

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

PEDAGOGICKÁ FAKULTA

Katedra psychologie



Facebook a jeho role v životě studentů
Facebook and its role in the life of students

(Bakalářská práce)

Autorka práce: Lucie Černá

Vedoucí práce: PhDr. Ida Viktorová, Ph.D

Praha 2013

„Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně a pouze s využitím literatury, kterou cituji a uvádím v seznamu.“

V Praze 30.4.2013

Lucie Černá

Poděkování

Chtěla bych poděkovat paní PhDr. Idě Viktorové, Ph.D. za odborné vedení, ochotu pomoci a cenné rady při zpracování této práce.

Abstrakt česky

Facebook se za poslední roky stal fenoménem, který přitahuje pozornost nejen laické veřejnosti, ale i odborníků zaměřujících se na jeho důsledky pro jedince od obecné roviny k detailnějším aspektům. Bakalářská práce „Facebook a jeho role v životě studentů“ se zaměřuje prostřednictvím individuálních rozhovorů na vnímání této sociální sítě samotnými studenty (uživateli Facebooku) v kontextu vývoje uživatelství, komunikace, vztahů, identity, soukromí a dochází k několika paradoxům, které se u uživatelů této sociální sítě mohou objevit v různé míře a podobě.

Abstrakt anglicky

In recent years, Facebook has become a phenomenon that has attracted attention not only of the general public but also of experts focusing on its impact on individuals from the general plane of the more detailed aspects. Bachelor thesis Facebook and its role in the lives of students is focused on perception of social network by students themselves (facebook users) in context of development of the usage, communication, relationships, identity, privacy, and there are several paradoxes that can occur in using the social network and vary in degrees and its forms. Used method are individual interviews.

OBSAH

ÚVOD.....	8
1 FACEBOOK A JEHO ROLE V ŽIVOTĚ STUDENTŮ.....	9
1.1 Sociální sítě online.....	9
1.2 Historie online sociálních sítí.....	9
1.3 Facebook.....	11
1.3.1 Vznik a historie Facebooku.....	12
1.3.2. Dosavadní poznání o Facebooku.....	13
1.3.2.1 Dramaturgická hra na Facebooku.....	15
2 CHARAKTERISTIKA DNEŠNÍCH ADOLESCENTŮ.....	17
2.1 Proč dospívající používají Facebook?	20
3 VLASTNÍ VÝZKUM.....	22
3.1 Cíl a výzkumné otázky.....	22
3.2 Metody sběru a zpracování dat.....	22
3.3 Výzkumný soubor.....	23
3.4 Prezentace výsledků.....	25
3.4.1 Analýza dat prostřednictvím techniky vyložení karet.....	25
3.4.1.1 Činnosti na Facebooku.....	26
3.4.1.2 Komunikace.....	27
3.4.1.3 Vztahy.....	30
3.4.1.4 Identita.....	34
3.4.1.5 Soukromí.....	38
3.4.2 Vývoj uživatelství na Facebooku.....	40
3.4.2.1 Pre-etapa novictví.....	41
3.4.2.2 Etapa experimentování.....	42
3.4.2.3 Etapa uživatelství.....	47
3.4.3 Paradoxy Facebooku.....	50
3.4.3.1 Facebook versus reálný život a jejich vzájemné prolínání.....	51
3.4.3.2 Touha být na Facebooku (stát se jeho uživatelem) x obava z jeho užívání.....	52
3.4.3.3 Konflikt autentičnosti na Facebooku x skrývání se.....	53
3.4.3.4 Facebook jako podpora sociálních vazeb x útlum sociálních vazeb.....	54
3.4.3.5 Nepřeberné množství přátel.....	56
3.4.3.6 Informace pouze pro určité uživatele.....	57

3.4.3.7 Podpora atraktivity x nepřítažlivost identity.....	58
3.4.3.8 Experimentace s partnerskými vztahy na Facebooku.....	59
3.5 Závěry a diskuze.....	60
ZÁVĚR.....	69
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A ZDROJŮ.....	70
SEZNAM PŘÍLOH.....	79

ÚVOD

Sociální sítě online jsou chápány jako služby internetu a jeden z charakteristických rysů současné moderní společnosti, jejichž prostřednictvím se odehrávají různorodé činnosti uživatelů těchto sítí. Tyto činnosti jsou spojovány s novými způsoby komunikace, navazováním a udržováním sociálních vztahů, s různými proměnami identity, soukromím a dalšími aspekty, které jsou sociálním sítím vlastní.

V České republice si mezi online sociálními sítěmi drží prozatím své prvenství Facebook, který má kořeny u studentů Harvardovy univerzity, ale nyní je široce rozšířený a používán téměř po celém světě. Širokou základnu jeho uživatelů tvoří dospívající i tzv. mladí dospělí, a odborníci si pokládají nepřehledné množství otázek, které vyvstávají nejen v souvislosti s těmito sociálními skupinami a Facebookem, ale i s ostatními generacemi, které Facebook používají.

Toto téma jsem si zvolila, neboť se domnívám, že Facebook je živé médium, které je velmi aktuální, neustále se vyvíjí a působí na své uživatele, kteří se s ním určitými způsoby konfrontují. Adolescenti jsou sociální skupinou ve společnosti, která povětšinou reflektuje aktuální dění a patří mezi hojně uživatele této sociální sítě, tudíž se mi stali podnětnými pro tuto práci, ve které bych se chtěla zabývat Facebookem a jeho určitými aspekty v souvislosti s vývojovými charakteristikami adolescentů.

Problematika Facebooku je široká a má práce na ní bude nahlížet z různých úhlů pohledu. Nejdříve bude nastíněna teoretická část práce zabývající se obecně sociálními sítěmi a postavením Facebooku mezi nimi. Zmíním specifické charakteristiky adolescentů a dále se zaměřím na svůj vlastní výzkum, jehož cílem je zjistit, jaké místo zaujímá Facebook v životě gymnasistů. Výzkum bude realizován prostřednictvím hloubkových polostrukturovaných rozhovorů se čtyřmi studenty, které se budou soustředit na vývoj uživatelství, komunikaci, vztahy, identitu a soukromí na Facebooku.

1 FACEBOOK A JEHO ROLE V ŽIVOTĚ STUDENTŮ

1.1 Sociální sítě online

V moderním pojetí se sociální sítě chápou jako služba internetu. Takovéto sítě se nazývají online sociální sítě. V současné době jich je nepřehledné množství (např. MySpace, LinkedIn, Facebook) a nabízejí svým uživatelům rozmanité možnosti. Jednotlivé sociální sítě se od sebe svými funkcemi a aplikacemi odlišují, každá má své „know how“ jak oslovit potenciální uživatele¹, ale na druhou stranu mají několik společných charakteristik a lze je řadit pod definici autorek boyd² a Ellison (2007, s. 2), které sociální síť online vymezují jako: „webové služby, které umožňují jednotlivcům (1) založit veřejný nebo polo-veřejný profil v rámci ohraničeného systému, (2) formulovat seznam dalších uživatelů, se kterými sdílejí společnou vazbu, (3) procházet a nahlédnout do seznamu vazeb ostatních uživatelů, které se svou povahou liší síť od sítě.“

U sociálních online sítí dochází neustále ke změnám, které bychom mohli označit za poměrně dynamické (např. zisk a ztráta svých uživatelů nejen v jednotlivých zemích, ale i v celosvětovém měřítku). Počty uživatelů jednotlivých online sociálních sítí se v celosvětovém měřítku liší, a jak již bylo řečeno, rychle se proměňují. V současnosti své prvenství drží sociální síť Facebook, ke které bylo ke konci roku 2012 zaregistrováno po celém světě celkem 970 milionů uživatelů (Socialbakers, 2012), což z ní dělá giganta mezi sociálními sítěmi, co se počtu uživatel týče (srov. LinkedIn, MySpace, Twitter apod. na <http://www.socialbakers.com/>).

1.2 Historie online sociálních sítí

Historie online sociálních sítí je rozsáhlá a s popisem jednotlivých sítí by byla samostatným tématem ke zpracování. Níže uvedený úsek je neúplný, není zcela

¹ Např. Sociální síť LinkedIn se soustředí na informace o kariéře, pracovních místech a vzdělání uživatelů. Jinými slovy, LinkedIn je sociální síť orientovaná na obchodní kontakty.

² Jméno americké výzkumnice z New York University danah m. boyd uvádím v celé své práci s malými počátečními písmeny, neboť si to autorka sama výslovně přeje z osobních a politických důvodů. Svě jméno má takto uvedeno i v oficiálních dokumentech a na svém blogu (<http://www.danah.org/name.html>), kde vysvětluje své rozhodnutí.

vyčerpávající, ale pomůže k ucelenějšímu chápání dané problematiky. Výběr sítí Friendster, MySpace a Facebook je realizován záměrně, jelikož právě tyto sítě formovaly obchodní, kulturní a výzkumnou oblast.

Za první známou sociální síť online je považována SixDegrees.com, která byla spuštěna v roce 1997 a spojila některé funkce, které již byly před touto sítí objeveny (např. vytváření profilů, seznam přátel), ale nebyly doposud provázány (boyd, Ellison, 2007). Jak uvádí Kirkpatrick (2011, s. 61) tato síť se snažila: „zmapovat skutečné vztahy mezi živými lidmi, kteří používali svá občanská jména.“ SixDegrees.com předběhla svou dobu, ale neměla dlouhého trvání (např. Chyběly fotografie na profilech uživatelů, jelikož v té době měl málokdo digitální fotoaparát.) (Tamtéž). Po tomto roce se začalo objevovat mnoho online sociálních sítí, nejvýznamnější ve své době byla síť Friendster, která byla zahájena v roce 2002 a byla primárně určena jako nástroj, který má pomoci se seznámit s jinými lidmi prostřednictvím toho, že se uživatel „probere“ přáteli svých přátel a najde si spřízněnou duši (Kirkpatrick, 2011). Ani tato síť neměla příliš dlouhého trvání, a to z důvodů technických, sociálních (např. falešné profily zastupující celebrity), a rovněž kvůli ztrátě důvěry mezi uživateli a sítí (boyd, 2008).

O rok později byla spuštěna síť MySpace, která se odlišovala od prozatímních online sociálních sítí tím, že v pravidelných intervalech přidávala funkce založené na poptávce uživatelů, což jim umožňovalo přizpůsobit si své stránky dle svých potřeb (Tamtéž). Tato sociální síť byla rovněž charakteristická tím, že se stoupající popularitou se začínali formovat uživatelé třech různých sociálních skupin: (1) hudebníci / umělci, (2) dospívající a (3) lidé po vysoké škole. Zároveň ale docházelo k bezpečnostním problémům (např. sexuální interakce mezi dospívajícími a dospělými) (boyd, Ellison, 2007).

V roce 2004 se spouští: „Thefacebook, který nabízel uživatelům omezené funkce, bílou profilovou stránku a uživatele nabíral pouze z řad studentů elitních univerzit.“ (Kirkpatrick, 2011, s. 68). Později se ustálil název Facebook, neboli online sociální síť, která podporovala určitou demografickou skupinu (studenty Harvardovy Univerzity). Byla sítí soukromé komunity, než se rozšířila mezi širokou populaci (viz Vznik a historie Facebooku).

1.3 Facebook

Facebook je online sociální síť, u které je páteří a hlavní myšlenkou sdílení jednotlivých aspektů reálného života s facebookovými přáteli³. Hlavní idea Facebooku se odráží i v jeho sloganu, který zní: „Facebook vám pomáhá spojit se s lidmi ve vašem životě a sdílet s nimi své zážitky.“ (Facebook, 2013). Facebook je řízen i spontánně aktualizován svými uživateli po celém světě, je jejich kolektivním produktem, a do určité míry odráží jejich život, a to nejen sociální.

Sdílení se neodehrává pouze mezi jednotlivci, ale rovněž mezi určitými korporacemi, např. z oblasti podnikání, mezi nejrůznějšími institucemi i vládou po celém světě k nejrůznějším účelům. Příkladem může být odeslání marketingové zprávy, vyhledávání charitativních finančních prostředků či komunikace se zákazníky (Collier, Magid, 2012). Tyto a mnohé další aktivity jsou přístupné skrze počítač či mobilní telefon, jelikož Facebook je přístupný oběma typům zařízení. Samozřejmostí je nutné mít na nich možnost připojení se k internetu, jelikož je Facebook online sociální síť. Dle Collier a Magid (2012, s. 2) můžeme podpůrné infrastruktury pro měnící se aktivity uživatelů nazvat jako „společenský užitek“ Facebooku. Kirkpatrick (2011, s. 17) dodává, že Facebook: „Mění charakter politického aktivismu a v některých státech začíná ovlivňovat i samotnou demokracii. Již se nejedná o studentskou hračku.“

Tato sociální síť si drží prozatím své prvenství v počtu registrovaných uživatelů po celém světě, i u nás v České republice. Dle webových stránek společnosti Internet World Stats, ke dni 30.9.2012, bylo registrováno 937,407,180 uživatelů (respektive registrovaných profilů) z celého světa, největší zastoupení měli uživatelé z Evropy (cca 243 milionů uživatelů) (Miniwatts Marketing Group, 2012).

V České republice je v současné době na sociální síti Facebook zaregistrováno 3 823 480 uživatelů⁴ (36,50% z populace ČR), což Českou republiku staví na 16. příčku pomyslného žebříčku používání Facebooku v zemích Evropy (Socialbakers, 2012). Dle společnosti Socialbakers v lednu 2012 patřilo 49% profilů na Facebooku mužům, 51% profilů patřilo ženám (Tamtéž). Vzhledem k mému výzkumu je nejdůležitější věková skupina 0-17 let, kdy v lednu 2012 byla zastoupena 17% z celkového počtu uživatelů a

³ Dle Boyd (2008) je termín přátel používán v online sociálních sítích k označení konsenzuálního spojení mezi dvěma uživateli, ale ne všechny spojení představují takové přátelství, jak by ho nazvali samotní sociologové.

⁴ Ve své práci se zabývám pouze uživateli Facebooku. Problematiku týkající se těch, co Facebook opustili lze nalézt např. u E. Justice, která se zabývá tématem virtuální sebevraždy. Blíže in <http://www.foxnews.com/story/0.2933,298166,00.html>

dále jedinci ve věku 18-34 let. Jejich zastoupení v lednu 2012 z celkového počtu uživatelů Facebooku činilo 57% (Rašín, 2012).

Otázkou zůstává, v čem je Facebook výjimečný od ostatních sociálních sítí, které buď zanikly, nebo se netěší takovému zájmu jako právě Facebook. Shih (2009, s. 34) vyjmenovává tři důvody, které pomohly odlišit Facebook od ostatních sociálních sítí: (1) „důvěryhodná identita s jasně definovanými sítěmi⁵, (2) výlučnost/exkluzivita, (3) poskytování neustálé angažovanosti – tzv. New Feeds.⁶“ Jiným důvodem může být vybudování Aplikace, jako konceptu, který: „umožňuje uživatelům přizpůsobit si své profily a provádět další úkony s tím spojené, např. záznam preference určitých filmů, nebo grafický záznam míst, která uživatel navštívil (historie cestování).“ (Collier, Magid, 2012, s. 8).

1.3.1 Vznik a historie Facebooku

Facebook byl založen Markem Zuckerbergem, studentem Harvardovy univerzity a jeho dvěma spolubydlicími na koleji, Dustinem Moskovitzem a Chrisem Hughesem v roce 2004 (Facebook historie, 2012). Původně byl tento projekt zamýšlen pouze pro studenty prvních ročníků Harvardovy univerzity, aby jim usnadnil orientaci v novém prostředí a způsobu života na univerzitě. Celý tento systém byl Zuckerbergem pojmenován po informačních letáčkách, které se na amerických univerzitách rozdávají studentům, aby se seznámili.

Po Harvardově univerzitě se postupem času začaly přidávat i ostatní americké univerzity. První se nazývaly „Břečťanové ligy“ (Ivy League), do kterých se dostalo pouze několik elitních soukromých univerzit. Po nich se začaly přidávat další, s nadsázkou by se dalo říci, že jejich přibývání bylo ovlivněno jejich popularitou v USA. Tímto Facebook dostal nádech výlučnosti (Kulhánková, Čamek, 2010).

V roce 2005 se Facebook rozšířil o studenty středních škol, profesionály uvnitř firemní sítě a nakonec v roce 2006 se masově rozrostl o nové členy, neboli o všechny uživatele, kterým bylo více než 13 let⁷ (boyd, Ellison, 2007). Z Facebooku jako intimní,

⁵ Souvisí s jeho založením, kdy k ověření statutu studenta se používaly školní domény univerzit – jasný protokol pro přijetí či odmítnutí žádosti o přátelství (Shih, 2009).

⁶ Kanály, které vysílají souhrnné aktualizace o posledních aktivitách přátel uživatele (Shih, 2009). Nyní u nich lze nastavit ochranu osobních údajů, tzn. ne vše, co uživatel napíše/vloží na Facebook, musí nutně vidět všichni jeho přátelé (filtrování seznamu přátel podle různých kritérií). (Collier a Magid, 2012).

⁷ Věk uživatelů je jedním z pravidel sociální sítě Facebook, ale často bývá obcházeno tím, že potenciální zájemce o založení profilu uvede nepravdivé datum narození.

uzavřené a soukromé komunity se stává široké publikum, které je velmi rozmanité a není již vázáno na vymezenou populaci.

1.3.2 Dosavadní poznání o Facebooku

Facebook je sociální síť, která u mnoha odborníků vyvolá otázky a podněty pro zkoumání, které jsou různorodého charakteru. Výčet odborníků zabývajících se Facebookem by byl velmi obsáhlý, zaměřím se pouze na ty, které v mé práci vystupují do popředí, a o jejichž poznatky se budu převážně opírat.

boyd a Ellison se zabývají sociálními sítěmi jako výzkumným tématem v jejich nejobecnější rovině jako je jejich definice, historie apod., až po konkrétní jevy, které se na sociální síti (Facebooku) vyskytují (např. identita). Rigorózní práce Zuzany Leškové (2011): „Diskurz sociální sítě se zaměřením na virtuální komunitu Facebook“, která v sobě zahrnuje problematiku Facebooku v širokých souvislostech, nejen historických, ale i společenských, se mi stala rovněž podnětným zdrojem pro mou vlastní práci. Rovněž Crosier, Webster a Dillon (2012) přispěli svým vědeckým článkem, který se týká evoluční psychologie a Facebooku, ve kterém se např. zabývají tématy, jako jsou tradiční síť versus online síť, dopady sociálních sítí na kulturu aj.

Jelikož komunikace na Facebooku má charakteristiky obdobné jako komunikace obecně elektronická, můžeme jmenovat například Davida Šmahela, který je považován za významného badatele v oblasti virtuální komunikace v souvislosti s dospívajícími.

Patti M. Valkenburg se zabývá kognitivními, emocionálními a sociálními účinky médií na děti a dospívající. Společně s J. Peterem a A. P. Schoutenem (2006) ve výzkumu, který se týkal vztahů mezi sociálními sítěmi (jako je např. Facebook), sebevědomím a well-beingem (psychickou pohodou) adolescentů, zjistili, že četnost použití této sociální sítě stimuluje počet vztahů zde vytvořených, a rovněž četnost s jakou adolescenti obdrží pozitivní či negativní zpětnou vazbu. Pozitivní zpětná vazba zvyšuje jejich sebevědomí a well-being, negativní naopak. Clara Shih se zabývá převážně Facebookem v souvislosti s obchodními vztahy, ale kapitola o sociálním kapitálu (z její knihy „The Facebook era: tapping online social networks to build better products, reach new audiences, and sell more stuff.“) mi byla oporou. O sociálním kapitálu hovoří rovněž Ellison, Steinfield, a Lampe (2007), kteří popisují tři druhy sociálního kapitálu: „překlenovací (příhodný pro sociální síť jako je Facebook), vázaný

(spojený) a udržovaný.“ Sociální kapitál je dle těchto autorů jedním z možných důvodů, proč jsou jedinci uživateli této online sociální sítě, jelikož pouhé používání internetu kapitál nezvyšuje (Tamtéž). Cheung, Chiu a Lee (2010) chápou Facebook jako rozšíření interakcí tváří v tvář, na rozdíl od Sheldona, Abada a Hinsche (2011), kteří Facebook postulují do pozice, která jedince odvádí od skutečné interakce s ostatními (interakce tváří v tvář). Kujath (2011) stojí na pomezí těchto autorů, jelikož tvrdí, že sociální sítě jako je Facebook a MySpace rozšiřují interakce tváří v tvář, ale jsou i uživatelé, kteří mají tendenci se spoléhat na komunikaci více na těchto sítích než tváří v tvář.

Konstruční identity na Facebooku se zabývá Zhao, Grasmuck a Martin (2008), kteří ve svém výzkumu dochází k výsledku, že identita na Facebooku (v tzv. „nonymous“ prostředí) je odlišná od identity v anonymním on-line prostředí. Sebe prezentaci v souvislosti s počtem přátel a jejím dopadem na subjektivní well-being jedince se zabývají Kim a Lee (2011), kteří popisují strategie self-prezentace, tzv. pozitivní (přímý vliv na subjektivní well-being) versus upřímné (nepřímý vliv na subjektivní well-being vnímané sociální podpory).

Soukromí na Facebooku je spojováno s odborníky, jako jsou O'Brien a Torres (2012), kteří zkoumají povědomí samotných uživatelů Facebooku týkající se soukromí a jeho vliv na jejich chování. Tito autoři tvrdí, že dochází mimo jiné i k tomu, že uživatelé Facebooku jsou ochotni část svých osobních údajů poskytnout širokému okruhu definice on-line „přátel“, jelikož pravděpodobně touha po sociální interakci překonává obavy o soukromí (Tamtéž). Christofides, Muise a Desmarais (2011) se např. věnovali porovnávání zveřejnění soukromí na Facebooku u adolescentů a dospělých, kdy došli k závěru, že adolescenti zveřejňují více informací na Facebooku než dospělí a používají nastavení ochrany osobních údajů méně, ale prediktory zveřejňování a ovládání soukromí jsou velmi podobné (blíže in Christofides et al., 2011).

Především pro můj vlastní výzkum se mi stala inspirací diplomová práce Marie Dlouhé (2012): „Becoming a Facebook User“: Záhada (ne)opouštění facebooku⁸, ve které autorka klade důraz na problematiku (ne)opouštění facebooku (zkoumání facebookové závislosti) a facebookového uživatelství z pohledu interakcionistického přístupu Ervinga Goffmana, jenž je rozšířen o myšlenky Joshuy Meyrowitze, který se zabývá vlivem elektronických médií na sociální chování jedince.

⁸ Autorka práce Marie Dlouhá odlišuje facebook jako komunikační médium a Facebook jako vlastní jméno určité technologie (2012). Já se v celé své práci přikláním k druhé možnosti a budu tedy používat název této sociální sítě s velkým písmenem F.

1.3.2.1 Dramaturgická hra na Facebooku

Na Facebooku dochází k sociálním interakcím a sebezprezentacím uživatelů, které jsou velmi složité, a taktéž vývoj jedincova uživatelsví je proces, který si zaslouží pozornost. Pro zkoumání této oblasti se zdá být podnětným autor Erving Goffman a Joshua Meyrowitz. Goffman (1999, s. 7) se své knize „Všichni hrajeme divadlo“ snaží zachytit: „jak člověk v obvyklých pracovních situacích⁹ prezentuje sám sebe a svou činnost před ostatními, jak řídí a kontroluje dojem, jenž si o něm okolí vytvoří a vše, co může být součástí jeho představení.“ Sociální interakce (interakce tváří v tvář) jsou Goffmanem (1999, s. 21) popisovány jako: „vliv jednotlivců na činy druhých v jejich bezprostřední fyzické přítomnosti, kdy ovšem tento vliv je vzájemný.“ Goffman (1999, s. 21) používá pro lidské interakce a komunikaci tzv. dramaturgickou (divadelní) metaforu, která se snaží: „zachytit veškerou aktivitu jednoho účastníka při konkrétní příležitosti, jejímž účelem je udělat dojem na kteréhokoli z ostatních účastníků“, což je popisováno jako představení nebo herecký výkon. Kromě publika a účinkujících/ho je představení charakteristické také místem, kde se odehrává, a to regionem (Tamtéž).

