

Univerzita Karlova v Praze, Fakulta humanitních studií

Bakalářská práce

Petr Skoumal

Užití internetových sociálních sítí zaměstnanci státní správy

(Případová studie z malého českého města)

Vedoucí práce: Mgr. et Mgr. Jan Beseda

Praha 2011

Prohlašuji, že jsem práci vypracoval samostatně. Všechny použité prameny a literatura byly řádně citovány. Práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 16. 9. 2011

.....
podpis

Poděkování

Děkuji Mgr. et Mgr. Janu Besedovi za cenné poznámky a odborné vedení při psaní práce. Děkuji panu tajemníkovi a všem informátorům, bez jejichž ochoty a vstřícnosti by se výzkum nemohl uskutečnit. Děkuji také nejbližším členům své rodiny za veškerou podporu, kterou mi během psaní práce dodávali.

Obsah

Abstrakt	5
Úvod	6
TEORETICKÁ ČÁST	8
Informační společnost	8
Svět sítí a intenzita sociálních vazeb (nejen) na internetu	10
Nová média a internet	14
Komunity a sociální sítě na internetu	20
Užití internetových sociálních sítí	24
Příklady internetových sociálních sítí	27
Shrnutí teoretické části	30
METODOLOGICKÁ ČÁST	31
Metoda výzkumu	31
Analýza a interpretace zjištěných dat	34
Shrnutí výzkumu	39
Závěr	40
Seznam použité literatury a jiných zdrojů	42
Příloha č. 1 – Grafy k teoretické části	44
Příloha č. 2 – Seznam informátorů	46

Abstrakt

Tato bakalářská práce je zaměřena na výzkum užití internetových sociálních sítí zaměstnanci státní správy a má dvě větší části. V první části jsou s využitím různých autorů představeny teorie a koncepty, které se vážou k tématu. V druhé části je pak popsána metodologie a vlastní výzkum. Zvolen byl kvalitativní přístup případové studie, metodou sběru dat byl polostrukturovaný rozhovor. Výzkum se pokouší charakterizovat vztah vybraných pracovníků k internetu s důrazem na užití internetových sociálních sítí. Zabývá se základním povědomím a představami zaměstnanců o těchto sítích, dále se pokouší zjistit, jaké internetové sociální sítě zaměstnanci užívají, jaké jsou účely tohoto užití a jaké klady a zápory zaměstnanci na internetových sociálních sítích spatřují. Výzkum probíhal na městském úřadě v nejmenovaném malém středočeském městě a vzorek zahrnoval celkem 8 informátorů.

Klíčová slova: informační společnost, internet, nová média, sociální sítě, společnost sítí

Úvod

V době, kdy jsme obepnuti celosvětovou sítí internetových stránek, jež na nás každodenně chrlí obrovské množství dat, se zdá být vcelku oprávněné, že současná komunikačně provázaná společnost bývá označována za „informační společnost“ či „společnost sítí“. Přestože se na těchto názvech z historického hlediska do značné míry podepsala i další (masová) média a komunikační prostředky, jeví se role internetu aktuálně jako stěžejní. Pojem sociální síť však pochopitelně zdaleka není omezen pouze na oblast internetu, nýbrž vychází z povahy současné sociální reality.

Tématem následující práce je užití internetových sociálních sítí u zaměstnanců státní správy. Tuto podobu sociálních sítí můžeme stále ještě považovat za relativně novou, současně s tím však musíme dodat, že zejména v posledních několika letech prožívají internetově zformované sítě (zejména vlivem proslulého Facebooku) skutečný rozmach. Nejde tedy o fenomén nikterak neznámý a zcela neprobádaný, i přesto je ale stále co objevovat.

Podobnou problematikou se před rokem zabývala i Jindra Pišťková, jejíž bakalářská práce pro mě byla jedním ze zdrojů informací souvisejících s tématem. Pišťková (2010) zkoumala mj. typy, respektive sílu vazeb vznikajících prostřednictvím internetové sítě Facebook. Při výzkumu jejich intenzity vycházela z Granovetterovy teorie slabých vazeb a došla k závěru, že většina vztahů mezi uživateli zmíněné sítě je spjata právě slabými vazbami. Podle Granovettera (1983) prochází informace ve společnosti řetězcem sociálních vazeb mezi lidmi a jedinec ji má možnost získat v závislosti na své pozici v sociální síti. Jelikož okruhy lidí spojených tzv. silnými vazbami (tzn. nejužší okruh blízkých přátel) se vždy alespoň zčásti překrývají, informace, jež mezi nimi obíhají, jsou stále v podstatě stejné. Proto jsou významné vazby slabé (tzn. například známí), díky nimž se můžeme dostat k novým poznatkům a skrze něž můžeme též poznat nové lidi (Granovetter 1983). Jak ukázal Granovetter (1983), tyto slabé vazby mohou hrát důležitou roli například při shánění zaměstnání.

Problematika internetových sociálních sítí je krom jiného zajímavá i proto, že ji lze nahlížet skutečně z multidisciplinárního hlediska, neboť zasahuje nejen do oblasti vlastních mediálních studií, ale též do sociologie, psychologie, antropologie a nepochybně i do ekonomie, která už s využitím tohoto typu sítí počítá při marketingových strategiích a reklamních kampaních.

Práce je rozdělena do dvou větších částí – teoretické a metodologické. V první, teoretické části jsou prezentovány a vysvětleny základní tematicky relevantní pojmy a

koncepte tak, jak o nich pojednávají různí autoři, a jsou zde rovněž stručně představeny vybrané internetové sociální sítě. Podnětným zdrojem při psaní této části mi byla McQuailova učebnice teorie masové komunikace¹, především pak pasáže pojednávající o teoriích mediálního užití a obecně o nových médiích, mezi něž lze internet, potažmo internetové sociální sítě bezpochyby zařadit. V kapitole věnující se informační společnosti pak byla mým důležitým zdrojem kniha Franka Webstera *Theories of the Information Society* (2005). Dále jsem čerpal například z Kellerových *Dějin klasické sociologie* (2007), ze zajímavé knihy *V pavučině sítí*, jejímž autorem je maďarský fyzik Albert-László Barabási (2005), z knihy Jana Jiráka a Barbary Köpplové *Média a společnost* (2003) aj. Informace jsem získával také z vybraných internetových zdrojů.

V druhé, metodologické části je potom popsán vlastní výzkum užití internetových sociálních sítí u zaměstnanců státní správy. Prvním úkolem výzkumu je pokusit se zjistit a charakterizovat vztah pracovníků státní správy k internetu a k internetovým sociálním sítím. Dalším bodem je potom vlastní specifikace užití těchto sítí. Pro výzkum byli vybráni zaměstnanci městského úřadu v nejmenovaném malém středočeském městě a zvolena metoda případové studie. Při sestavování kostry výzkumu, při volbě výzkumné strategie a při vyhodnocování získaných dat mi dobře posloužily především kniha J. Hendla *Kvalitativní výzkum* (2005) a Dismanova kniha *Jak se vyrábí sociologická znalost* (2008).

Rád bych zde ještě podotkl, že psaní této práce mě obohatilo v několika směrech. Měl jsem možnost pracovat s kvalitní a zajímavou literaturou, o níž jsem se mohl v řadě případů opírat a z níž jsem se také v mnohém poučil a mnoho dozvěděl. Měl jsem možnost spolupracovat se vstřícnými a přátelskými lidmi, kteří mi ochotně poskytli důležité a cenné informace. Měl jsem také možnost vyzkoušet si, jak obtížné je psaní delšího odborného textu. Před začátkem samotného výzkumu jsem měl lehké obavy, kolik toho budou pracovníci o problematice internetových sociálních sítí vědět a zdali vůbec budou nějaké znát. Několikrát jsem se uklidňoval tím, že i nulové zjištění je zjištění. Mé obavy se však ukázaly jako liché a

¹ Na tomto místě poznamenejme, že komunikace prostřednictvím internetových sociálních sítí zpravidla masová není, přesto však tyto sítě určité rysy masovosti mají. Za masové lze tyto sítě považovat zejména kvůli jejich širokému užívání a rozšířenosti. Dále je možné za znak masovosti pokládat například i umístování reklamy na internetové sociální sítě, což je způsob, jímž mohou inzerenti oslovit početné publikum. Podobně lze hovořit i obecně o internetu jako takovém. Přestože některé rysy masovosti jistě má (jsou naznačeny níže v textu), za klasické masové médium se nepovažuje. Jedním z důvodů je změna komunikačního modelu – zatímco pro masová média je typická komunikace vycházející z jednoho ústředí směrem k mnoha (více méně pasivním) příjemcům, v prostředí internetu spolu vzájemně komunikuje mnoho lidí (McQuail 2009, Zbiejczuk 2007). Další z odlišností pak spočívá v tom, že na podobě webu se můžeme do určité míry sami podílet. Krom toho nemusíme jeho obsah pouze pasivně přijímat, ale můžeme si ho do jisté míry personalizovat podle svého, máme větší možnost volby než u masových médií. V souvislosti s právě popsányými znaky se o internetovém prostředí také hovoří jako o tzv. webu 2.0 (Zbiejczuk 2007) (viz níže).

stal se z nich (naštěstí) pouhý předsudek. Díky výpovědím dotazovaných jsem tak mohl svůj výzkum dovést do konce.

TEORETICKÁ ČÁST

V teoretické části si nejprve vyložíme koncepcce informační společnosti, respektive společnosti sítí. Vysvětlíme si též povahu sociálních vazeb na internetu, zmíníme se o nových médiích a pojednáme o internetových komunitách. Podstatnou částí je pochopitelně i vymezení sociálních sítí včetně popisu jejich internetových podob a webových stránek, na nichž se tyto sítě sdružují a organizují. V závěru teoretické části pak představíme možnosti užití těchto stránek a uvedeme jejich vybrané příklady.

Informační společnost

Jedním z pojmů, používaných pro označování soudobé společnosti, je koncept tzv. „informační společnosti“. McQuail se ve svém *Úvodu do teorie masové komunikace*, v kapitole zabývající se mediálními teoriemi, zmiňuje o tom, že pojem v této podobě patrně „vznikl v Japonsku v šedesátých letech minulého století“ (2009: 117), přestože s myšlením v podobném konceptuálním rámci se lze setkat již dříve.

Jedním ze zásadních děl pro teorii informační společnosti je kniha Franka Webstera *Theories of the Information Society* (2005). Její autor se zde snaží nějakým způsobem definovat nově zformovanou a stále se formující společnost, jejímž základním stavebním kamenem se stává informace. Rozlišuje přitom pět základních vymezujících faktorů či východisek, jež informační společnost charakterizují. Jsou jimi technologie, ekonomika, prostor, zaměstnání a kultura (Webster 2005). Jako šestý, dodatečný faktor pak Webster (2005) uvádí soudobý způsob života, jakousi reflexi toho, jak žijeme.

Pro informační společnost je typický rozvoj nových informačních a komunikačních technologií, známých pod zkratkou ICT (z anglického „information and communication technologies“). Sem patří zejména počítače, různé mikročipy, internet aj. Webster (2005) však upozorňuje, že informační společnost nelze posuzovat jen podle toho, kolik lidí tyto nové technologie využívá, neboť určité druhy technologií používá jakákoli společnost. Technologii Webster považuje za integrální součást libovolné společnosti (2005).

Z ekonomického hlediska podle Webstera (2005) dochází v informační společnosti k tomu, že informaci bývá často přisuzována především ekonomická, vyčíslitelná hodnota. Oblast ekonomie se tedy do jisté míry stává na informacích závislou a z informací se čím dál více stává zboží, obchodní komodita. Proti tomuto ovšem Webster (2005) namítá, že ekonomická, číselná hodnota informace nemusí vždy být hodnotou nejvyšší. Je třeba též rozlišovat mezi kvantitou a kvalitou informací (Webster 2005).

Při prostorové definici informační společnosti klade Webster (2005) důraz zejména na informační sítě a jejich rozmístění. V důsledku současného rozšíření těchto sítí a jejich propojenosti dochází ke změně v pojmání času a prostoru. Můžeme se domnívat, že časoprostorové hranice jsou v informační společnosti bourány. V souvislosti s tím můžeme též mluvit o „sdrátované společnosti“ („wired society“) (Webster 2005). K tomu je však nutné dodat, že komunikační sítě jako takové nejsou v soudobé společnosti ničím převratným (Webster 2005). Již desítky let totiž existují telefony či pošta. (Nejen) z tohoto důvodu pak pro Webstera (2005) zůstává otázkou, proč se o informační společnosti začíná mluvit až v poslední době. Zde je možné znovu odkázat na nové typy technologií.

O oblasti zaměstnání Webster (2005) píše, že pro současnou společnost je typická převaha informačních pracovníků. Hlavními rysy nové společnosti jsou především rozvoj sektoru služeb a převaha práce založené na informacích namísto dříve dominantního sektoru výroby, popřípadě zemědělství. McQuail doslova píše, že „teoretické znalosti (vědecké, odborné, založené na údajích) se staly klíčovým faktorem ekonomiky a dnes jsou významnějším zdrojem bohatství než vlastnictví továren a půdy“ (2009: 117). V tomto smyslu je pak tedy možné mluvit o době postindustriální. Webster (2005) pak ve spojitosti s tím zmiňuje pojem „new class“ (nová třída), do níž patří zejména intelektuálové a technicky zdatní jedinci.

Kulturní aspekt informační společnosti se týká významu rostoucího množství informací ve společenském oběhu. Vlivem toho, že média a komunikační technologie jsou v dnešní době všudypřítomné, dochází k jakési informační přesycenosti (Webster 2005). Informace na nás tudíž působí čím dál více. Krom toho jsou také dostupnější než kdykoli předtím. Principem života v dnešní společnosti je přijímání a výměna informací o všem možném (Webster 2005). Informace o sobě samém poskytuje jedinec například i svým stylem oblékání (Webster 2005).

Pro srovnání přidejme ještě pár řádků z McQuaila (2009), jenž se o informační společnosti vyjadřuje podobně jako Webster (2005). Píše totiž, že pro novou společnost je charakteristický „exponenciální růst produkce a toku informací všeho druhu“ (McQuail 2009:

118), který je umožněn zejména díky rozvoji elektronických, digitálních počítačových a komunikačních technologií, jež by bylo možno nazvat „komputerizací“. Rychlost šíření informací a jejich relativně snadná dostupnost pak může ústít v problém informační přesytenosti. Informací je najednou moc a lidé je nedovedou efektivně zpracovat, použít nebo i jen přijmout. Dalšími důsledky, plynoucími z povahy informační společnosti, jsou podle McQuaila (2009) mimo jiné i globalizační tendence, ztráta soukromí a také menší časové a prostorové omezení v komunikaci.²

McQuail také upozorňuje na zajímavý fakt, že teoretikové informační společnosti nejčastěji uvažují v ekonomické, sociologické, geografické a technologické rovině a opomíjejí zmínit rozměr kulturní, přestože „vzestup informační kultury, která se šíří do všech aspektů každodenního života, lze dokázat snadněji než samotnou skutečnost informační společnosti“ (2009: 120). Viděli jsme, že Webster (2005) na kulturní aspekt nezapomíná.

Svět sítí a intenzita sociálních vazeb (nejen) na internetu

Jako alternativní označení k pojmu „informační společnost“ se v literatuře objevuje termín „společnost sítí“. Za jednoho z průkopníků tohoto pojmu je považován španělský sociolog Manuel Castells, jehož pojetí síťové společnosti s konceptem informační společnosti souvisí. Castells (2000) píše, že rychle se rozvíjející informační a komunikační technologie způsobují vznik globální společnosti, v níž vládne síťová logika, která je významně ovlivněna právě novými technologiemi. Popisuje-li tedy Castells síťovou společnost, má na mysli především komunikační propojenost, umožňující rychlé šíření informací. Takto propojené sítě se pak stávají novou formující jednotkou současné společnosti (Castells 2000). Castells (2000) dokonce hovoří o informačně-technologické revoluci. Zmiňuje se také o tom, že v novém věku často dochází k vytváření jiné identity člověka, která je spojena s popularizací internetové kultury, pro niž je mimo jiné typická počítačem zprostředkovaná komunikace, interaktivita médií a s tím související nové formy zábavy (Castells 2004).

