych nechtěla, aby někdo viděl, tak bych je tam nedala. Takže jako jasně, ve chvíli, kdy bych hledala novou práci a ucházela se o nějakou pozici v nějakém vyšším managementu a podobně, tak bych si Instagram rozhodně zavřela, protože bych nechtěla, aby mě googlili a brali ohled i na můj osobní život, pokud by to nebyla pozice třeba v marketingu nebo pr, kde by to spíš ocenili, ale byla by to nějaká pozice, kde se spíš až tak nepřísluší ukazovat tu osobní stránku, ale spíš tu profesionální, tak v tu chvíli bych to určitě řešila. Ale teď momentálně asi nemám konkrétní skupinu lidí, u které bych nechtěla, aby to viděli.

Máš nějakou negativní zkušenost, kterou bys označila jako narušení svého soukromí na Instagramu?

Asi ne. Nebo jako nenapadá mě nic, co bych mohla tak nazvat. Já si myslím, že ve chvíli, kdy by někdo sdílel něco, v čem bych já byla nějak osobně zainteresovaná a nevěděla bych o tom, tak by to mohlo ohrozit moje soukromí, ale myslím si, že mám kolem sebe natolik uvědomělé lidi, co tam nedávají nic, co by mě mohlo nějak ovlivnit nebo nějak narušit moje soukromí. Sama jsem s tím problémem nikdy neměla. Jako rozhodně to není nic, co bych neřešila, ale sama osobně jsem s tím problémem neměla, ani se nestalo nic, co bych považovala nebo minimálně si na to nevzpomínám, co bych považovala za narušení svého soukromí.

Napadají tě nějaká potenciální rizika narušení soukromí?

Rozhodně bych tohle řešila ve chvíli, kdy budu mít rodinu, kdy budu mít děti, tak to je něco, co si budu sakra rozmýšlet a co si myslím, že budeme hodně řešit a je to něco, o čem se doma bavíme už teď. V tu chvíli bych si hodně rozmýšlela, co budu sdílet a s kým budu sdílet. To je jedna z věcí, u které mám velký vykřičník. To je oblast, kterou budu do budoucna hodně řešit a kde si myslím, že to narušení může být fakt hodně velké. A pak ve chvíli, kdy člověk nesdílí něco, co se netýká jen jeho, ale také dalších lidí, kteří s tím nesouhlasí, tak to je narušení soukromí, a to by člověk dělat neměl. Nebo já třeba bych aspoň nikdy nesdílela nic, u čeho bych věděla že by se někdo necítil úplně příjemně.

Takže ti jde spíše o ty ostatní a sama pro sebe v tom moc rizik nevidíš?

Jako ono záleží, no jasně, v dnešní době cokoliv někam dáme, tak už tam bude napořád. Ve chvíli, kdy se rozhodnu na ten Instagram cokoliv sdílet, tak to bude napořád na internetu a může se to dostat kamkoliv. Ale to je něco, s čím musí člověk počítat už když se rozhodne tam něco dát. A jasně, že je spousta rizik, kdy člověk může třeba zneužít nějaké fotky, může zneužít data. V dnešní době o nás sítě ví už úplně všechno, jak je velký náš byt, kde přesně máme koupelnu, kde máme kuchyň, aniž bychom to někam přímo dávali. Takže to je něco, co jako samozřejmě mi to není lhostejné a je to něco, co řeším, ale беру to tak, že v tu chvíli bych si už musela i hlídat, co komu píšu a podobně. Protože je mi jasné, že prostě jakoby ve chvíli, kdy už bych to řešila a ne jen na Instagramu, ale na všech ostatních sociálních sítích, na imessage, na smskách a prostě všude, protože kdyby to chtěl někdo zneužít, tak se může

dostat k čemukoliv, ne jenom k fotkám na Instagramu. Takže je to něco, čeho jsem si vědoma, a i podle toho vybírám, co na tu síť dám a co ne. Na druhou stranu se snažím to brát v potaz ale nenechat se tím jakoby až tolik ovlivňovat, protože ve chvíli, kdy bych to začala až tak moc řešit, tak by to příliš potlačilo moji potřebu sdílet, přijde mi, že bych se v tom začala až příliš utápět a přijde mi, že by to pak na mě možná mělo spíš negativní dopad, kdybych si to až tak moc připustila.

A řešení by bylo to, že by ses musela úplně odpojit, že?