Region je v Goffmanově metafoře pojat jako: „místo do určitého stupně ohraničeného bariérami vnímání.“ Bariéry vnímání nejvíce prezentuje fyzický prostor. (Tamtéž, s. 108). Regiony Goffman dělí na přední a zadní. Přední region neboli scéna je označení pro místo, kde se představení odehrává (jevištní chování) a Dlouhá (2012, s. 17) dodává, že: „Jedinec během svého jednání některé výrazové prostředky použije a jiné zase potlačí, aby ve výsledku vyvolal před publikem určitý dojem.“ Zadní region, neboli také zákulisí, je: „místo vztahující se ke konkrétnímu představení, kde je dojem vyvolávaný výkonem vědomě coby realita popírán.“ (Goffman, 1999, s. 113). Většinou je zde: „výkon připravován, zkoušen a publiku je vstup odepřen.“ (Dlouhá, 2012, s. 17). Určitým paradoxem je nastávání situace, kdy dle Goffmana (1999, s. 124) dochází k tomu, že: „Určité místo sice bývá identifikováno jako přední nebo zadní region výkonu, s jímž je pravidelně spojováno, avšak přesto existuje mnoho regionů, které v určitou dobu a v určitém smyslu fungují jako přední regiony a jindy a v jiném slova smyslu se stávají regiony zadními.“

Goffmanova interakcionistická teorie je fyzicky zakotvená, jedinci se setkávají tváří v tvář. Na Goffmana reaguje Joshua Meyrowitz (2006, s. 10) zabývající se

⁹ Autor předpokládá, že tento model lze aplikovat na jakékoliv organizované společenství.

elektronickými médii a jejich vlivem na sociální chování a snaží se poukázat na to, že tato média: „zdůrazňují schopnost reorganizovat sociální rámec mezilidské interakce a oslabovat kdysi pevný vztah mezi fyzickým místem a sociálním místem.“ Meyrowitz (2006, s. 42) dále tvrdí o povaze interakce, že: „není určována fyzickým prostředím, ale vzorci informačního toku.“ A dále se soustředí na pojem informace, který je: „užíván ve specifickém smyslu tak, aby znamenal sociální informaci, tedy vše, co se mohou lidé dozvědět o vlastním i cizím chováním a činnostech. Termín se vztahuje k oné mlhavé změti dojmů, které o sobě získáváme v rámci komunikačních aktů.“ (Tamtéž, s. 42). Rozsáhlé používání elektronických médií vede ke vzniku nových sociálních situací, ve kterých přední regiony a zákulisí nemusejí být oddělené pouze fyzickou bariérou (viz Goffman), ale jsou oddělené bariérou informační (Tamtéž).

Se změnou těchto ohraničení dochází k tomu, že: „(1) vzorce chování se štěpí na tolik jedinečných situací, kolik se objeví rozdílných prostředí, (2) a pokud se rozdílná prostředí prolnou, sloučí se i jejich původně rozdílné definice a vytvoří se definice nová.“ (Tamtéž, s. 49). Chování střední zóny je příkladem vyplývajícím z důsledku vzniku slučování dříve oddělených situací, které obsahuje prvky zákulisí a jeviště (Meyrowitz, 2006). Chování střední zóny je tedy: „jakékoliv chování vyplývající ze sloučení nejméně dvou oddělených situací“ (Meyrowitz, 2006, s. 53). Jinými slovy, jedinec musí své jednání přizpůsobovat heterogennímu publiku, několika komunikačním situacím najednou. Dále se vytváří definice tzv. chování hlubokého zákulisí, ke kterému část publika nemá přístup (interakce mezi jedinci, jedincem a skupinou, kdy ostatní jedinci nemusí o tomto jednání ani vědět), to, co se děje za scénou) a chování na forbině, kdy jedinec hraje určitou roli, představení pro publikum, snaží se působit určitým dojmem, a které: „se objevuje, jestliže jsou aktéři výrazně odděleni od publika.“ (Tamtéž, s. 50). Elektronická média jsou chápána jako ovlivňující faktor rozdělování a slučování informací (Dlouhá, 2012).

2 CHARAKTERISTIKA DNEŠNÍCH ADOLESCENTŮ

Adolescenty řadíme do vývojového období, které se nazývá dospívání. Dospívání je životní etapa jedince, která bývá velmi bouřlivá, neboť v ní dochází ke změnám v oblasti biologické, psychické i sociální. Průběh těchto změn je velice variabilní a probíhá u každého jedince nejen v rovině intraindividuální, ale i v rovině interindividuální (Langmeier, Krejčířová, 2006). Vágnerová (2008, s. 321) mluví o dospívání jako o: „období hledání a přehodnocování, v němž má jedinec zvládnout vlastní proměnu, dosáhnout přijatelného sociálního postavení a vytvořit si subjektivně uspokojivou, zralou formu identity.“

Etapa dospívání bývá členěna na období pubescence, které je časově vymezeno mezi 11 až 15 lety jedince a období adolescence, u kterého se udává věk jedinců mezi 15 až 20/22 lety (Langmeier, Krejčířová, 2006). Pro účely této práce je důležitá adolescence, kterou lze chápat jako období komplexnější psychosociální proměny, kdy se mění osobnost jedince a jeho společenské pozice (Vágnerová, 2008). Za hlavní úkol tohoto vývojového období bývá dosažení identity (Macek, 2001), která se projevuje snahou o sebepoznání a uskutečňuje se v rámci vrstevnické skupiny (Vágnerová, 2008). Macek (2001, s. 21) ale podotýká, že: „proces utváření vlastní identity není dán jen osobnostně a ontogeneticky, ale i zkušenostmi, příležitostmi nabízenými konkrétním sociálním prostředím a kulturou.“ Součástí identity jedince je i jeho tělesný vzhled, respektive jeho fyzická atraktivita, která jestliže odpovídá ideálu jedince, slouží jako opora sebevědomí a podporuje pocity jistoty adolescenta v souvislosti se sociální akceptací okolí, pomáhá mu dosáhnout uspokojivých pocitů ve vztahu k druhému pohlaví. S fyzickou atraktivitou souvisí i úprava zevnějšku (oblečení) (Tamtéž).

Vrstevnická skupina je důležitým zdrojem emoční a sociální podpory, ve které se dle Vágnerové (2008, s. 349): „rozvíjejí symetrické vztahy přátelství a prvních trvalejších partnerství, skupinové vztahy naopak postupně ztrácejí svůj vliv a osobní význam.“ Vrstevníci jsou jedinci oporou nejen v procesu vytváření individuální identity, ale rovněž poskytují jedinci příslušnost ke skupině, tzv. skupinovou identitu (Tamtéž). „Vazba na skupinu snižuje individuální zodpovědnost a zvyšuje pocit sebevědomí a sebejistoty, jehož by jedinec jinak velmi pravděpodobně nedosáhl“, píše Vágnerová (2008, s. 371). S tím, jak jedinec přichází do kontaktu s vrstevníky, rozšiřuje svůj sociální kapitál. Díky sociálnímu kapitálu je jedinci umožněno osobně čerpat prostředky (např. užitečné informace, osobní vztahy, schopnost organizovat skupiny

apod.) z jiných členů sociální sítě, ke kterým patří (Putnam, 2000), a dle některých vědců je spojen s indexy psychické pohody jako je sebevědomí a spokojenost se svým životem. (Ellison et al., 2007).

Komunikace adolescentů s vrstevníky je odlišná od komunikace s dospělými. Adolescenti si často vytvářejí vlastní komunikační styl, který má svá určitá specifika, jako je například preference určitých slov, hrubá slova, výrazová klišé a oslovení. Adolescenti se mohou také uchýlovat ke zkratkám, kterým rozumí pouze oni sami. Vágnerová (2008, s. 395) například dodává, že komunikace prostřednictvím internetu: „uspokojuje potřebu udržení symbolického kontaktu, pro niž není významný obsah sdělení, ale jeho frekvence.“

Dospívání dle Macka (2001, s. 19) „není jen jedinečnou etapou v životě jednotlivce, je to společenský fenomén.“ Macek (2001) v tomto svém výroku poukazuje na dnešní společnost, kdy již osobní ani intimní témata nejsou společností tabuizována a stávají se veřejnými, komunikovanými nejen bezprostředně, ale zprostředkovaně, především (mimo jiné) médii elektronickými. Vágnerová (2008) dodává, že další charakteristikou dnešních adolescentů je tendence k uniformitě, která je podporována médii. Díky uniformitě se ztrácí individualita jedince, ale na druhé straně tato uniformita představuje pro jedince jistotu: „kdy je třeba posílit prezentaci vlastní osobnosti něčím zaručeně pozitivním.“ (Tamtéž, s. s. 329).

Prensky (2001) hovoří o diskontinuitě mezi generacemi, kterou označuje singularitou, a která mění prostřednictvím digitálních technologií věci takovým zásadním způsobem, že není cesty zpět. Prensky (2001) tuto generaci nazývá generací digitální neboli souslovím digitální domorodci. Palfrey a Gasser (2008) používají rovněž termínu digitální domorodci, ale chápou ho jako populaci, ne generaci mladých lidí (viz Prensky), kterým označují jedince, kteří se narodili po roce 1980, v době příchodu sociálních digitálních technologií, mají k technologiím přístup a umějí je používat. Tito jedinci jsou od starší populace odlišní, „sdílejí společnou globální kulturu, která není definována striktně podle věku, ale podle určitých vlastností a zkušeností týkajících se toho, jak pracovat s informacemi.“ (Tamtéž, s. 346). Digitální domorodci dle Prenskyho (2001, s. 2) jsou: „(1) zvyklí přijímat informace velmi rychle, (2) dávají přednost multi-taskingu (zpracovávání více úloh souběžně), (3) preferují grafiku před textem a přímý přístup (hypertext), (4) pracují nejlépe, když jsou připojeni k síti, (5) prospívá jim okamžité uspokojení svých potřeb a časté odměny, (6) dávají přednost hrám před „vážnou“ prací.“

Palfrey a Gasser (2008) doplňují tento výčet charakteristických znaků, které jsou digitálním domorodcům společné: (1) většinu svého života žijí online, aniž by rozlišovali mezi online a offline, (2) neuvažují o digitální identitě a identitě v reálném světě jako o separovaných entitách, ale pouze jako o jediné identitě s reprezentací ve dvou, tří nebo více různých prostorách, (3) digitální technologie jsou primárními mediátory lidských spojení, (4) jsou stále připojeni a mají veliké množství přátel v reálném životě i ve virtuálním světě, ale samotná povaha vztahů se mění¹⁰, (5) jsou velmi kreativní, dokáží informace vnímat jako tvárné, ovládat a přetvářet je novými a zajímavými způsoby.

Prensky (2001) dodává, že se změnilo myšlení digitálních domorodců, jelikož mají jiné druhy zkušeností, narozdíl od svých předchůdců. Jinými slovy, určité činnosti jako např. studování, pracování, komunikování spolu navzájem apod. vykonávají odlišnými způsoby, než ve kterých vyrůstal starší jedinec, neboli digitální imigrant (Palfrey, Gasser, 2008).

Digitální imigranti jsou jedinci, kteří se nenarodili v digitálním světě, ale nové technologie přijali a využívají je (Prensky, 2001). Význam uvedeného rozdílu spočívá v tzv. přízvuku, který se právě u těchto dvou skupin diferencuje. Digitální domorodci ho rozpoznají poměrně snadno¹¹. Tento fakt je do určité míry spojen se socializací u starších lidí, která probíhá odlišně než tomu je u jejich dětí. Nyní jsou tito lidé v procesu učení se novému „jazyku“ a jak vědci říkají, pozdě naučený jazyk jde do jiné části mozku (Prensky, 2001).

Prensky (2001, part II, s. 2) dále hovoří o výzkumech v neurobiologii, kde bylo prokázáno, že: „různé stimulační mění mozkovou strukturu a ovlivňují, jakým způsobem lidé myslí.“ Zásoba mozkových buněk je neustále doplňována a tento fenomén je znám pod názvem neuroplasticita mozku (přetváření mozku) (Tamtéž). „Vzorci myšlení lze měnit v závislosti na zkušenostech jedince“, je tvrzení vyplývající ze sociální psychologie, kterým se Prensky (2001, part II, s. 2) rovněž zabývá. Výzkumy ukázaly, že: „lidé, kteří vyrůstají v různých kulturách, nepřemýšlejí o jiných věcech, ale přemýšlejí jinak. Životní prostředí a kultura, ve které lidé vyrůstají, ovlivňuje a určuje mnoho z jejich myšlenkových procesů.“ (Tamtéž, s. 3). Tento jev bývá označován jako tvárnost. (Tamtéž). I když nebyla přímo zjištěná korelace mezi mozky digitálních

¹⁰ „Online přátelství jsou založená na mnoha ze stejných věcí jako tradiční přátelství (společné zájmy, časté interakce), ale mají odlišný tenor: jsou často pomíjivé, je snadné do těchto přátelství vstoupit i je opustit“ (Palfrey, Gasser, 2008, s. 5).

¹¹ Např. Digitální imigrant použije internet až jako sekundární zdroj. Nejdříve hledá potřebné informace jinde, a jestliže je tam nenajde, využije internet (Prensky, 2001).

domorodců a jejich fyzickou odlišností oproti digitálním imigrantům, existují pro to vodítka (viz Prensky, 2001, part II, s. 2-3). Dokonce se Prensky (2001, part II, s. 4) domnívá, že: „mozky digitálních domorodců jsou téměř fyziologicky odlišné, v důsledku opakovaných zkušeností jsou některé oblasti mozku větší a rozvinutější než ostatní.“ Digitální domorodci nemají nové kognitivní dovednosti, ale nová je jejich intenzita a kombinace lišící se od digitálních imigrantů (Tamtéž).

Na druhou stranu existují zastánci toho, že digitální domorodci a atributy s nimi spojené jsou až příliš dramatizované, poukazují na zásadní změnu ve světě a velké mezigenerační rozdíly, což v sobě obsahuje tzv. akademická forma morální paniky, která je podpořena sdělovacími prostředky a přesahuje důkazy k podpoření daného jevu (v tomto případě digitálních domorodců) (Bennett et al., 2008). Co se týče digitálních domorodců, tak Bennett et al. (2008, s. 783) říkají: „Zatímco technologie jsou zakotvené v jejich životech, tak jejich používání a dovednosti s nimi spojené nejsou jednotné.“ To potvrzuje i Krause (2007) která popisuje, že technologické poznatky a zkušenosti se významně liší v závislosti na věku, pohlaví a socio-ekonomickém pozadí. Palfrey a Gasser (2011, s. 39) rovněž popisují několik aspektů, ve kterých mají kritici tohoto přístupu pravdu. Jmenujeme alespoň některé z nich: „(1) mládež se nerodí s intuicí pro to, jak používat digitální nástroje, nebo jak třídit informace on-line, (2) někteří lidé se rodí do digitálního světa, ale tento svět existuje díky podpůrným strukturám, které jsou poskytovány především rodiči a pedagogy.“ Mnoho lidí, kteří jsou staršího ročníku, je zručných ve využívání digitálních technologií více než jedinci mladší a začíná se postupně postulovat argument, že: „může vznikat globální kultura mladých lidí, kteří používají technologie sofistikovanějšími způsoby“, ale pojem digitální přistěhovalci není přesně výstižný. (Tamtéž, s. 40).

2.1 Proč dospívající používají Facebook?

Shrňme-li specifika sociální sítě Facebook a charakteristiku dnešních dospívajících, můžeme dojít k několika z mnoha aspektů, proč právě dospívající využívají této sociální sítě a hojně ji navštěvují. Collier a Magid (2012, s. 3) například udávají tyto důvody: (1) stýkání se s přáteli ze školy a spolupráce na školní práci, (2) dennodenní novinky o svých přátelích, známých a skupinách, kde jsou členy, (3) emoční podpora, (4) self-expression („sebe výraz“), průzkum a tvorba identity, která se

vyskytuje ve vývoji dospívajících, (5) učení mimo formální prostředí jako je škola (tzv. neformální učení) a učení se společenským normám a sociální gramotnosti, (6) učení se technické dovednosti digitálního věku, která je v současné době nezbytná pro budoucí profesní rozvoj, (7) poznávání a objevování zájmů, které mohou ovlivňovat budoucí akademické a profesní zájmy, (8) učení o světě mimo bezprostřední kontakt s rodinou a školou, (9) občanská angažovanost – účast v případech, které pro ně mají význam. Lešková (2011) doplňuje další důvody: (1) potřeba být informovaný, (2) potřeba společnosti a komunikace, (3) potřeba úniku od tlaku každodenní reality (potřeba rozptýlení).

3 VLASTNÍ VÝZKUM

3.1 Cíl a výzkumné otázky

Cílem mé práce je zjistit jakou roli hraje sociální síť Facebook v životě adolescentů (gymnasistů). Hlavní výzkumná otázka mé práce zní: „Jak je Facebook vnímán samotnými adolescenty (gymnasisty)?“ Dílčí otázky týkající se mého výzkumu jsou: (1) Co bylo motivací pro založení si profilu na sociální síti Facebook? A jaký je současný smysl (tedy posun od založení do současnosti, vývoj a individuální významy)? (2) Jak se virtuální vztahy přenášejí do reality a naopak, tedy jaké vztahy se zde realizují? (3) Jak se adolescenti na Facebooku prezentují? (4) Jak si adolescenti chrání soukromí na Facebooku? (5) K čemu vlastně Facebook adolescentům slouží? (funkce Facebooku v jejich životě).

3.2 Metody sběru a zpracování dat

Tento výzkum je chápán jako kvalitativní, kdy: „hlavním úkolem je objasnit, jak se lidé v daném prostředí a situaci dobírají pochopení toho, co se děje, proč jednají určitým způsobem a jak organizují své každodenní aktivity.“ (Hendl, 2005, s. 52) Jinými slovy, jde o motivy adolescentů, pochopení a přiblížení jejich světa na sociální síti Facebook v oblasti individuálních významů a jejich posunu od založení profilu po současnost. Jde o případovou studii, v které budu od čtyř jedinců získávat a analyzovat jejich pohled na sociální síť Facebook a zároveň ho budu pojímat v celé jeho komplexnosti. Předpokládám, že hlubokým prozkoumáním jednoho případu lépe porozumím případům obdobným.

Data budou v tomto výzkumu shromažďována prostřednictvím individuálních (hloubkových) polostrukturovaných rozhovorů, které budou nahrávány na diktafon a následně budou přepsány do elektronické podoby. Nahrávání rozhovorů umožní detailnější a rychlejší komunikaci bez jejího narušení oproti psanému záznamu rozhovorů. Individuální rozhovory budou použity, aby nedocházelo ke zkresleným výpovědím v důsledku špatného pochopení otázky bez možnosti jejího vysvětlení, a zároveň mi tento způsob dovolí klást doplňující otázky.

Individuální rozhovory budou probíhat s adolescenty po jejich vyučování, v předem domluveném čase a hodině. Polostrukturované rozhovory se budou zabývat určitými tématy (komunikace, vztahy, identita a soukromí), které se v prostředí Facebooku vyskytují, ale dovolí mi i témata další, které probandi budou nabízet.

Po realizaci rozhovorů byla data přeepsána do elektronické podoby a dále kódována. Nejprve byla podrobena tzv. otevřenému kódování. Jak říká Švaříček a Šedřová (2007) otevřené kódování představuje operace, pomocí kterých se analyzovaný text (přepsaný rozhovor) rozdělí na jednotky a každé takto vzniklé jednotce se přidělí kód (jméno nebo označení), který by měl odpovídat tomu, jaký jev či téma reprezentuje. Při otevřeném kódování nejprve docházelo k tzv. „nálepkování“, kdy jednotlivé jednotky byly formulovány ad hoc, ale i přesto, byly vztahovány k nastoleným výzkumným otázkám. S tím, jak byly kódovány jednotlivé rozhovory, postupně docházelo k vytváření seznamu kódů. Kódy byly seřazeny dle abecedního pořadí, a poté začala jejich systematická kategorizace podle podobnosti nebo určité souvislosti. Tímto procesem se začal budovat hierarchický systém. Po otevřeném kódování následovalo axiální kódování, na jehož základě byly vytvořeny paradigmatické modely, a umožnily tak hlubší pohled na danou problematiku (viz Paradoxy Facebooku).

3.3 Výzkumný soubor

Cílem výzkumného souboru v kvalitativním výzkumu není to, aby reprezentoval určitou populaci, ale určitý problém (Švaříček, Šedřová, 2007), a jelikož jsem chtěla porozumět určitému problému v souvislostech, tak jsem se soustředila na skupinku studentů předem určenou několika charakteristikami. Stanovila jsem si kritéria struktury výběru (účelový výběr), který byl určen věkem, pohlavím, aktivním užíváním Facebooku a rovněž ochotou probandů účastnit se rozhovorů (na základě dobrovolnictví, což se na jednu stranu může zdát jako výhodné, poněvadž mi byli všichni probandi ochotni skrze rozhovory zprostředkovat své nahlížení na sociální síť Facebook, ovšem na druhou stranu se jedná o dobrovolníky). Domnívala jsem se totiž, že adolescenti nebudou mít problém hovořit se mnou na téma Facebook, jelikož je to prostředí, které dobře znají (poměrně početná věková skupina, která tuto sociální síť využívá – viz podkapitola Facebook) a nebojí se na něm sdílet osobní informace, jelikož někteří odborníci o dospívajících tvrdí, že jsou bezstarostná generace, kterou baví sdělovat toho o sobě na internetu co nejvíce (Fillecia et al., 2011). Když jsem ale přišla

na gymnázium do prvního ročníku, představila se studentům, sdělila jim účel své návštěvy a metodu výzkumu, tak se několik studentů odmítlo rozhovorů účastnit. Nejčastějším důvodem jejich odmítnutí bylo, že je to soukromá věc hovořit o Facebooku a nechtěli poskytovat „cizímu“ člověku své soukromé informace, které se týkají online sociální sítě. Tento jev popisují West, Lewis a Currie (in McAndrew a Jeong, 2012), kteří tvrdí, že i přestože jsou facebookové stránky veřejné, tak dospívajícími jsou vnímány za soukromé a nechtějí, aby např. rodiče či ti, co nemají v přátelích, je sledovali.

Od všech probandů byl získán informovaný souhlas, tzn., že probandi se zúčastnili rozhovorů na základě informací o průběhu a okolnostech výzkumu pouze pokud s nimi souhlasili. Účastníkům výzkumu bylo dále řečeno, že mohou od účasti výzkumu v jejím průběhu odstoupit, byla zachována jejich anonymita, při publikování citací z polostrukturovaných rozhovorů a závěrů byla jejich jména změněna.

Za výzkumný vzorek jsem vybrala studenty čtyřletého státního gymnázia v pražské městské části čítající (ke dni 31.12.2012) 10 809 obyvatel (Český statistický úřad, 2013). Denní studium, kterého se účastnili i vybraní studenti, je zaměřeno na humanitní předměty. Tuto školu jsem si vybrala, neboť jsem sama její absolventkou a znám vedení školy i jednotlivé pedagogické pracovníky, kteří mi usnadnili přístup ke studentům. Klíčovou osobou, která mi zprostředkovala kontakt na potenciální účastníky výzkumu dle předem zvolených kritérií, byla má bývalá třídní vyučující, která mohla v možných účastnících vzbudit důvěru ve výzkum a svými slovy podpořit jejich ochotu spolupráce. Klíčová osoba mi měla usnadnit prvotní kontakt se studenty.

K účasti na výzkumu byli celkem vybráni čtyři studenti – dívka s chlapcem z prvního ročníku a dívka s chlapcem z ročníku čtvrtého. Podmínkou k účasti na výzkumu bylo mít založen profil na sociální síti Facebook (nejméně dva roky) a jeho aktivní užívání, tzn. možnost připojení se ke svému profilu každý den. Tyto podmínky byly nastaveny, aby se daly postřehnout individuální významy a posun od založení profilu až do současnosti. Dále uvádím krátké medailonky studentů, kterých se tato práce týká, a které obsahují jejich určité (nejvýraznější) charakteristické rysy spojené s Facebookem.