Z dalších autorů se problematice sítí v nejrůznějších oblastech se věnuje například Albert-László Barabási v knize s názvem *V pavučině sítí* (2005). Z českých autorů nám

² Zde se nám nabízí srovnání s metaforickým pojmem „globální vesnice“, jehož autorem je kanadský mediální teoretik Marshall McLuhan (1991). Chtěl jím vyjádřit změny související s rozvojem médií a komunikačních technologií, v jejichž důsledku se svět stane prostředím, ve kterém jsou si všichni blízcí. Na podobnou souvislost poukazují i Jiráková a Köpplová a dodávají, že odcizení a izolace jedince, považované za rysy dřívější společnosti, již v současnosti „nejdou možné a veškeré informace jsou vysoce demokratizované, totiž dostupné všem“ (2003: 197). Toto tvrzení je však třeba podrobit jisté kritice, neboť musíme mít stále na paměti, že přístup k rozvinutým komunikačním prostředkům zdaleka nemají všichni lidé ve všech společnostech.

zajímavý náhled na současné síťové uspořádání společnosti nabízí sociolog Jan Keller v úvodních a závěrečných pasážích své knihy *Dějiny klasické sociologie* (2007).

Moderní doba podle Kellera prošla překotným vývojem, v němž nechyběly krize.³ První fáze modernity je označena jako „omezeně liberální“ a spadá do období konce 18. a prvních dvou třetin 19. století. Pro tuto dobu je typická vykořeněnost lidí, již prožili průmyslovou a politickou revoluci. Druhou fází představuje tzv. „organizovaná modernita“, která začíná s koncem 19. století a rozvíjí se v prvních dvou třetinách století dvacátého. Jejím hlavním rysem jsou výrazné strukturální změny, zejména potom byrokratizace společnosti. Třetí a pro nás klíčovou fází, probíhající od poslední čtvrtiny 20. století až do současnosti, je podle Kellera „nástup světa sítí“ (2007).

Sítě Keller definuje jako „soustavy tvořené nezávislými uzly, mezi nimiž může být střídavě navazováno a opět rušeno spojení“ (2007: 397), přičemž uzly jsou „tvořeny jednotlivci či skupinami a spojení mezi nimi může mít podobu vztahů mocenských, ekonomických, informačních, ale též jen čistě sociálních, jako je tomu v případě sítí ryze přátelských“ (2007: 379-398).^{4,5}

Právě na základě nejrůznějších přátelských, (popřípadě příbuzenských) vztahů jsou po mém soudu většinou formovány i sociální sítě na internetu, k čemuž ostatně dospěla i Píšťková (2010). V souladu s jejími zjištěními zde však pochopitelně vyvstává otázka intenzity sociálních vazeb v rámci takto ustavených sítí. Internetové sociální sítě se mohou zformovat buď na základě již existujících vazeb v lidském off-line životě, nebo mohou vznikat zcela nové vazby a sítě, což je umožněno střetáváním se s jinými subjekty v životě on-line⁶, anebo může jít o kombinaci obou těchto principů. Takto ustavené struktury se potom sdružují na webových stránkách, pro něž se shodně používá termín „internetové sociální sítě“. V českém prostředí patří mezi ty nejznámější například Facebook, Lidé.cz, Spolužáci.cz, či Twitter (podrobněji si je představíme níže).

³ Keller podotýká, že při své periodizaci modernity vychází z prací německého sociologa Petera Wagnera, konkrétně z jeho děl *Soziologie der Modern* (1995) a *A History and Theory of the Social Sciences* (2001).

⁴ *Velký sociologický slovník* (1996) definuje sociální síť jako množinu sociálních subjektů propojených směnnými vztahy, přičemž subjekty jsou uzlovými body sítě, vztahy jsou vyjádřeny spojnicemi bodů.

⁵ Píšťková (2010) používá v zásadě totožnou definici, dodává však ještě, že nejnižší možný počet uzlů v síti je tři, mezi nimiž jsou dvě vazby. Jedná-li se o jednu vazbu mezi dvěma uzly, hovoříme o vztahu.

⁶ Opozice on-line a off-line života či světa je zde užitá namísto opozice života či světa virtuálního a aktuálního, již lze v některé literatuře rovněž nalézt. Označení „virtuální“ může být matoucí, neboť svádí k myšlení o věcech pouze v rovině „jakoby“ a opomíjí tak reálné dopady on-line života na život off-line. V souladu s tím je tedy i často používané spojení „virtuální realita“ kontradikční (Knorr 2006).

Píšťková svou práci uzavírá tím, že na zkoumané sociální síti Facebook v zásadě převažují vazby slabé⁷, a proto navrhuje označit je spíše za vztahy kamarádů a známých nežli za vazby v přísném slova smyslu přátelské, jedná se zde totiž především o spolužáky ze základní, střední, eventuálně vysoké školy, o známé z okolí bydliště, kolegy, rodinné příslušníky či o osoby s podobnými zájmy (2010). Domnívám se, že s tímto jejím názorem lze souhlasit, avšak o tom, zdali to platí i pro vybrané zaměstnance státní správy, nám více prozradí až výsledky samotného výzkumu.

Ale zpět ke Kellerovi. Podle něj jsou sociální sítě „prastarou formou sociální organizace, neboť jednotlivci i skupiny se v různých dobách spojovali do více či méně přechodných uskupení bez pevné hierarchické struktury“ (2007: 398). Sítě jsou „nehierarchickým, zcela rovnostářským uspořádáním, v jehož rámci má každý z účastníků naprosto stejné právo navazovat kontakty s kýmkoli druhým a udržovat je po tak dlouhou dobu, po kterou je daný kontrakt výhodný“ (Keller 2007: 35). Nejenže jsou tedy vazby v (zejména novodobých) sociálních sítích povětšinou slabé, jsou navíc rovnostářské, a jsou také, jak píše Keller, poněkud nejisté co do jejich délky trvání, neboť účastníky lze v rámci jednotlivých sítí snadno zaměnit, respektive je z těchto sítí vyloučit (2007).

Primární oblastí vzniku sítí dnešní podoby je oblast ekonomiky, kde tato pružná, pohyblivá a proměnlivá uskupení postupně nahrazují zastarávající byrokratizované organizace.⁸ Keller ovšem podotýká, že „z oblasti ekonomiky se síťové uspořádání šíří i do jiných sfér společenské reprodukce, a to včetně oblasti sociální“ (2007: 35).

To vše jsou určitě zajímavé a neopominutelné vlastnosti sociálních sítí, které prý za určitých okolností mohou dokonce způsobit „podobnou historickou revoluci, jakou bylo nahrazení tradiční společnosti společností moderní“ (Keller 2007: 36). Jestliže by k tomuto došlo, stáli bychom nyní podle Kellera na skutečném počátku doby postmoderní (2007).

Keller dále pokračuje tvrzením, že i přes svou výhodnou přizpůsobivost mají soudobé sociální sítě oproti dřívějším, hierarchicky uspořádaným organizacím řadu nevýhod: jsou jimi především „problémy s koordinací funkcí, s rozdělením zdrojů na dosahování dílčích cílů, se zvládáním komplexnějších úloh“ (2007: 398). Podle Kellera je však pravděpodobné, že se

⁷ Jak již bylo zmíněno v úvodu, Píšťková pracuje s Granovetterovou teorií síly slabých vazeb. Tuto teorii přehledně popisuje i Barabási (2005: 46-49).

⁸ Toho, že se v ekonomice začal prosazovat princip sítí, si všimá i Barabási, který zmiňuje zejména početné fúze větších či menších firem v Americe na konci devadesátých let 20. století. Současnou ekonomiku pak doslova nahlíží jako „komplexní síť, jejímiž uzly jsou společnosti a jejíž vazby představují rozličná ekonomická a finanční pouta, která je spojují“ (Barabási 2005: 192). „Společnosti nikdy nepracují osamocně. Spolupracují s jinými institucemi a přejímají podnikatelské strategie, které se osvědčily v jiných organizacích“ (Barabási 2005: 194).

díky rozvoji informačních a komunikačních technologií podaří sítím tyto problémy překonat, což se potvrdilo v posledních desetiletích 20. století (2007).

Zastánci síťového uspořádání světa zdůrazňují zejména svobodu, již sítě svým účastníkům přinášejí, čímž představují další krok k otevřené společnosti. Kritici sítí naopak vypichují nejistotu a problémy s utvářením identity, jimž musejí jedinci v proměnlivém světě čelit. Na základě těchto protichůdných názorů, z nichž oba vystihují určitou část povahy dnešní doby či společnosti, pak Keller označuje svět sítí za „ambivalentní“ (Keller 2007).

Keller vyslovuje též názor, že „sítě jsou výrazem nového vzestupu ničím nebrzděného individualismu“ (2007: 429). Pro současnou dobu je podle něj typické, že „individua hájí své bezprostřední a krátkodobé zájmy“ (2007: 429), aby maximalizovali svou úspěšnost. Ta je přitom sice zdánlivě podmíněna vyvázáním se z klasických institucionálních vazeb typu rodiny, místní pospolitosti či státu, ve skutečnosti jsou však právě tyto instituce pro jedince stále důležité a dodávají mu pocit sociální integrity. Navíc v nich „dochází k původní akumulaci osobního kapitálu, který pak může být v sítích zhodnocován“ (Keller 2007: 429) Vidíme tedy, že z pohledu jedince nemá současné síťové uspořádání světa na roli klasických institucí v jeho životě fakticky žádný velký vliv. Z celkového pohledu lze však říci, že je pozice těchto institucí v porovnání s dřívější dobou oslabena.

I přesto ale Keller upozorňuje, že sítě nejsou produktem tohoto oslabení, nýbrž vznikly právě jako projev již zmíněné individualizace (2007). Individua však nezůstávají osamocena, nýbrž jsou neustále opakovaně rozpojována a znovu spojována a utvářejí, zdá se mi, ani ne tak čím dál více nových sítí, jako spíše shluky menších sítí v rámci celého globalizovaného síťového světa. V tomto smyslu tedy můžeme hovořit o planetární síti, jež ve svých různých úrovních zahrnuje jedince, skupiny, regiony, státy a kontinenty.

Podobně, avšak metaforičtěji, se vyjadřuje i Barabási, který poukazuje na to, že „nás všechny pojí vlákna mezilidských vztahů“ (2005: 12), v důsledku čehož se celý náš vesmír podobá komplexní, propletené pavučině či skládačce, v níž „vše je spojeno se vším ostatním“ (2005: 14). „Každý z nás je součástí (...) celosvětové sociální sítě, z níž nikdo nemůže uniknout. Neznáme všechny lidi na planetě, ale je jisté, že v této lidské pavučině existuje spojnice mezi každými dvěma z nás“ (Barabási 2005: 24-25).⁹

⁹ Jak dokázali maďarští matematici Erdős a Rényi, stačí k tomu, aby na jeden uzel připadala v průměru jedna vazba, tedy aby jedna osoba měla průměrně alespoň jednu známost. Odhaduje se přitom, že 1 člověk zná jménem něco mezi 200 a 5 000 lidmi. Podle jedné z teorií je potom na světě každý od každého oddělen průměrně 6 lidmi. Za autora této teorie, známé jako šest stupňů odloučení, je považován maďarský spisovatel Frigyes Karinthy (Barabási 2005).

Nová média a internet

Vznik tzv. nových médií rozhodně neznamená zánik těch starých, mezi něž řadíme především média masová, tedy televizi, rozhlas a tisk. Internet jsme však v úvodu automaticky zařadili právě mezi média nová. Představíme si tedy nyní jejich hlavní rysy, přičemž budeme převážně čerpat opět z McQuaila (2009), ale také například z knihy Jana Jiráka a Barbary Köpplové *Média a společnost* (2003) aj.

McQuail (2009) píše, že „výraz nová média se používá od šedesátých let 20. století a zahrnuje stále širší a rozmanitější soubor komunikačních technologií“ (2009: 50). S tím pochopitelně vzrůstá i obtížnost jejich exaktního vymezení. Za hlavní znaky nových médií však McQuail považuje „jejich vzájemné propojení, přístupnost pro individuální uživatele jako odesílatele i příjemce, interaktivitu, rozmanité způsoby použití a otevřený charakter, všudypřítomnost a decentralizaci“ (2009: 50).¹⁰ Jirák a Köpplová (2003) užívají v zásadě synonymického pojmu „síťová média“, oproti McQuailovi však zdůrazňují i jiné aspekty: Tato média jsou podle nich „schopna vytvářet nové sociální vztahy tím, že slouží k propojení mnoha bodů s mnoha dalšími body a konstituují tak vztahovou a komunikační síť, přičemž všechny body, které do ní patří, se mohou dostat do role jak podavatelů, tak příjemců“ (Jirák a Köpplová 2003: 22-23).

Pro nová média je dále charakteristické využití satelitní komunikace a počítačů, což umožnil zejména proces digitalizace¹¹, tedy ukládání, zpracovávání a rychlý přenos dat převedených do binárního kódu jedniček a nul.

Pod označením „nová média“ si tedy patrně každý z nás na prvním místě představí internet. McQuail (2009) vymezuje internet jako „celosvětový systém vzájemně propojených sítí využívající telekomunikační infrastrukturu“ (2009: 566). Tento systém „podporuje mnoho typů komunikačních výměn založených na počítačích“ (McQuail 2009: 566) a umožňuje „nahlížení do databází a internetových stránek, interakce v podobě rozhovorů, elektronické

¹⁰ Decentralizací se zde myslí to, že komunikace prostřednictvím nových médií nevychází z nějakého středu (centra společnosti) a neproudí ani směrem shora dolů. Komunikace v rámci nových médií tedy není ani centralizovaná, ani vertikální, nýbrž decentralizovaná.

¹¹ V souvislosti s digitalizací se v současnosti někdy mluví též o tzv. „digitálním předělu“ (digital divide) a například Eszter Hargittaiová (2004) užívá pojem „digitální nerovnost“ (digital inequality). Oba výrazy mají podobný význam a označují „různé nerovnosti vzniknuvší v důsledku rozvoje počítačových digitálních prostředků komunikace“ (McQuail 2009: 563) Příčinou těchto nerovností může být například nedostupnost nákladného komunikačního vybavení či závislost na rozvinuté infrastruktuře. Zejména pro starší lidi pak může být obtížné osvojit si komunikační dovednosti potřebné například pro práci s internetem. To nás pak může vést k možná trochu paradoxnímu názoru, že namísto mizení informačních nerovností se tyto nerovnosti v době, kdy lze hovořit o informační společnosti, spíše zvětšují. Ve spojitosti s tím pak McQuail (2009) dále odkazuje na starší pojem „vědomostní propast“ (knowledge gap), jenž má podobný význam, avšak vztahuje se spíše k typickým masovým médiím.

pošty (...), elektronického obchodování a finančních transakcí“ (McQuail 2009: 566). McQuail též neopomíjí zmínit, že internet dnes „postupně přebírá mnohé funkce tradičních masových médií, například inzerci, zpravodajství a informace“ (2009: 566).

Abychom však upřesnili závěrečnou část této definice, dodejme, že internet si neklade za cíl nahradit či dokonce vymýtit tzv. stará média, nýbrž je spíše jejich vhodným doplňkem, ba pomocníkem. Mnoho televizních kanálů, rozhlasových stanic, novin a časopisů má již dnes své internetové verze, jež přispívají k rozšíření daného média u publika a současně s tím též otevírají prostor pro již zmíněnou inzerci, která tvoří podstatnou (a v případě komerčních médií nejdůležitější) část příjmů mediálních vysílatelů. Přechod od analogového k digitálnímu vysílání navíc umožnil šířit signál většímu množství televizních a rozhlasových stanic i prostřednictvím set-top boxů připojených k televizním přijímačům. Toto vše pak můžeme zařadit pod pojem „nová média“.