Jo přesně. A to zatím nechci. Ještě ve chvíli, kdy ty sítě a marketing celkově jsou náplní tvojí práce, tak se na to zase díváš úplně z jiného hlediska a to bych fakt musela jít pracovat někam do knihovny.

Myslíš, že je to důležité, pokud pracuješ v marketingu, abys měla sama své osobní síť?

Nevím, jestli je to vyloženě důležité, ale rozhodně to člověku dá větší přehled a možná i více inspirace. Já si nedokážu představit, že bych pracovala na internetu, ale vlastně nečetla z toho internetu ty data, protože pak bych vůbec nebyla v obraze, nevěděla bych vůbec, co se děje, jaké jsou trendy a podobě. Takže mi to nepřijde asi smrtelně důležité, nebo že člověk nutně musí mít sociální síť, když pracuje v sociálních sítích, ale rozhodně mi to přijde přínosný a už asi je na něm, jak je použije. Ale nedokážu si ani moc představit, že člověk, který jako by sám neměl sociální síť nebo by ho to vlastně nebavilo, tak by se tím pak živil. Většinou to děláš, protože tě to baví a zajímá. Jakože mě přijde, že by to nedělala moc lidí, kteří by byli extrémně proti Facebooku a pak by se vlastně živil tím, že by dávali příspěvky na Facebook v práci.

Všímáš si někdy u ostatních uživatelů, že by dávali oni něco, co ti už přijde příliš soukromé?

Rozhodně. A to je možná i důvod, proč často selektuju lidi, která já osobně sleduju. Já osobně se snažím, nejen na Instagramu, ale ve všem, co dělám, aby mi všechno dávalo nějakou hodnotu nebo pro mě bylo přínosem. Jasně, taky si ráda občas lehnu a čumím do zdi. Ale i třeba na tom Instagramu se snažím se obklopovat, když už tam člověk tráví určitý čas za ten den, tak se ho snažím využít aspoň tak, že sleduju obsah, který mě může nějakým způsobem rozšířit obzor ať už ve vědomostech, nebo v tom, že já nevím, tady ten člověk má

hezkou košili nebo jé, tady ten filtr se mi moc líbí, jakkoliv. Ale snažím se, aby každý profil nebo člověk, kterého sleduju, aby mi něco dal. Buď je to můj známý, u kterého si řeknu, jé, ten vypadá spokojeně, nebo naopak ten nevypadá spokojeně. A to je vlastně i důvod toho, proč ty lidi selektuju. Teda přátele, ty moc neselektuju, většinou sleduju lidi, kteří mě zajímají, a to se až tak nemění. Ale je to třeba hodně otázka různých značek, influencerů a podobně. Protože sama nechci sledovat něco, co... já třeba nejsem vůbec ten člověk, co by parazitoval na takových těch rádoby vtipných nebo trapných příspěvcích a vím, že spousta lidí sleduje spoustu takových profilů jen kvůli tomu, aby se nad tím pobavili, já tady tohle vůbec nedělám, mě to naopak spíš dělá zle. Takže já se snažím nesledovat profily nebo lidi, kteří mi něčím nejsou sympatičtí nebo jako řekla bych, že nejvíc to jsou asi lidi, kteří sdílí hodně pálených reklam, celkově mi není sympatický jejich životní styl, nesdílím s nimi hodnoty nebo názory, které oni mají, takže to je jedna velká skupina, nebo vlastně jediná, proč to řeším. Není to tak, že bych tam měla tisíc sledovaných profilů a jenom scrollovala. Fakt se snažím, když už to dělám, tak se snažím ten čas využít nějak plnohodnotněji.

Takže i kdybys tam viděla něco, co by ti přišlo už moc, tak bys to tam nechtěla vídávat často?