Sandra, 15 let, 1. ročník

Rodiče Sandry nebyli příznivci Facebooku, ovšem později ji dovolili založit si profil na této sociální síti. Sandra Facebook vnímá do určité míry rozporuplně, tzn. na

jedné straně jako to, co ji „pomáhá“ při nejrůznějších činnostech (např. získávání informací, kontakt s přáteli apod.), na druhé straně jako něco „temného“, platformu, kde může docházet k nejrůznějším situacím, ne vždy příjemným.

Hynek, 16 let, 1. ročník

Pro Hynka je Facebook platformou, ve které je mu vždy někdo ochotný pomoci, v případě, že má nějaký problém. Hynek Facebook vnímá do určité míry jako místo emocionální, ale i sociální podpory okolí. Je u něj spojen se zálibou – fotbalem.

Aneta, 18 let, 4. ročník

Aneta používá Facebook „jenom“ na psaní, nic jiného na něm prý v současné době nedělá. Facebook vnímá jako prostředí, ve kterém se ztrácí jedincovo soukromí, a sama se prý z tohoto důvodu „soukromě“ na Facebooku nevyjadřuje.

Martin, 18 let, 4. ročník

Pro Martina je Facebook neustále se měnící sociální síť, ve které není čas si např. postěžovat ostatním. Informace na něj vkládá takové, které ho neohrozí, jelikož je dle něj Facebook spojen se ztrátou soukromí. Facebook ho do jisté míry spojuje s jeho zálibou (fotbalový fanoušek).

3.4 Prezentace výsledků

3.4.1 Analýza dat prostřednictvím techniky vyložení karet

V této analýze jsem rozhovory od výše zmíněných probandů podrobila otevřenému kódování a současně s otevřeným kódováním jsem začala vytvářet abecední seznam kódů, na jehož základě se mi později začínaly vytvářet kategorie, které v sobě zahrnovaly kódy podobné či vnitřně spolu související. Jednotlivé kategorie byly pojmenovány jako „činnosti na Facebooku, komunikace, vztahy, identita, soukromí.“ V každé této kategorii jsem se prostřednictvím vytvořených kódů (viz Příloha A)

snažila daný jev popsat skrze techniku vyložení karet, která je nadstavbou nad otevřené kódování a doplnit ji úryvky získanými z rozhovorů s jednotlivými probandy.¹²

Následující text přináší zobecňující pohled jednotlivých kategorií (kdy není nutné, aby do výsledné analýzy byly zahrnuty všechny aspekty kategorií, které byly vytvořeny, ale je nutné, aby se vztahovaly k výzkumným otázkám a byly spolu v určitém vztahu), v souvislosti s poznatky z odborné literatury. Je pravděpodobné, že se v určitých kategoriích vyskytnou obsahově si velmi podobné jevy (duplicitní jevy), jelikož na Facebooku se uvedené kategorie do určité míry vzájemně prolínají a obsahují v sobě podobné jevy či jeden jev je možné zařadit do více kategorií.

3.4.1.1 Činnosti na Facebooku

Kategorii činnosti na Facebooku zmiňují jako první, jelikož se přes ni realizují další zmiňované kategorie. Probandi se přihlašují ke svému profilu na Facebooku téměř vždy, když zapnou počítač. „*Když zapnu počítač, tak zapnu Facebook a mám ho v liště celou dobu.*“ (Martin, 18 let) Většinou se tak děje ve volném čase. Nejčastější důvody k přihlášení jsou: nuda, potřeba komunikace, shánění informací či očekávání pomoci ze strany přátel.

Probandi na Facebooku využívají chat, zeď, statusy, skupiny, posílání zpráv, sdílení obrázků a fotografií. Facebook je jimi vnímán jako zdroj zábavy, místo proudění všelijakých informací, prostředek ke sdílení emocí a zážitků, místo k organizování nejrůznějších společenských akcí.

Za výhody Facebooku považují pohodlnost, možnost simultánní komunikace, finanční úlevu při potřebě komunikovat („... je zadarmo, takže když si potřebuješ něco napsat, tak nemusíš plejtvat kredit za telefon...“ Aneta, 18 let), nepřeborné množství informací, velký počet uživatelů. „*Protože tam je nejvíce lidí a...no a můžu si tam někoho dohledat, třeba i...nějakýho kámoše.*“ (Martin, 18 let).

Mezi nevýhody řadí narušení či ztrátu soukromí, kyberšikanu a „úchyly“ (osoby, které narušují bezproblémový chod Facebooku). „*Takový jako, že se tam můžou pohybovat různý kreativy, že to může bejt někdy takový nebezpečný, musí si člověk dávat pozor.*“ (Sandra, 15 let).

¹² Úryvky jsou přepsány i s nesprávnou stylistikou či syntaxem, výjimkou je slovo Facebook.

3.4.1.2 Komunikace

Komunikace na Facebooku v sobě zahrnuje podobné charakteristiky jako komunikace obecně elektronická. Tu lze dělit na synchronní a asynchronní komunikaci (Šmahel, 2003). Synchronní komunikace (on-line komunikace) probíhá mezi jedinci ve stejný okamžik, zatímco u komunikace asynchronní není vyžadována přítomnost jedince u daného média, takovýto typ komunikace je například zanechání zprávy na Facebooku.

Charakteristickým rysem komunikace na Facebooku je simultánnost, neboli možnost komunikovat s více jedinci o různých tématech najednou (např. prostřednictvím chatu). Šmahel (2003) pro tento jev používá pojmu „multiplicitní komunikace“.

Probandi ke komunikaci na sociální síti Facebook používají chat, status, zeď a zprávy (viz Příloha C). Psaná komunikace na Facebooku (obdobně jako v jakémkoliv internetovém prostředí) je ochuzena o neverbální komunikaci, která mimo jiné například spočívá v prostorové blízkosti, mimice, držení těla apod., a jak říká Prokeš (2000, s. 16): „účastníci spojení nemohou přizpůsobit sdělení informace vzájemnému psychickému stavu, jejich komunikace postrádá jedinečný osobnostní rozměr.“ Probandi ke svému sdělení skrze Facebook používají anglická slova („...často právě tam říkám něco anglicky, protože já když sem na internetu...tak se třeba dívám na nějaký seriály v angličtině, takže mi prostě úplně naskakují ty věty v tý angličtině...prostě je to internet a je mi jedno, jestli píšu v angličtině nebo tak.“ Sandra, 15 let), spisovná slova, emotikony či zkratky slov. Emotikony neboli „smajlíci“ jsou chápány jako: „zkratka pro emotivní ikonu, topografickou konvenci osobních postojů, tedy pro to, co v elektronické komunikaci pomáhá uživatelům vyjadřovat emoce prostřednictvím znaků.“ (Prokeš, 2000, s. 22) Emotikony jsou dle Šmahela (2003, s.113): „berličkou virtuální komunikace, pokusem nahradit ono neverbální v on-line světě“, s cílem zmírnit nedorozumění, které se v elektronické komunikaci často odehrává.

Obecně komunikace probandů na Facebooku slouží k realizaci vztahů a získávání informací, které na něm plynou. Informace se nejčastěji týkají školy, školního prostředí, organizace nejrůznějších společenských akcí, informace o opačném pohlaví (...S kámošem o holkách...Martin, 18 let), zálib a zábavy obecně. Na Facebooku je ale

možné poskytnuté (sdílené) informace zneužít, což probandi chápou jako jeden z problémů komunikace na Facebooku. Komunikace na Facebooku do jisté míry podporuje ztrátu soukromí, člověk je otevřenější, ztrácí zábrany. Mohou se zde vyskytovat urážky jakéhokoliv druhu – např. na osobu jedince, na různé instituce apod. Dochází i k mylným informacím (lhaní) na Facebooku. Probandi sdělují na Facebooku informace o partnerském vztahu (zadaný/nezadaný), rodinné vztahy, na druhou stranu jsou i tací probandi, kterým toto sdílení vztahů přijde nevyzrálé a velmi soukromé na to, aby to bylo podáváno ostatním uživatelům.

Probandi rozlišují informace: (1) pro ostatní, které ale nesmí probanda jakýmkoliv způsobem ohrozit, (2) soukromé, které zůstávají „uzavřené“ ostatním uživatelům, projevují se v reálném životě, ale na sociální síti se nevyskytují. Kromě jednoho probanda nikdo nevěděl, že informace, které jedinci Facebooku poskytnou, jsou po určitou dobu archivována, ale tento fakt komentovali slovy, že „stejně tam nic nemají“. Takto se k problému archivace dat na Facebooku vyjádřil i proband, který o tomto faktu byl informován.

V rovině komunikace týkající se vztahů probandi nejčastěji komunikují s přáteli, známými nejen homogenního pohlaví, ale i pohlaví opačného. Facebook v hlavách svých autorů nebyl nikdy zamýšlen jako náhrada osobní komunikace, byl profilován jako nástroj, který má vést k posilování styku s lidmi, které uživatel fyzicky zná (skutečné přátele, známé, spolužáky apod.), což můžeme pokládat za další z jeho specifík oproti ostatním online sociálním sítím (Kirkpatrick, 2011). Někteří autoři (např. Sheldon, Abad a Hinsch) jsou zastánci toho, že aktivita na Facebooku jedince odvádí od interakce tváří v tvář, jiní autoři (např. Cheung, Chiu, a Lee) vnímají interakce na Facebooku jako ty, které naopak tyto interakce rozšiřují.

Komunikace na Facebooku u probandů posiluje již existující sociální vazby v reálném životě, usnadňuje vztahy s těmi, co jsou jejich přátelé. Důraz se klade hlavně na ty osoby, které jsou probandovi vzdálené a Facebook s nimi pomáhá udržet „vztah na dálku“ – je tam ta blízkost skrze reálné fotografie, zprostředkovaná interakce ve stejném čase, informace, které přátelé poskytují, jsou aktuální. Jedinec má možnost sledovat jejich životy a jejich sociální vazby, okolí. Ovšem komunikace na Facebooku podpořila u probanda i vztah, který se poté začal odehrávat v reálném životě – podporuje tedy i budoucí vztahy, jelikož dala probandovi příležitost se lépe poznat, a poté se získanými informacemi vstoupit do reálného života, kdy už se proband neostýchal a měl si s dotyčnou osobou, co říci (lépe se poznali). „*No třeba se s někým víc bavím kvůli*

Facebooku... jakože vlastně stejný zájmy a tak... No jakože na Facebooku jsme se začali víc bavit a potom i v normálním životě.“ (Sandra, 15 let).

Probandi zmiňovali výhody facebookové komunikace, kdy je možno komunikovat s několika jedinci zároveň (tzv. simultánní komunikace), a další fakt, který přispěl, k pozitivnímu hodnocení komunikace bylo, že je z pohodlí domova. Komunikace na Facebooku je zdroj informací a děje se tak zadarmo, což probandi vnímají jako velmi výhodné, jelikož jim to přináší finanční úlevu (např. není nutné utrácet peníze za používání mobilního telefonu).

Ke komunikaci probandů na Facebooku přispívá i četnost lidí, kteří se zde nacházejí. V případě jakéhokoliv problému je vždy někdo ochoten pomoci (mají tam několik přátel, několik z nich je téměř vždy online, mohou se svěřit s problémem, pocit, že „na nic nejsou sami“. „...napíšu třeba, jako když mám problém něco s tou látkou ze školy, tak kdo tomu rozumí nebo se mi třeba ozve, pomůže mi to vysvětlit...“ (Hynek, 16 let). Interpersonální zpětná vazba je na sociální síti téměř vždy veřejně k dispozici ostatním uživatelům, a jak píše Valkenburg et al. (2006), veřejné hodnocení má vliv na sebevědomí (self-esteem) adolescentů. Jedinovo sebevědomí může v případě kladných zpětných vazeb stoupat či je tomu naopak v případě negativních odezev od ostatních uživatelů (Tamtéž).

Na druhou stranu jsou probandi, kteří si myslí, že na Facebooku není čas se nikomu svěřit, jelikož se tam toho odehrává už tolik, že se jejich problémy jaksi „ztrácí“, utápí se ve zmeti jiných událostí. „...na Facebooku mi to přijde nesmyslný, protože se tam toho odehrává tolik, že není ani čas na to si někomu třeba postěžovat. Každý řeší třeba fotky, nebo co se kde stalo...“ (Martin, 18 let).

Sami probandi vnímají v komunikaci na Facebooku určité nástrahy: vzájemné nepochopení vyplývající z elektronické komunikace („...se mi hodněkrát stalo, že to ten člověk pochopí špatně z toho, že třeba neodhadne ten obsah, někdy se to prostě nedá vyjádřit, nebo prostě potřebuješ u toho vidět toho člověka. Že když prostě řeknu něco špatného na tebe, tak to třeba tak nevyzní jako z té druhé strany.“ Aneta, 18 let), kyberšikanu, která je často způsobována díky informacím, které probandi vkládají na svůj profil a sdělují ostatním. Pomluvy, které se šíří skrze Facebook rychleji a s větší silou (postupné nabalování se na sebe informací a jejich měnění) jsou také vnímány probandy negativně. Někteří probandi si myslí, že někteří uživatelé píšou na Facebook „hlouposti“ a nesmysly, upozorňují na to, že Facebook není deník, a přesto je tak u některých jedinců využíván.

3.4.1.3 Vztahy

Přátelé jsou pojátkem Facebooku, jsou jeho alfou a omegou, bez nich by Facebook nemohl existovat, jelikož jak sám řekl jeho zakladatel, Mark Zuckerberg, úmyslem Facebooku je sdílení a sdílení není možné bez ostatních jedinců, respektive poté mu uniká smysl.

Shih (2009, s. 36) přichází s vysvětlením toho, jak se jedinci, kteří jsou potřební pro sdílení, „nabalují“ na Facebook, aneb vyskytuje se přímá úměra mezi uživateli a potenciálními uživateli Facebooku. Jejimi slovy: „čím více lidí na Facebooku, tím více lidí se stává členy Facebooku.“ Toto své tvrzení Shih (2009) vysvětluje pomocí fungování Facebooku, který pracuje na principu síťových efektů. Jestliže jsou všichni přátelé daného jedince „na Facebooku“ (mají na něm založený profil), tak jedinec může pociťovat mírný tlak, aby se také stal členem online sociální sítě a mohl sdílet aspekty svého života s ostatními uživateli (přáteli z reálného života).

Nejen díky Facebooku, ale i ostatním sociálním sítím se navyšuje kapacita pro udržování kontaktu a vztahu s ostatními jedinci a jednou z výhod Facebooku je právě dle probandů počet jeho uživatelů, kdy při tomto počtu (viz kapitola Facebook) je velmi pravděpodobné, že proband narazí na přítele či známého z reálného života.

Probandi, kteří se zúčastnili tohoto výzkumu, mají v průměru 300 přátel na Facebooku, z toho ne všechny považují za své přátele (rozlišení známí x cizinci). „*Pak jsem je postupně mazal, protože jsem je nikdy neviděl, nic jsem o nich neslyšel...*“ (Hynek, 16 let). Takto popisuje jeden z probandů tzv. cizince, aneb jedince, které nezná. Jiným příkladem je následující úryvek probandky Sandry (15 let), který představuje popis přátel a známých: „*No nepovažovala bych je jako za blízký přátele, považovala bych je za známý. A známý tam teda mám, protože bych tam jinak měla hodně málo lidí, kdybych tam dala jenom svoje nejlepší kamarády nebo fakt kamarády...*“ V současné době (viz Etapa uživatelství) si probandi rozmyšlejí, koho si přidávají mezi své přátele na Facebooku. Bývají to jedinci, kteří se s probandem osobně setkali či se „znají“ například z hraní her (stejně koníčky, záliby). Často se stávalo (viz Etapa experimentace), že si probandi přidávali i jedince, které neznali, osobně se nesetkali (tzv. cizinci). Polovina probandů přátelství spíše přijímá (tzv. přijímači – tzn. čeká na doručení žádosti o přátelství jiným uživatelem Facebooku), druhá polovina probandů přátelství jak přijímá, tak i iniciuje (tzv. iniciátoři – tzn. posílají žádosti o přátelství ostatním uživatelům Facebooku).

Probandi povětšinou neřeší spory mezi nimi a ostatními jedinci (přáteli z reálného života) tím, že si dotyčného vyškrtnou ze seznamu přátel na Facebooku, poněvadž někteří probandi vnímají Facebook do určité míry jako otisk reality a z reálného života si jedince, se kterým se dostanou do sporu, také nemohou „odstranit“. Vyskytl se ale případ, kdy si jeden proband vyškrtnl přítele ze seznamu přátel, jelikož byli velmi rozhádaní, ale poté, co si v reálném životě vyříkali důvody sporu, tak si ho opět přidal zpět do seznamu přátel. Dnes už by to prý neudělal, nejdříve spor řeší tak, že si s dotyčným jedincem promluví z očí do očí a poté, jak rozmluva dopadne, tak se zařídí i na Facebooku (ponechání/vyškrtnutí ze seznamu přátel).

Co se týče již existujících sociálních vazeb probandů, tak Facebook tyto vztahy posiluje. Probandi to vnímají především skrze komunikaci, jelikož s daným člověkem neztrácejí kontakt. Ještě větší váhu tomuto faktu probandi přikládají, jestliže s „nalezeným“ přítelem nejsou po delší dobu v osobním kontaktu a díky Facebooku mohou být „vzdáleným“ přátelům nablízko. „...*tam jsou skoro všichni, takže když třeba tam mám kamarádku ze zahraničí, třeba z výměnnejch pobytů nebo takhle, tak si s ní pořád můžu pořád nějak povídat, něk s ní komunikovat...*“ (Sandra, 15 let) Shih (2009) mluví o tzv. silných sociálních vazbách, které se realizují v reálném životě s těmi nejbližšími jedinci, a které se v celé této „síle“ přenášejí na online sociální síť (bez ohledu na to, jak se tito lidé na sociálních sítích chovají, tak i nadále jsou součástí života daného jedince, tak jak tomu bylo před tímto chováním).

Facebook má dle probandů předpoklad k tomu, aby podporoval budoucí vztahy jedinců, které se vytvořily v reálném životě, kde ovšem nastal z jakéhokoliv důvodu útlum těchto sociálních vazeb. Prostřednictvím Facebooku se tyto vztahy začaly opět posilovat, neboť jedinci byli skrze Facebook ve vzájemném kontaktu, vzájemně se lépe poznali, což poté ovlivnilo jejich vztah v reálném životě, kdy v něm spolu začali více interagovat.

Jinak je tomu v případě slabých sociálních vazeb, do kterých patří lidé, které proband pouze několikrát potká, přátelé přátel apod., Tyto jedince probandi nepovažují za přátele v pravém sociologickém slova smyslu. Jak říkají Ellison e al. (2007) tací jedinci mohou poskytnout uživateli užitečné informace, ale obvykle bez emocionální podpory. Většina jedinců neměla před vznikem online sociálních sítí schopnost udržovat tyto slabé vazby, mít o nich dostatečnou znalost či umět předvídat, které z nich by mohly být cenné v budoucnu (Shih, 2009). To Facebook doslova svým uživatelům nabízí. V průběhu života uživatele je možné hromadit tyto slabé sociální vazby jako možnosti sociálního kapitálu. Slabé sociální vazby spojuje Putnam (2000) s tzv.

překlenovacím sociálním kapitálem (v originále bridging social capital), který je vázán na síť mezi skupinami a silné sociální vazby s tzv. vázaným (spojeným) sociálním kapitálem (v originále bonding social cupital), který se týká sítí uvnitř skupiny. Ellison et al. (2007) vymezují ještě tzv. udržovaný sociální kapitál, který je charakteristický tím, že jedinec je schopný zůstat v kontaktu se členy dřívějšího společenství (např. spolužáky ze základní školy). Obecně lze tedy říci, že silné a slabé sociální vazby se vyskytují v závislosti na: „množství investovaného času, emocionální intenzitě, intimitě (vzájemné důvěře) a vzájemných službách, které charakterizují vazbu.“ (Granovetter, 1973, s. 1361).

Někteří probandi odlišují přítele na Facebooku a přítele v reálném životě. Přítel na Facebooku, jak již bylo řečeno, neznamená vždy přítele (v pravém sociologickém smyslu) pro probanda. Ve vztazích na Facebooku se nedají dle probandů rozpoznat emoce, často se vyskytuje přetvářka mezi facebookovými přáteli, jelikož jedinec je „ukryt“ za obrazovkou počítače či za displejem mobilního telefonu a může být více tajuplný. *„No tak prostě v reálu ho hodnotíš tak, jak s tebou zachází, jak se k tobě vyjadřuje, takhle to přes tu sociální síť prostě nevíš, co si za tou obrazovkou on myslí, může ti cokoliv psát, ale jakmile to nevidíš prostě z očí do očí, tak nemáš to jistý no.“* (Hynek, 16 let). S tímto je spojeno i nepochopení (nedorozumění) mezi přáteli na Facebooku, jelikož daný jedinec může vyřčené (napsané) chápat bez dalších doprovodných atributů komunikace jako jsou například gesta, mimika apod. odlišně než při setkání tváří v tvář. Šmahel (2003, s. 20-21) dodává, že u jedinců v elektronickém prostředí (virtuálním světě) vůbec, dochází k přenosu, který je chápán jako: „tendence jedince vybírat ty informace, které jeho nevědomí chce slyšet, respektive slyšet potřebuje (jedinec vkládá do komunikace svůj vlastní význam, který v ní nebyl obsažen)“ a projekci jako: „procesu, kdy jedinec projikuje (nevědomě přenáší) obsahy své vlastní mysli (přání, motivy, pocity) vztahující se ke své osobě do jedince (přítele na Facebooku). To má za následek (často negativní) ovlivnění těchto vztahů, jelikož může být výše uvedené spojeno s např. se vzájemným nepochopením.

Přestože jsou probandi na Facebooku s ostatními uživateli přátelé (teď myslím v tom pravém sociologickém slova smyslu), dochází k tomu, že odebírají označení své osoby na fotografiích, které tam jejich přátelé vkládají. Činí tak, jelikož se sami sobě na fotografii nelíbí, jsou na ní zachyceni při nevhodném chování či nevhodné situaci. Tento účinek odebrání označení své osoby na fotografii je o to silnější, jestliže má proband v přátelích i osobu, kterou vnímá jako autoritu (rodič, učitel apod.).

Na sociálních sítích může uživatel nalézt rovněž důležité informace, které mu lépe pomohou posoudit potenciální význam a hodnotu vztahu nového přátelství (Shih, 2009). Informace uživatel „nasbírá“ z informací, které se nacházejí na profilu dotyčné osoby a rozhodne se, jestli s daným člověkem má vůbec zůstat v kontaktu. Jestliže se jedinec rozhodne, že s daným jedincem v kontaktu zůstane, tak se mu díky tomu začne utvářet tzv. latentní sociální kapitál, neboli možnost využít nasbírané kontakty v průběhu dětství či dospívání v budoucnosti (např. přítel z gymnázia se stane významným obchodním partnerem) (Tamtéž). Probandi rádi nejružnější informace využívají, ale rovněž podotýkají, že se mohou v prostředí Facebooku vyskytovat pomluvy, které pramení z nepřehledného množství informací, které se na Facebooku o daném jedinci nalézají. V této souvislosti se u některých probandů vyskytuje pocit, že je Facebook utvrzuje v negativním smýšlení o jiných osobách. Takto se ale děje u osob, které probandi vnímají negativně i v reálném životě a Facebook (díky tomu, jak se daný jedinec na něm chová) ukazuje chování, které je probandovi nesympatické, ale známé z reálného prostředí. Nesympatičnost probanda k dané osobě se tak „násobí“, jelikož proband vnímá negativní aspekty jedincova chování, jak v reálném prostředí, tak i ve virtuálním prostředí. *„Ale s těma ostatníma¹³ asi znesnadňuje, protože mi to o nich dělá horší obrázek. Celkově já nechápu, proč tam takový věci lidi dávaj, třeba o sobě, prostě ty lidi maj nějaký názory a mě to spíš našťve, ale to jsou asi lidi, který asi nemám ráda ani normálně, když to pak vidím ještě i na Facebooku, tak mě to v tom ještě utvrdí.“* (Aneta, 18 let). Většina probandů se tedy „nechává unést“ a profil jejich přátel na Facebooku je ovlivňuje v utváření názoru na ně. Ovlivnění je jak pozitivní, tak negativní, ale spíše se utvrzují ty negativní aspekty o jedincích skrze jejich profil. Chou a Edge (2012) dochází k závěru, že Facebook ovlivňuje vnímání druhých lidí a zaujatost je pravděpodobnější, jestliže jedinci dělají závěry o lidech, se kterými se dobře neznají.