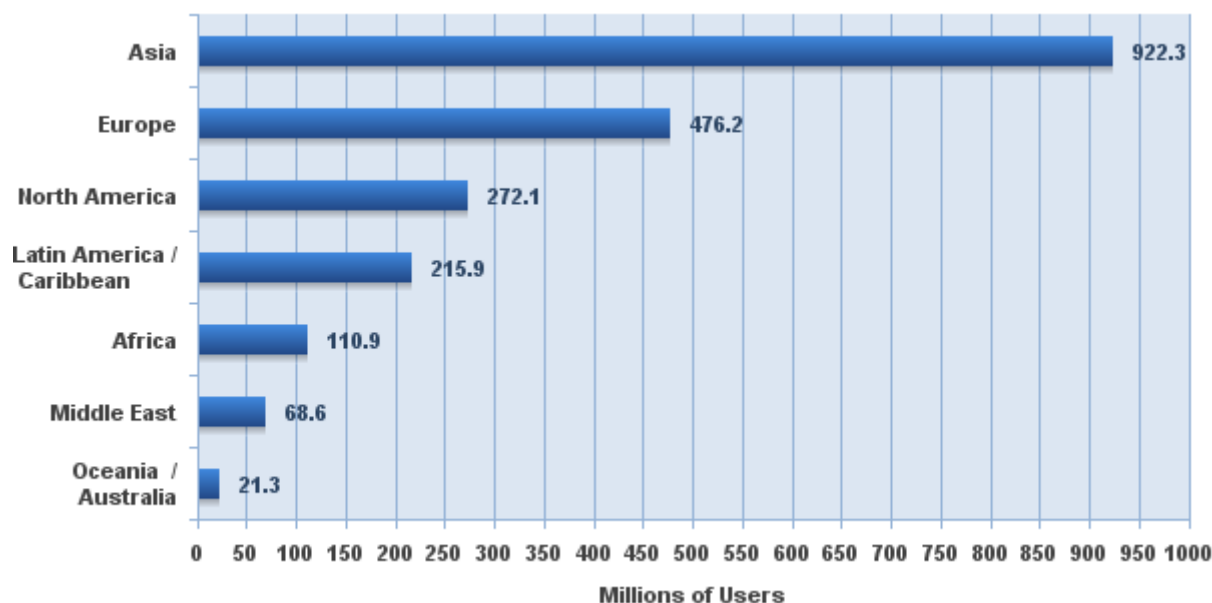
Tomuto pojmu se hlavně televizní stanice přizpůsobují například upravováním podoby diskusních či zpravodajských pořadů, v nichž se prostřednictvím nejmodernějších komunikačních technologií snaží jednak o co nejrychlejší přenos čerstvých zpráv, jednak též o co možná nejpřímější interakci s divákem, jenž se díky tomu může stát v podstatě přímým aktérem vysílaného pořadu, aniž opustí pohodlí svého domova.

Vraťme se však k internetu. Je už dnes poměrně známo, že původně vznikl jako komunikační prostředek vědců pracujících pro armádu USA. Světlo světa spatřil v roce 1969, tehdy pod názvem ARPA-net. „Jeho původní cíle nebyly nijak rozsáhlé. ARPA [zkratka Agentury pro pokročilé výzkumné projekty v Pentagonu – pozn.] chtěla dát vědcům pracujícím na vojenských kontraktech možnost, aby v různých oblastech USA spojili své prostředky a mohli se tak dělit o nákladné vybavení, které používali“ (Giddens 1999: 387).¹² Následně však „její tvůrci vymysleli způsob posílání vzkazů elektronickou poštou čili e-mail“ (Giddens 1999: 387). Tak bylo možné posílat zprávy „přímo od jednoho počítače k druhému anebo k mnoha jiným bez jakékoli časové ztráty, neboť spojení nastává okamžitě“ (Giddens 1999: 387).

Z uzavřeného armádního prostředí postupně internet pronikl na americké univerzity, kde se k němu připojili další lidé a začali ho využívat k vlastním účelům. Vymýšleli však také různé inovace a nové programy, jež umožňovaly například účastnit se diskusí či lépe zpracovávat výzkumná data. Giddens píše, že „v roce 1987 už bylo na internet napojeno 28 tisíc počítačů na nejrůznějších univerzitách a ve výzkumných laboratořích“ (1999: 387).

¹² Proces zrodu internetu včetně jeho fungování od počátků detailně popisuje i Barabási (2005: 141-156).

Spolu s rozšířením osobních počítačů se pak již internet šířil z akademického prostředí do domácností a vstoupil, řečeno Giddensovými slovy, do „fáze explozivního růstu“ (1999: 387), v níž „neuvěřitelné množství lidí (...) po celém světě začalo na internet umisťovat různé on-line služby, elektronické diskusní kluby, softwareové knihovny apod.“ (Giddens 1999: 387-388). V roce 1994 pak podnikatelská sféra vystřídala univerzity v pozici dominantního uživatele internetu. Zajímavý je i údaj o rychlosti šíření, jenž prozrazuje, že od roku 1985 rostl počet internetových uživatelů každoročně asi o 200 %. (Giddens 1999). Přestože se toto tempo postupně snižuje (viz obr. 2), vyslovuje McQuail (2009) domněnku, podle níž se internet během poloviny příští generace stane podobně rozšířeným jako televize či telefon. Podle *Wikipedie* měl internet na konci roku 2010 po celém světě již více než 2 miliardy uživatelů.¹³ O podobném počtu vypovídají i údaje z konce března 2011.¹⁴

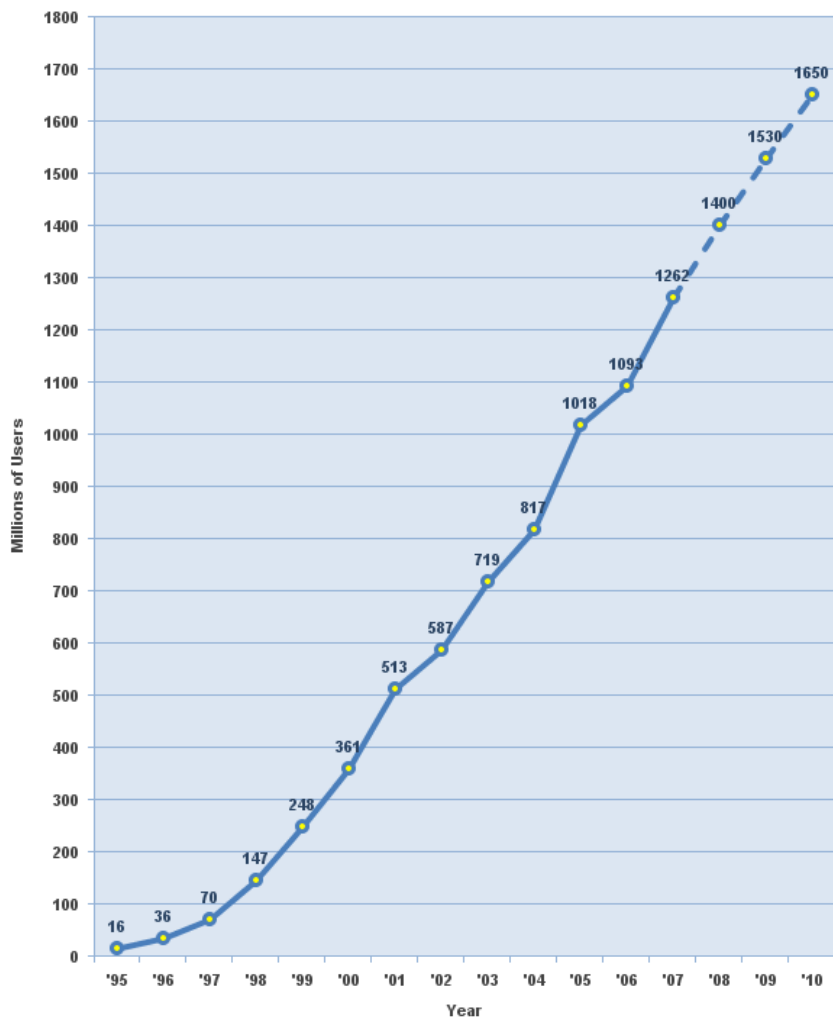


Obr. 1 – Počet uživatelů internetu podle geografických regionů (březen 2011)

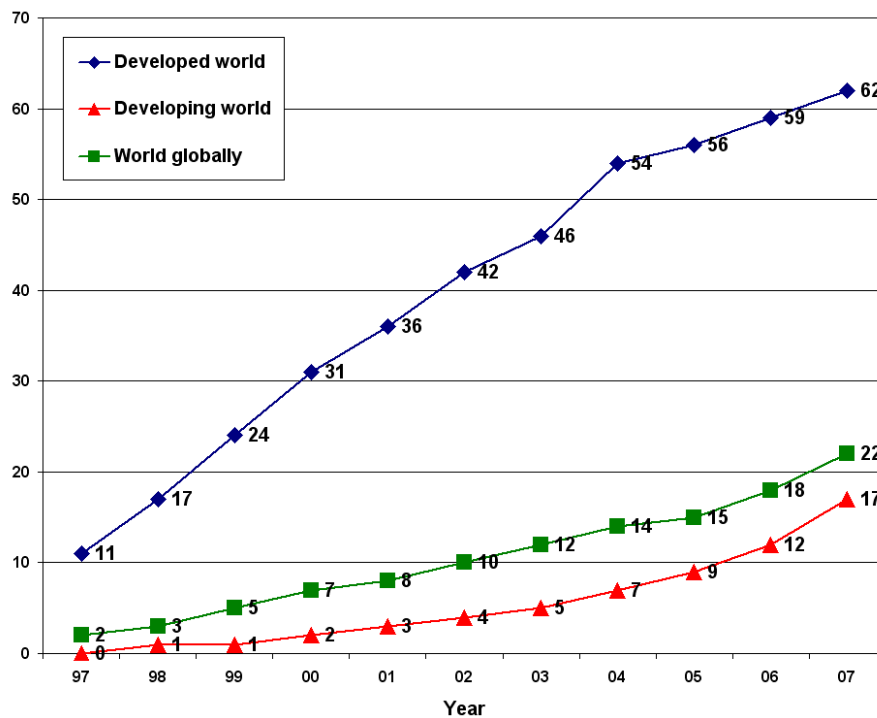
(zdroj: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>, cit. 12. 7. 2011)

¹³ <http://cs.wikipedia.org/wiki/Internet> (cit. 2. 7. 2011)

¹⁴ <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (cit. 12. 7. 2011)



Obr. 2 – Nárůst počtu uživatelů internetu po celém světě mezi lety 1995 a 2010
(zdroj: <http://www.internetworldstats.com/emarketing.htm>, cit. 12. 7. 2011)



Obr. 3 – Počet internetových uživatelů na 100 obyvatel mezi lety 1997 a 2007
(zdroj: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Internet>, cit. 2. 7. 2011)

V roce 2010 se pak Finsko stalo první zemí, v níž mají lidé podle zákona nárok na přístup k internetu.¹⁵ Dřívější výzkumy provedené ve Spojených státech a v 15 zemích Evropské unie ukazují, že nejčastějšími uživateli internetu jsou vzdělaní, bohatí a mladí lidé, spíše přitom muži (Hargittaiová 2004). Není rovněž překvapením, že největší uživatelskou základnou disponují bohaté země (Hargittaiová 2004). Zejména (avšak nejen) co se týče mužské převahy, to ale již dnes může být jinak, což souvisí jednak s dynamicky rostoucím počtem uživatelů internetu, jednak též s klesající cenou za připojení.

Barabási píše, že internet je „jedna z vůbec největších sítí vytvořených člověkem“ (2005: 36). Jejými „uzly jsou webové stránky, na nichž najdete všechno (...). Cokoli se dá napsat, nakreslit nebo vyfotografovat, je už s velkou pravděpodobností v nějaké podobě umístěno na některém webovém uzlu“ (Barabási 2005: 36). Tyto uzly pak podle Barabásiho „drží předivo naší moderní informační společnosti pohromadě“ (2005: 36). „Internet je na přelomu tisíciletí nejrychlejší a nejefektivnější způsob, jak se dostat k největšímu počtu lidí“ (Barabási 2005: 12).¹⁶

Na internetu je dále zajímavé to, že jako celek nikomu konkrétnímu nepatří a zároveň v určitém smyslu patří všem. „Internet nevlastní, neprovozuje ani neorganizuje žádný konkrétní orgán, protože se jedná pouze o mezinárodně propojenou síť počítačů pracujících na základě shodného protokolu“ (McQuail 2009: 52). V podobném duchu se vyjadřují i Jirák a Köpplová, když píší, že internet (jimi metaforicky označovaný za „sít' sítí“) „nemá žádného konkrétního vlastníka, žádnou jednotnou organizaci, žádnou danou a rozvíjenou strukturu ani žádná významná (a úspěšně prosaditelná) regulační opatření“ (2003: 196-197). Takto volně internet funguje od roku 1995, kdy se jeho správcovství vzdal americký Národní vědecký fond. Každý dnes může libovolně přidávat „uzly a vazby bez jakéhokoli povolení od centrální autority“ (Barabási 2005: 146). „Tato politika volného přístupu s sebou však přinesla i neočekávaná nebezpečí“, píše Barabási (2005: 151), jenž si uvědomuje, že „několik dobře vycvičených crackerů¹⁷ by dokázalo síť zlikvidovat během třiceti minut odkudkoli na světě (2005: 152). Takové nebezpečí však nepochází od běžných crackerů, ti nemají na likvidaci internetu zájem. Zničit internet (patrně prostřednictvím šíření virů) se ale prý „může stát cílem zločineckých států a teroristů“ (Barabási 2005: 152).

¹⁵ <http://cs.wikipedia.org/wiki/Internet> (cit. 2. 7. 2011)

¹⁶ Barabási společně s Albertovou a Jeongem došli v roce 1998 ke zjištění, že kterékoli 2 uzly na webu jsou od sebe v průměru vzdáleny 19 kliknutí (Barabási 2005).

¹⁷ Barabási používá slovo cracker k „označení jedinců, kteří využívají své znalosti k tomu, aby pronikli do počítačových systémů se zločinnými úmysly, například aby je vyřadili z provozu nebo způsobili jinou škodu“ (2005: 116). Naproti tomu termín hacker má prý pozitivní význam a označuje jednotlivce, kteří využívají své vynikající počítačové schopnosti ke zkoumání internetu, přičemž neškodí jiným počítačům ani uživatelům (Barabási 2005).

Přestože tedy v souvislosti s internetem nemůžeme mluvit o žádném jeho majiteli, jsme jeho majiteli do určité míry všichni. Pomineme-li technologická a ekonomická omezení, je toto tvrzení podepřeno jednak v zásadě svobodným přístupem k internetovým stránkám, jednak též tím, že můžeme vlastnit například e-mailové schránky, různé registrované účty apod. Dále se nám také nabízejí četné možnosti sebe prezentace na internetu. O tom, že jsou tyto možnosti poměrně hojně využívány, svědčí kupříkladu rostoucí počet tzv. blogů¹⁸ a rovněž velký rozmach internetových sociálních sítí, které jsou tématem této práce. Nahlížíme-li tedy internet takto, můžeme se považovat za jeho částečné tvůrce či autory. Ve spojitosti s tím se začal používat pojem prozument, jenž označuje konzumenta, který je zároveň výrobcem (producentem) nebo alespoň svou spoluprací produkci výrazně ovlivňuje.¹⁹ Naši aktivitou (přispíváním do diskusí, zakládáním osobních profilů, nahráváním fotografií, vytvářením vlastních webových stránek apod.) se totiž na podobě a struktuře internetu značnou měrou podílíme.