Přesně tak. A teď to nemyslím tak, že u někoho vidím něco, co se mi nelíbí, jako nějaký opačný názor a hned ho dávám pryč, to zase ne. Já si myslím, že je fajn mít kolem sebe různorodé názory, aby člověk viděl ty věci i z jiných stran. Ale když by to byl někdo, kdo dlouhodobě sdílí něco, s čím nesouhlasím, tak mě by nedávalo smysl ho dál sledovat a od něj čerpat, protože bych tím akorát ztrácela svůj čas a toho nemám až tolik, abych sledovala něco, co mi nic nedává a nic mě nezajímá. Ale kdybych třeba měla jít ke konkrétním věcem, co mě rozčiluje, tak mě teda až tak moc nevadí reklamy, myslím tím lidi, co se živí tím, že propagují různé značky a podobně, ale spíš mi vadí způsob, jakým to zpracovávají a možná i přístup, který k tomu mají. Já možná i proto nesleduju moc českých influence, protože se mi moc nelíbí, jak se věci v česku prezentují nebo druh věci, který se prezentuje. Věci, které se často propagují v česku nejsou ty, které by mi byly blízké nebo které bych potřebovala vídat na Instagramu. A tady ty nějaké časté reklamy mi dost vadí. Asi to taky záleží, v jakém jsem zrovna životní situace, kdybych měla tři děti, tak sleduju víc lidí s dětma, teď momentálně nesleduju moc lidí s dětma, a i mi to trošku vadí, když tam dávají hodně příspěvků s dětma, protože mi to přijde vůči těm dětem hrozně, jako myslím, že je to i otázka

toho soukromí, připadá mi to vůči nim takové jako zvláštní. Nemám ráda reklamy na dětech, i když záleží, jak jsou zpracované. Pokud je to něco decentního a není to tak, že by se reklamou na dětech ten člověk živil, tak mi to tolik nevadí. Ale když tady někdo fakt točí své dítě, jak sedí na nočníku a u toho promuje plenky, tak to fakt jako nechápu, proč by člověk tomu dítěti dělal. Tak to jsou třeba věci, co mě rozčilují. A pak je to takové to parazitování na lidské hlouposti, jak říkám, já nejsem vůbec člověk, co by sledoval ostatní, aby se jim smál. Vím, že to spoustu lidí dělá, ale mě to fakt radost nedělá.

Máš to hezky nastavené. Snažíš se si z toho udělat co nejhezčí místo.

Jo. Fakt na tom Instagarmu trávím více času, než bych chtěla a když už tam ten čas trávím, tak chci sledovat věci, které pro mě mají nějakou hodnotu a smysl a nechci sledovat věci, které by mě mohly nějak nevím, pokrývit ten můj názor. Ale zase nechci, aby to vypadalo, že si žiju tady v nějaké bublině a všechno je jen tak, aby se mi to líbilo.

Napadá tě ještě něco k tématu soukromí, co jsme neprobraly?

Obecně mám pocit, že pořád si spoustu lidí tady tu stránku vlastně vůbec neuvědomuje, že by si tady na to měli dávat pozor. Teď tady nechci být jako někdo, kdo proti tomu bojuje. Já jsem si toho vědoma, nějak extra to neřeším, ale jsem si toho moc dobře vědoma a nezavírám před tím oči, nedělám, že vlastně tohle nemůže nikdy nikdo najít. Vím, že když tam něco dám, tak to tam bude do konce života, vím, že informace, které tam dám, může někdo použít proti mně, takže se s tím tak snažím pracovat, ale tak, aby to zase nezkreslovalo tu pravdu, snažím se najít nějaký zlatý střed. Ale přijde mi, že spousta lidí a hlavně z mladší generace... u nás je to možná i tím, že jsme generace, kdy ten Instagram není pro nás úplně až tak přirozený, začínali jsme s ním mnohem později, vidím to třeba na své 17 leté sestře, než pro generaci, pro kterou je to teď už úplně normální, tak si myslím, že my jsme k tomu ještě opatrnější, ale myslím, že generace, které přijdou po nás, hlavně ty mladší, tak s tím budou mít hodně velký problém a myslím si, že sdílí mnohem více věcí, nad kterými ani tolik nepřemýšlí. Takže do budoucna tohle bude podle mě celkem velký problém a mělo by se to mnohem víc řešit, mnohem víc by se o tom mělo mluvit. Žejjo, to ně něco, pokud se o to ty sama úplně nezajímáš, nikdo ti neřekne, třeba ve škole, rodiče, hele dávej si pozor. Myslím si, že u nás a naší generace není soukromí takový problém, protože to řešíme natolik, že to u nás není takový problém. U těch mladších generací to bude mnohem větší problém a pokud

se to nezačne mnohem víc řešit, tak z toho může být celkem průser. Ale to je i to, že ta doba jde tak strašně dopředu, že jak chceš vlastně proti tomu bojovat. Ono se to začne určitě víc řešit, ale pak zase určitě přijde nějaký jiný výmysl, který možná zase bude mnohem nebezpečnější.