Jeden proband ale tvrdí, že profil jeho přátel na Facebooku ho neovlivňuje v utváření názoru na ně, jelikož se tyto jedinci nemusí chovat a prezentovat jako v reálném životě. Na Facebooku je dle něj velká pravděpodobnost používání mylných informací a proband se řídí tím, jak se jedinci chovají v reálném světě, ne na sociální síti.

Někteří probandi se na Facebooku vyjadřují emotivně méně, snaží se mít své emoce pod kontrolou, z důvodu již několikrát zmiňované obavy nepochopení z druhé strany, jiní se vyjadřují na Facebooku stejně jako v reálném životě, tudíž i s emocemi, které jsou podněcovány všelijakými příčinami (např. nesmyslností některých statusů,

¹³ Probandka má na mysli všechny ostatní přátele kromě přátel v sociologickém slova smyslu.

kteří někteří uživatelé píší). Facebook je u některých z probandů vnímán jako prostředí, ve kterém, když potřebují, naleznou potřebnou pomoc a podporu od ostatních přátel, kteří se „shlukují“ na jednom místě, jsou snadno dosažitelní a ochotní probandovi pomoci. V souvislosti se vztahy na Facebooku se vyskytuje tzv. Facebook efekt, který je založen na tom, že: „sít' na základě společné zkušenosti, zájmu, problému apod. spojí lidi, a to často neočekávaně.“ (Kirkpatrick, 2011, s. 10) Proti tomuto názoru stojí názor probandů – oponentů, kteří Facebook vnímají jako jednu neustále se měnící platformu, ve které se toho odehrává tolik, že „není čas“ se někomu svěřit či ho požádat o pomoc, o radu v případě problému.

Probandi zmiňují i nevhodné chování na Facebooku, za které považují přidávání fotografií, které se na Facebook „nehodí“ (např. fotografie ve spodním prádle, fotografie příliš vyzývavé), urážky, povyšování se nad ostatními, nesmyslné a neoprávněné hlášky, co tam uživatelé Facebooku vkládají („*Ty hlášky ve stylu třetí říše a potom takový ty nesmysly, co si tam někdo dává a myslí si, jak je vtipnej nebo zábavnej.*“ *Martin, 18 let*), a rovněž neustálé upozorňování některých uživatelů na svou osobu (např. statusy, příspěvky na zdi apod.). Negativně je i mezi probandy hodnoceno, jestliže ostatní uživatelé Facebooku využívají Facebook jako deník, tzn. neustále popisují své každodenní (běžné) činnosti a pocity, které se s nimi spojují, ovšem jaksi postrádající hlubší smysl. „*Mě to přišlo, jako že tam někdo napíše: „Napište mi za 15 minut, jdu se vykoupat.“, to už mi přišlo tak trapný.*“ (*Aneta, 18 let*).

Lešková (2011, s. 50) k problematice týkající se vztahů dodává: „Facebook není aplikace skrze níž přeměníme své vlastní já a naše vztahy s druhými. Facebook je platforma, konkrétní prostor v našem životě, kam vstupujeme, abychom pracovali, jak na našich vztazích, tak na sobě samých – na naší „virtuální identitě“.

3.4.1.4 Identita

Identita na Facebooku se odklání od chápání virtuální identity v pravém slova smyslu (blíže např. in Šmahel 2003). Nejpodstatnější rozdíl mezi virtuální identitou a identitou na Facebooku tkví v tom, že na Facebooku je důležité být sám sebou, bez toho tato sociální síť postrádá smysl. Anonymita zde není na místě, hraje zde velmi malou roli. Bez pravé identity jedince nemohou uživatelé Facebooku jedince nalézt, nebo si jedince často nepřidají mezi přátele, a i když si ho přidají, tak často zjistí, zda je jedinec

za osobu, za kterou se vydává, a to podle přátel, kteří ověřují jedincovu identitu. Facebook na skutečné identitě „stojí“, jak principiálně, tak prakticky (Kirkpatrick, 2011). Ano, identita na Facebooku i nadále zůstává virtuální, protože se stále jedná o prostor virtuálna, ale jak píše Lešková (2011, s. 49) : „již to není prostředí bez tváře (faceless), ale jde o celé album tváří (Facebook).“

Probandi na Facebooku vystupují pod svým pravým jménem i příjmením, které je u některých doplněno přezdívkou charakteristikou pro určitou sociální skupinu (např. přezdívka jedince známá ve sportu) a slouží jejím členům k lepší identifikaci probanda při jeho vyhledávání. U jména probanda může docházet k jeho různým alternativám, např. křestní jméno je napsáno v anglickém jazyce, ale příjmení zůstává stejné. Probandi se dle svých slov snaží o autentičnost své osoby v souvislosti se svým obrazem (self-prezentací) na Facebooku. Občas se ale přeci jenom vyskytují mylné informace, které nemají s reálným prostředím nic společného. „*Já tam mám všechno pravdivý, jen občas ten vztah si přikrášlím..., že si dám jsem „ve vztahu s...“ a čekám, co mi na to kdo řekne.*“ (Martin, 18let).

Fotografie probandů je nejčastěji použita na profilové fotografii, pouze v jednom případě se vyskytla fotografie, na které nebyla sama uživatelka Facebooku, ale na fotografii byly zobrazeny atributy, které souvisejí s její osobou (např. oblíbená herečka). Podmínkou této probandky je, že se na fotografii musí vyskytovat osoba, fotografie musí být „opravdová“. U některých probandů, se může vyskytovat tendence k rozporu mezi rčením, že vystupují na Facebooku za svou osobu a tím, jak jsou zobrazeni na profilové fotografii.

Fotografie, kterou si probandi umisťují, jako svou profilovou fotografii si vybírají podle toho, zda se jim samotným líbí (musí na ní vypadat dobře), zda jim fotografii pochválí někdo z okolí (obzvlášť je kladen důraz na pochvalu od opačného pohlaví). Někteří probandi jsou velmi nerozhodní, tudíž jim fotografie přetrvává například z doby, kdy si profil na Facebooku zakládali a umístili si tam fotografii ještě například ze svého dětství (nemusí se za ní „omlouvat“, když se někomu nelíbí – je to z doby, kdy byl proband ještě „malý“ apod.)

Někteří probandi na svou osobu nechtějí příliš upozorňovat a volí obrázky své osoby na profilovou fotografii obyčejné, nenápadné. Respondenti popisují sami sebe dle profilových fotografií jako osoby, které jsou baviči – umějí pobavit ostatní, společenští, nekonfliktní, mají rádi zábavu (Takto odpověděli chlapi). Na druhou stranu se vyskytovaly případy, kdy probandi sami sebe označili za líné, dětinské či nenormální. Takto odpověděli probandi, kteří mají na profilové fotografii svou osobu z dětských let,

či tam mají někoho jiného než sami sebe (Takto odpověděly dívky). Probandi mění svou profilovou fotografii v závislosti na čase (mají ji tam příliš dlouho), dle toho, když se jim nějaká nová fotografie líbí (ať už své osoby nebo někoho jiného – např. oblíbená herečka apod.), nebo když je dosavadní profilová fotografie neaktuální (např. je léto a uživatel tam má stále fotografii ze zimy). V jednom případě se vyskytla profilová fotografie neustále stejná od doby založení profilu (tzn. je neaktuální). „*Já si říkám furt, že bych už jako měla vyměnit tu fotku, že už je fakt stará, ale asi se k tomu nemůžu dokopat, asi se mi moje fotky nelíběj. Ani nevím, jakou fotku bych si tam dala...*“ (Aneta, 18 let).

Jestliže probandi upravují fotografie, tak se spíše zaměřují na formální stránku, tzn. upravují její tvar, různě ji podbarvují, ale její obsah zůstává reálný, nezměněný (nedochází k úpravám na postavě probanda, sami se nevylepšují – vypadají na fotografiích jako v reálném životě). Dívky (probandky) si další fotografie (jiné fotografie než je ta profilová) na svůj profil nepřidávají. Jejich profil tedy obsahuje pouze jejich profilovou fotografii, z čehož je jedna neaktuální, ale je na ni sama probandka a jedna si ani jako profilovou fotografii svou fotografii nepřidává (má tam např. oblíbenou postavu ze seriálu či atributy své osoby). Tyto probandky ale přeci jenom na Facebooku své fotografie mají, a to od svých přátel, kteří je na fotografiích, co sami přidávají, označují. Ostatní probandi (chlapci) si na svůj profil přidávají i jiné fotografie než pouze ty profilové. Tyto fotografie musejí být většinou vtipné, zábavné pro pobavení ostatních uživatelů, nebo se musejí týkat zálib (koníčků), které proband ve svém volném čase vykonává (např. sport). Jsou ale i přidávány fotografie ze společenských akcí, na kterých byli chlapci přítomni.

Probandi povětšinou odebírají (z několika důvodů) označení na fotografiích, které tam vkládají jejich přátelé na Facebooku. Jedním z nich je, že se sami sobě probandi na fotografii nelíbí (nedostatečná atraktivita), nacházejí se na fotografii s jedincem opačného pohlaví, který se jim „nezamlouvá“. Dalším důvodem je zachycení probanda na fotografii v nevhodné situaci pro samotné probandy (např. vzhledem k jejich věku jsou vyfoceni na společenské akci s alkoholem). Mazání označení na fotografii je podmíněno i přítomností autority (rodiče, učitele apod.) v přátelích probanda, kdy se zvyšuje pravděpodobnost, že daná autorita odhalí probanda na fotografiích v nevhodné situaci/chování. „*Jo, protože jsem vypadala blbě. No možná ještě třeba v tý osmý nebo v devátý třídě, když sem byla na nějaký oslavě, a byla sem tam třeba s nějakým klukem nebo v hospodě, a tak... a když sem měla třeba přidat nějaký*

učitele, tak to jsem nepotřebovala, aby mě někdo viděl, tak jsem se odoznačila.“ (Aneta, 18 let).

Goffmann chápe identitu jako kostku, která je tvořena několika ploškami (ty jsou součástí osobnosti) a ta ploška, která se nachází zrovna nahoře, je vhodná pro epizodu, kterou člověk prožívá (Hayes, 2003). Tomuto však dle Leškové (2011, s. 53) Facebook odporuje, jelikož: „Daný uživatel se často spoléhá na neformální atmosféru tohoto prostředí a volí takový typ komunikace, který je sice v souladu s většinou s ním propojených uživatelů, avšak vstupuje do kontradikce sociální role, kterou by měl zastávat v případě interakce s marginálními členy jeho seznamu (jako jsou např. rodiče nebo nadřízený.) Hodit kostkami tak, aby padla taková čísla, která by se líbila všem, je tak téměř nemožné.“ Toto můžeme právě vidět i u probandů, kteří se s takovými problémy rovněž potýkají (viz výše). Na druhou stranu do jisté míry lze této disharmonii předcházet tím, že si uživatel v nastavení svého profilu prostřednictvím funkce „výběr okruhu osob pro sdílení“ může určit pro jaké přátele má být obsah aktivit na Facebooku skryt (Facebook, ©2013).

Jak již bylo řečeno, probandi explicitně vystupují sami za sebe, ale některé informace jsou pro ostatní přátele skryté – toto se týká například zadávání informací o partnerském vztahu nebo rodinných vztazích, kdy probandi tyto informace na Facebook buď nezadávají vůbec či jen povrchově (tzn. zadaný /nezadaný, ale bližší specifikace není na jejich profilu uvedena).

Jako identifikační zdroje uvádějí někteří probandi na svůj profil pouze své jméno a příjmení, někteří přidávají datum narození, školu, bydliště, zájmy. Důvody, které je k tomu vedou, souvisejí s jedním z pravidel Facebooku, které požaduje, aby na profilu uživatele byly uvedeny pravdivé informace. Probandi tuto skutečnost vnímají, ale každý si ji modifikuje po svém, respektive uvádí odlišný počet identifikačních zdrojů a do určité míry i jinak nebezpečných. Tyto uváděné informace jsou informacemi pro okolí, slouží k lepší identifikaci jedince a souvisejí s tím, jak se jedinec prezentuje v reálném životě.

Dle Barker (2009) dochází na Facebooku u dospívajících k uspokojení sociální identity, jelikož se mohou identifikovat se skupinou (a jejími členy), ve které jsou členy (viz Etapa experimentování) a zároveň se mohou porovnávat s členy tzv. outgroup, neboli vnější skupiny (skupiny, ve které naopak členy nejsou). Nejen díky skupinám na Facebooku může jedinec formovat svou vlastní identitu, ale například i prostřednictvím přidávání fotografií, psaním statusů, příspěvků na zeď se jedinec profiluje určitým

způsobem, dává všanc své konkrétní vlastnosti, které popisují jeho vkus, způsob či styl uvažování (Lešková, 2011).

3.4.1.5 Soukromí

Facebookové prostředí nabádá své uživatele k tomu, aby o sobě sdíleli, co nejvíce informací, a mohli tak naplno využívat podstaty této sociální sítě. Christofides et al. (2011) dodávají, že obzvláště adolescenti jsou na toto téma citliví a sdílejí více než ostatní věkové skupiny uživatelů.

Probandi považují za jednu z nevýhod Facebooku ztrátu soukromí, ze které vyplývají další skutečnosti, jako je například zneužívání informací, které proband na Facebook vkládá. Z těchto informací pak mohou plynout pomluvy, může dokonce docházet i ke kyberšikaně. Někteří probandi hovoří i o výskytu „úchylů“ či jiných osob, které narušují bezpečný chod Facebooku. Soukromí souvisí do určité míry s vlastní identitou a okruhem přátel, které na Facebooku uživatelé mají, poněvadž čím více lidí, tím je větší pravděpodobnost narušení soukromí (Kirkpatrick, 2011). Chránit své soukromí na Facebooku mohou probandi tím, že si v nastavení svého profilu označí svůj profil za soukromý, což znamená, že informace a aktivity jedince na Facebooku mohou vidět pouze přátelé, které má na svém profilu, ostatním uživatelům zůstane obsah jejich profilů skryt (boyd, Elisson, 2007). To se do jisté míry zdá jako užitečné, ale probandi mají v průměru přibližně 300 přátel, a jak sami probandi přiznávají, ne vždy se jedná o přátele, které můžeme označit za přátele i v reálném životě.

Soukromí si někteří probandi chrání i tím, že se snaží na Facebooku, co nejméně „ukazovat“, nepřidávat si své vlastní fotografie, omezit informace o vlastní osobě jen na ty nejnnutnější, které jsou vyžadovány při registraci (např. jméno a příjmení).

Na druhou stranu někteří uživatelé poskytují i další informace, které pomůžou ostatním uživatelům při jejich identifikaci (např. škola, bydliště apod.), což zvyšuje narušení soukromí, jedinec se více otevírá ostatním uživatelům, kteří, jak už bylo řečeno, nemusejí být vždy uživatelem chápány jako přátelé, ale spíše jako cizinci (osoby, které daný jedinec nezná a přidal si je na svůj profil pouze pro to, aby tam měl více „přátel“).

Často probandi hovoří o tom, že mezi přáteli na Facebooku „musí“ mít i ty, které neznají (nejčastěji se to prolínalo s počáteční fází při zakládání Facebooku) jen proto, aby tam měli, co nejvíce lidí, a mohli tak naplno využívat funkci, kterou Facebook jeho

uživatelům nabízí – budování sociálních sítí mezi uživateli. Na svou obranu probandi podotýkají, že na Facebooku nezveřejňují nic osobního, nebo nic, co by je nějakým způsobem mohlo (ať už nyní či v budoucnosti) ohrozit. *„Žádné opravdové vztah sem si tam nedal, protože to mě už zasahuje do soukromí, ale třeba koníčky tam klidně můžu dát, datum narození sem si tam dal. To, co mě neohrozí.“ (Martin, 18 let).*

Probandi za své publikum, které sleduje jejich profily na Facebooku, označují své přátele jak z řad stejného pohlaví, tak i jedince pohlaví opačného. Dalšími sledovateli profilů bývají dle probandů jedinci se stejnými zájmy (koníčky), vrstevníci z gymnázia či spolužáci ze základní školy. Někteří probandi se domnívají, že žádné publikum nemají, jelikož na Facebooku „nic nedělají“, tudíž je nemá kdo „sledovat“. *„Jelikož vlastně nic nepřidávám, nemám tam nic aktualizovaného, vůbec tam...jsem tam jakoby často, ale nic jakoby nového se tam ty lidi ode mě nedozvěj, tak se tam asi nudí a nemají moc co sledovat. Když prostě rozklikne ten můj profil, tak tam nic nemám, takže asi nikdo není moje publikum, jelikož tam nic nedělám.“ (Aneta, 18 let).*

Mohli bychom říci, že důvody, které vedou probandy k odhalování informací na Facebooku jsou dvojího typu: jedny jsou informace „pro okolí“ (sloužící k lepší identifikaci probanda ostatními uživateli) a jsou tam dávány pravdivě, bez přimýšlení si. Mezi takovouto informaci můžeme zahrnout například informaci o typu školy, do které proband dochází. Probandy je tato informace vnímána jako neohrožující, neboť není „tajná“, dá se tato informace v případě potřeby vždy zjistit i jiným způsobem než je informace o ní na Facebooku. Tento jev popisuje i např. Livingstone (2008), který tvrdí, že informace typu věk, náboženství, politická preference apod. nejsou u dospívajících, kteří používají sociální sítě chápány jako soukromé. Druhým typem informací, které probandi rozlišují, jsou soukromé informace (informace „pro mě“), které jsou poskytovány ostatním uživatelům v závislosti na tom, jak jsou pro jedince choulostivé či, zda by byly potenciálně ostatními uživateli zneužitelné. Probandi si své soukromí chrání i skrze fotografie, někteří z nich si je tam ani nekládají, neboť mají zkušenosti s jejich zneužíváním, kdy je jiný uživatel používá k nejrůznějším účelům bez svolení autora těchto fotografií (tzv. krádež identity). Probandi si často neuvědomují, že data (informace), která poskytnou Facebooku, zůstávají ještě po určitou dobu archivována a mohou být využívána k nejrůznějším účelům (viz Prohlášení o právech a povinnostech, <http://www.facebook.com/legal/terms>).

3.4.2 Vývoj uživatelství na Facebooku

V této analýze rozhovorů jsem se soustředila na vývoj a individuální významy jedincova chování v rámci Facebooku (od seznámení se s touto sítí, založení si profilu na této síti až po současnou dobu, ve které se jedinec nalézá). Inspirací se mi stala diplomová práce „Becoming a Facebook User“: Záhada (ne)opouštění facebooku, kterou v roce 2012 obhájila její autorka Marie Dlouhá, a která pro svou analýzu dat použila metaforu s dramaturgickým modelem Ervinga Goffmana, který byl rozšířen Joshuou Meyrowitzem, jak již bylo zmíněno v teoretické části této práce. Já osobně považuji tento přístup za velmi vhodný, lze na něm zachytit jedincovo chování v průběhu jednotlivých „etap“ uživatelství Facebooku. Z důvodu omezení rozsahu mé práce se však budu ve své analýze dat soustředit na takové typy chování a činností, které budou nejvýraznější, respektive na nich bude nejvíce vidět jedincův individuální vývoj v uživatelství této sociální sítě. Nejde mi tedy o to „filtrvat“ všechny projevy a činnosti jedince na Facebooku přes tento přístup, ale vybrat takové z nich, na kterých bude nejlépe vidět jedincův vývoj na sociální síti Facebook.

Kódy a jednotlivé etapy uživatelství Facebooku, které jsem při této analýze použila, jsem převzala od Dlouhé (2012), jelikož jsem chtěla zjistit, jestli se vyskytují i v mých rozhovorech a následně chtěla mnou provedenou analýzu porovnat s analýzou Dlouhé.

Rozhovory jsem tedy podrobila kódům, které byly převzaté od Dlouhé (2012, s. 32): „(1) **Forbína** = místo, kde probandi vytvářejí nějaké představení pro publikum, hrají určitou roli, (2) **Zákulisí** = určité jednání, které je za pomoci technických vymožeností Facebooku zneprístupněno části publika, (3) **Chování střední zóny** = jednání, které je ovlivňováno spojováním několika komunikačních situací najednou.“ Těmito kódy se začaly postupně vynořovat jednotlivé etapy uživatelství Facebooku, které obsahově byly obdobné jako u Dlouhé (2012). Jejich názvy jsou (ze stejného důvodu jako kódy), inspirované dle Dlouhé (2012): „(1) **pre-etapa novictví**, kdy proband ještě nevstoupil do facebookového prostředí nebo je zde zatím nováčkem, (2) **etapa experimentování**, neboli zkoušení možností, které Facebook má, (3) **etapa uživatelství**, což je fáze, ve které se ocitají probandi v době rozhovoru (všichni mají s Facebookem dlouhodobější zkušenost). Dlouhá (2012, s. 36) pojmenovává celý proces stávání se facebookovým uživatelem jednotlivými etapami kariéry: „kariéra novictví, kariéra experimentování, fáze užívání.“ Tyto kariéry chápe jako „učení se určitému jednání“, ve kterých lze propojit „goffmanovskou interakční sociologii s facebookovou

závislostí.“ (Dlouhá, 2012, s. 22). Já jsem uživatelství jedince na Facebooku pojmenovala pouze etapami, neboť facebookovou závislostí se v této práci nezabývám a domnívám se, že pojem „etapa“ je pro mou práci dostačující.

V následující části práce se budu věnovat jednotlivým „etapám“ uživatelství (jeho vývojem a s ním charakteristickými činnostmi (chováním) na Facebooku), tak jak o něm hovořili samotní probandi a svou analýzu budu dokládat doslovnými úryvky z rozhovorů s nimi. Následně v závěru práce své výsledky porovnám a zkonfrontuji s výsledky Dlouhé (2012).

3.4.2.1 Pre-etapa novictví

Všichni probandi přišli do kontaktu s Facebookem ještě předtím než se stali jeho samotnými uživateli. Nejčastěji se tak stávalo prostřednictvím sociálního okolí, které probandy povrchově seznámilo s tím, co Facebook je, a různými důvody je pobízelo k tomu, aby si založili profil na Facebooku. Jeden z důvodů, který vedl u probandů k založení profilu na sociální síti Facebook byl pocit odmítání ze strany přátel, kteří již byli na Facebooku zaregistrováni. Tento fakt byl spojen i s informacemi, které které se mezi přáteli na Facebooku šířily a jedinec bez profilu byl jimi ochuzen (bylo proti němu vytvářeno zákulisí ze strany uživatelů Facebooku). Tohoto jevu si můžeme povšimnout z následujícího úryvku z rozhovoru: *„No, jako tys to nevěděla? Dyť to bylo na Facebooku. No jo, ty vlastně nejseš na Facebooku.“ „Tak jsem se to dozvěděla třeba až o několik dní později, nebo třeba až moc pozdě...“ (Sandra, 15 let).*

Probandi si profil na Facebooku založili mezi roky 2007 až 2010, což je považováno za dobu jeho rozkvětu, kdy je společností slovo Facebook často skloňováno a rychle stoupá počet jeho uživatelů. *„Tak asi byla to hrozná móda, všichni o tom mluvili, tak jsem to chtěla taky vyzkoušet...“ (Aneta, 18 let).*

Z některých probandů byla cítit nejistota, co se týče Facebooku, která pramenila z neznalosti tohoto prostředí, ale i z reakcí okolí. V některých případech právě okolí probandů vyjadřovalo obavy ohledně Facebooku, kdy se jim zdál pro dospívajícího nevhodný. *„Rodiče s tím vůbec nesouhlasili, přišlo jim to hrozně takový...hrozně průhledný a poněkud nebezpečný.“ (Sandra, 15 let).*

Po té, co se probandi zaregistrovali na Facebooku, tak u některých docházelo k tomu, že najednou nevěděli k čemu ho využívat. Aktivita probandů nebyla ze začátku

příliš častá „...že jsem si to dřív založil, a že jsem tam byl třeba jednou do tejdne a já jsem nevěděl, co tam...“ (Hynek, 16 let).