Tyto znaky jsou charakteristické pro tzv. web 2.0. Web 2.0 se vyznačuje změnou komunikačního modelu, jenž je odlišný od masové komunikace. Informace zde neproudí z jednoho nadřazeného zdroje směrem k velkému počtu masových uživatelů, nýbrž spolu komunikuje mnoho jednotlivců, kteří si informace předávají navzájem. S tím je dále spjat proces demasifikace a právě zmíněné rozmlžení hranice mezi autorem a čtenářem a vytváření obsahu koncovými uživateli. (Zbiejczuk 2007). Pro prostředí webu 2.0 je rovněž významná jeho neustálý dynamický vývoj a změna (Zbiejczuk 2007). Kromě internetových sociálních sítí, blogů a jiných možností sdílení videí, fotografií apod. patří k typickým aplikacím webu 2.0 také tzv. wiki systémy (wiki znamená v havajštině rychle), jež komukoli umožňují okamžitě upravovat obsah určité stránky. Nejznámějším (avšak ne jediným) takovým systémem je encyklopedie *Wikipedie* (Zbiejczuk 2007).

K možnostem sebe prezentace v záplavě webových stránek však Barabási poznamenává: „Ano, všichni máme právo umístit na web, cokoli se nám zachce. Ale všimne si toho někdo?“ (2005: 62). Uvažujeme-li o nejznámější internetové sociální síti současnosti, Facebooku, je šance na zviditelnění skrze ni poměrně vysoká, neboť tato stránka v rámci celého internetu patří v porovnání s ostatními jednoznačně mezi ty nejviditelnější, nejnavštěvovanější. Kromě běžného užívání jednotlivců jsou proto její služby často využívány

¹⁸ Blogy jsou stránky, na nichž lze prezentovat vlastní názory ať už formou textu či obrazu. Blogy bývají též opatřeny diskusními fóry, kde můžeme popřípadě konfrontovat naše názory s názory jiných. To je pak jedním z principů interaktivity nových médií.

¹⁹ Definice převzatá ze slovníku cizích slov ABZ.cz (<http://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/prozument>, cit. 17. 8. 2011) Termín pochází z osmdesátých let 20. století a jeho autorem je futurolog Alvin Toffler. Originální anglická verze pojmu – prosumer – je složeninou slov producer a consumer.

ke komerčním účelům menšími i většími firmami, známými osobnostmi, sportovními kluby apod. Stránka Facebooku představuje tzv. centrum, tedy síťový uzel, který je na základě popularity hojně navštěvovaný a k němuž vede velké množství odkazů (Barabási 2005).²⁰

Uzavřeme tuto část konstatováním, že nová média (respektive internet jako takový) podstatným způsobem ovlivnila komunikaci, a to prakticky ve všech jejích formách. Díky nim se totiž začaly rozvíjet nové a „rozmanité komunikační aktivity, od interpersonálních (...), přes skupinové (nejrůznější diskusní kluby, chaty a konference) po skutečně veřejnou komunikaci“ (Jirák a Köpplová 2003: 197). V tomto smyslu lze pak internet chápat nikoliv jako klasické médium, ale spíše jako „prostředí, v němž se mohou realizovat nejrůznější typy komunikace“ (Jirák a Köpplová 2003: 197) a v němž se zároveň „nacházejí ekvivalenty všech médií, jak je známe doposud od deníků, přes časopisy po rozhlasové a televizní vysílání“ (Jirák a Köpplová 2003: 197).

Komunity a sociální sítě na internetu

S problematikou nových médií a internetových sociálních sítí souvisí i nový fenomén, a sice formování on-line komunit. Dříve se komunita chápala jako „soubor lidí, které spojovalo určité místo (nebo jiný omezený prostor), identita a jisté normy, hodnoty a kulturní postupy“ (McQuail 2009: 161). Takto pojatá komunita, je obvykle skupinou tak malou, že se její členové „vzájemně znají a mohou navazovat vzájemné vztahy“ (McQuail 2009: 161). Zároveň „komunita tohoto typu obvykle vykazuje určité rysy diferenciací postavení jednotlivých členů, neformální hierarchie a určitou formu organizace“ (McQuail 2009: 161).

Nahlédneme-li krátce opět do Kellera (2007), můžeme ještě přidat pár dalších znaků komunity v tradičním slova smyslu: Tradiční místní komunita (v sociologickém diskurzu označovaná též jako pospolitost) byla podle něj „synonymem pro sociální vazby vyznačující se dokonalou kohezí a velice silným kladným afektivním nábojem, hlubokými a trvalými osobními vztahy provázenými odměňující intimitou“ (Keller 2007: 395). Současně s tím byla takováto komunita „vnímána jako pravzor těch institucí, které dokáží tlumit nejistoty a přirozeně pojišťují své členy před všemožnými riziky existence“ (Keller 2007: 396). „V tomto smyslu“, píše Keller, pak komunita „působí jako jeden z modelů sociálního zajištění, jež si vzájemně poskytují všichni členové“ (2007: 396). Tradiční komunitu Keller považuje za

²⁰ Takovýto výběr uzlu, k němuž se připojíme, se nazývá preferenční připojování a představuje jeden ze dvou základních principů fungování reálných sítí. Druhým principem je potom samovolný expanzivní růst sítí, kdy „každá síť začíná z malého zárodku a rozrůstá se přidáváním nových uzlů“ (Barabási 2005: 89).

jednu z předchůdkyň – jakousi praformu (nikoliv ovšem v přísném slova smyslu, spíše jen coby předcházející vývojové stadium) – sítí dnešního světa a za její prototyp považuje velkou patriarchální rodinu (2007).

Naproti tomu McQuailova představa internetové či on-line komunity²¹ spočívá v tom, „že libovolný počet jedinců může prostřednictvím internetu vytvořit (...) komunitu podle vlastního výběru nebo v reakci na určitý podnět“ (McQuail 2009: 162) Základním pojítkem mezi členy takové komunity tak již není lokální blízkost, předurčující omezený počet členů, ale mohou jím být například společné zájmy, vlastnosti, sexuální orientace, potažmo status menšiny.²² Dále si členství v určité on-line komunitě můžeme vybrat a zároveň můžeme být členy i více on-line komunit najednou, což v porovnání s komunitou místní představuje dosti zásadní rozdíl.

Rysy, jež má internetová (on-line) komunita společné s komunitou mimointernetovou (off-line),²³ „jsou mimo jiné interakce, společný cíl, smysl pro sounáležitost, různé normy a nepsaná pravidla (například netiketa – netiquette²⁴) i možnost vyloučení nebo odmítnutí“ (McQuail 2009: 162). Výhodou on-line komunit oproti komunitám off-line podle McQuaila je, že „jsou v podstatě otevřené a dostupné“ (2009: 162), zatímco off-line komunity bývají často jen obtížně proniknutelné (2009). Toto podle Castellse (2004) platí i opačně – z on-line komunity je poměrně snadné vystoupit (většinou stačí se prostě jen odhlásit), kdežto z komunity off-line (či místní) se vystupuje mnohem obtížněji.

V souvislosti s internetovými komunitami však může vyvstat otázka jejich reálnosti. Znamenají tyto komunity skutečná společenství, nebo je tento výraz spíše metaforický? Na tuto otázku lze v zásadě odpovědět oběma způsoby. On-line komunity zajisté představují určitý druh společenství, nikoliv však fyzického, založeného na fyzickém kontaktu. On-line komunitu nelze nalézt jinde než na internetu.²⁵ Tyto komunity nepoužívají klasické komunikační a interakční vzorce. Zároveň ale nejsou nereálné, neboť dopady na život jejich členů jsou leckdy skutečné (Castells 2004). On-line komunity je tedy určitě nutné považovat

²¹ McQuail (2009) a také Pišťková (2010) používají označení „virtuální komunita“, jež jsme však pro tuto práci z výše popsaných důvodů zavrhlí.

²² Podobně charakterizuje internetovou komunitu i Barabási (2005), pracuje však s termínem „webová komunita“ a při jejím definování poukazuje mj. na to, že hranice mezi jednotlivými komunitami na internetu jsou mnohdy značně neostře a prostupné.

²³ Pišťková (2010) pracuje s termínem „přirozená komunita“.

²⁴ Tímto pojmem bývá označován soubor pravidel pro chování v internetových diskusích, chatech, na blozích apod.

²⁵ Zde by však bylo dobré poznamenat, že v současnosti jsou již celkem běžná i fyzická setkání členů on-line komunit, pořádají se různé srazy atd.

za společenství reálná, v porovnání s komunitami off-line je však potřeba poznamenat, že jsou založeny na odlišném stupni či principu reality (Castells 2004).²⁶

Od internetové či on-line komunity bych si nyní dovolil odlišit on-line či internetovou sociální síť. Rozdíl spatřuji přibližně v tomto: zatímco u internetových komunit, jak jsme si je právě popsali, můžeme hovořit o dopadech na náš off-line život, u internetových sociálních sítí, opět v souladu s předcházejícím vymezením, se dle mého názoru více uplatňuje opačný princip, tedy přenášení sociálních vazeb z off-line života na internet. Při této diferenciaci vycházím z článku Danah Boydové a Nicole Ellisonové (2007), jež se vyjadřují v tom smyslu, že cílem internetových stránek nazývaných sociální sítě (social network sites) není poznávání či potkávání nových lidí, nýbrž právě komunikace s lidmi, kteří jsou součástí již existující mimointernetové sociální sítě. Při vymezení internetových sociálních sítí považují obě autorky tento aspekt za stěžejní (Boydová a Ellisonová 2007).

Dále můžeme uvést i několik tvrzení z práce Jindry Píšťkové, která píše: „Svou sociální síť si vytváříme již od dětství, kdy stejně jako poznáváme svět kolem sebe, tak se seznamujeme i s lidmi okolo nás.²⁷ Propletenec těchto vztahů nám usnadňuje orientovat se v sociálním světě. Z praktického hlediska víme, na koho se můžeme v konkrétní situaci obrátit, koho oslovit a s kým se poradit“ (2010: 10). S rozmachem webových stránek umožňujících sdružování takovýchto uskupení se pak naše sociální síť přenáší na internet (a až zde se eventuálně může doplňovat o vztahy navázané v rámci on-line komunit).

Typickým příkladem je Facebook. Už výše jsme v souladu se závěry Píšťkové (2010) zmínili, že se na něm patrně ponejvíce sdružují spolužáci ze základní, střední, potažmo vysoké školy, známí z okolí bydliště, kolegové z práce, rodinní příslušníci či osoby s podobnými zálibami, což může v tomto případě znamenat kupříkladu lidi ze zájmových kroužků, spoluhráče ze sportovních oddílů nebo třeba návštěvníky stejných jazykových kurzů. Jiným, avšak patrně ještě více průkazným příkladem je webová stránka Spolužáci.cz, na níž se, jak už název napovídá, utvářejí internetové školní třídy spolužáků, a to například i těch, kteří se spolu ve škole poprvé potkali již dávno před lety. Podobné názory na typologii kontaktů sdružujících se na internetových sociálních sítích mají i Boydová a Ellisonová (2007). Uskupení tohoto typu bych tedy i v souladu s jejich článkem označil za internetové sociální sítě.

²⁶ Problematikou reálnosti on-line komunit se zabývá i Alexander Knorr v textu *The stability of cyberspace* (2006).

²⁷ To o on-line komunitách vždy říci nelze.

Jeví se mi, že u on-line komunit dochází mezi jedinci nejprve k internetové interakci, jež se může až posléze promítnout do života off-line (a tak se stát vztahem, respektive součástí sociální sítě), kdežto u internetových sociálních sítí je primárním původcem jejich vzniku interakce tváří v tvář, potažmo nějaký rozvinutější vztah (v krajním případě alespoň krátká, ale bezprostřední rozmluva dvou jedinců). Oba tyto principy se mohou na internetu pochopitelně prolínat – internetová sociální síť tedy může být doplněna o vztahy vzešlé z interakcí v rámci on-line komunity a naopak, členy určité on-line komunity se mohou stát lidé, již se dříve spojili coby uzly internetové sociální sítě. Přestože si mohou být oba tyto způsoby utváření vztahů na internetu ve svých důsledcích podobné, vidím mezi nimi právě uvedené nuance a dovolil bych si tudíž mezi oběma pojmy – „on-line komunita“ a „internetová sociální síť“ – rozlišovat.

Diskutujme nyní krátce vztah on-line a off-line komunit v praxi. Nastínili jsme ho již výše a popisuje ho i Píšťková, která si dobře všímá toho, že se oba typy komunit mohou docela dobře doplňovat a podporovat a že nárůst jednoho typu neznamena úpadek toho druhého (2010). Off-line vztahy si totiž v případě potřeby můžeme poměrně snadno „přítomnit“ prostřednictvím internetu, vztahy utvořené on-line interakcí je potom díky internetové komunikaci zase možné převést do života off-line (to je samozřejmě opět relativní, neboť musíme brát v potaz geografickou dostupnost). Jak píše Boydová a Ellisonová (2007), podobně je tomu i u internetových a mimointernetových sociálních sítí. Internetové sociální sítě mohou do jisté míry uspokojit potřebu fyzické společnosti či veřejného života (Boydová a Ellisonová 2007).

Na závěr této části podotkneme, že novodobé komunity přirozeně představují síťový systém tak, jak ho pojímá Barabási (2005), neboť i v komunitách lze nalézt viditelnější a známější centra s vysokou konektivitou čili s relativně velkým počtem sociálních vazeb. Barabási uvádí příklad lékařské komunity, v níž centra znamenají menší počet lékařů, s nimiž jejich kolegové často konzultují²⁸ oborové problémy a kteří tudíž mají na každodenní pracovní rozhodování svých kolegů značný vliv (2005). Je zde dobře ukázáno, jak mohou být medicína, potažmo proces léčby ovlivněny sociálními vazbami mezi lékaři. Podobně je tomu i v jiných segmentech společnosti (ať už jde o vědu, politiku, umění či cokoli jiného), kde šíření myšlenek, určitých trendů či módních záležitostí směřuje od tzv. novátorů²⁹ k hustě propojeným centrům a od nich pak postupně k uzlům s menší konektivitou. Barabási o

²⁸ Může jít pochopitelně i o konzultace prostřednictvím internetu.

²⁹ Novátoři jsou lidé, kteří vymýšlejí či rádi zkoušejí různé novinky, nebojí se vystoupit s neotřelými myšlenkami apod. (Barabási 2005).

takových případech píše, že určitý jev se šíří „podél sociálních vazeb“ (2005: 128), respektive „podél vláken pavučiny lidské společnosti“ (2005: 134). Centra jsou zde potom „statisticky vzácní jedinci, kteří jsou vysoce zapojeni a drží sociální síť pohromadě“ (Barabási 2005: 129). Takoví jedinci jsou pak právě pro svůj velký počet sociálních kontaktů někdy označováni jako tvůrci veřejného mínění, klíčoví uživatelé nebo ovlivňovatelé (Barabási 2005).

Užití internetových sociálních sítí

Až dosud jsme pojem „internetová sociální síť“ chápali většinou jako soubor vztahů (založených primárně na bezprostředních interakcích), který je přenesen na internet, s jehož pomocí je rovněž nějakým způsobem uspořádán. Letmo jsme však zmínili i to, že totožný výraz se používá rovněž pro webové stránky, na nichž se tyto vztahy sdružují. A právě v tomto významu o nich budeme hovořit v souvislosti s jejich užíváním.

Otázkou po příčinách, důvodech či účelech užívání médií, tedy i internetových sociálních sítí, se zabývá badatelský směr s příznačným názvem „studium užití a uspokojení“ (uses and gratifications studies). Toto studium klade důraz na osobní užitečnost, individuální potřeby, přání nebo motivy uživatele a na jeho racionalitu při výběru prostředků, které tyto potřeby uspokojí (McQuail 2009). Rané i pozdější výzkumy tohoto zaměření včetně jejich kladů a záporů dobře a srozumitelně popisují např. Ina Bertrandová a Peter Hughes ve své knize *Media research methods* (2005)³⁰. Píší mimo jiné o tom, že studium užití a uspokojení předpokládá aktivního uživatele, který se jakoby účastní směny – vyhledává a užívá určité médium, za což se mu na oplátku dostává uspokojení jeho potřeb. Dále dodávají, že jednou z tradičních výzkumných metod tohoto směru jsou rozhovory s jednotlivými uživateli (Bertrandová a Hughes 2005).