3.4.2.2 Etapa experimentování

Po fázi seznamování se s Facebookem, jako sociální sítí obecně a po založení profilu na této sociální síti, se probandi dostali do etapy experimentování, aneb zkoušení všeho možného, co Facebook svým uživatelům nabízí. Tato etapa je dále rozčleněna na několik regionů, neboli míst, kde se (v Goffmanově jazyce) odehrává představení (Dlouhá, 2012).

Jedním z regionů je tzv. **střední zóna** (viz Dramaturgická hra na Facebooku). Rysem, který dokazuje střední zónu je přidávání lidí (přátel na Facebooku) bez jakéhokoliv kritéria (přestože probandi dle pravidel Facebooku měli daného jedince znát), což dokazují níže uvedené citace z rozhovorů. Těmito akty se z místa, kde člověk nemá prakticky s kým komunikovat, stává střední zóna (Dlouhá, 2012).

„Tak kdysi jsme si přidávali úplně každého, to moh bejt nějaký arab, někdo, z nějaký tramtárie...pak mi psali úplně v angličtině nebo arabsky...“ (Aneta, 18 let).

„Začal sem si přidávat i ty, který neznám...“ (Hynek, 16 let).

Probandi si přidávali přátele přijmutím žádosti o přátelství, která jim byla daným člověkem odeslána, tak i tím, že nové přátele sami vyhledávali. „Když jsem si Facebook zakládal, tak jsem si tam i já dával každého a chodily mi žádosti na přátelství od lidí, co jsem neznal, ale dal jsem si je tam, abych tam někoho měl.“ (Martin, 18 let).

Tím, jak si postupně probandi přidávali přátele, tak začali vnímat své uživatelství na Facebooku za aktivnější, více kompetentnější k nejrůznějším činnostem. „Jak jsem si postupně přidával ty přátele, a prostě jsme se začali jako třeba dohadovat na nějakých těch situacích, schůzkách...“ (Hynek, 16 let).

S počtem přátel se rozšiřoval i počet informací, které byly u některých probandů důvodem k založení si profilu na Facebooku. Někteří probandi se ale necítili jistí v nově vzniklé střední zóně, obávali se o své soukromí, ale informace je lákaly a oni je využívali, jelikož se jim díky nim rozšířil obzor, který by bez střední zóny na Facebooku nebyl možný (např. prohlížení fotek přátel, informace o různých kulturních akcích apod.).

„...tam jsou skoro všichni, takže když třeba tam mám kamarádku ze zahraničí, třeba z výměnných pobytů nebo takhle, tak si s ní pořád můžu pořád nějak povídat, něk s ní komunikovat...“ (Sandra, 15 let).

„...že se tam můžou pohybovat různý kreativy, že to může bejt někdy takový nebezpečný, musí si člověk dávat pozor. A že mi to právě přišlo hrozně ne ani tolik nebezpečný, já se ani tolik nebojím o sebe, že si tam sice dávám pozor, co si tam píšu, ale jakože je to takový hrozně průhledný a někdy takový až hloupý...“ (Sandra, 15 let).

S tím, jak se rozšiřoval počet přátel, tak nejenže narůstaly informace, které daný proband mohl zjistit, ale rozšiřovala se i publika, což vždy nepřinášelo probandům pouze výhody. Nejvíce to probandi pocítovali v případě autority, kterou měli mezi přáteli na Facebooku a snažili se jí některé informace skrýt. *„...třeba v tý osmý nebo v devátý třídě, když sem byla na něký oslavě, a byla sem tam třeba s někým klukem nebo v hospodě, a tak... a když sem měla třeba přidany něký učitele, tak to jsem nepotřebovala, aby mě někdo viděl, tak jsem se odoznačila.“ (Aneta, 18 let).*

Experimentování se ovšem nevztahovalo pouze k přidávání přátel na svůj profil (i když to bylo nejčteněji zmiňované), ale probandi rovněž vyplňovali své osobní údaje (datum narození, místo bydliště, školu apod.) do svého profilu s tím, aby byli „čitelnější“ pro okolí, okolí je snáze poznalo při jejich vyhledávání na Facebooku. Snažili se tedy vyplnit, co nejvíce údajů a často ani nevěděli, proč takto jednali. Podobně jako s přidáváním přátel, i tady se jednalo o ne příliš kontrolovanou aktivitu. *„Nepamatuju si, co mě k tomu vedlo, ale asi mám tam datum narození, školu a mám tam asi místo bydliště. Nevím, proč jsem si tam dala právě tyhle informace, ale asi aby mě lidi poznali.“ (Aneta, 18 let).*

Údaje, které probandi uvést nechtěli, tak nevyplňovali vůbec, kolonku zanechali prázdnou. V jednom případě se ale vyskytl malý „žert“ v souvislosti s informacemi o partnerském vztahu, kdy realita nebyla tak, jak bylo uvedeno v probandově profilu. *„Občas si tam udělám někou srandu jako, že si dám „jsem ve vztahu s...“ a čekám, co mi na to kdo řekne. Aspoň vím, jak by na to kamarádi reagovali, kdybych třeba začal s někým chodit nebo tak.“ (Martin, 18 let).* Tuto informaci řadím především k etapě experimentování, ale zdá se, že proband tuto lež používá i nadále, tzn. i v etapě uživatelství. K jiným „experimentům“ s identitou ale u probandů nedocházelo.

Profil uživatele Facebooku je chápán jako místo, kde se mohou střetávat všechna publika daného probanda, neboli všechny jeho facebookoví přátelé, tudíž spadá pod charakteristiku střední zóny. Vyplňování údajů do profilu, pokud se u probanda později

nevyskytla nějaká důležitá životní změna, kterou by chtěl oznámit přátelům, se vztahovalo k etapě experimentování.

Mezi informace, které si uživatel Facebooku dává na svůj profil, patří i jeho zájmy. Ty však nemusí uživatel pouze vyplňovat ručně do kolonky zájmy, ale může se k nim „přihlásit“ prostřednictvím tlačítka „líbí se mi“ (Like). Tyto potenciální zájmy mají většinou svou vlastní stránku a poté, co uživatel Facebooku klikne na tlačítko „líbí se mi“, se stane jejich fanouškem a příslušná stránka se mu automaticky přiřadí do jeho profilu. Uživatel je od této chvíle propojen s obsahem, který ho zajímá a tato stránka ho může posílat do kanálu vybraných příspěvků (New Feeds). Sami probandi v rozhovorech zmiňovali, že zpočátku dávali tlačítko „líbí se mi“ na vše, co jim laicky řečeno, přišlo „pod ruku“. „...*Dřív jsem jako v nějakých skupinách přidaná určitě byla...jako, že mám ráda čokoládu, prostě všechny možný, co se na mě hodily, nějaký filmy nejspíš... pak třeba s hokejem určitě...*“ (Aneta, 18 let). Tato činnost měla do určité míry podporu sociálního okolí. Jestliže někdo z přátel probanda dal tlačítko „líbí se mi“ na určitou stránku a probandovi rovněž přišla tato stránka zajímavá a souhlasil s jejím obsahem, tak se často k této stránce také přidal, díky čemuž se propojil se sociálním okolím. „*No, do těch fotbalových, protože... třeba... já fandím Spartě a my se tam dorozumíváme jako fanoušci, kdy pudem na pochod a takhle no, tak si je prohlížím, abych věděl, co, kde a jak je novýho.*“ (Martin, 18 let). Jiným případem je vstoupení do skupiny v důsledku solidarity s přítelem (jestliže není obsah skupiny v rozporu s názorem jedince), který založí skupinu, což dokládá následující úryvek. „*A když založí třeba něco kámoš, tak se mu tam přidám, protože je to kámoš a chce tam mít nějaký lidi, tak se mu tam přidám, jednoduchý no.*“ (Martin, 18 let).

Do etapy experimentování lze rovněž zařadit přidání profilové fotografie. Ta je chápána jako miniatura fotografie, kterou ostatní uživatelé Facebooku vidí vedle jména uživatele kdekoliv na Facebooku (např. vedle komentářů uživatele, různých jeho aktivit apod.). Podle ní se často uživatelé poznávají při vzájemném vyhledávání se na Facebooku. U některých probandů je profilová fotografie jedinou fotografií, kterou na svém profilu mají.¹⁴ U jedné probandky se vyskytuje fotografie stejná z doby založení profilu až do etapy uživatelství. Daná probandka nemá zájem profilovou fotografií měnit, žádné své fotografie se jí nezdají dost vhodné. „*No tak musela jsem si tam něco dát, že jo, a přišlo mi blbý si tam dávat něco jinýho než sebe, tak jsem se prostě něk*

¹⁴ Respektive jedinou fotografií, kterou si sami osobně do svého profilu přidali. Ostatní fotografie mohou být nahrávány jinými uživateli a dané osoby na nich mohou být označeny, tzn. na Facebooku se vyskytují fotografie s jejich osobou, ale nevložili si je tam samotní probandi.

vyfotila, ale už v osmý třídě, takže od osmý třídy mám stejnou. Ale každé den si říkám, že bych si ji už měla vyměnit, protože to každé mění jednou za dva dny, ale já se k tomu nemůžu furt dokopat, asi se mi moje nové fotky už vůbec nelíběj.“ (Aneta, 18 let).

Tato probandka má zastaralou profilovou fotografií, ale vyskytuje se na ni ona sama. Jiný případ se vyskytl u druhé probandky, která mění profilové fotografie podle toho, které se jí zrovna zalíbí, ale nevyskytuje se na nich ona sama. Profilové fotografie vybírá podle atributů, které se určitým způsobem vážou k její osobě, nebo které spadají do oblasti jejích zájmů. „...Zrzaví lidi, protože jsem zrzavá a třeba mou oblíbenou postavu z nějakého seriálu. Já sama na profilový fotce nejsem...nemám tu potřebu.“ (Sandra, 15 let).

Ostatní probandi hovořili o tom, že na profilovou fotografii dávají fotografie, které se jim osobně líbí či jim tu fotografii pochválí někdo jiný a mění je dle toho, jak je ta fotografie aktuální. „...Protože se mi líbila a jedna holka mi řekla, že mi to na ní sluší.“ (Martin, 18 let).

Informace o vztazích se nenacházely ve střední zóně, ale stávaly se součástí **zákulisí**, které probandi sdíleli s přáteli, se kterými byli přáteli i v reálném světě, ne pouze na Facebooku. „No moc ne, protože ve vztahu s...to bych si tam nedávala...Přijde mi to takový, jako že to nemusí přece všichni vědět, mě by to jakoby nevadilo, ale proč by to měl vědět celý svět a tak...“ (Sandra, 15 let).

Na Facebooku lze zmínit i vztahy rodinné, tzn. uživatel Facebooku může označit ze svých přátel (či napsat jméno) jakéhokoliv člena své rodiny. Někteří probandi rodinné vztahy neuváděli z důvodu ochrany svého soukromí a jejich rodinných příslušníků, ale někteří probandi potvrdili určité členy rodiny (kteří měli založený profil na Facebooku). „Mám tam označeného bratra a sestru, který taky mají Facebook, aby bylo vidět, že ke mně patří. Aby věděli ostatní, že mám brácha a ségru no.“ (Hynek, 16 let). Na Facebooku lze označit kohokoliv ze svých přátel za rodinné příslušníky, není to samotnou sociální sítí nijak korigováno, ale u probandů se tento jev nevyskytoval. Jestliže označili někoho za rodinného příslušníka, tak jím opravdu byl.

V etapě experimentování docházelo taktéž k zadáváním osobních informací, které byly u některých probandů obsáhlé, naopak u některých byly strohé a téměř nic neříkající. Rozhodnutí učinili dle toho, jak jim pro ně dané informace přišly ohrožující, a neměnili ho po celou dobu užívání Facebooku. „Žádné opravdové vztah sem si tam nedal, protože to mě už zasahuje do soukromí, ale třeba koničky tam klidně můžu dát, datum narození sem si tam dal. To, co mě neohroží.“ (Martin, 18 let).

Paralelně se střední zónou, která se v etapě experimentování rozšiřuje, se vyskytuje i **zákulisí**, které v prvním případě probandi udržují na Facebooku, přičemž ale docházelo k prolínání facebookového světa se světem reálným, neboť probandi mluvili o soukromí na Facebooku (chápali tak zákulisí na Facebooku) podobnému reálnému světu, neboli vnímali ho tak, jak se běžně chovají v reálném světě (obecné vzorce chování). „*Já tam mám svoje jméno, a takže ty lidi věděj, když si mě přidaš, že to jsem já.*“ (Sandra, 15 let).

Druhým zákulisím, které se u probandů vyskytovalo bylo zákulisí, které by se dalo definovat jako oddělování informací ve vztahu k nefacebookovému světu, kdy jednotlivé prostory (Facebook vs. reálný svět) se do určité míry doplňovaly a prolínaly, přestože se sami sobě staly právě zákulisím, tzn., že vybrané informace mohly vědět jen ti jedinci, kteří ji získali kontaktem s probandem tváří v tvář (Dlouhá, 2012). „*...takový ty narážky, ty věty, který moc lidí nepochopí, jen ty lidi, kterých se to týká.*“ (Sandra, 15 let).

Forbína neboli označení pro místo, kde by mohli probandi prezentovat sami sebe, respektive, kde by mohli udělat určitý dojem na ostatní uživatele, prezentovat své představení. Tohoto jevu je možné si povšimnout na zadávání osobních údajů při tvorbě profilu uživatele na Facebooku, kdy určité informace byly zadávány s cílem působit určitým dojmem, měly jasný účel např. identifikaci uživatele, co se týče vzdělávání, aby ostatní již věděli danou informaci dopředu a následně jim pomohla při komunikaci. „*Tu školu prostě tam dávám, aby věděli, kde vlastně jsem, takže tu jsem tam dal. Aby věděli, protože hodně lidí třeba nevědí, kam jsem vlastně šel, tak jsem si to tam dal. Vlastně pro informaci těch ostatních no, aby věděli, na čem jsem.*“ (Hynek, 16 let).

V etapě experimentování byl Facebook probandy chápán jako platforma k zábavě a jako místo „neomezených“ možností, které dokáže vyplnit volný čas. „*Taky jsem hrála hry, prostě furt jsem byla na Facebooku, a teď už to mám fakt jenom jako abych někomu napsala, nebo tak. Mám to už jen jako něco, přes co můžu psát.*“ (Aneta, 18 let).

3.4.2.3 Etapa uživatelství

V této etapě se probandi nacházeli v době rozhovoru. Je to fáze, kterou je možné charakterizovat tím, že probandi jsou schopní „odstupu“, dokáží nahlédnout na svoje uživatelství, které se chápe jako postupné **upravování střední zóny** (Dlouhá, 2012).

Počet přátel se sice může ještě navyšovat, ale to navýšení není již tak rapidní. Někteří probandi si už sami nevyhledávají přátele, ale pouze přijímají žádosti o přátelství, které ovšem musí být opodstatněné. V této etapě uživatelství se již přidávají přátelé, které proband osobně zná. *„Kdysi jsem tam chtěla mít každého skoro, teď si je už vybírám, ale musí oni první mě poslat žádost o přátelství, protože mě to už nebaví to někomu posílat furt.“ (Aneta, 18 let).*

„Teď už moc ty přátele jako si nepřijímám. Teď už prostě mám stop. To dřív bylo z toho začátku, když jsem si ten Facebook založil.“ (Hynek, 16 let).

Druhým důležitým rysem etapy uživatelství je mazání přátel, které proband osobně nezná, či s nimi nekomunikuje a nevidí tedy důvod, proč tam dotyčné jedince stále mít. *„...pak jsem si všimnul, že tam mám jako hodně přátel, a pak jsem to jako procházel a postupně mazal, protože jsem je nikdy neviděl, nic sem o nich neslyšel, no ale jinak ne. Žádného, ale jako fakt přitele jsem si z Faceboku nesmazal.“ (Hynek, 16 let).*

Dalším důvodem, který byl probandy zmiňován a hypoteticky by vedl k mazání přátel ze svého profilu, bylo, že by probandi nepovažovali chování těchto přátel za adekvátní a nezajímalo by je, co zveřejňují ve střední zóně. *„Kdyby tam přidávali hloupý statusy, jakože úplný blbosti a byli by to vlastně jenom známí, tak asi ty.“ (Sandra, 15 let).*

Mazání přátel bylo u některých probandů doprovázeno reflexí tohoto vztahu, aneb prolínání se tohoto facebookového vztahu do vztahu v reálném životě. *„...protože jsme se rozhádali, pak jsem si ho ale zase přidal. Naštval mě, tak jsem si ho vyškrtnul, pak jsme se viděli v reálu, všechno jsme si vyříkali a udobřili se...“ (Martin, 18 let).*

V rozhovorech probandi několikrát „naráželi“ na slovo přátelé a jeho pravý sociologický význam. Neustále měli potřebu vysvětlovat existenci přátel, které ovšem v reálném životě za své přátele nepovažují. *„No nepovažovala bych je jako za blízký přátele, považovala bych je za známí. A známí tam teda mám, protože bych tam jinak měla hodně málo lidí, kdybych tam dala jenom svoje nejlepší kamarády nebo fakt kamarády...“ (Sandra, 15 let).*

V etapě uživatelství tedy docházelo u probandů ke koordinaci publik, ale i ke koordinaci činností, které na Facebooku prováděli. Tzv. New Feeds (kanály vybraných příspěvků) byly v etapě experimentování hojně rozšířené, neboť probandy zajímaly novinky týkající se přátel. V etapě uživatelství již byla tato činnost omezena, docházelo ke zpřehlednění těchto příspěvků (k jejich koordinaci) povětšinou na základě toho, v jakém kontaktu byl proband s jiným uživatelem. „*Když někdo napíšeš nějaký status, tak to jsem si odebrala skoro všechny, protože tam furt něco naskakovalo a toho bylo moc...nechala jsem si tam jen takový ty blízký přátele.*“ (Sandra, 15 let). Na tomto úryvku lze i vidět, že ne vždy nutně docházelo k vymazání jedince z přátel, ale pouze ke skrytí jeho aktivity. Kontakt byl ponechán do budoucna mezi ostatními přáteli, kdy v případě potřeby mohl dotyčný proband navázat s tímto jedincem snadno kontakt (tzv. latentní sociální kapitál).

V předchozí etapě byli probandy přidáváni ostatní uživatelé (přátelé) bez jakékoli kritéria, ve etapě uživatelství jsou kritéria pro přijetí podstatná a pevně u probandů zakotvená. Mezi tyto kritéria patří například identifikovatelnost potenciálního přátele, bez které „nemůže“ být přidán. „*Většinou jsem se s nima setkal, takže už to teďka nejsou úplně cizí lidi.*“ (Martin, 18 let).

Jak již bylo řečeno, oproti etapě experimentování, byly obecně činnosti zredukovány. „*Pak různé skupiny...dřív jsem jako v nějakých přidaná určitě byla. Jako, že mám ráda čokoládu, prostě všechny možný, co se na mě hodily, nějaký filmy nejspíš, pak třeba s hokejem určitě...Já už to ani teda nečtu to z těch skupin, co posílaj, protože to je takový, já nevím no, asi o ničem. Ale přidávala jsem se tam, i když to bylo vtipný a třeba to na mě sedělo, tak sem se tam přidala, ale teďka se tam už nepřidávám, teďka sem si řekla, že ten Facebook mám už jenom na to psaní a nic jinýho tam nedělám.*“ (Aneta, 18 let).

Dalším interakčním regionem, který se v této etapě objevoval, bylo vytváření **zákulisí**. Střední zónu ve etapě uživatelství je možné považovat za uzavřenou, ale je neustále poměrně široká, což má za následek oddělování zákulisí, které má několik podob. Jednou z nich je vytváření skupin, které jsou určené pouze pro určité přátele. „*Třeba tady ty školní, máme skupinu prvák...*“ (Hynek, 16 let). Často se zákulisí v této etapě vytváří i komunikací skrze zaslání soukromé zprávy určitému příteli či přátelům, nebo prostřednictvím chatu. „*Takže, i když tam dám nějaký informace, tak jen právě do těch chatů, to mě přijde takový uzavřenější...*“ (Sandra, 15 let). U některých probandů se vyskytovalo zákulisí díky fotografiím, jelikož si nepřáli být označeni na fotografii přítele, který ji na Facebook vložil a být tak „přístupné“ všem přátelům. Takto

především jednaly dívky, které nechtěly být označovány na fotografii, kde si nepřišly atraktivní. „*Jo to jo, od nějakýho kamaráda, protože jsem tam nebyla moc hezká. Když sem se tam sama sobě nelíbila, tak jsem se tam odoznačila.*“ (Sandra, 15 let).

Jiným důvodem, který vedl k vytvoření zákulisí, bylo zachycení probanda na fotografii při nevhodné situaci v kombinaci s autoritou v přátelích. „*Když sem byla na nějaký oslavě, a byla sem tam třeba s nějakým klukem nebo v hospodě, a tak...a když sem měla třeba přidany nějaký učitele, tak to jsem nepotřebovala, aby mě někdo viděl, tak jsem se odoznačila.*“ (Aneta, 18 let).

Forbína se v této etapě rovněž nejčastěji prolínala s profilovými fotografiemi probandů, na kterých se snažili probandi zachytit svou aktuální podobu, nejlépe takovou, která by vystihovala i dané období života jedince (s jeho charakteristikami). „*Ted' tam momentálně mám, jak sedím na židli u moře na molu a koukám se na moře... chtěl jsem tam prostě nějakou obyčejnou, přírodní...*“ (Hynek, 16 let). Prezentace jedinců prostřednictvím profilové fotografie byla typická dočasnými změnami, které se udávaly v jedincově životě, a byla měněna dle potřeby. „*Bud' když jí tam mám dlouho, nebo když se objeví nějaká nová fotka. Je neaktuální, třeba z léta a je zima, tak si tam dám novou.*“ (Martin, 18 let). Nutno podotknout, že takto ovšem nesmysleli všichni probandi. Ti kteří si byli nejistí v self-prezentaci ve forbíně, tak namísto své profilové fotografie nahrávali obrázek, který v sobě obsahoval atributy blízké jejich osobě či jejich přesvědčení, něco dle čeho by mohli být obtížně, ale přeci jenom sociálním okolím identifikováni. „*Zrzaví lidi, protože jsem zrzavá a třeba mou oblíbenou postavu z nějakýho seriálu. Já sama na profilový fotce nejsem...nemám tu potřebu.*“ (Sandra, 15 let). Profilová fotografie byla u probandů poměrně často využívána jako forbína, jelikož je ostatním uživatelům více na očích, než kdyby byla nahrána do nějakého fotoalba na Facebooku výzkumné osoby. U jednoho probanda se objevovala forbína prostřednictvím statusů. Díky nim se mohl dotyčný jedinec pochlubit ostatním publikům (celé střední zóně) o úspěších ve svém životě a prezentovat se v určité podobě, kterou vědomě reflektuje a očekává zpětnou vazbu od ostatních uživatelů Facebooku, respektive od těch, které má ve střední zóně. „*...když už z toho zápasu jsme vyhráli a takový...když se chci třeba pochlubit, jaký mám úspěchy, tak to tam napíšu a čekám, kdo na to nějak zareaguje. Pak si někdy připadám trochu nafoukaně, ale jsem rád, že mě někdo za to třeba pochválí nebo mi popřeje.*“ (Hynek, 16 let).

Facebook je vnímán probandy ve etapě uživatelství jako zdroj informací, místo určené ke kontaktu s ostatními jedinci a komunikaci s nimi (jak aktivní, tzn. chat, psaní zpráv apod., tak i pasivní, tzn. možnost prohlížení si jejich profilu, fotografií apod.)

„Udržuju kontakt i s kamarádama, který vidím párkrát za rok. Můžu je vidět na fotkách, bavit se s nima, zahrát si s nima online hry a tak. Jako kdyby byli pořád se mnou, a třeba nás dělí několik kilometrů.“ (Martin, 18 let).

3.4.3 Paradoxy Facebooku

Paradoxy Facebooku mi vyvstaly na základě axiálního kódování, které navazuje na otevřené kódování. Jednotlivé kódy, které mi vyvstaly z otevřeného kódování, jsem se snažila propojovat a nacházet mezi nimi vztahy. K tomuto účelu jsem použila tzv. paradigmatický model, který se skládá z: „(1) fenoménu, (2) kauzálních podmínek, (3) kontextu, (4) intervenujících podmínek, (5) strategie jednání a (6) následků (Hendl, 2005, s. 250).

Fenomén je označován jako: „koncept, který drží části při sobě. Někdy je to sledovaný výsledek nebo jedinec.“ Kauzální podmínky jsou: „události nebo proměnné, které vedou k fenoménu nebo k jeho vývoji. Jedná se o podmnožinu příčin a jejich vlastností.“ Kontextem jsou: „specifické hodnoty parametru prostředí. Množina podmínek, která ovlivňuje akce a strategie.“ Intervenující podmínky jsou: „podobné jako kontext.“ Akce, strategie jednání jsou chápány jako: „cílené a záměrné aktivity, které jsou odpovědí na fenomén a intervenující podmínky.“ V případě následků se jedná o: „důsledky akcí a strategií, úmyslných i neúmyslných.“ (Tamtéž, s. 250).

Tento druh kódování jsem použila pro jednotlivé případy a jejich specifické zvláštnosti vzhledem k celému výzkumnému vzorku. Hlavního probanda či probandku dané kategorie jsem si vybrala jako reprezentanta, který nejlépe problematiku dané kategorie vystihuje a jeho/její charakteristiky jsou doplněné i o určité specifické rysy ostatních probandů. Jednotlivé rozpracované paradigmatické modely (viz Příloha B) jsem přepsala do souvislého textu. Skrze axiální kódování jsem dospěla k následujícím hlubším kategoriím tématu (paradoxům Facebooku): „(1) Facebook versus reálný život a jejich vzájemné prolínání, (2) Touha být na Facebooku (stát se jeho uživatelem) x obava z jeho užívání, (3) Konflikt autentičnosti na Facebooku x skrývání se, (4) Facebook jako podpora sociálních vazeb x útlum sociálních vazeb, (5) Nepřeberné množství přátel, (6) Informace pouze pro určité uživatele Facebooku, (7) Podpora atraktivit x nepřitažlivost identity, (8) Experimentace s partnerskými vztahy na Facebooku.“

3.4.3.1 Facebook versus reálný život a jejich vzájemné prolínání

U jednotlivých probandů se v různé míře vyskytuje odlišné vnímání Facebooku a reálného života. U Hynka se vyskytl fenomén, že Facebook je prostředí, které má své vlastní zákonitosti, „stojí vedle“ reálného života. Virtuální prostředí vnímají probandi paralelně vedle sebe, v celkovém měřítku se tyto dva „světy“ neprolínají, ale některé aspekty spatřujeme v obou dvou. Hynek se nespolehá na Facebook, protože dle něj je tam vše jiné, má to svá pravidla, která neodpovídají reálnému světu (přestože se tvůrci snaží o to, aby byl Facebook „přeneseným reálným životem“ do virtuálního světa). Důležité je pro Hynka to, co se odehrává v reálném životě. Facebook je jakýmsi doplňkem tohoto světa, ve kterém se střetává pocit „odcizení“, ale i podpora ze strany přátel. Důležité se řeší v reálném životě.

Aneta doplňuje, že se člověk na Facebooku může chovat jinak než je tomu v reálném životě, je například méně ostýchavý a napíše takové věci, které by v reálném životě nezazněly. Aneta si myslí, že se na Facebooku ztrácí soukromí a raději se dle svých slov na Facebooku soukromě nevyjadřuje (soukromě se vyjadřuje pouze v reálném životě). Na druhou stranu ostatní jedince porovnává podle toho, jak se chovají na Facebooku a myslí si, že se na něm musejí chovat tak jako v reálném životě a hodnotí je dle toho, přestože Aneta sama se tak nechová (distanc mezi Facebookem a reálným životem).

Sandra vidí rozdíl ve vztazích, kdy na Facebooku jsou všichni na jedné rovině a nelze poznat, jestli je to nejlepší kamarád nebo pouze známý jedinec. Zároveň se domnívá, že termín přítel na Facebooku nevystihuje danou podstatu věci, což je trochu sporné s jejím předchozím vyjádřením, že všichni přátelé jsou na stejné rovině přátelství a najednou by je chtěla odlišit, rozdílně je pojmenovat. Na druhou stranu spojuje Facebook s reálným životem, myšlenkou, že si přátele, které si přidala, nevy mazává, jelikož z reálného života si je taky nevy maže.

Martin vnímá Facebook do určité míry jako platformu, která se prolíná s reálným životem, díky ní jsou mu jeho přátelé neustále nablízku a má pocit, jako kdyby byli s ním. Toto chápu jako „prostorovou“ blízkost přátel, kdy Facebook dokáže zkrátit pomyslně vzdálenosti mezi lidmi, ale zřejmě nevypovídá o kvalitě těchto vztahů na Facebooku, jelikož jak sám Martin pociťuje, není čas se někomu svěřit, postěžovat si apod. Ale s lidmi, se kterými udržuje vztah na Facebooku, tak se jej snaží udržovat i v reálném životě. Rozdíl mezi životem na Facebooku a životem v reálu vidí v emocích,

kteřé jsou na Facebooku nečitelné, je těžké se orientovat v tom, co druhý člověk naproti obrazovce cítí nebo jak myslí to, co píše.

3.4.3.2 Touha být na Facebooku (stát se jeho uživatelem) x obava z jeho užívání

Paradigmatický model axiálního kódování umožnil u některých probandů odhalit paradoxní situaci, která se týká jejich touhy být uživatelem Facebooku, jejíž příčinou může být sociální nátlak okolí na daného jedince, touha jedince po informacích, které se na Facebooku nalézají, snaha jedince být „normální“, nevybočovat z mainstreamu svých vrstevníků, který je podnícen digitálním věkem a téměř vše se odehrává skrze určité technické vymoženosti současné doby. Do tohoto ovšem vstupují další proměnné, které celou situaci ovlivňují.

Tento paradox je nejlépe vidět u Sandry, jejíž rodiče mají k Facebooku odpor. Mají pocit, že Facebook není pro „slušnou“ dívku, jelikož je nebezpečný, provokující a může jedince zavést na „zcestí“. Sandra si svými argumenty i přes odpor rodičů Facebook prosadila, ale z rozhovorů s ní a z analyzovaných dat vyplývá, že má Sandra v sobě ukotvený pocit hrdosti a vítězství nad tím, že nad rodiči zvítězila a je jako ostatní (tzn. uživatelkou Facebooku), ale i obavy z jeho využívání. Ano, na jednu stranu Facebook Sandře poskytl možnost „být jako ostatní“, být součástí určité komunity a dostat se k informacím, které jí byly bez Facebooku skryté, ale je nutné brát v úvahu, že možná sama Sandra profil na Facebooku ani příliš nechtěla, na přísné rodiče se vymlouvala před spolužáky a vrstevníky, kteří jí později k založení profilu „donutili“. Toto výše uvedené si dovoluji tvrdit na základě setkání se Sandrou, kdy se celým rozhovorem prolínala její nejistota, úzkost a strach z používání Facebooku. Několikrát bylo Sandrou zmiňováno, že je Facebook nebezpečný, průhledný, hloupý. Bilancovala mezi užitečností Facebooku a obavami z jeho používání. Jednu dobu si ho chtěla dokonce i zrušit, ale vzpomněla si na to, jaké to bylo, když ho neměla. Ztráta profilu by pro ni znamenala ztrátu informací a kontaktu s vrstevníky.

Obdobnou situaci lze, i když ne takto „vyhrocenou“, zaznamenat i u Anety, která v současné době Facebook jaksi (ne)využívá. Je pouhým pasivním uživatelem, kdy neudržuje svůj profil aktuální, nekládá tam informace, z důvodu obavy před narušením soukromí. Facebook využívá jako médium, přes které může komunikovat s ostatními a

získávat tak určité informace, ale cítí, že na Facebooku je člověk jako pod kamerou, otevírá se ostatním, z čehož mohou pramenit nepříjemnosti, jako jsou např. pomluvy, kyberšikana apod. Na druhou stranu je pro Anetu důležité na této sociální síti být uživatelem, jelikož na něj klade důraz ve smyslu komunikačního média omezeného pouze na psaní a přijímání zpráv s určitými jedinci (poskytování a přijímání informací o škole, zálibách apod.) Ostatní aktivity na Facebooku jsou omezeny, je pasivní.

U chlapců se strach či obava z používání Facebooku nevyskytovaly. Hynek si je vědom toho, že ostatním poskytuje takové informace, které se nedají proti němu zneužít a Martin je sebevědomým chlapcem, který se snaží naplno využít všech možností, které mu Facebook nabízí a téměř si nepřipouští nějaké pochybnosti o této sociální síti.

3.4.3.3 Konflikt autentičnosti na Facebooku x skrývání se

U všech probandů se vyskytuje touha po autentičnosti, snaží se být tím, kým reálně jsou, používají své pravé jméno a příjmení (může být zčásti modifikovatelné, ale vždy lze skrze něj rozpoznat daného jedince). Jednou z příčin, proč takto jednají, mohou být pravidla Facebooku, která po svých potenciálních uživateliích požadují vystupovat pod skutečnými jmény a totožnostmi, kdy: „vydáváním se za jiného člověka, vytvořením falešného účtu pro organizaci nebo spravováním více účtů ničíte zdejší komunitu a porušujete podmínky Facebooku.“ (Facebook, © 2013, zásady komunity na Facebooku). Kontextem, který k tomuto přispívá, je i tendence dospívajících být „v normě“, na stejné rovině jako ostatní uživatelé. Do těchto požadavků jak korporace Facebooku, tak vnitřního uvážení vstupují samozřejmě i vnější okolnosti, které „nutí“ jedince chovat se určitým způsobem.

U probandky Sandry jsou těmito vnějšími „narušiteli“ její rodiče, kteří se založením profilu na této sociální síti nesouhlasili (zdál se jim poněkud nebezpečný) později svolili, avšak za určitých podmínek – nevystavování Sandřiných fotografií, pasivní pobývání na Facebooku. Sandra tento jejich požadavek řeší tím, že na Facebook nevkládá své fotografie, ale nahrazuje je takovými, na kterých jsou zachycené atributy, které nějakým způsobem s její osobností souvisí. Pro Sandru je takovéto jednání autentické, má pocit, že je na Facebooku tím, kým i v reálném životě je, ale paradoxem zůstává rozpor mezi potřebou (snahou) chránit samu sebe a vystupovat za svou osobu, snaha mezi autentičností a snahou se neukazovat.

Druhá probandka Aneta se rovněž snaží nepřetvařovat, vystupovat na Facebooku pod svou pravou totožností a identitou, na druhou stranu se u ní vyskytuje jev, kdy v současné době na Facebook „nic“ nepřidává, neprojevuje se. Dle jejích slov tam nemá aktuální informace, z fotografií tam sama vložila pouze profilovou, kterou má ale od založení Facebooku stejnou. Je to tedy opravdu Aneta taková, jaká je dnes? Sama tvrdí, že si tam nic osobního nevkládá. Ovšem nejsou osobní věci součástí naší identity? Toho jací doopravdy jsme?

Hynek se na Facebooku snaží být takový jaký je i v reálném životě. Nepřetvařuje se, má na Facebooku své fotografie, udržuje o sobě aktuální informace, snaží se vnímat realitu a Facebook propojeně (sice jako dva „světy“, které se ale prolínají, a jestliže chce člověk zůstat tím kým je, tak by se měl pohybovat v obou dvou s podobným chováním – dle jeho slov). U Hynka není Facebook spojován s obavou a zdrženlivostí.

Martin vystupuje na Facebooku pod svým pravým jménem i příjmením, snaží se udržovat informace o sobě aktuální, fotografie si rovněž přidává na Facebook, ale vyskytuje se u něj tendence k lhaní v oblasti partnerských vztahů (viz níže). Do určité míry tedy Facebook reflektuje jeho identitu, ale s určitými výjimkami, tak jako u každého z probandů, mimo Hynka.

3.4.3.4 Facebook jako podpora sociálních vazeb x útlum sociálních vazeb

Facebook do určité míry podporuje sociální vazby jedinců, dle toho, jak to sami probandi reflektují. Ovšem tyto vazby musí být od jedinců, které proband zná, ne od lidí, kteří jsou mu vzdálení. V případě, že je jedinec tzv. cizincem (proband uživatele osobně nezná), tak dochází k znesnadnění tohoto vztahu či jeho konzistenci, vztah se dále nevyvíjí. Toto je spojené s tím, že na Facebooku je různorodá skupina jedinců v seznamu přátel, kteří ani přáteli daného probanda ze sociologického slova smyslu nejsou. Vysvětlení může být takové, že jedinec potřebuje určitý sociální kapitál, který umožňuje interakci mezi účastníky online sociální sítě a čerpání prostředků ze sítí jiných osob, kdy k těmto osobám rovněž patří.

Aneta tvrdí, že Facebook jí dělá „lepší“ obrázek o přátelích z reálného života a naopak horší o těch, které nezná, jelikož jí jsou tito lidé nesympatičtí svými projevy a názory i v reálném životě a poté, co samé informace o nich a od nich samotných nalézá na Facebooku, tak jí v jejím smýšlení dále utvrzují. Sandra k tomuto „problému“

přístupuje na ni neočekávaně s nadhledem, kdy Facebook dává do souvislosti s reálným životem a dokládá to tvrzením, že z reálného života nemůžeme jedince „smazat“ a musíme je přijímat tak, jací jsou. Na Facebooku je dle ní situace podobná a také si dotyčné jedince nemaže. Sandra se domnívá, že se stírají hranice v přátelství. Facebook dle ní všechny tyto vztahy postuluje na jednu rovinu, je tam více odměřenosti než v reálném životě a nejlepší kamarád je v postavení jako pouze známý jedinec. Na druhou stranu Sandře pomohl vztah na Facebooku upevnit vztah v reálném životě, kdy na Facebooku byla s daným jedincem v kontaktu, lépe se s ním poznala, a poté mohla v reálném životě využívat toho, co už o člověku ví a společně je to přivedlo na zjištění, že mají stejné zájmy. Poté spolu navazovali kontakt i v reálném životě. Četněji než tomu bylo doposud.

Hynkovy sociální vazby Facebook podporuje, jelikož díky Facebooku má pocit, že mu je vždy někdo „nablízku“ ochotný pomoci, když má nějaký problém. Tyto vazby jsou posilovány, i když se chce např. pochlubit, sdílet radost z úspěchu s ostatními. Ovšem na druhou stranu připouští, že velmi důležité záležitosti řeší raději v reálném životě (osobně), poněvadž na Facebooku může v komunikaci docházet k nedorozumění. Při posuzování lidí (toho jací jsou) vychází Hynek ze zkušeností s nimi, které má z reálného života, jelikož dle jeho slov se lidé na Facebooku mohou skrývat za obrazovku, a i když ví, kdo za tou obrazovkou sedí, tak netuší, jestli je jeho chování myšleno vážně či si jedinec vymýšlí. „Nevidí“ jeho emoce.

Martinovy sociální vztahy jsou díky Facebooku rovněž posilovány, jelikož mu tato online síť pomáhá udržovat kontakt s jedinci, s kterými se často nestýká. Facebook mu nabízí možnost být jeho přátelům vždy k dispozici, jestliže Martina potřebují. Skrze Facebook se u něj projevuje i sounáležitost s určitým jedincem. Na druhou stranu nemá rád a negativně ho ovlivní, když se jedinci (které nepovažuje za blízké) na Facebooku vyjadřují více emotivně než je pro Facebook příhodné, a ostatní uživatelé se tím začnou zabývat. Martin se dále domnívá, že na Facebooku se toho odehrává až přespříliš a nezbyvá čas si někomu postěžovat, svěřit se, čímž mohou být jeho sociální vazby naopak oslabovány.

3.4.3.5 Nepřeborné množství přátel

Rovněž zajímavým jevem, který vyvstal prostřednictvím axiálního kódování je velký počet přátel probandů na Facebooku a okolnosti s nimi spojené. U Anety je tento jev nejlépe postřehnutelný. V přátelích má veliký počet uživatelů, které ani za své přátele nepovažuje, dokonce si tam nechává i ty, které osobně nezná. Sama tvrdí, že tam nezveřejňuje nic osobního, tudíž nemá důvod je mazat. Za své přátele je ovšem nepovažuje a má je tam jen proto, aby tam nějaké lidi měla. Proč Aneta nechává i jedince, které nezná mezi svými přáteli na Facebooku? Odpovědí může být, že jinak by tam přátel měla podstatně méně a také, že jí slouží jako obrana na svou osobu, kdy přítel má přece dost – je v „pohodě“, je „vidět“, že všichni se s ní baví apod. Také bychom to mohli chápat a přisuzovat tomu, že přátelé jsou zdrojem emocionální a sociální podpory, mají vliv na subjektivní pohodu, mohou nám zvýšit sebevědomí a můžeme skrze ně ukázat naše sociální vazby. V případě, že by jich tam měla Aneta málo, ostatní jedinci by si mohli myslet, že není „normální“, respektive je neoblíbená, nekamarádká apod. Přátelé mohou mít rovněž pro jedince referenční význam – slouží jako základ pro porovnávání zkušeností ve skupině (na Facebooku), mohou být ukazateli společenského statusu, jedinec může získat zpětnou vazbu od několika jedinců zároveň, může být sociálně i emočně podpořen. Trochu je paradoxem, že když Aneta něco přeci jenom publikuje na Facebooku, tak se snaží, aby to bylo soukromé, ovšem při takovémto počtu přátel se lehce může stát, že se informace dostane k nevídaným osobám. Aneta se tedy kontroluje v tom, co zveřejňuje.

Sandra má v přátelích také velký počet přátel, ale tvrdí, že všechny osobně zná, někdy se s nimi setkala. Tito lidé tedy mohou Sandře dávat pocit sebevědomí, pocit přináležetosti k těmto jedincům, vnímání sama sebe jako součást jedné velké skupiny. Kontrolu ale nad nimi udržuje také, osobně se vyjadřuje pouze do chatů a zpráv, výjimečně napíše něco do určité skupiny, kdy tito jedinci mohou být pro Sandru základem pro porovnávání zkušeností, sdílení emoční a sociální podpory, jelikož se osobně znají a Sandra ví, proč je v seznamu přátel má. Svým způsobem má s nimi něco společného a jsou pro ni do určité míry významní.

Hynek má v přátelích pouze ty, které zná osobně nebo z různých online her, kdy se s nimi „zná“ alespoň přes počítač. Rozlišuje mezi informacemi, které sděluje ostatním (pro jejich potřebu) a pak těmi, které jsou pro něj soukromé, a nezveřejnil by je, aby mu neškodily. Martin popisuje, že se všemi z Facebooku se snaží udržet vztahy

i v reálném životě, ale není to jednoduché, jelikož se dle něj na Facebooku vyskytuje přetvářka a v reálném životě tam jsou ty emoce, které zůstávají na Facebooku skryté.

3.4.3.6 Informace pouze pro určité uživatele

Sandra je uživatelkou Facebooku, která se na něm snaží nebýt příliš „viditelná“ ale zároveň se přes něj snaží udržovat kontakty s přáteli. Velmi si chrání své soukromí a informace, které zveřejňuje, jsou určeny pouze vybraným uživatelům skrze chat nebo zprávy. Píše taktéž do skupin, kde je členem, ale působí jí to potíže, nechce, aby jí někdo z té skupiny psal (snaží se o jednostrannou interakci ve skupině o několika členech, kdy je pravděpodobné, že nějaký z nich na Sandry příspěvek zareaguje). Sandra takto může jednat pod vlivem rodičů, kteří si nepřejí, aby se na Facebooku nějak výrazněji projevovala či to může být Sandřin (ne)vědomý pocit, že Facebook je něco špatného, něco, co může jedince v různých směrech ohrozit. Následkem toho všeho vnímám u Sandry pocity rozladění, nejistoty, přemýšlení nad tím, jestli je zapotřebí zůstat na Facebooku. Sama by se nejraději „skryla“ před okolním světem, který jedince „tlačí“ na určité vymoženosti své doby (v tomto případě Facebook), ale vzápětí si uvědomuje, že chce být jako zbytek vrstevníků a být „in“, používat moderní komunikační technologie.

Podobný přístup k Facebooku lze nalézt i u Anety, která se na něm snaží své činnosti taktéž omezit, a jak již bylo řečeno, používá ho pouze jako komunikační médium. Informace, které chce sdělit, tak také píše do chatů či zpráv pouze vybraným jedincům. Jinak má pocit, že tam nic soukromého nezveřejňuje.

Chlapci jsou naopak rádi viditelní, aktualizují si své profily, snaží se o to, aby se na Facebooku „něco“ konalo. Facebook je s nimi spojován s jejich koníčky, pomáhá jim nasbírat informace o chystaných akcích apod., což se sice vyskytuje i u Sandry, která v různých skupinách řeší rovněž své zájmy, ale s jakousi nervozitou či obavou, aby jí tím někdo nenarušil soukromí. U chlapců se tento pocit nevyskytuje, brání si taktéž své soukromí, ale ne s pocitem ohrožení.

3.4.3.7 Podpora atraktivity x nepřítažlivost identity

U probandů se v různé míře a modifikaci vyskytuje potřeba od označování (mazání označení své osoby) na fotografiích, které tam vložil jiný uživatel. Za příčinu tohoto chování je dospívajícími (probandy) označována jejich fyzická neatraktivita, zachycení na fotografii v nevhodné situaci či v případě, když se v jejich přátelích na Facebooku vyskytuje osoba autoritativní (např. rodič či učitel) a fotografie jí není vhodná. Kontext této situace závisí na potřebě adolescentů se líbit, být fyzicky přitažlivý/á, atraktivní pro ostatní, kdy prostřednictvím svého zevnějšku dochází u dospívajících ke změně sebepojetí i reakcí okolí. Dospívající se mohou snažit do jisté míry přizpůsobit svůj zevnějšek skupinovým požadavkům, a také jeho prostřednictvím vyjadřují svou identitu. Potřeba být atraktivní se nejvíce objevovala u dívek. Na fotografiích, kde se samy sobě nelíbí, odeberou označení své osoby. Následně dochází ke sporům s jejich přáteli na Facebooku, neboť dívky se je snaží přimět k tomu, aby jejich fotografie na tuto sociální síť neumísťovali. Přesto tak konají. Tito jedinci tak mohou činit proto, poněvadž v době dospívání se u nich vyskytuje potřeba sounáležitosti, emoční a sociální podpory, kterou si jedinci poskytují vzájemně. K tomu jim Facebook do jisté míry přispívá, neboť jestliže označí na fotografiích, co nejvíce osob, tak dávají možnost ostatním nahlédnout do svých sociálních sítí, které je obklopují a daného jedince to utvrzuje v pocitu, že „někam“ patří, ukazuje to jeho „teritorium“ (kam chodí s přáteli, co spolu dělají apod.) ostatním uživatelům. U dívek se může vyskytovat ještě jeden důvod, který závisí na tom, že dívky si žádné fotografie se svou osobou na Facebook nedávají (kromě Anety a její profilové fotografie z osmé třídy) kvůli tomu, aby nebyly ostatním „na očích“. Proč takto jednají, když poznatky z vývojové psychologie popisují potřebu dospívajících dávat na obdiv svou atraktivnost, vzhled jako jednu z částí jedincovy identity? Jednou z možných interpretací může být, že obava dívek zviditelnit se a vystavit se reakcím několika jedinců (ostatních uživatelů) Facebooku, kterých dívky mají hojný počet, je tak silná, že vědomě potlačují tuto potřebu typickou pro jejich vývojové období. Chrání samy sebe před možnými nepříznivými reakcemi uživatelů a Aneta dokonce tvrdí, že se jí její samotné fotografie nelíbí. Je na sebe příliš kritická, má nízké sebevědomí, což může být dáno tím, proč ani ona sama nevybere nějakou fotografii na svůj profil. U Sandry to může být podmíněno i rodiči, kteří si nepřejí, aby se na Facebooku „vystavovala“.