McQuail podotýká, že přístup užití a uspokojení lze dobře „uplatnit – a skutečně je také stále častěji uplatňován – při sledování internetu a dalších nových médií“ (2009: 437) „Základní otázka zní: Proč a k čemu lidé užívají média?“ (McQuail 2009: 434). Co se týče internetových sociálních sítí, nabízí se odpověď, že uspokojují například potřebu společnosti či informací. Dále však mohou poskytovat i jistý druh rozptýlení, odpočinku nebo jakýsi únik

³⁰ První výzkumy v této oblasti byly provedeny ve čtyřicátých letech 20. století a byly zaměřeny zejména na posluchače (později na diváky) tzv. mýdlových oper (soap operas) – populárních seriálů s nekonečným počtem dílů.

od reality (eskapismus). Krom toho pak mohou představovat i prostor pro formování specifické (alternativní) identity či několika identit.

McQuail (2009) dále rozlišuje soukromou a veřejnou sféru užívání médií. Toto rozlišení přitom podle něj nezávisí na fyzickém umístění v prostoru (například kino versus domov), nýbrž na prožitku konkrétního uživatele (a dodejme, že tím pádem i na uspokojení, které je s prožitkem přímo spjato a plyne z něj).

Veřejný typ prožitku „se vyznačuje uvědoměle motivovanou pozorností zaměřenou na události značného společenského významu“ (McQuail 2009: 443) Může se jednat o významné události politické, sportovní, o události ze světa zábavy nebo o závažné přírodní katastrofy. Takový prožitek „obvykle zahrnuje jistou míru identifikace s širší sociální skupinou – ať už jsou to fanoušci, občané, místní obyvatelstvo, nebo příslušníci stejné kultury vkusu“, a „může rovněž souviset s více či méně veřejnou rolí, například občana, voliče nebo pracovníka“ (McQuail 2009: 443).

Soukromý typ prožitku naproti tomu „závisí na osobním rozpoložení a okolnostech a nijak nesouvisí se společností, a dokonce ani s druhými lidmi“ (McQuail 2009: 444). Je tedy zaměřen výhradně na individuální roli jedince a je spojen s jeho vlastní osobností, respektive identitou. Rozdíl mezi soukromým a veřejným typem prožitku pak z pohledu uživatele závisí na kombinaci jeho momentálního rozpoložení a typu a obsahu užitého média (McQuail 2009).

V souladu s McQuailem (2009) lze dále vymezit 4 hlavní aspekty, jež předurčují potenciální užití internetových sociálních sítí. Patří mezi ně interpersonální komunikace, interaktivita, kolektivní spoluúčast (sdílení a výměna zpráv, myšlenek a zkušeností včetně rozvoje osobních vztahů) a informační přínos.³¹ K dalším vlastnostem internetových sociálních sítí můžeme zařadit například i hravost, tedy jejich „užití pro zábavu a radost v kontrastu s užitečností“ (McQuail 2009: 156).

Z těchto důvodů se domnívám, že internetové sociální sítě přinášejí převážně prožitky soukromé, ale v určité míře i veřejné. Do těch soukromých je možné zařadit interpersonální komunikaci, respektive komunikaci menšího (omezeného) počtu osob³², sdílení a diskutování vlastních myšlenek či názorů se svými blízkými nebo známými³³, debaty a informace o svých

³¹ Informační přínos může mít při běžném užití internetových sociálních sítí v poměru k ostatním třem rysům relativně nejmenší váhu, avšak při námi sledovaném užívání u zaměstnanců státní správy lze teoreticky předpokládat nárůst jeho významu.

³² Tato komunikace může mít několik podob od přímého chatu přes individuální vzkazy až po hromadné konverzace.

³³ V poslední době je populární zejména psaní tzv. statusů (krátkých zpráv a aktuálních myšlenek na libovolné téma) a sdílení fotografií, případně videa na Facebooku. O zveřejněných statusech, fotografiích či videu je následně možné přímo diskutovat s ostatními.

zálibách v rámci ustavených skupin³⁴, hraní internetových či on-line her aj. Z veřejných prožitků, jež internetové sociální sítě umožňují, pak ve shodě s výše uvedeným můžeme zmínit sledování význačných událostí ze světa sportu, zábavy či politiky, samozřejmě opět včetně diskuse o těchto událostech³⁵. Skrze internetové sociální sítě je navíc díky jejich masové rozšířenosti možné i zmobilizovat velké množství lidí a zorganizovat tak například skutečně veřejnou demonstrační akci, případně uspořádat jiné setkání většího počtu lidí. I přes převažující prožitky soukromé lze tedy o internetových sociálních sítích říci, že se v nich oba typy prožitků mísí.

S užíváním médií rovněž souvisí i několik dalších ovlivňujících faktorů. McQuail mezi ně řadí například „vliv skupiny vrstevníků, spolužáků a kamarádů“ (2009: 445), což se, jak jsme již nastínili výše, shoduje i s výběrem a užitím internetových sociálních sítí.

Zajímavý je též tzv. „životní styl“, který se jako pojem rovněž používá při popisu a třídění různých způsobů mediálního užití. Přestože je obtížné „životní styl“ nějak přesněji definovat, má se obecně za to, že jde o soubor postojů, vkusu, hodnot a chování, který je v souvislosti s užíváním médií odvozen z víceméně svobodné volby uživatele (McQuail 2009).³⁶ Životní styl je mimo jiné důležitý i z pohledu inzerentů, na základě jeho studia totiž mohou vhodně zacílit svou reklamu (která se objevuje i na internetových sociálních sítích) na určitou skupinu osob. Při tomto typu analýzy životního stylu je pak doporučeno zaměřit se nejen na sociální a demografické charakteristiky potenciální cílové skupiny, nýbrž i na ty psychologické. Tento způsob zkoumání životního stylu se potom nazývá „psychografie“ (McQuail 2009). Zároveň je však třeba mít na paměti zmíněný široký záběr pojmu, což v důsledku vede k tomu, že „počet různých identifikovatelných životních stylů souvisejících s médii je prakticky neomezený“ (McQuail 2009: 446). Přesto ale, píše McQuail, je „tento pojem užitečný pro pochopení mnoha různých způsobů, jimiž jsou média smysluplně propojena se společenskou a kulturní zkušeností“ (2009: 446).

Za důležitý rys užívání internetových sociálních sítí musíme samozřejmě považovat i to, co již mají zčásti obsaženy v názvu, totiž jejich sociabilitu – společenskost a schopnost určitým specifickým způsobem sdružovat jedince do sociálních skupin, respektive sítí.³⁷

³⁴ Zde se blížíme pojmu „on-line komunita“.

³⁵ Například mnoho sportovců, sportovních klubů, zpěváků a hudebních skupin má již dnes na nejrůznějších internetových sociálních sítích své profily a stránky, jejichž prostřednictvím mohou informovat své fanoušky a komunikovat s nimi.

³⁶ Právě svobodnou volbou se prý mediální vkus liší od tradičního estetického a uměleckého vkusu (McQuail 2009).

³⁷ Pojem „sociabilita“ si opět vypůjčuji od McQuaila (2009). Jandourek ve svém *Sociologickém slovníku* definuje sociabilitu jako „schopnost jedince snadno navazovat kontakty s druhými lidmi“ (2001: 219). Ve *Velkém slovníku cizích slov* (elektronická verze, 1999) je potom tento pojem vymezen jako „schopnost, sklon

Představují tedy relativně přijatelnou náhražku či doplněk skutečných sociálních interakcí a jistou měrou se tak mohou podílet na socializaci, styku jedince se společností. Díky internetovému sdílení našich vlastních zážitků se známými se nám mohou například otevírat nová témata k hovoru. V podobném duchu se ve svém článku vyjadřuje i Hargittaiová (2004), která s odvoláním na provedené výzkumy píše, že internetová komunikace často vhodně doplňuje vztahy, které již existují v off-line životě.

Se sdílením zážitků na internetu teoreticky může souviset problém narušování soukromí či zasahování do něj, v zásadě však platí, že je jen na nás, které informace se rozhodneme sdílet a s kým. V případě internetu a internetových sociálních sítí lze navíc dodat, že zde vždy jako poslední instance existuje možnost odhlášení a vypnutí počítače.

Příklady internetových sociálních sítí

V závěrečné pasáži teoretické části si uvedeme vybrané příklady internetových sociálních sítí populárních v rámci České republiky. Vycházet přitom budeme z internetových zdrojů – z článků a statistik. Mezi nejnavštěvovanější internetové sociální sítě v rámci ČR patří (v abecedním pořadí) Facebook, Lidé.cz, LinkedIn, Spolužáci.cz a Twitter. Podle webu Alexa.com se všechny pravidelně umísťují mezi 100 nejnavštěvovanějšími stránkami v ČR.

Facebook

Jasnou jedničkou, a to nejen abecedně, ale i co do návštěvnosti a počtu uživatelů, je Facebook.³⁸ Byl založen bývalým studentem Harvardovy univerzity Markem Zuckerbergem a poprvé spuštěn v únoru 2004. Jeho jméno je odvozeno ze stejnojmenných papírových letáků rozdáváných studentům prvních ročníků amerických univerzit. Tyto letáky mají sloužit ke vzájemnému seznámení. Původně měl být Facebook nástrojem usnadňujícím komunikaci výhradně mezi studenty Harvardu, postupně se však rozšiřoval na další univerzity a v roce 2006 se stal veřejně přístupným pro všechny uživatele starší 13 let.³⁹

Na Facebooku má každý uživatel možnost spravovat svůj vlastní profil a sdružovat sítí kontaktů na své přátele, s nimiž samozřejmě může také několika způsoby komunikovat. Kromě sdílení názorů a aktuálních myšlenek patří mezi oblíbené funkce také sdílení

nebo potřeba (individua) žít ve společnosti, sdružovat se do společenských skupin, navazovat mezilidské vztahy, družnost, společenskost“.

³⁸ Mezi všemi internetovými stránkami zaujímá Facebook v pořadí návštěvnosti v rámci ČR 2. místo za portálem Seznam.cz (<http://www.alexacom/topsites/countries/CZ>, cit. 12. 7. 2011).

³⁹ <http://cs.wikipedia.org/wiki/Facebook> (cit. 7. 7. 2011)

fotografií, videa, muziky či odkazů. Na Facebooku lze dále využívat různé více či méně zábavné aplikace nebo hrát hry. Lze též například vytvořit stránku určité události, na níž je možné pozvat své přátele. Populární jsou i zájmové či fanouškovské stránky. Ve spolupráci se službou Skype pak Facebook nově připravuje komunikaci prostřednictvím videohovorů.

Hlavní zdroj příjmů Facebooku představují hlavně reklamy umístěvané na stránky a cílené podle zájmů uživatelů a podle jejich chování na samotném Facebooku.⁴⁰ Facebook se stal novodobým a skutečně masově rozšířeným fenoménem. Podle výzkumu Českého statistického úřadu užívalo k prosinci 2010 tuto sociální síť v České republice 2,96 milionu uživatelů, což představuje 28 % z celkové populace země.⁴¹ Velké oblíbenosti se Facebook těší i v jiných zemích, o čemž svědčí mimo jiné i jeho dostupnost v 68 různých světových jazycích.⁴²

Lidé.cz

Z ryze českých internetových sociálních sítí je nejnavštěvovanější stránka Lidé.cz^{43, 44}, která je starší než Facebook. Kromě sdružování svých přátel mají i zde uživatelé možnost vytvořit a upravovat si osobní profil, na nějž mohou například nahrát vlastní fotografie, vyplnit své zájmy apod. Mezi další funkce pak patří především chat, který je uspořádán do mnoha různých kategorií a podkategorií a lze také založit vlastní chatovací místnost. Stránka Lidé.cz rovněž nabízí možnost posílání vzkazů, internetovou seznamku, diskusní fóra či přístup k on-line hrám.

LinkedIn

LinkedIn představuje v ČR zatím nepříliš známou, avšak rozšiřující se sociální síť. Bývá označována jako „síť pro profesionály“, což znamená, že se zde sdružují firemní a pracovní kontakty. V hlavním profilu uživatele lze nalézt jeho dosavadní profesní kariéru, pracovní místa a dosažené vzdělání. Profily na LinkedIn prý dokonce povolna začínají nahrazovat klasické životopisy.⁴⁵ Tato síť dále nabízí využití různých aplikací či vyhledání

⁴⁰ <http://cs.wikipedia.org/wiki/Facebook> (cit. 7. 7. 2011)

⁴¹ http://czso.cz/csu/redakce.nsf/i/1_uzivatele_facebooku_v_ceske_republice (cit. 8. 7. 2011)

⁴² <http://cs.wikipedia.org/wiki/Facebook> (cit. 7. 7. 2011)

⁴³ <http://www.alexa.com/topsites/countries/CZ> (cit. 12. 7. 2011)

⁴⁴ Za červen 2011 činil celkový počet návštěv této stránky 19 104 310, což je průměrně 636 810 návštěv denně (<http://online.netmonitor.cz/>, cit. 12. 7. 2011)

⁴⁵ Handl, Jan. 31. 3. 2009. *Sociální sítě, to není jenom Facebook.* <http://www.lupa.cz/clanky/socialni-site-to-neni-jenom-facebook/> (cit. 7. 7. 2011)

současných nebo bývalých kolegů a má potenciál stát se užitečným pomocníkem firemních personalistů.⁴⁶

Spolužáci.cz

Už z názvu vyplývá, že na této stránce se sdružují současní či bývalí spolužáci ze škol (od základních až po vysoké) v rámci celé ČR. Školy jsou zde členěny do tříd podle měst, případně městských částí, a podle roku ukončení dané školy. Podle toho pak uživatel může svou třídu snadno najít, eventuálně ji založit. Na hlavní stránce třídy se nachází seznam všech spolužáků a také nástěnka, která umožňuje komunikaci a výměnu informací. Lze sem nahrát rovněž fotografie a nejrůznější dokumenty. Dále je zde diskuse třídy a diskuse celé školy, do níž třída patří.⁴⁷

Twitter

Poslední sociální síť, kterou si představíme, je Twitter. Nejedná se však o úplně klasickou internetovou sociální síť nýbrž spíše o stránku pracující na principu tzv. mikrobloggeru. Psaní je zde omezeno pouze na 140 znaků, proto je Twitter nejvhodnější pro psaní krátkých zpráv a statusů. Mezi Čechy Twitter není tak populární jako jiné, výše uvedené sociální sítě, své uživatele však nachází především v mediální sféře – profily zde mají například televizní pořady či tištěné deníky, které se tak snaží dostat ještě blíže ke svým divákům či čtenářům. Twitter může být rovněž vhodným a atraktivním doplňkem ke klasické reklamě. Z právě řečeného podle mého názoru vyplývá, že se hodí spíše pro firmy a organizace nežli pro jednotlivce.

Na závěr teoretické části práce jsme tedy prošli pěti nejznámějších a nejužívanějších internetových sociálních sítí v ČR. K těm dalším, které jsou známé v českém prostředí, pak patří například ještě Badoo, Líbímseti.cz či MySpace. Na přelomu června a července 2011, tedy v době psaní této práce, se pak s velkým očekáváním rozběhla nová sociální síť Google Plus.

⁴⁶ Handl, Jan. 31. 3. 2009. *Sociální sítě, to není jenom Facebook*. <http://www.lupa.cz/clanky/socialni-site-to-neni-jenom-facebook/> (cit. 7. 7. 2011)

⁴⁷ <http://cs.wikipedia.org/wiki/Spolu%C5%BE%C3%A1ci.cz> (cit. 7. 7. 2011)

Shrnutí teoretické části

V teoretické části jsme si představili a vysvětlili základní pojmy a koncepce, které souvisejí s problematikou internetu a internetových sociálních sítí. Popsali jsme si dnešní společnost ze dvou ne zcela totožných, avšak podobných a komplementárních pohledů: zaprvé jsme ji nahlédli jako společnost, v níž sektor služeb převažuje nad sektorem klasické výroby, jako společnost, v níž hrají prim rozvíjející se elektronické digitální komunikační technologie, a jako společnost, která je v důsledku toho založená na produkci, distribuci a konzumaci informací; zadruhé jsme ji nahlédli jako společnost, která je charakteristická svým nehierarchickým a proměnlivým síťovým uspořádáním.