Hynkovi nevadí, když jej někdo na fotografii označí, sám si fotografie na svůj profil nahrává. Důvodem, který ho k tomu vede je, že se snaží být takový, jaký

doopravdy je, tzn., že vnímá sám sebe i na fotografiích, které tam dávají jeho přátelé, se všemi svými klady a zápory a nevidí důvod, proč by své označení osoby měl mazat, když je to on. Martin se k tomuto staví poněkud odlišně od dívek i od Hynka. Martin maže označení na fotografiích, na kterých se netváří příliš dobře, či jsou pro něj velmi soukromé (např. je na nich zachycen v choulostivé situaci). Sám si však fotografie na svůj profil vkládá a to nejlépe takové, které jsou vtípné a pobaví ostatní.

S problematikou fotografií jako řízení ochrany nad svou osobou a zranitelností se mi asociuje Martinova tendence přimýšlet si ve svém profilu na Facebooku ohledně partnerských vztahů (viz níže) jako jedné z možností ochrany své osoby.

3.4.3.8 Experimentace s partnerskými vztahy na Facebooku

Martin si jako jediný z probandů vymýšlí při zadávání jména své partnerky do kolonky partnerské vztahy. Dalo by se říci, že experimentuje s partnerskými vztahy ve virtuálním prostředí, které je ale odlišné od jeho klasického chápání, kdy jedinec může jednat anonymně. V případě Facebooku je Martin znám ostatním uživatelům a partnerka, kterou považuje za svou a uvede jí v kolonce vztahů, je také známá. Martin zkouší něco nového, nabízí se mu několik zpětných vazeb od ostatních uživatelů. Do jisté míry tímto může chtít posílit svou prestiž ve skupině adolescentů (např. každý týden má na Facebooku jinou dívku – je „dobrý“, nebo: „Martin už měl tolik dívek.“ apod.). Fantazijní představa sebe samého se prolíná na Facebook, a dochází tak ke hře s identitou, která by měla být na Facebooku zapovězena. Martin takto může činit, jelikož má potřebu partnerského vztahu a zkouší, jestli dívka, kterou označí, by ho za svého partnera potenciálně „přijala“ (např. Poté spolu o tom mohou debatovat, dívka mu sdělí svůj názor na něj, čímž se Martinovi dostává nejen informací o své osobě, ale i to, jak působí na opačné pohlaví.) Druhým důvodem, který ho k tomuto jednání může vést, je možnost předjímání reakcí jeho přátel (zda by byl tento vztah přijatelný i v reálném životě, jaké charakteristiky by přátelé prisuzovali dané dívce apod.). Navíc se nabízí i alternativa tohoto chování, aneb ta, že Martin si takto přimýšlí z důvodu ochrany své osoby, kdy nechce dát najevo svou „pravou tvář“ před tolika jedinci, které se v jeho přátelích nacházejí a tímto jednáním se mu daří odvést pozornost.

3.5 Závěry a diskuze

Porovnáme-li výsledky analýzy jedincova uživatelsví na Facebooku s výsledky analýzy práce Dlouhé (2012), dojdeme k několika shodám a několika málo rozdílům, které se v nich objevily. Jak již bylo výše řečeno, má analýza je vzhledem k rozsáhlosti této práce užší, nezahrnuje v sobě všechny možné aspekty, které se mohou u probanda ve vývoji uživatelsví Facebooku vyskytovat. Na druhou stranu si ale dovoluji tvrdit, že reprezentuje takové aspekty (činnosti) jedince, na kterých lze dobře vidět, jak se jeho uživatelsví vyvíjelo. V důsledku toho, budu konfrontovat nálezy, které popisují ve své analýze s prací Dlouhé (2012), ale nebudou zde zmíněny všechny ty, ke kterým autorka dospěla.

První etapou, kterou proband na Facebooku prochází je pre-etapa novictví, jejíž název je upraven dle Dlouhé (2012). Tato etapa je charakteristická tím, že proband se teprve chystá vstoupit na sociální síť Facebook, nebo se zde pohybuje pouze chvíli, nemá o Facebooku takový přehled jako v pozdější fázi uživatelsví. Tato etapa je probandy zmiňována ne příliš rozsáhle, jelikož nedostatečná znalost této sociální sítě jim neumožňovala využívat naplno funkcí, které tato sociální síť svým uživatelům nabízí.

Co se týče této pre-etapy, tak se s Dlouhou (2012) shodujeme ve faktu, že některé výzkumné osoby neměly osobní zkušenost s Facebookem, ale byla jim zprostředkována sociálním okolím. U některých probandů se vyskytovala nejistota ohledně jeho používání. Ta mohla být dána neznalostí facebookového prostředí či nepříliš pozitivními reakcemi okolí na tuto sociální síť. Další společný fakt výzkumných osob je jejich nepříliš častá aktivita, která pramenila z toho, že nevěděli, co na Facebooku dělat, a jak říká Dlouhá (2012) v tomto prostředí nikoho příliš neznají.

Z nováčka se postupně stává experimentátor. I tak by se dal označit přechod z etapy novictví do etapy následující – etapy, která je plná experimentátorství. Jedinec naplno využívá možností, které mu tato sociální síť nabízí (Dlouhá, 2012). Dalo by se říci, že je jedinec „facebookově nevybouřen“ a zkouší hranice, kam až lze na Facebooku zajít. K této analýze se zcela přikláním, stejné výsledky jsou doložitelné i na mých výše uvedených citacích z rozhovorů s jednotlivými probandy. Někteří probandi tuto etapu retrospektivně vnímali jako etapu, která byla pro danou chvíli vhodná, bez ní by to ani nešlo být uživatelem Facebooku. S odstupem času ale tuto etapu hodnotili jako nepříliš výhodnou, často docházelo v pozdější etapě k její rekonstrukci (např. mazání velkého

počtu přátel). Jinými slovy, probandi do další etapy, etapy uživatelství, museli „facebookově dozrát“ a etapu experimentování zpětně nazývají tím, co bylo předtím, ne to, co je teď. Jak píše Dlouhá (2012) probandi tuto etapu vnímají tak, že z ní již „vyrostli“.

Etapa experimentování je zastoupena v rozhovorech poměrně obsáhle, výzkumné osoby ji dokáží poměrně dobře reflektovat a byla naplněna několika regiony, neboli místy, kde se jedincovo chování odehrávalo. Střední zóna byla nejčastěji charakterizována rozšiřováním přátel (v závislosti na tomto faktu i publik), vyplňováním osobních údajů, mezi které byly zahrnuty třeba i zájmy. Tyto aktivity se stejně jako u Dlouhé (2012) děly často nekontrolovatelně, bez rozmyslu a v hojném počtu. Dokonce probandům dodávaly pocit, že jsou k činnostem na Facebooku více kompetentnější a umožňovaly začít zkoušet jeho možnosti.

U výsledků analýzy Dlouhé (2012, s. 44) je možné si povšimnout experimentace s identitou u výzkumných osob, která byla sice přechodná, ale ovlivnila jedincovo chování na Facebooku: „Možnost, kterou jedna informátorka vyzkoušela, byla záměna jména vlastního za jméno svého kamaráda. Tuto záměnu neprovedla sama, udělalo ji i několik dalších z jejích Přátel.“ Dalším experimentem s identitou bylo označení přátel za své rodinné příslušníky: „Vzhledem k tomu, že facebook umožňuje za rodinného příslušníka přidat kohokoliv, tak v této etapě někteří informátoři tuto funkci využívali různými způsoby – někteří z nich si zadávali svoje kamarády jako svoje bratry apod.“ (Dlouhá, 2012, s. 44). U mých výsledků se experimentace s identitou rovněž vyskytla, ovšem týkala se klamavé informace o partnerském vztahu a nemyslím si, že by byla doménou pouze etapy experimentování, jak tomu bylo u výzkumných osob Dlouhé. Proband, který se dopouští lživé informace o vztahu s partnerkou, takto činí průběžně ve svém uživatelství, ne pouze v této etapě. S tím, jak se rozšiřovala publika výzkumných osob, docházelo ke konfliktům mezi probandy a jejich přáteli navzájem z důvodu nepřehlednosti, ze které pramenila nejistota týkající se toho, koho má proband v přátelích (např. autorita). Tento jev je patrný i z výsledků analýzy Dlouhé (2012).

Zákulisí, jako další region, se v této etapě vyznačovalo nejen činnostmi odehrávajícími se na Facebooku, které byly skryté pro osoby bez facebookového profilu, ale i skrytými činnostmi na Facebooku vůči některým přátelům (např. vytváření skupin pro vybrané přátele). Tyto poznatky jsou v souladu s poznatky Dlouhé (2012, s. 48), která tvrdí: „Pokud bych tedy měla shrnout, jak vypadalo zákulisí ve fázi zkoušení, tak mělo větší vazbu k vztahu facebookového prostředí s prostředím nefacebookovým.“

Forbína je posledním regionem, který byl v rámci etapy experimentování analyzován. Jak již píše Dlouhá (2012, s. 48) v tomto regionu: „se vyplňovaly informace přímo za účelem, aby byl člověk nějak identifikovatelný (např. s určitým postojem), aby o něm okolí vědělo nějakou informací, která by usnadňovala komunikaci, aby nemuseli vysvětlovat, proč jednají, či uvažují určitým způsobem.“ Mé výsledky takovéto postupy jednání potvrzují.

Poslední etapou, která je u výzkumných osob zachycena, je etapa uživatelství. V této etapě se nacházeli všichni probandi v době rozhovorů, neboť všichni měli s Facebookem dlouhodobé zkušenosti a byli schopni zpětně nahlédnout na své bytí na této sociální síti. V této etapě se rovněž vyskytoval region označovaný jako střední zóna, docházelo ale k jeho úpravám (např. redukce přátel (tím pádem u publik), koordinace činností obecně) (srov. Dlouhá). Jak píše Dlouhá (2012, s. 57): „Střední zóna musela být dostupná z obou stran: na jedné straně se v ní musel orientovat uživatel – chtěl čerpat informace, které ho zajímaly, ty ostatní eliminoval – a na straně druhé si přál být dostupný pro ostatní, v rámci jejich středních zón.“

Zákulisí bylo v této etapě vyjádřeno několika podobami (např. skupinami na Facebooku, soukromou komunikací prostřednictvím chatu, zpráv apod.). Souhlasím s Dlouhou (2012, s. 63), a výsledky mé analýzy to potvrzují, že: „se zde vyplňovaly informace přímo za účelem, aby byl člověk nějak identifikovatelný (např. s určitým postojem), aby o něm okolí vědělo nějakou informací, která by usnadňovala komunikaci, aby nemuseli vysvětlovat, proč jednají, či uvažují určitým způsobem.“

Posledním zmiňovaným regionem v této etapě byla, stejně jako v etapě předchozí, forbína. Ta se nejčastěji projevovala skrze profilovou fotografii, na které se probandi snažili vypadat „dobře“ a aktuálně. Toto ale neplatilo u všech. Někteří se necítili při sebe prezentaci jistě a na profilové fotografii neměli zachycenou svou podobiznu, ale aspekty, které se vztahovaly k jejich životu či jim byly něčím blízké (srov. Dlouhá). U jednoho probanda docházelo v této fázi k prezentování se prostřednictvím statusů, které psal zejména při svých úspěších a očekával zpětnou reakci od ostatních přátel. U ostatních probandů se psaní statusů objevovalo spíše ve fázi experimentování, ve fázi uživatelství již vyhasínalo či zcela vyhaslo. Dlouhá (2012) ovšem píše o tom, že ve fázi uživatelství se (i když ne příliš často) prostřednictvím statusů výzkumné osoby prezentovaly.

V etapě uživatelství je u probandů možné zaznamenat tendenci k tomu, že je jimi vnímán jako platforma ke kontaktu s ostatními jedinci a komunikaci, jako zdroj informací. Naopak upadá vnímání Facebooku jako místa k zábavě a místu

neomezených možností, které se objevovalo v etapě experimentování. Takto je Facebook do jisté míry vnímán i výzkumnými osobami u Dlouhé (2012).

Nesmíme opomenout na fakt, že jednotlivé etapy uživatelství se u každého jedince projevují s určitou mírnou diferenciací. Každý jedinec prošel těmito fázemi, ale s odlišnou „intenzitou“, neboli zaujetím pro určité činnosti. Uživatelství na Facebooku je rozporuplný proces a přináší s sebou i mnohé paradoxy.

Probandi vnímají Facebook jako fenomén, který je paralelní s reálným světem, a ve kterém může docházet k prolínání určitých aspektů těchto dvou „světů“, přičemž každý z nich má svá určitá pravidla. Tento poznatek je v obecné rovině ve shodě s Crosierem et al. (2012), kteří popisují, že online životy jedinců do určité míry odrážejí jejich skutečné životy a dochází ke stírání hranic mezi těmito dvěma světy (světem online a offline).

Probandům Facebook „prosakuje“ jejich životem, nejčastěji v kontextu přátel, kterých mají velký počet, a tím i do určité míry dostatečnou sociální podporu od těchto přátel. Na druhou stranu to ale zřejmě nevypovídá o kvalitě těchto vztahů, které se zdají být jedincům na Facebooku „na jedné rovině přátelství“, a pro některé jedince i bez dostatečné emocionální podpory. Vše záleží na typu sociální vazby k danému jedinci. Toto zjištění je v souladu s provedenými výzkumy, které se zabývaly počtem přátel na Facebooku, sociální podporou a well-beingem (psychickou pohodou) jedince, kdy např. studie Kima et al. (2011) ukázala, že počet přátel na Facebooku je asociován s pozitivním well-beingem jedince, kdy facebookové přátelství může sice sloužit jako užitečný zdroj sociální podpory, ale pouze do okamžiku, kdy jedinec takovémuto přátelství věnuje dostatek času a úsilí k rozvoji a udržení blízké (úzké) vazby (spojení) s přítelem. Manago et al. (2012) prohlašují, že Facebook napomáhá tvorbě velkých neosobních sítí uživatelů a většinu z nich tvoří relativně povrchní vztahy, kterou nejsou emocionálně blízké. Tento jev se potvrdil i v mém výzkumu, kdy podíl známých a tzv. cizinců v seznamu přátel probandů je vyšší než podíl přátel v pravém sociologickém slova smyslu v profilech uživatelů.

U probandů se vyskytuje touha být uživatelem Facebooku, která je do určité míry motivována sociálním okolím jedinců, zvědavostí, tendencí nevybočovat z řady vrstevníků, potřebou informací nejrůznějšího druhu, které jim jsou na této sociální síti dispozici. Tyto nálezy jsou v souladu s poznatky z odborné literatury (viz Cheung et al., 2010, srov. Ross et al. 2009). U některých probandů se ale vyskytuje nejistota spojená se strachem z jeho užívání (z důvodu narušení soukromí, neakceptování jedince ze strany rodičů apod.). U těchto probandů dochází k bilancování mezi užitečností

Facebooku a obavami, které jim tato sociální síť přináší. Tito jedinci mohou mít tendenci si profil na Facebooku zrušit (tato tendence může být podporována např. autoritou (rodiči), kteří se nepřejí, aby jejich potomek dané technologie využíval), ale často jim v tom brání přesvědčení, že ztratí cenné informace, kontakt se svým sociálním okolím a budou „odsunuti“ z mainstreamu digitálního věku. V literatuře prozatím není tento úhel problematiky sociálních sítí dostatečně prozkoumán, většina odborníků se zaměřuje na pozitivní stránky sociálních sítí, popř. na problematiku soukromí obecně. Tanner (2011) přichází s hypotézou, která se týká nadměrného používání Facebooku, které může mít negativní vliv na well-being (psychickou pohodu) jedince, obzvláště u jedinců, kteří mají sklony k depresím či velmi nízkému sebevědomí. Facebook může způsobovat jisté psychosociální problémy, stejně tak jako může zvýšit pocity sounáležitosti, sociální podpory apod. Jedinci, u kterých se tento „paradox“ vyskytuje, mu přizpůsobují své chování na Facebooku, kdy kontrolovatelně jednají a jeho využívání redukuje pouze na několik málo funkcí, např. jako komunikační médium (soukromá komunikace) bez dalších aplikací, které jim Facebook nabízí. Manago et al. (2012) potvrzují, že přetrvávání soukromé komunikace mezi uživateli s úzkými vztahy (vazbami) naznačuje trvalou intimitu v socializačním procesu v rámci Facebooku (ale tato intimita přetrvává i u jedinců, u kterých se nevyskytuje obava z používání Facebooku).

Facebook je prostředí, které povzbuzuje jedince, aby sdíleli své názory bez ohledu na jejich soukromí (viz Christofides et al., 2009) a i v mém výzkumu se potvrdilo, že jsou i tací uživatelé Facebooku, kteří si nepřipouštějí možné negativní důsledky tohoto média, jelikož mají pocit, že na Facebook „vpouštějí“ takové informace, které je nemohou ohrozit a současně se nebrání využívání téměř všech funkcí, které jsou na něm k dispozici. Na odborné úrovni se této rovině problematiky věnuje např. Livingstone (2008), který tvrdí, že u dospívajících je v online sociálních sítích soukromí zaměřováno spíše na to, kdo dané informace obdrží, než na typ informací, které daný jedinec vysílá. S tímto musím souhlasit, jelikož se mi potvrdilo, že probandi se více soustředí na to, komu informace vysílají než co je jejich obsahem. Co se týče obsahu, probandi mívají pocit, že vysílají informace, které je nemohou ohrozit.

Všichni probandi se shodli na tom, že jejich identita na Facebooku je reálná, jsou autentičtí. Odborná literatura dokládá, že prvním krokem k vytvoření profilu na Facebooku je vytvoření tzv. „živé“ virtuální osobnosti (boyd, Ellison, 2007) a Zhao et al. (2008) dodávají, že uživatelé Facebooku představují s větší pravděpodobností více

realistickou či pouze mírně upravenou verzi své skutečné osobnosti, než je tomu u anonymního virtuálního prostředí. To se sice projevuje i v mém výzkumu, ale paralelně s tím, je možné u některých probandů hovořit o konfliktu, ve kterém se střetává snaha být autentický a potřeba se skrýt, (tzn. příliš se na Facebooku neukazovat), což do jisté míry může mít spojitost i s obavou z jeho používání. Takové chování je možné doložit např. na správě fotografií, kdy si proband fotografie své osoby na Facebook nevkládá, ale pocit autentičnosti nahrazuje tím, že na fotografiích jsou zachycené atributy, které se pojí s jeho osobnostní charakteristikou. Jiným příkladem může být pasivní chování jedince na Facebooku, kdy jedinec pouze „pozoruje“ (tzv. mezilidské voyeurství) ostatní uživatele a sám se aktivně nezapojuje do udržování aktuálních informací o sobě (Nevkládá na Facebook nic, co by ho charakterizovalo, nic, co by souviselo s jeho „současnou“ identitou.). Do určité míry tyto nálezy korelují s odbornou literaturou, ve které autoři Lampe, Ellison a Steinfeld's (2006) rozlišují mezi sociálním prohlížením (např. čtení New Feeds) a sociálním vyhledáváním (např. prohlížení profilů přátel). Jiným příkladem jsou uživatelé, kteří se snaží být autentičtí, pohybují se ve facebookovém světě obdobně jako ve světě reálném, Facebook do jisté míry reflektuje jejich identitu. Z mých analyzovaných dat vyplývá, že jedinci na Facebooku konstruují identitu v souvislosti se zveřejňováním fotografií, komentářů do různých skupin apod., ale s rozdílnou silou a odlišnými mechanismy. Tento poznatek je ve shodě se Zhao et al. (2008), kteří postulují názor, že sami jedinci jsou odpovědní za to, kdy budou sdílet své osobní záležitosti, a kdy naopak použijí mechanismy, které jim tato sociální síť nabízí. Zároveň podotýkají, že jedincovo zveřejnění je nezbytnou funkcí ke stavbě identity a Facebook je prostředím, které toto podporuje (Tamtéž).

Co se týče vztahů, tak Facebook do určité míry podporuje sociální vazby mezi jedinci na Facebooku. Důležité je, že tyto vazby musí být od jedinců, které proband dobře zná, jsou mu blízcí. Toto tvrzení se shoduje i se Shih (2009), která tvrdí, že sociální vazby, které má jedinec s těmi nejbližšími se v celé své síle přenášejí na online sociální síť. Tyto vazby označuje jako „silné“ (Tamtéž). V případě vzdálenějších vazeb probandů (např. proband daného uživatele osobně nezná), dochází k znesnadnění či dokonce k rozpadu tohoto vztahu. Facebook rovněž dokáže „spojit“ jedince, kteří se v reálném životě příliš neznají, díky Facebooku se lépe poznají a poté při osobním setkání dokáží „těžit“ z informací (dochází k upevnění vztahu) které jim zprostředkoval Facebook. V literatuře je tento jev pojmenován jako tzv. Facebook efekt, který je založen na tom, že: „síť na základě společné zkušenosti, zájmu, problému apod. spojí lidi, a to často neočekávaně.“ (Kirkpatrick, 2011, s. 10). U některých probandů je

Facebook spojen nejen se sociální podporou, ale částečně i s emocionální, kdy při velkém počtu jedinců v přátelích je možné sdílet starosti, ale i radosti, které přináší každodenní okolnosti. Sami probandi ale cítí, že při sdílení na Facebooku musí být člověk obezřetný, jelikož ne vše, co se napíše, je tak i pochopeno. Prostřednictvím sdílení a sounáležitosti dochází k podpoře daných sociálních vazeb, ale existují i probandi, jež se domnívají, že na Facebooku není prostor pro hlubší zabývání se osobnostními záležitostmi, že je na Facebooku vše povrchní, uspěchané. V důsledku toho mohou být v tomto případě vazby mezi danými jedinci oslabovány, jelikož např. nedochází k takové interakci, která by obě strany zcela naplňovala. Rozporuplnost sociálních vazeb je problematika obsáhlá, z rozhovorů s jednotlivými probandy je možné dohlédnout obecného tvrzení, které popisuje i Granovetter, 1973, s.1361), aneb sociální vazby (silné i slabé) se vyskytují v závislosti na: „množství investovaného času, emocionální intenzitě, intimitě (vzájemné důvěře) a vzájemných službách, které charakterizují vazbu.“

Probandi mají na Facebooku velké množství přátel, ovšem ne všechny přátele, které mají, považují za přátele i v reálném životě. Otázkou zůstává, proč je tam mají. Důvody, které je k tomu vedou, mohou být následující. I tací přátelé mohou být zdrojem sociální podpory i emocionální, kdy v případě, že proband potřebuje, tak je „využije“. Mohou mít referenční význam (sloužit jako základ pro porovnávání zkušeností ve skupině), sloužit k ochraně daného jedince (ostatní mohou získat z takového počtu přátel dojem, že je jedinec např. kamarádský, oblíbený apod.), lze skrze ně ukázat ostatním probandovy sociální vazby, které má.

Na druhou stranu se může stát, že při takovémto počtu přátel směřuje informace dále k nevídaným osobám, i když při dostatečné pozornosti je tomu možno zabránit v nastavení osobního profilu. Paralelně vedle probandů, kteří neznají všechny své uživatele, se vyskytují i uživatelé, kteří všechny své přátele na Facebooku osobně znají. Těmto jedincům mohou dodávat určité sebevědomí, pocit přináležitosti k těmto jedincům a vnímání sebe sama jako součást jedné velké skupiny. Jelikož se osobně znají, tak se dá předpokládat, že jsou tito jedinci pro daného uživatele Facebooku významní, má s nimi něco společného. Ve výzkumu, který prováděla Manago et al. (2012) bylo zjištěno, že větší síť a větší odhadované publikum souvisí s vyšší úrovní životní spokojenosti jedinců a jejich vnímanou sociální podporou na Facebooku. Tento celý proces je chápán jako psychologický význam publika, jenž má vliv na jedincovo sebevědomí (větší publikum = vyšší sebevědomí) (Tamtéž). Tong et al. (2008) dospěli k tomu, že existuje křivočarý vztah mezi počtem přátel uživatelů Facebooku a

hodnocení sociální přitažlivosti tohoto uživatele. Jinými slovy, uživatel je vnímán jako populárnější, jestliže se počet jeho přátel zvyšuje až do optimálního čísla (v jejich výzkumu to bylo 302 přátel), po kterém sociální preference těchto uživatelů klesají.

U dívek se vyskytl fenomén nepřitažlivosti identity v protikladu s podporou atraktivity. Dívky odebírají označení své osoby na fotografiích, které tam vkládají jejich přátelé. Samy dívky si celkově své fotografie na Facebook nevkládají, nechtějí se ukazovat, být na očích ostatním (ne pouze svým přátelům, ale i přátelům přátel). Důvodem, proč takto jednají, je jejich pomyslná fyzická neatraktivita, zachycení na fotografii v nevhodné situaci či přítomnost autority (např. učitel) v přátelích, která by s touto fotografií nesouhlasila. Tímto jednáním se dívky víceméně dostávají do sporů s přáteli, kteří tam fotografie vkládají a chtějí, aby na nich dívky byly označené. Jednou z možných interpretací může být, že obava dívek zviditelnit se a vystavit se reakcím několika jedinců (ostatních uživatelů) Facebooku (kterých dívky mají hojný počet), je tak silná, že vědomě potlačují tuto potřebu typickou pro jejich vývojové období. Chrání samy sebe před možnými nepříznivými reakcemi uživatelů. Zhao et al. (2008) konstatují, že v anonymním online prostředí může „odtělesněné setkání“ jedinci umožnit, aby zakryl své nežádoucí fyzické vlastnosti, ale v případě Facebooku to není již příliš dobře možné, z důvodu omezení, které Facebook klade.

Zhao et al. (2008) ale dále podotýkají, že uživatel Facebooku má možnost v ochraně osobních údajů nastavit svůj profil takovým způsobem, díky němuž umožní jedinci prezentovat různé self-images (obrazy sebe) k různým lidem, tak jako je tomu u offline světa. Prvky toho, co uvádí Zhao a jeho kolegové (2008) je možné nalézt i v mém výzkumu, kdy jedinci ke konstrukci své identity používají různé implicitní (skrze členství v různých skupinách na Facebooku) i explicitní (např. mazání označení své osoby na fotografiích) strategie na Facebooku. Zhao et al. (2008) podotýkají, že tento jev byl již v literatuře zkoumán a je odborníky označován jako kulturní self, do kterého spadá výčet oblíbených činností, filmů, hudby jedince apod. U chlapců v mém výzkumu mazání označení své osoby vyskytovalo ve velmi malé míře s porovnáním s dívkami. Nejčastěji tak činili, jestliže se sami sobě na fotografii nelíbili, či pro ně byla fotografie velmi soukromá a neměla být šířena v prostředí „bez hranic“. Chlapci si rovněž sami přidávali v hojném počtu své fotografie na svůj profil a ukazovali tak skrze ně ostatním uživatelům své sociální sítě. Tento jev má rovněž ukotvení v odborné literatuře, kdy Zhao et al. (2008, s. 1825) tento proces přidávání fotografií označují jako vizuální self, které se promítá prostřednictvím velkého počtu vzájemných fotografií, které jakoby říkají: „Dívej se a poznáš mě i mé přátele“ V souvislosti s Goffmannovým

interakčním modelem a nastavení různých typu ochrany jedincova účtu na Facebooku, dochází k tomu, že přední a zadní regiony jsou základnou pro show různých cílových skupin (Zhao et al., 2008).

Takovouto show může být i experimentace s partnerskými vztahy, která se vyskytla u jednoho probanda, kdy tato experimentace má odlišné charakteristiky od klasického virtuálního prostředí, ve kterém jedinec může jednat anonymně. Uživatel má tendenci saturovat fantazijní představu partnerského vztahu a „zkouší“ reakce okolí (facebookového prostředí) na tento vztah. Fantazijní představa sebe samého se prolíná na Facebook, do prostředí, ve kterém by měla být zapovězena. Uživatel tak může jednat z důvodu posílení své prestiže mezi vrstevníky, předjímání toho, co by na tento vztah „řekli“ přátelé či ze zvědavosti, či jak na tento jev bude reagovat dotyčná dívka (dostanou se mu informace týkající se jeho osoby od opačného pohlaví). Alternativou může být pouhá ochrana jedince před velkým počtem přátel, kdy takovéto jednání odvede pozornost od „pravé tváře“ jedince a neumožní na něj hlouběji nahlédnout (např. jedinec je introvert a na Facebooku se chová jako extrovert). Nosko et al. (2010) dospívají k závěrům, že obecně ženy se více otevírají v tradičních sociálních interakcích, na rozdíl od mužů, kteří se cítí pohodlněji v on-line prostředí, kde je kladen menší tlak, aby se chovali v souvislosti s přísnou sociální normou v otevírání se ostatním.

ZÁVĚR

Bakalářská práce se zabývala současnou největší online sociální sítí, jež nese název Facebook a přitahuje pozornost nejen laiků, ale i různých odborníků. Zejména prostřednictvím vědeckých článků bylo možné nahlédnout na charakteristiku Facebooku z různých úhlů pohledu v souvislosti s dnešními adolescenty, kteří jsou částí veřejnosti chápáni jako digitální domorodci, kterým jsou digitální dovednosti vlastní.

Téměř celá práce je prostoupena výzkumem, který byl realizován se čtyřmi studenty gymnázia, metodou individuálních (hloubkových) rozhovorů, které pomohly poodhalit další možný pohled na tuto problematiku v kontextu vývoje etap facebookového uživatelského, komunikace, vztahů, identity a soukromí.

Uživatelé Facebooku prochází několika etapami vývoje uživatelského této sítě, které mají své zákonitosti a odůvodnění. Facebook není uživateli vnímán pouze kladně či záporně, ale dochází k několika paradoxům. Tato práce objevila některé z nich: Facebook versus reálný život a jejich vzájemné prolínání, Touha být na Facebooku (stát se jeho uživatelem) x obava z jeho užívání, Konflikt autentičnosti na Facebooku x skrývání se, Facebook jako podpora sociálních vazeb x útlum sociálních vazeb, Nepřeberné množství přátel, Informace pouze pro určité uživatele, Podpora atraktivity x nepřitažlivost identity a Experimentace s partnerskými vztahy na Facebooku.

Analýza sociálních sítí je interdisciplinární, postrádá jakési jednotící hledisko, kterým by bylo možné na tuto problematiku nahlížet, ovšem prozkoumáním jednotlivých témat sociální sítě Facebook, se přispívá k hlubšímu pohledu na tuto síť v celé její komplexnosti.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A ZDROJŮ

ANDERSON, Beth, Patrick FAGAN, Tom WOODNUTT a Tomas CHAMORRO-
PREMUZIC. Facebook psychology: Popular questions answered by research.
Psychology of Popular Media Culture [online]. 2012, roč. 1, č. 1, s. 23-37 [cit. 2013-03-
18]. ISSN 2160-4142. DOI: 10.1037/a0026452. Dostupné z:
<http://doi.apa.org/getdoi.cfm?doi=10.1037/a0026452>

BARGH, John A., Katelyn Y. A. MCKENNA a Grainne M. FITZSIMONS. Can You
See the Real Me? Activation and Expression of the "True Self" on the Internet. *Journal
of Social Issues* [online]. 2002, roč. 58, č. 1, s. 33-48 [cit. 2013-03-18]. ISSN 0022-
4537. DOI: 10.1111/1540-4560.00247. Dostupné z: [http://doi.wiley.com/10.1111/1540-
4560.00247](http://doi.wiley.com/10.1111/1540-4560.00247)

BARKER, Valerie. Older Adolescents' Motivations for Social Network Site Use: The
Influence of Gender, Group Identity, and Collective Self-Esteem. *CyberPsychology*
[online]. 2009, roč. 12, č. 2, s. 209-213 [cit. 2013-04-18]. ISSN 1094-9313. DOI:
10.1089/cpb.2008.0228. Dostupné z:
<http://online.liebertpub.com/doi/abs/10.1089/cpb.2008.0228>

BENNETT, Sue, Karl MATON a Lisa KERVIN. The "digital natives" debate: A critical
review of the evidence. *British Journal of Educational Technology* [online]. 2008, roč.
39, č. 5, s. 775-786 [cit. 2013-03-18]. ISSN 00071013. DOI: 10.1111/j.1467-
8535.2007.00793.x. Dostupné z: [http://doi.wiley.com/10.1111/j.1467-
8535.2007.00793.x](http://doi.wiley.com/10.1111/j.1467-8535.2007.00793.x)

boyd, d.m. Facebook's Privacy Trainwreck: Exposure, Invasion, and Social
Convergence. *Convergence: The International Journal of Research into New Media
Technologies* [online]. 2008, vol. 14, no. 1, [cit. 2013-01-15]. ISSN 1354-8565. DOI:
10.1177/1354856507084416. Dostupné z:
<http://con.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1354856507084416>

boyd, d.m. a N.B. ELLISON. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* [online]. 2007, vol. 13, no. 1 [cit. 2013-01-08]. Dostupné z: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>

COLLIER, Anne a Larry MAGID. A Parents' Guide to Facebook. In: *ConnectSafely.org: Smart Socializing Starts Here* [online]. 2012 [cit. 2013-01-08]. Dostupné z: <http://www.connectsafely.org/pdfs/fbparents.pdf>

CROSIER, Benjamin S., Gregory D. WEBSTER a Haley M. DILLON. Wired to connect: Evolutionary psychology and social networks. *Review of General Psychology* [online]. 2012, roč. 16, č. 2, s. 230-239 [cit. 2013-04-16]. ISSN 1939-1552. DOI: 10.1037/a0027919. Dostupné z: <http://www.http://psycnet.apa.org/journals/gpr/16/2/230/>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Městské části hlavního města Prahy: Obyvatelstvo a rozloha katastrálních území Prahy 2001-2012. *Český statistický úřad* [online]. 2013 [cit. 2013-04-19]. Dostupné z: http://www.czso.cz/xa/redakce.nsf/i/mesta_a_obce

DLOUHÁ, Marie. „*Becoming a Facebook user*“: *Záhada (ne)opouštění facebooku*. Praha, 2012. 103 s. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd, Institut sociologických studií. Vedoucí práce Mgr. Martin Hájek, PhD.

Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), article 1. <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>

Facebook.com: Vítejte na Facebooku - zaregistrujte se, přihlaste se a zjistěte více [online]. 2013 [cit. 2013-02-13]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/>

Facebook historie. *Prihlaseni-facebook.eu* [online]. 2012 [cit. 2013-02-13]. Dostupné z: <http://www.prihlaseni-facebok.eu/facebok-historie.html>

Facebook Statistics by Continent. SOCIALBAKERS. *Socialbakers.com* [online]. 2012 [cit. 2013-02-13]. Dostupné z: <http://www.socialbakers.com/countries/continents/>

FERJENČÍK, Ján. *Úvod do metodologie psychologického výzkumu: jak zkoumat lidskou duši*. 1. vyd. Praha: Portál, 2000, 256 s. ISBN 80-717-8367-6.

FILLECIA, Marco et al. V čem vlastně spočívá problém Internetu?. In: *Saferinternet.cz: pro bezpečnější internet* [online]. 2011 [cit. 2013-02-03]. Dostupné z: <http://www.saferinternet.cz/pro-rodice/socialni-site>

GOFFMAN, Erving. *Všichni hrajeme divadlo: sebe prezentace v každodenním životě*. Vyd. 1. Překlad Milada McGrathová. Praha: Nakladatelství Studia Ypsilon, 1999, 247 s. ISBN 80-902-4824-1.

GRANOVETTER, Mark S. The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology* [online]. 1973, roč. 78, č. 6 [cit. 2013-03-26]. Dostupné z: <http://www.jstor.org/discover/10.2307/2776392?uid=3737856&uid=2&uid=4&sid=21101824251743>

HAYES, Nicky. *Základy sociální psychologie*. Vyd. 3. Praha: Portál, 2003, 166 s. ISBN 80-717-8763-9.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2005, 407 s. ISBN 80-736-7040-2.

CHEUNG, Christy M.K., CHIU a LEE. Online social networks: Why do students use facebook?. *Computers in Human Behavior* [online]. 2010, č. 27, s. 1337-1343 [cit. 2013-04-16]. Dostupné z: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563210002244>

CHOU, Hui-Tzu Grace a Nicholas EDGE. "They Are Happier and Having Better Lives than I Am": The Impact of Using Facebook on Perceptions of Others' Lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* [online]. 2012, roč. 15, č. 2, s. 117-121 [cit. 2013-04-16]. ISSN 2152-2715. DOI: 10.1089/cyber.2011.0324. Dostupné z: <http://online.liebertpub.com/doi/abs/10.1089/cyber.2011.0324>

CHRISTOFIDES, E., A. MUISE a S. DESMARAIS. Hey Mom, What's on Your Facebook? Comparing Facebook Disclosure and Privacy in Adolescents and Adults. *Social Psychological and Personality Science* [online]. 2011-12-02, roč. 3, č. 1, s. 48-54 [cit. 2013-03-26]. ISSN 1948-5506. DOI: 10.1177/1948550611408619. Dostupné z: <http://spp.sagepub.com/content/3/1/48.full.pdf+html>

KIM, Junghyun a Jong-Eun Roselyn LEE. The Facebook Paths to Happiness: Effects of the Number of Facebook Friends and Self-Presentation on Subjective Well-Being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* [online]. 2011, roč. 14, č. 6, s. 359-364 [cit. 2013-04-16]. ISSN 2152-2715. DOI: 10.1089/cyber.2010.0374. Dostupné z: <http://www.liebertonline.com/doi/abs/10.1089/cyber.2010.0374>

KIRKPATRICK, David. *Pod vlivem Facebooku: příběh z nitra společnosti, která spojuje svět*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2011, 320 s. ISBN 978-80-251-3573-0.

KRAUSE, Kerrielle. Who is the e-generation and how are they faring in higher education?. *Joe Lockard and Mark Pegrum (eds) Brave New Classrooms: democratic education and the internet* [online]. 2007, s. 125-139 [cit. 2013-03-19]. Dostupné z: <http://www.citeulike.org/user/momentum/article/3790448>

KUJATH, Carlyne L. Facebook and MySpace: Complement or Substitute for Face-to-Face Interaction?. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* [online]. 2011, roč. 14, 1-2, s. 75-78 [cit. 2013-04-16]. ISSN 2152-2715. DOI: 10.1089/cyber.2009.0311. Dostupné z: <http://www.liebertonline.com/doi/abs/10.1089/cyber.2009.0311>

KULHÁNKOVÁ, Hana a Jakub ČAMEK. *Fenomén facebook*. 1. vyd. Kladno: Jakub Čamek, 2010, 128 s. ISBN 978-809-0476-400.

LAMPE, Cliff, Nicole ELLISON a Charles STEINFELD. A Face(book) in the Crowd: Social Searching vs. Social Browsing. *Proceedings of the 2006 20th Anniversary Conference on Computer Supported Cooperative Work*. [online]. 2006, s. 167-170 [cit. 2013-04-16]. Dostupné z: https://www.msu.edu/~nellison/lampe_et_al_2006.pdf

LANGMEIER, Josef a Dana KREJČÍŘOVÁ. *Vývojová psychologie*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2006, 368 s. Psyché (Grada). ISBN 80-247-1284-9.

LEŠKOVÁ, Zuzana. *Diskurz sociální sítě se zaměřením na virtuální komunitu Facebook*. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, 2011. 160 s. Vedoucí rigorózní práce Prof. PhDr. Jiří Kraus, DrSc.

LIVINGSTONE, Sonia. Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media & Society* [online]. 2008, roč. 28, č. 3 [cit. 2013-03-26]. Dostupné z: <https://login.ezproxy.is.cuni.cz/connect?session=sbazVrbsWadiWb21&qurl=http%3a%2f%2fnms.sagepub.com%2fcgi%2fdoi%2f10.1177%2f1461444808089415>

MANAGO, Adriana M., Tamara TAYLOR a Patricia M. GREENFIELD. Me and my 400 friends: The anatomy of college students' Facebook networks, their communication patterns, and well-being. *Developmental Psychology* [online]. 2012, roč. 48, č. 2, s. 369-380 [cit. 2013-04-16]. ISSN 1939-0599. DOI: 10.1037/a0026338. Dostupné z: <http://psycnet.apa.org/journals/dev/48/2/369/>

McANDREW, Francis T. a Hye Sun JEONG. Who does what on Facebook? Age, sex, and relationship status as predictors of Facebook use. *Computers in Human Behavior* [online]. 2012, roč. 28, č. 6, s. 2359-2365 [cit. 2013-03-26]. ISSN 07475632. DOI: 10.1016/j.chb.2012.07.007. Dostupné z: <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0747563212002075>

MEYROWITZ, Joshua. *Všude a nikde: vliv elektronických médií na sociální chování*. 1.vyd. Praha: Karolinum, 2006, 341 s. ISBN 80-246-0905-3.

MINIWATTS MARKETING GROUP. Facebook users in the world: Facebook Usage and Facebook Growth Statistics By World Geographic Regions. *Internet World Stats: Usage and Population Statistics* [online]. 2012 [cit. 2013-02-13]. Dostupné z: <http://www.internetworldstats.com/facebook.htm>

NOSKO, Amanda, WOOD a Seija MOLEMA. All about me: Disclosure in online social networking profiles: The case of FACEBOOK. *Computers in Human Behavior* [online]. 2010, č. 26, s. 406-418 [cit. 2013-04-16]. Dostupné z: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563209001836>

O'BRIEN, Deirdre a Ann M. TORRES. Social Networking and Online Privacy: Facebook Users' Perceptions. *Irish Journal of Management* [online]. 2012, roč. 31, č. 2 [cit. 2013-04-16]. Dostupné z: <http://connection.ebscohost.com/c/articles/74485990/social-networking-online-privacy-facebook-users-perceptions>

PALFREY, John a Urs GASSER. *Born digital: understanding the first generation of digital natives*. New York: Basic Books, 2008, vii, 375 s. ISBN 978-046-5005-154.

PALFREY, John a Urs GASSER. Reclaiming an Awkward Term: What we Might Learn from "Digital Natives". *I/S: A JOURNAL OF LAW AND POLICY FOR THE INFORMATION SOCIETY* [online]. 2011, roč. 7, č. 1 [cit. 2013-03-19]. Dostupné z: <http://moritzlaw.osu.edu/students/groups/is/files/2012/02/Palfrey.pdf>

PRENSKY, Marc. Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon* [online]. 2001, roč. 9, č. 5 [cit. 2013-02-02]. Dostupné z: <http://www.marcprensky.com/writing/prensky%20-%20digital%20natives,%20digital%20immigrants%20-%20part1.pdf>

PRENSKY, Marc. Digital natives, digital immigrants, Part II: Do They Really Think Differently?. *On the Horizon* [online]. 2001, roč. 9, č. 6 [cit. 2013-02-02]. Dostupné z: <http://www.marcprensky.com/writing/prensky%20-%20digital%20natives,%20digital%20immigrants%20-%20part2.pdf>

PROKEŠ, J. *Člověk a počítač: aneb svítání digitální kultury*. 1. vyd. Praha: Sursum, 2000, 86 s. ISBN 80-857-9982-0.

Psychologické otázky adolescence: sborník příspěvků. Vyd. 1. Editor Oliva Řehulková, Evžen Řehulka. Brno: Psychologický ústav Akademie věd ČR Brno a Nakladatelství Albert, 2001, 141 s. ISBN 80-732-6001-8.

Putnam, R. D. *Bowling Alone: collapse and revival of American community*. The New York: Simon & Schuster, 2000.

RAACKE, John a Jennifer BONDS-RAACKE. MySpace and Facebook: Applying the Uses and Gratifications Theory to Exploring Friend-Networking Sites. *CyberPsychology* [online]. 2008, roč. 11, č. 2, s. 169-174 [cit. 2013-04-24]. ISSN 1094-9313. DOI: 10.1089/cpb.2007.0056. Dostupné z: <http://connection.ebscohost.com/c/articles/31696364/myspace-facebook-applying-uses-gratifications-theory-exploring-friend-networking-sites>

RAŠÍN, Robin. Uživatelé Facebooku - mezinárodní srovnání. In: *Czso.cz* [online]. 2012 [cit. 2013-02-13]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/uzivatele_facebooku

REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, 327 s. ISBN 80-717-8926-7.

ROSS, Craig, ORR, ARSENEAULT, SIMMERING, a R. Robert ORR. Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior* [online]. 2009, č. 25, 578–586 [cit. 2013-04-16]. Dostupné z: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563208002355>

SHELDON, Kennon M., Neetu ABAD a Christian HINSCH. A two-process view of Facebook use and relatedness need-satisfaction: Disconnection drives use, and connection rewards it. *Psychology of Popular Media Culture* [online]. 2011, roč. 1, S, s. 2-15 [cit. 2013-04-16]. ISSN 2160-4142. DOI: 10.1037/2160-4134.1.S.2. Dostupné z: <http://psycnet.apa.org/index.cfm?fa=buy.optionToBuy&id=2011-01596-001>

SHIH, Clara. *The Facebook era: tapping online social networks to build better products, reach new audiences, and sell more stuff*. Boston: Prentice Hall, 2009. ISBN 978-013-7152-223.

SOCIALBAKERS. Czech Republic Facebook Statistics. *Socialbakers.com* [online]. 2012 [cit. 2013-02-13]. Dostupné z: <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/czech-republic>

ŠMAHEL, David. *Psychologie a internet: děti dospělými, dospělí dětmi*. Praha: Triton, 2003, 158 s. Psychologická setkávání, sv. 6. ISBN 80-725-4360-1.

ŠVARŤÍČEK, Roman a Klára ŠEĎOVÁ. *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Vyd. 1. Praha, 2007. ISBN 978-80-7367-313-0.

TANNER, Lindsey. Docs warn about Facebook use and teen depression. *Washington Times* [online]. 2011 [cit. 2013-04-16]. Dostupné z: <http://p.washingtontimes.com/news/2011/mar/28/docs-warn-about-facebook-use-and-teen-depression/print/>

TONG, Stephanie Tom, Brandon VAN DER HEIDE, Lindsey LANGWELL a Joseph B. WALTHER. Too Much of a Good Thing? The Relationship Between Number of Friends and Interpersonal Impressions on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication* [online]. 2008, roč. 13, č. 3, s. 531-549 [cit. 2013-04-16]. ISSN 10836101. DOI: 10.1111/j.1083-6101.2008.00409.x. Dostupné z: <http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=c725f19d-18f7-4fe5-9581-5cb4249adcf0%40sessionmgr115&hid=117>

VÁGNEROVÁ, Marie. *Vývojová psychologie I.: dětství a dospívání*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2008, 467 s. ISBN 978-802-4609-560.

VALKENBURG, Patti M., Jochen PETER a Alexander P. SCHOUTEN. Friend Networking Sites and Their Relationship to Adolescents' Well-Being and Social Self-Esteem. *CyberPsychology* [online]. 2006, roč. 9, č. 5, s. 584-590 [cit. 2013-03-26]. ISSN 1094-9313. DOI: 10.1089/cpb.2006.9.584. Dostupné z: <http://www.liebertonline.com/doi/abs/10.1089/cpb.2006.9.584>

Výběr okruhu osob pro sdílení. In: *Facebook* [online]. © 2013 [cit. 2013-02-18]. Dostupné z: <http://www.facebook.com/help/privacy/sharing-choices>

Zásady komunity na Facebooku: Totožnost a soukromí. In: *Facebook* [online]. © 2013 [cit. 2013-03-27]. Dostupné z: <http://www.facebook.com/communitystandards>

ZHAO, Shanyang, Sherri GRASMUCK a Jason MARTIN. Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior* [online]. 2008, č. 24, s. 1816-1836 [cit. 2013-04-16]. Dostupné z: <http://astro.temple.edu/~bzhao001/Identity%20Construction%20on%20Facebook.pdf>

SEZNAM PŘÍLOH

PŘÍLOHA A – Kódy z otevřeného kódování.....	I
PŘÍLOHA B – Paradigmatické modely.....	III
PŘÍLOHA C – Slovníček základních pojmů užívaných na Facebooku.....	VII
PŘÍLOHA D – Ukázka rozhovoru.....	IX