Dále jsme svou pozornost zaměřili na „sít' sítí“ – internet – a zabývali jsme se tzv. novými médii, do nichž kromě internetu jako takového patří i stále interaktivnější digitální televizní a rozhlasové vysílání a také on-line verze tištěných novin a časopisů. Následně jsme již přešli k vymezení pojmů „on-line komunita“ a „internetová sociální síť“. Zde jsem se pokusil o jejich rozlišení. Principiální rozdíl spatřuji zejména ve způsobu jejich vzniku a dopadech na náš život. Zatímco u on-line komunit je z mého pohledu primární internetová interakce, která se může přenést do off-line života, u internetových sociálních sítí je tomu naopak – vztahy, respektive síť z off-line života se mohou přenést na internet. V praxi se samozřejmě mohou oba modely nekonfliktně prolínat.

Poukázali jsme i na to, že pojem „internetová sociální síť“ musíme chápat ve dvojitým smyslu: zaprvé jde o soubor vztahů (sociální síť), který je přenesen na internet, s jehož pomocí je uspořádán; zadruhé jde o internetové stránky, které tento přenos a uspořádání umožňují. Na další možnosti, které tyto stránky nabízejí, jsme se soustředili v kapitole o jejich užití, kde jsme si rovněž představili badatelský směr „studium užití a uspokojení“. Na závěr teoretické části jsme pak vyjmenovali a popsali nejrozšířenější a v českém prostředí nejznámější internetové sociální sítě, jimiž jsou Facebook, Lidé.cz, LinkedIn, Spolužáci.cz a Twitter.

METODOLOGICKÁ ČÁST

Druhou částí této práce je část metodologická. Jejím jádrem je popis výzkumu zaměřeného na užití internetových sociálních sítí zaměstnanci státní správy v nejmenovaném malém českém městě. Průběh a metodu výzkumu jsme již letmo nastínili v úvodu, nyní si je však představíme podrobněji. Výzkum zpočátku směřuje na základní povědomí zaměstnanců o těchto sítích a na to, jak je vnímají (výzkumné otázky se týkají toho, jaké sítě a jejich funkce pracovníci vlastně znají a jakou o nich mají představu). Dále se pak soustředí na konkrétnější přiblížení užití sítí (výzkumné otázky se ptají na to, jaké konkrétní sítě pracovníci používají, co je k jejich používání/nepoužívání vede, jak často s nimi pracují, jaké funkce považují za významné a proč, zdali internet, potažmo sociální sítě považují za pracovní pomůcku či spíše za zdroj odpočinku/zábavy, zdali je používají k pracovní či spíše k soukromé komunikaci, jaká je jejich převažující aktivita na těchto sítích apod.). V závěru se pak výzkum snaží postihnout klady a zápory internetových sociálních sítí tak, jak je nahlízejí vybraní pracovníci. Zjištěná data byla analyzována a interpretována a průběžně konfrontována s výše popsanými aspekty a charakteristikami internetových sociálních sítí.

Metoda výzkumu

Při sestavování výzkumného plánu jsem vycházel především ze dvou knih. První z nich byla kniha *Kvalitativní výzkum* od Jana Hendla (2005), druhou pak kniha Miroslava Dismana *Jak se vyrábí sociologická znalost* (2008). Jako jakýsi užitečný regulátor mi též dobře posloužil barvitě psaný článek *Jak srovnat kvalitativní výzkum do latě?* od Ronalda J. Chenaila (1998).

Na základě této literatury, konzultací s odborníky a charakteru výzkumných otázek byla pro výzkum zvolena kvalitativní metodologie – při výzkumu půjde o to, jak pracovníci státní správy internetové sociální sítě nahlízejí, jaký význam přiřkládají jejich funkcím, jak a proč s nimi pracují (tedy jak a proč je užívají), a proto je kvalitativní metodologie vhodnější nežli (numerická) metodologie kvantitativní. Cílem výzkumu je popsat a porozumět užití sociálních sítí u zaměstnanců státní správy, porozumět tomu, jaký je vztah mezi tím, co internetové sociální sítě nabízejí, a tím, co zaměstnanci poptávají.

Výzkum čerpá z přístupu tzv. případové studie, jíž získáme mnoho dat o malém počtu jedinců. „Na konci studie se zkoumaný případ vřazuje do širších souvislostí“ (Hendl 2005:

104). Jak píše Hendl, „hlavní skupinu metod sběru dat v empirickém výzkumu tvoří naslouchání vyprávění, kladení otázek lidem a získávání jejich odpovědí“ (2005: 164). Už výše jsme zmínili, že rozhovor za klasickou metodu studia tohoto typu považují i Bertrandová a Hughes (2005). V tomto výzkumu byla použita, řečeno Hendlovými slovy, „střední cesta“ polostrukturovaného rozhovoru, který „se vyznačuje definovaným účelem, určitou osnovou a velkou pružností celého procesu získávání informací“ (Hendl 2005: 164). Silně strukturovaný rozhovor podle Hendla není i přes svou větší plynulost považován v kvalitativním výzkumu za vhodný, neboť výzkumník tím „utváří rozhovor vlastní představou“ (2005: 166).

Také Disman (2008) píše, že kvalitativní metodologie je vhodná tehdy, chceme-li o málo jedincích zjistit velké množství informací, a zároveň dodává, že tento typ metodologie se dotváří až při vlastním výzkumu. Tomu odpovídá i volba polostrukturovaného rozhovoru coby sběrné metody. Základní rámec rozhovoru byl před samotným výzkumem přibližně načrtnut otázkami zmíněnými v úvodu této části, finální podobu však bylo nutno ještě upřesnit a vhodně doplnit, a to i v průběhu rozhovoru. Každý z rozhovorů obsahoval otázky na určité demografické údaje o respondentovi, konkrétně na jeho pohlaví, věk, dosažené vzdělání, pracovní zařazení (odbor) a na dobu, po kterou používá počítač. Rozhovory byly individuální, osobní a byly z nich pořízeny zvukové nahrávky, jež byly pro lepší analýzu v několika případech doplněny i ručně psanými poznámkami.

Již bylo předesláno na začátku, že k výzkumu byli zvoleni zaměstnanci městského úřadu. Výzkum je pochopitelně anonymní, proto si řekněme jen tolik, že daný městský úřad se nachází v menším středočeském městě a jeho „kostru“ tvoří starosta, místostarosta, tajemník, sekretariát (do nějž mimochodem spadá i správce IT) a 5 odborů. Do zkoumaného vzorku bylo zahrnuto celkem 8 informátorů, přičemž snahou bylo rovnoměrné pokrytí celé struktury městského úřadu, které by zároveň předešlo přílišnému protežování, potažmo i přetěžování jednotlivých orgánů. Vzorek se nakonec skládal z místostarosty, dvou zástupců sekretariátu, dvou zástupců správního a sociálního odboru, dvou zástupců finančního a plánovacího odboru a jednoho zástupce odboru výstavby a územního plánování (viz příloha č. 2). V rámci jednotlivých odborů byli informátoři vybráni náhodně. Místem konání rozhovorů byly přímo prostory městského úřadu. S každým respondentem jsem se jedenkrát osobně setkal v srpnu 2011.

Zaznamenané rozhovory byly transkribovány. Při transkripci a následné analýze jsem pracoval s počítačovým programem Atlas/ti, jenž mi byl doporučen a s nímž při svém výzkumu pracovala i Pišťková (2010). Výchozí metodou byla doslovná transkripce, jako doplněk pak posloužila transkripce komentovaná spolu s dalšími poznámkami. Přepsaná data

byla kódována – systematicky klasifikována a roztríděna do určitých specifických kategorií (Hendl 2005). V našem případě se například nabízí kategorizace podle druhů užití, respektive podle významu, jež pracovníci přisuzují různým funkcím internetových sociálních sítí atd., Hendl (2005) však píše, že pro kvalitativní výzkum je typické průběžné vytváření kategorií až podle získaného empirického materiálu.

Dále byla provedena diskurzivní analýza dat a analytická indukce, považovaná za obecnou strategii kvalitativního výzkumu a sloužící k uvedení sebraných dat do vztahu s teorií s cílem „zvýšit pravděpodobnost nalezení univerzálních a kauzálních vztahů“ (Hendl 2005: 236, podobně i Disman 2008). Hendl dále dodává, že kvalitativní výzkum „je často hledáním pravidelností, konzistencí za určitých podmínek“ (2005: 226), kdy „výzkumník se snaží dát smysl shromážděným údajům“ (2005: 226) a „interpretovat je jako celek“ (2005: 226). Radí rovněž opírat se o předcházející teoretická tvrzení a konfrontovat data s literaturou (Hendl 2005). Hendl (2005) rovněž podotýká, že kvalitativní analýza probíhá bez použití numerických a mechanických metod. Interpretace dat je naopak doplněna o doslovné citace z rozhovorů.

Analýza dat je de facto již součástí vlastního sběru, obě fáze se střídají (Hendl 2005), čemuž se bude přizpůsobovat i průběžné dotváření struktury rozhovoru. Při analýze a interpretaci byla data průběžně porovnávána s výše představeným teoretickým základem a byly hledány vzájemné souvislosti, potažmo diskrepance.

Kvalitativní přístup případové studie a metoda analytické indukce nám napovídají, že výzkum je zaměřen na konkrétní případy a neskýtá příliš možností k širšímu zobecnění: „Protože kvalitativní výzkum nepracuje se statistickým typem výběrů, nelze použít statistická kritéria pro zobecnitelnost“ (Hendl 2005: 339). Ta je zde nahrazena pojmem přenositelnosti, jíž „se myslí možnost využít závěry daného případu pro jiný případ, který se mu podobá“ (Hendl 2005: 339). Výzkum se snaží klást důraz především na deskriptivní, interpretativní a teoretickou validitu, jde tedy zejména o faktuální přesnost (pokus o co nejmenší zkreslení dat), snahu postihnout (interpretovat) význam informací získaných z výpovědí respondentů a o korelaci, respektive srovnání s předestřenou teorií. Jak podotýká Hendl (2005), nejčastěji uvažovanými kritérii validity v kvalitativním výzkumu jsou právě tato tři. Disman (2008) potom upozorňuje, že potenciální výhodou kvalitativního výzkumu je právě jeho poměrně vysoká validita. Pro zajištění co možná nejvyšší důvěryhodnosti, hodnověrnosti a potvrditelnosti celého výzkumu byly dále využity konzultace s odborníky na dané téma a na problematiku výzkumu a také relevantní literatura, na niž odkazují.

Nyní ještě přiblížím hlavní zásady, jimiž jsem se snažil při vedení rozhovorů řídit (píše o nich opět Hendl 2005). Prvním krokem bylo pochopitelně sestavení základní osnovy a rámcových otázek. Cílem bylo klást jasně formulované nevtíravé dotazy a vytvořit pokud možno vztah vzájemné důvěry a vstřícnosti. Na paměti je třeba mít to, že jde o rozhovor, nikoli o výslech. Informátoři na sebe prozradí pouze tolik, kolik sami chtějí. Na začátku každého takového výzkumu je také nutné prolomit určité psychické bariéry a zajistit informovaný souhlas se záznamem.

K získaným datům a k respondentům jsem se pokusil zaujmout co nejvíce neutrální postoj a nijak nesoudit konkrétní osoby podle jejich výpovědí. Rozhovory jsem se snažil strukturovat tak, aby zohledňovaly časové možnosti dotazovaného, aby nebyly zdlouhavé a příliš vyčerpávající. Při vedení rozhovoru jsem se zároveň pokoušel o sebereflexi a kritický náhled na sebe sama. Kritickému myšlení jsem podrobil i analyzovaná a interpretovaná data včetně učiněných závěrů. Výzkum byl anonymní, nebyla v něm použita žádná jména zúčastněných osob ani jméno města.

Analýza a interpretace zjištěných dat

Při vyhodnocování získaných dat byla použita metoda diskurzivní analýzy, která „vychází z konverzační analýzy, ale věnuje se silněji obsahům konverzace, příslušným tématům a jejich organizaci“ (Hendl 2005: 267). Ještě před samotnou prezentací výsledků výzkumu bych rád poznamenal, že všichni respondenti při rozhovorech ochotně spolupracovali a přestože v některých případech třeba neměli s užíváním internetových sociálních sítí mnoho osobních zkušeností, snažili se o vstřícné a neodmítavé odpovědi. Dle mého názoru výzkum přinesl několik zajímavých údajů, znovu ale podotkněme, že použití kvalitativní výzkumné metody případové studie předurčuje, že výsledky není možné nijak zásadně generalizovat. Avšak i přesto, že jsou výpovědi informátorů, týkající se stejných témat, leckdy velice rozmanité, lze v získaných datech vysledovat určité pravidelnosti.

Základní povědomí a představy

Prvním a poměrně významným zjištěním je, že všichni do vzorku zahrnutí pracovníci měli o existenci internetových sociálních sítí alespoň základní povědomí. Žádný z respondentů neuvedl, že by výraz internetová sociální síť nikdy neslyšel. Všichni respondenti znali název alespoň jedné sociální sítě, přičemž z konkrétních příkladů padla

nejčastěji jména Spolužáci.cz, které znali všichni dotazovaní, a Facebook, jež znalo sedm z celkových osmi respondentů. Dva informátoři zmínili stránku Lidé.cz, jeden pak Twitter. LinkedIn neuvedl žádný z dotazovaných, potvrdilo se tedy, že tato sociální síť zatím není v českém prostředí příliš známá a rozšířená.⁴⁸

Pracovníci se o internetových sociálních sítích nejčastěji doslechli od svých bývalých spolužáků nebo od svých dětí a tito lidé tak s největší pravděpodobností mohli podnítit pracovníky k registraci („Já myslím, že s tím Facebookem mě do toho děti moje navezly“ – Informátor č. 1.). Dá se říci, že ze všech rozhovorů vyplynulo, že respondenti si tyto sítě v naprosté většině spojují převážně s mladými lidmi, s dětmi, s generací mladší, než jsou oni sami.⁴⁹ Nejčastěji uváděnou dobou, před níž se o internetových sociálních sítích poprvé dozvěděli, bylo rozpětí od dvou do pěti let.

Všichni respondenti užívají internetové sociální sítě alespoň v nějaké míře, všichni jsou zaregistrováni alespoň na jedné z nich. Jasně dominantní sociální sítí u zkoumaného vzorku je stránka Spolužáci.cz, na níž má účet všech osm informátorů. Dva jsou potom zaregistrováni na Facebooku a dva na síti Lidé.cz. Profil na Twitteru a na webu LinkedIn nevlastní žádný z dotazovaných.

Pouze dva informátoři nedokázali samostatně vyjádřit žádné své konkrétnější představy o internetových sociálních sítích. Oba sdělili, že nevědí. Většina informátorů, šest z osmi, si pak tyto sítě spojuje s nějakou formou mezilidské komunikace, ať už jde o výměnu informací, vyhledávání kontaktů či o nahrazení komunikace tváří v tvář („Vim, že to je prostředí, kde prostě prostřednictvím nebo pomocí internetu si lidé vyměňují informace, kontakty, fotky a cokoli jiného“ – Informátor č. 1; „No já myslím, že je to náhražka mladých lidí na ten osobní kontakt“ – Informátor č. 6.).

Frekvence přihlašování

Frekvence přihlašování na internetové sociální sítě je u vybraných pracovníků dosti různá. U jednoho informátora se objevil údaj dvakrát za týden, což je nejvyšší frekvence přihlašování z celého vzorku. Žádný respondent se na internetové sociální sítě nepřihlašuje častěji, například jednou či několikrát denně. U dvou dalších informátorů se objevily vzájemně podobné údaje jednou za čtrnáct dní, respektive dvakrát do měsíce. Jeden informátor uvedl frekvenci jednou měsíčně, jeden jednou za čtvrt roku a jeden jednou za půl

⁴⁸ Jako poznámku můžeme dodat, že dva informátoři za příklady internetových sociálních sítí uvedli mj. i programy Icq a Skype, které sice na internetu sdružují síť kontaktů, avšak za sociální sítě se běžně nepovažují.

⁴⁹ Věk informátorů se pohyboval v rozpětí od 28 do 58 let (viz příloha č. 2).

roku. Dva respondenti uvedli frekvenci přihlašování jednou za rok, přičemž u jednoho z těchto dvou se za respondenta přihlašuje syn. Frekvence jednou za čtvrt roku a nižší platí pro informátory, kteří ze všech internetových sociálních sítí používají výhradně stránku Spolužáci.cz a kteří se na tento web přihlašují za účelem zjištění novinek ohledně organizace třídního srazu či novinek o svých bývalých spolužácích („Na Spolužácích jsem zaregistrovaná, ale jenom ze zájmu právě o ty spolužáky“ – Informátor č. 6; Třeba teďka jsme dělali srazy, tak se tam vo sobě dovíme plno věcí, který bysme jinak asi nevěděli nebo bysme nezjistili, no“ – Informátor č. 7.).

Jelikož frekvence přihlašování na internetové sociální sítě byla takřka u všech respondentů poměrně řídká, otázky na charakteristickou denní dobu přihlašování či na ovlivňování jejich každodenního života poněkud pozbyly smyslu. Pouze u informátora, který uvedl, že se přihlašuje dvakrát týdně, může mít jakýsi význam zjištění, že charakteristickou dobou jeho přihlašování je večer. Z rozhovorů však vyplynulo, že internetové sociální sítě mohou do určité míry ovlivňovat životy informátorů prostřednictvím jejich dětí (např. zmíněný podnět k registraci u Informátora č. 1 aj.).

Účely užití

Všichni pracovníci ve vzorku uvedli, že internetové sociální sítě používají výlučně k soukromé komunikaci. Ke komunikaci pracovní je nepoužívá žádný z nich. Soukromá komunikace jako taková a potřeba informací o blízkých lidech či známých jsou pak také nejčastěji zmiňovaným účelem užití internetových sociálních sítí u vybraných zaměstnanců („Já jsem si Facebook udělala spíš kvůli tý kamarádce, ale spíš to беру, jako že se podívám, kde kdo má co nového“ – Informátor č. 2.). Uváděnou podmnožinou soukromé komunikace coby nadřazeného druhu užití internetových sociálních sítí bylo také udržení kontaktu s lidmi, které respondenti často nevidají („V mém případě je to spíš jenom místo telefonování s těmi známými, protože teď jsme daleko od sebe, protože nejsem v původním bydlišti, takže z tohoto důvodu spíš, že jsme daleko od sebe“ – Informátor č. 8.).

Nejčastější důvod užití je však předurčen nejrozšířenější sociální sítí mezi respondenty, již jsou Spolužáci.cz. Tuto stránku informátoři v častých případech používají k organizování třídních srazů a k získávání informací o bývalých spolužácích. („Spíš se přihlašuju, když potřebuju zjistit, jestli bude sraz nebo něco takovýho – Informátor č. 4; Přihlašuju se, když potřebuju zjistit, jestli je sraz, ale tam nechodím já, tam chodí můj syn, zjistí mi to a řekne mi to“ – Informátor č. 5; I plno spolužáků jsme našli díky teda internetu“ – Informátor č. 7.).

Co se týče jiných funkcí internetových sociálních sítí, jeden respondent zmínil funkci oznamování narozenin na Facebooku, kterou však podle svých slov bojkotuje. Jiný z respondentů pak uvedl, že občas (jeho uvedená frekvence přihlašování je jednou za měsíc) na Facebooku sleduje stránky událostí. Jiné druhy či důvody užití informátoři neuvedli. Všichni však shodně vyloučili, že by internetové sociální sítě užívali k zahrnutí nudy či jako určitou formu výplně volného času. Žádný z dotazovaných také nezmínil, že by na těchto sítích využíval možnost hraní her.

Základ internetové sociální sítě

Jádro internetových sociálních sítí u informátorů nejčastěji tvoří známí a kamarádi spolu s bývalými spolužáky. Kolegové z práce se objevují jen velice zřídka, žádný z respondentů pak ve své sociální síti na internetu neuvedl příbuzné („Nejsou to jako kolegové z práce, jsou to spíš známý, který mám“ – Informátor č. 1; Mám tam dva kolegy a jinak spíš přátele, známý, spolužáky bývalý, kamarády“ – Informátor č. 2.).

Pozitiva a negativa

Asi nejzajímavější částí výzkumu bylo hodnocení pozitiv a zejména negativ internetových sociálních sítí. Mezi pozitivy takřka všichni respondenti uvedli, že internetové sociální sítě výrazně zjednodušují a zrychlují komunikaci mezi lidmi, že jim umožňují udržení kontaktu se známými či s lidmi, s nimiž nemají možnost se vidět, nebo že mohou sloužit k vyhledání ztracených kontaktů, ale také jako zdroj různých informací. Výpovědi dotazovaných potvrdily, že internetové sociální sítě jsou vnímány jako komunikační nástroj, jenž překonává časoprostorové hranice („Mně je jasný, že je to dobrá věc na kontaktování lidí. Vim, že se tam dají vyměňovat informace, dají se tam lidi zaktivizovat, dají se oslovit“ – Informátor č. 1; „Pozitivní je to, že se tam jakoby najdou lidé, vo kterých nevíte třeba x let“ – Informátor č. 2; Tak pozitiva, že to určitě zjednodušuje tu komunikaci mezi lidma a že se tam může vlastně dozvědět hromada věcí“ – Informátor č. 4; Jedinou výhodou v tom vidím z vlastní zkušenosti, co mám, že teda takhle můžu přímo komunikovat a že to mám zadarmo, tu komunikaci s těmi lidmi, která jsou prostě vzdálený a nevidáme se“ – Informátor č. 8.).

Spektrum negativ, jež vybraní pracovníci na internetových sociálních sítích spatřují, pak bylo u jednotlivých respondentů mnohem různorodější. Otázkou však zůstává, nakolik je jejich mínění ovlivněno názory zvenčí, například z novin, z televize či odjinud, neboť podle výše předestřené frekvence přihlašování na tyto sítě je vlastní osobní zkušenost respondentů

s jakýmkoli uváděným negativem vysoce nepravděpodobná. Na druhou stranu je zase možné říci, že příklady negativ, jež bývají prezentovány v médiích, mohou sloužit jako jakési odstrašující prostředky, které zaměstnancům brání, aby se na sítě přihlašovali častěji, aby na nich vyvíjeli nějakou větší aktivitu, nebo aby začali využívat další sociální sít' (viz McQuail 2009 či Jiráková a Köpplová 2003).

Mezi všemi informátory se prakticky nenašli dva, kteří by uvedli shodné negativum. Relativně nejpodobnější si byly názory, že internetové sociální sítě určitým způsobem narušují či redukuje osobní komunikaci („Hromada věcí se řeší přes internet, že jo, než aby se ty lidi sešli někde na kafi, a je to určitě lepší osobně se s někým potkat“ – Informátor č. 4.) a že vedou k izolaci zejména mladých lidí od kolektivu jejich vrstevníků („Ty děti nebo mladý lidi jsou odděleni, každý doma sám u svého počítače“ – Informátor č. 6). Dále se ve vzorku vyskytly názory a obavy, že internetové sociální sítě mohou nepatřičně zasahovat do soukromí („Já osobně tam moc nepublikuju jakoby své osobní věci nebo takhle, protože popravdě z toho mám trošku i takovej strach, že do některých věcí těm lidem nic není, a přijde mi to, že ten člověk se tam hrozně votvívá“ – Informátor č. 2.) nebo být původcem kriminality („Myslím si, že i prostě nějaká ta kriminalita se tam na to dokáže nějak navázat. Napíšu na Facebook, že jsem na dovolené, že jo, tak lidi vědí, že kolikrát je prázdný barák a tyhle věci“ – Informátor č. 3.).

Dále zazněly názory, že internetové sociální sítě jsou žrout času, že jsou zdrojem lží a nepravd, zmínka padla i o potenciálním nebezpečí spojeném s tím, že při takto zprostředkované komunikaci nelze poznat, kdo se skutečně skrývá za počítačem na druhé straně. Jeden z informátorů má však s obzvlášť nepříjemné zkušenosti Facebookem, a to skrze svou handicapovanou dceru, která se prý stala obětí této sociální sítě, tráví zde veškerý čas a odmítá komunikovat s okolním světem. Tento informátor uvedl, že kvůli dceři například musejí v celém domě vypínat internet. V tomto případě lze tedy mluvit o zásadních dopadech na život, přestože nejde vysloveně o osobní zkušenost s používáním internetové sociální sítě Facebook.

On-line komunity a jiná sebe prezentace

Co se týče členství v různých on-line komunitách, skupinách či příslušnosti k jiným podobným stránkám (které se vyskytují zejména na Facebooku a na webu Lidé.cz), nevyužívá tuto možnost žádný z dotazovaných, přičemž mezi uváděné důvody patřil většinou nedostatek času („Tak to mě taky zvali do různých skupin, ale já prostě do toho jít nechci, protože vim, že to potom roste a že na to nemám prostě čas“ – Informátor č. 1.). Ani jiné možnosti

sebe prezentace na internetu, například blog či vlastní stránky, nevyužívá žádný z respondentů („Ne, žádné blogy, nic“ – Informátor č. 5; „Ne, nemám na to čas“ – Informátor č. 8.).

Shrnutí výzkumu

Ačkoli se při výzkumu ukázalo, že všichni pracovníci ze zkoumaného vzorku mají o fenoménu internetových sociálních sítí jisté základní povědomí a představy a že se všichni s tímto pojmem již někdy setkali, bylo zároveň ze všech rozhovorů jasně zřejmé, že tyto sítě, respektive jejich osobní užívání nehraje v životech informátorů nijak stěžejní roli. Svědčí o tom jednak vesměs řídká frekvence přihlašování k registrovaným účtům, bylo to však patrné i z celkového charakteru výpovědí informátorů. Respondenti si internetové sociální sítě spojují především se svými dětmi či obecně s mladými lidmi.

Mezi konkrétními, skutečně užívanými sítěmi zaujímají u pracovníků první místo Spolužáci.cz, na nichž jsou zaregistrováni a jež alespoň někdy navštěvují všichni dotazovaní. Pracovníci také poměrně často znali jméno sociální sítě Facebook, vlastní profil zde však mají pouze dva z nich. Ostatní sítě již v těchto ohledech poněkud zaostávaly. Komunikace skrze internetové sociální sítě je u všech informátorů ryze soukromé povahy. Jestliže jsme tedy v teoretické části hovořili o rozlišení mezi soukromým a veřejným typem prožitku z užívání (tak, jak je popisuje McQuail 2009), je zřejmé, že u všech informátorů jde výhradně o prožitky soukromé.

Komunikace prostřednictvím sociálních sítí pracovníkům nejčastěji slouží k uspokojení potřeby informací nejrůznějšího druhu. Nejčastější užití sítě Spolužáci.cz naznačuje, že jde ve většině případů o informace o bývalých spolužácích respondentů nebo o informace týkající se například organizace třídních srazů. Dále též byla zmiňována potřeba informací o známých či kamarádech, a to zejména o těch, s nimiž se respondenti často nevidají.

Z těchto důvodů jsou pak internetové sociální sítě vnímány jako nástroj urychlující a usnadňující komunikaci a jako určitý prostředek k překonání časoprostorových bariér. Z podobných důvodů je dále logické, že jádro sociálních sítí na internetu u vybraných pracovníků nejčastěji představují právě bývalí spolužáci, známí a kamarádi, což koresponduje i s teoriemi, které jsme uvedli výše (píší o tom i Boydová a Ellisonová 2007). Zrychlení a zjednodušení komunikace spolu s udržením kontaktu se známými a s již zmíněným

informačním přínosem pak nejčastěji figurovaly mezi uváděnými pozitivy, jež respondenti na internetových sociálních sítích jako takových spatřují.

Informátoři také uváděli četná negativa těchto sítí, v tomto ohledu však nebyli příliš jednotní. Vyskytly se názory, že internetové sociální sítě mohou příliš narušovat soukromí, že mohou být původcem kriminality, že narušují osobní komunikaci, že jsou tzv. žroutem času aj. Domnívám se však, že některá z těchto mínění mohou být ovlivněna jistými zprostředkovanými vnějšími vlivy a že tato mínění tudíž nemusejí vycházet z přímých osobních zkušeností informátorů. Výjimku v tomto směru představuje informátor s handicapovanou dcerou, jenž je negativními vlivy sociální sítě Facebook (sice ne vlivem osobního užívání, ale i tak) vysoce zatížen, což bylo znát i ze samotného rozhovoru s ním.

Při výzkumu jsem se zaměřil i na jiné formy sebe prezentace na internetu, žádný z informátorů však tyto možnosti nevyužívá, nemá vlastní blog, stránky ani není členem žádné on-line komunity. Jak již bylo řečeno, celkový význam osobního užití internetových sociálních pro životy zkoumaných pracovníků není nikterak zásadní.

Závěr

Ať už si to připouštíme nebo ne, nová média, internet i internetové sociální sítě na nás mají poměrně značný vliv. Naše společnost je protkána komunikačními sítěmi, ovlivňována neustále novými technologiemi a založena na rychlém toku a výměně informací. Otázkou zůstává, zdali ještě umíme s touto přehrší informací pracovat, zdali si dokážeme vybírat skutečně relevantní informace, zdali dokážeme oddělovat kvalitu od kvantity.

Ve své bakalářské práci jsem se pokusil popsat užití internetových sociálních sítí u zaměstnanců státní správy. Snahou bylo charakterizovat vztah vybraných zaměstnanců k těmto sítím včetně bližší specifikace jejich užití. Výzkumné metody byly zvoleny tak, aby odpovídaly tomuto záměru a opíraly se o teoretickou část práce. V ní jsem pracoval s četnými teoriemi několika autorů, v čemž se však mohly ukrývat jisté obtíže. Smyslem práce totiž nebylo poskytnout vyčerpávající pohled na danou problematiku, neboť to ani neodpovídá jejímu rozsahu. Důležité proto bylo nenechat se těmito teoriemi při práci se získanými daty nekriticky strhnout. Některé teoretické údaje při analýze potvrdily. Jednalo se například o to, že vybraní pracovníci chápou komunikaci zprostředkovanou internetovými sociálními sítěmi jako určitý nástroj redukující časová a prostorová omezení. Zároveň se potvrdilo, že informace, respektive informovanost mají opravdu velký význam, protože pracovníci dle

svých slov často využívají internetové sociální sítě právě k získání nejrůznějších informací, a to zejména o svých známých či bývalých spolužácích.

Jestliže bych měl jmenovat další náročné aspekty svého výzkumu, pak nejnáročnější patrně byly přepisy a podrobné analýzy zaznamenaných rozhovorů. Přestože jsem k tomu vesměs používal počítač, šlo o i tak o časově vyčerpávající práci. Odměnou mi však byly jednak cenné a zajímavé údaje, jednak i hodnotné zkušenosti, jež mohu případně využít při eventuálním dalším výzkumu.

Zmínili jsme, že internetové sociální sítě v sobě díky své popularitě a rozšířenosti skrývají poměrně velký potenciál komerčního a propagačního užití. Inzerenti skrze ně mohou oslovit velké množství možných zákazníků. Další výzkum se tak může týkat například toho, jak jsou internetové sociální sítě různými firmami a společnostmi využívány právě k těmto reklamním účelům. Můžeme rovněž dodat, že internetové sociální sítě navíc nabízejí specifickou a dle mého názoru marketingově zajímavou cílovou skupinu spíše mladších lidí.

Pro srovnání by též určitě nebylo od věci provést výzkum užití internetových sociálních sítí například v jiném, podobně velkém městě jinde v ČR. Oblastí dalšího výzkumu je však jistě více, neboť, jak jsme uvedli výše, problematika internetových sociálních sítí se dotýká mnoha vědeckých oborů a navíc vznikají i obory nové, specializované.

Co se týče výsledků mého výzkumu, v pozitivním slova smyslu mě překvapilo, že vybraným informátorům nebylo téma internetových sociálních sítí zdaleka cizí. Všichni na ně měli svůj vlastní (ať už pozitivní nebo negativní) názor a to i přesto, že (na rozdíl od generace dnešních teenagerů) nejsou nikterak aktivními, natožpak každodenními uživateli těchto sítí. Je však třeba mít na paměti, a v tomto případě se shodují s některými názory respondentů, že internetová komunikace sice může dobře sloužit jako doplněk či určitá náhražka komunikace tváří v tvář, avšak nezprostředkovaná setkání zřejmě nikdy plnohodnotně nenahradí. Ačkoli se nám díky internetu a převádění takřka všeho do elektronické podoby zdá vše rychlejší, dostupnější, snazší, je třeba se nad tím alespoň pozastavit, uvědomit si tyto rychlé změny a jejich vstup do našich životů.

Seznam použité literatury a jiných zdrojů

ABZ.cz: *slovník cizích slov* [online]. [cit. 2011-08-17]. Heslo prozument. Dostupné z WWW: <<http://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/prozument>>.

Alexa.com [online]. [cit. 2011-07-12]. Top Sites in Czech Republic. Dostupné z WWW: <<http://www.alex.com/topsites/countries/CZ>>.

BARABÁSI, Albert-László. *V pavučině sítí*. Praha a Litomyšl: Paseka, 2005.

BERTRAND, Ina; HUGHES, Peter. *Media Research Methods – Audiences, Institutions, Texts*. New York: PALGRAVE MACMILLAN, 2005.

BOYD, Danah; ELLISON, Nicole. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2007, 13, 1, article 11. Dostupný také z WWW: <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>.

CASTELLS, Manuel. *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell Publishers, 2000.

CASTELLS, Manuel. *The Power of Identity*. Oxford: Blackwell Publishers, 2004.

Český statistický úřad [online]. 22. 2. 2011 [cit. 2011-07-08]. Uživatelé Facebooku v České republice. Dostupné z WWW: <http://czso.cz/csu/redakce.nsf/i/1_uzivatele_facebooku_v_ceske_republice>.

DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: Karolinum, 2008.

GIDDENS, Anthony. *Sociologie*. Praha: Argo, 1999.

Google Trends [online]. [cit. 2011-07-08]. Dostupné z WWW: <<http://www.google.com/trends>>.

GRANOVETTER, Mark. The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited. *Sociological Theory*. 1983, 1, s. 201-233. Dostupný také z WWW: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.128.7760&rep=rep1&type=pdf>>.

HANDL, Jan. *Lupa.cz* [online]. 31. 3. 2009 [cit. 2011-08-22]. Sociální sítě, to není jenom Facebook. Dostupné z WWW: <<http://www.lupa.cz/clanky/socialni-site-to-neni-jenom-facebook/>>.

HARGITTAI, Eszter. Internet access and use in context. *New Media & Society*. 2004, 6, 1, s. 137-143. Dostupný také z WWW: <<http://www.webuse.org/pdf/Hargittai-InternetAccessUseContext2004.pdf>>.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005.

CHENAIL, Ronald J. Jak srovnat kvalitativní výzkum do latě?. *Biograf*. 1998, 15-16, s. 29-37.

Internet World Stats [online]. [cit. 2011-07-12]. Internet Growth Statistics. Dostupné z WWW: <<http://www.internetworldstats.com/emarketing.htm>>.

Internet World Stats [online]. [cit. 2011-07-12]. World Internet Usage Statistics News and World Population Stats. Dostupné z WWW: <<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>>.

JANDOUREK, Jan. *Sociologický slovník*. Praha: Portál, 2001.

JIRÁK, Jan; KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003.

KELLER, Jan. *Dějiny klasické sociologie*. Praha: Slon, 2007.

KNORR, Alexander. The stability of cyberspace. In POLČÁK, Radim; ŠKOP, Martin; ŠMAHEL, David (ed.). *Cyberspace 2005*. Brno: Masarykova univerzita, 2006. s. 189-196. Dostupné z WWW: <http://xirdal.lmu.de/downloads/KNORR_2005_stability_of_cyberspace.pdf>.

MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím*. Praha: Odeon, 1991.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2009.

NetMonitor Online [online]. [cit. 2011-07-12]. Online aplikace NetMonitoru. Dostupné z WWW: <<http://online.netmonitor.cz/>>.

PÍŠŤKOVÁ, Jindra. *Sociální vazby na internetové síti Facebook na příkladu studentů FHS*. Praha, 2010. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta humanitních studií. Dostupné z WWW: <http://digitool.is.cuni.cz/R/-?func=dbin-jump-full&object_id=148322&silos_library=GEN01>.

Velký slovník cizích slov, elektronická verze 1. Voznice: LEDA, 1999.

Velký sociologický slovník. Praha: Karolinum, 1996.

WEBSTER, Frank. *Theories of the Information Society*. London and New York: Routledge, 2005.

Wikipedie [online]. [cit. 2011-07-02]. Heslo internet. Dostupné z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Internet>>.

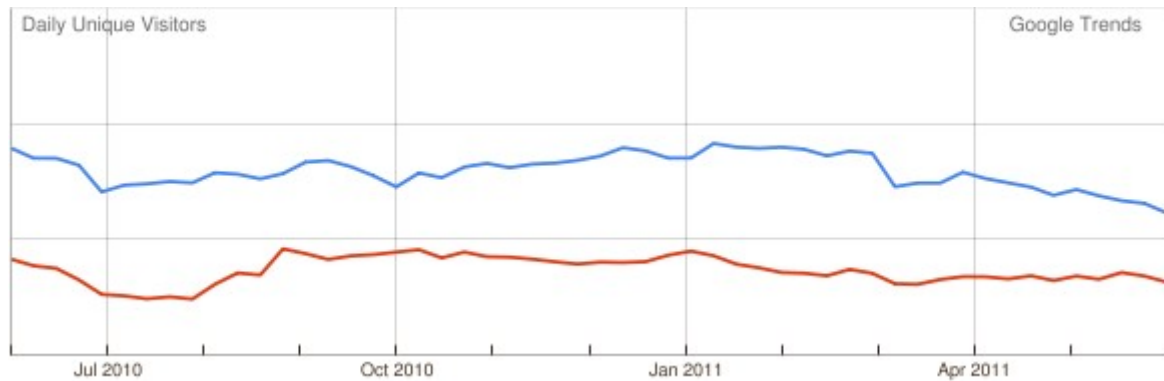
Wikipedie [online]. [cit. 2011-07-07]. Heslo Spolužáci.cz. Dostupné z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Spolu%C5%BE%C3%A1ci.cz>>.

Wikipedie [online]. [cit. 2011-08-22]. Heslo Facebook. Dostupné z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Facebook>>.

ZBIEJCZUK, Adam. *Web 2.0 - charakteristika a služby*. Brno, 2007. Diplomová práce. Masarykova Univerzita v Brně, Fakulta sociálních studií. Dostupné z WWW: <http://www.zbiejczuk.com/adam/zbiejczuk_web20.pdf>.

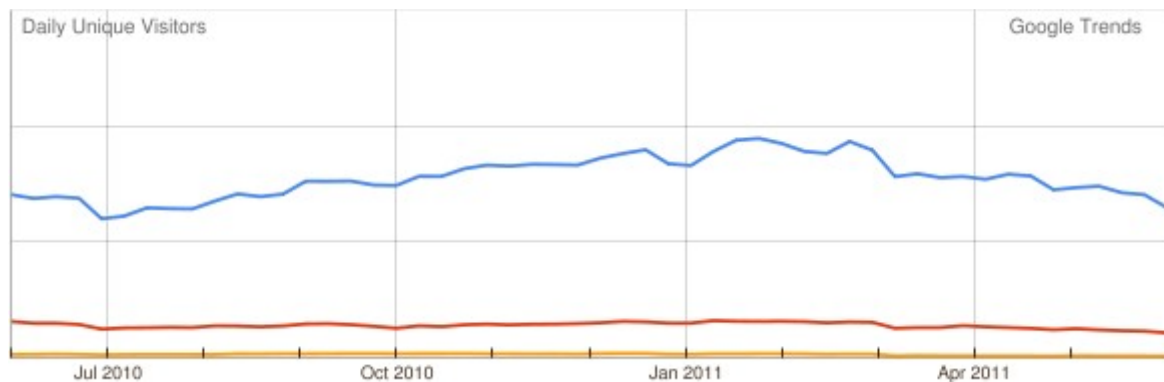
Příloha č. 1 – Grafy k teoretické části

● lide.cz ● spoluzaci.cz



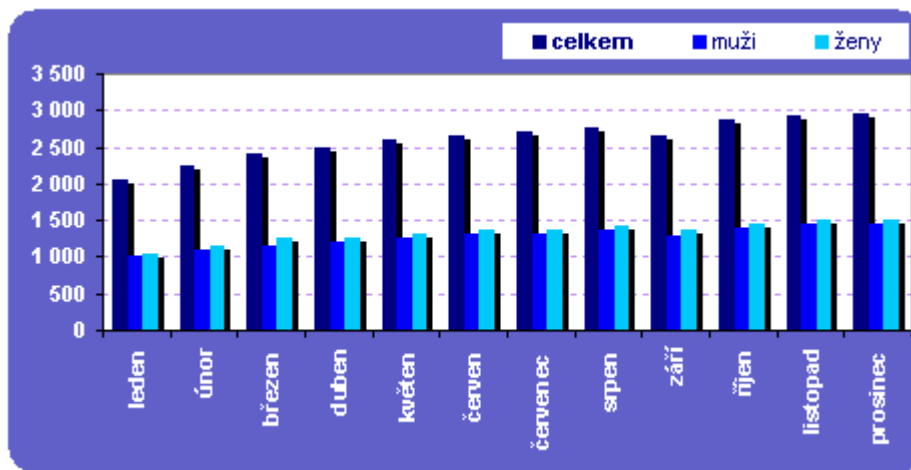
Obr. 4 – Přibližné porovnání denní návštěvnosti internetových sociálních sítí Lidé.cz a Spolužáci.cz v rámci ČR v období od června 2010 do června 2011 (zdroj: <http://www.google.com/trends>, cit. 8. 7. 2011)

● facebook.com ● lide.cz ● twitter.com

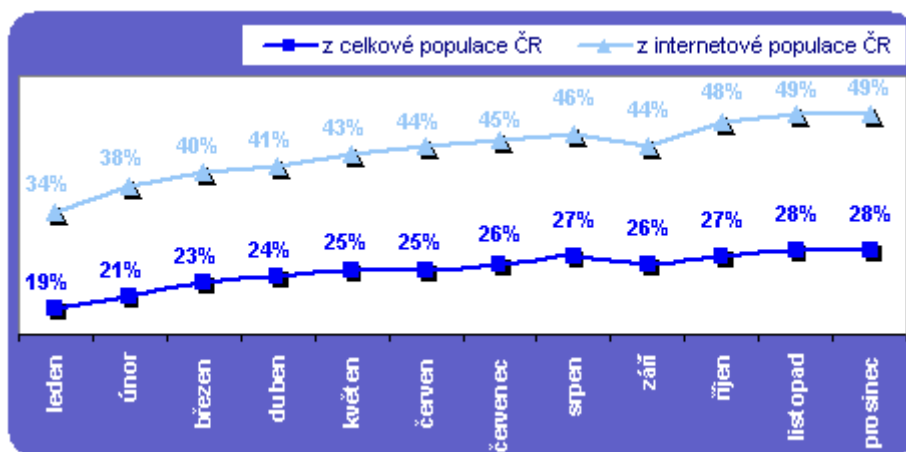


Obr. 5 – Přibližné porovnání denní návštěvnosti internetových sociálních sítí Facebook.com, Lidé.cz a Twitter.com v rámci ČR v období od června 2010 do června 2011 (zdroj: <http://www.google.com/trends>, cit. 8. 7. 2011)

Na těchto grafech, znázorňujících denní návštěvnost, můžeme vidět jasnou dominanci internetové sociální sítě Facebook. Dále následuje stránka Lidé.cz, již patří první místo mezi ryze českými sociálními sítěmi. Spolužáci.cz a Twitter potom zaostávají.



Obr. 6 – Počet uživatelů Facebooku v ČR v roce 2010 (v tis.)
 (zdroj: Český statistický úřad, http://czso.cz/csu/redakce.nsf/i/1_uzivatele_facebooku_v_ceske_republice, cit. 8. 7. 2011)



Obr. 7 - Uživatelé Facebooku v ČR v roce 2010 v procentech z celkového počtu jednotlivců v dané skupině
 (zdroj: Český statistický úřad, http://czso.cz/csu/redakce.nsf/i/1_uzivatele_facebooku_v_ceske_republice, cit. 8. 7. 2011)

Na těchto grafech můžeme sledovat vzestupnou tendenci počtu uživatelů internetové sociální sítě Facebook v České republice. V prosinci roku 2010 užívalo Facebook přibližně 2,96 mil. obyvatel, což představuje 28 % z celkové populace a 49 % z populace internetové. Co se týče podílu uživatelů z celkové populace, pohybuje se Česká republika na 14. místě mezi státy Evropské unie. Nejpočetnější věkovou skupinou mezi českými uživateli Facebooku jsou osoby ve věku od 13 do 34 let, naopak nejméně početnou věkovou skupinu představují lidé ve věku od 55 let výše.⁵⁰ Z grafů lze rovněž poměrně snadno vyčíst, že internetová populace České republiky čítá přibližně 6 mil. osob. Kromě Českého statistického úřadu se statistikami týkajícími se internetových sociálních sítí (nejmň Facebooku) zabývá i stránka Socialbakers.com, provozovaná českou společností Candytech.

⁵⁰ http://czso.cz/csu/redakce.nsf/i/1_uzivatele_facebooku_v_ceske_republice (cit. 8. 7. 2011)

Příloha č. 2 – Seznam informátorů

Informátor č. 1

Pracovní zařazení (odbor): místostarosta

Věk: 58 let

Pohlaví: muž

Stupeň dosaženého vzdělání: VŠ

Na městském úřadě s počítačem pracuje 16 let, doma 21 let.

Informátor č. 2

Pracovní zařazení (odbor): sekretariát – sekretářka místostarosty a tajemníka

Věk: 28 let

Pohlaví: žena

Stupeň dosaženého vzdělání: SŠ

Na městském úřadě s počítačem pracuje 2 roky, doma 10 let, v současnosti ale doma počítač nemá.

Informátor č. 3

Pracovní zařazení (odbor): sekretariát – správce počítačové sítě

Věk: 34 let

Pohlaví: muž

Stupeň dosaženého vzdělání: SŠ

Na městském úřadě s počítačem pracuje 2 roky, doma 20 let.

Informátor č. 4

Pracovní zařazení (odbor): správní a sociální odbor – matrikářka, referent evidence obyvatel

Věk: 38 let

Pohlaví: žena

Stupeň dosaženého vzdělání: SŠ

Na městském úřadě s počítačem pracuje 5 let, doma 7 let.

Informátor č. 5

Pracovní zařazení (odbor): finanční a plánovací odbor – pokladní

Věk: 43 let

Pohlaví: žena

Stupeň dosaženého vzdělání: SŠ

Dobu práce s počítačem nevěděla.

Informátor č. 6

Pracovní zařazení (odbor): finanční a plánovací odbor – referent

Věk: 42 let

Pohlaví: žena

Stupeň dosaženého vzdělání: VŠ

Na městském úřadě s počítačem pracuje 7 let, doma 10 let.

Informátor č. 7

Pracovní zařazení (odbor): správní a sociální odbor – vedoucí

Věk: 55 let

Pohlaví: žena

Stupeň dosaženého vzdělání: SŠ

Na městském úřadě s počítačem pracuje 17 let, doma 6 let.

Informátor č. 8

Pracovní zařazení (odbor): odbor výstavby a územního plánování – referent

Věk: 39 let

Pohlaví: žena

Stupeň dosaženého vzdělání: SŠ

Na městském úřadě s počítačem pracuje 2 roky, doma 10 let.