

ABSTRAKT

Facebook se v posledních letech stal významným komunikačním a interakčním médiem a sociálním fenoménem, který přitahuje pozornost zejména pro svoji širokou základnu uživatelů, vyvolává otázky bezpečí, „závislosti“, identity a sebe prezentace. Práce *Becoming a Facebook User* (název je inspirován článkem Howarda Beckera) se zaměřuje především na problematiku (ne)opouštění – kvalitativními metodami zkoumá facebookovou „závislost“. Prostřednictvím etnografických rozhovorů a analýzy založené na interakcionistickém přístupu Ervinga Goffmana, rozšířeného o myšlenky Joshuy Meyrowitze odhaluje facebookové uživatelství jako kariéru a nikoliv stav. Analýza jednotlivých etap uživatelství ukazuje na hlavní důvod „závislosti“ – střední zónu – tedy místa, kde se střetávají různá publika, a které nabízí možnost kontaktu se širokým počtem osob z rozličných prostředí. Práce upozorňuje na to, že střední zóna poskytuje svému uživateli výhody, pokud zde dochází k efektivnímu managementu interakčních regionů, který má zabránit přehlčení, tj. nepřehlednosti. V rámci kariéry se uživatelé učí regiony spravovat, což znamená investice času a úsilí. Spolu s výhodami, které takto řízená střední zóna má, to má za důsledek, že se jen těžko opouští – tento princip je připodobněn k California Hotel efektu. Práce nabízí i možnou variantu budoucího vývoje – upozorňuje na hrozbu přehlčení facebookové střední zóny, což by mohlo vést k opuštění Facebooku jako konkrétního produktu. Ovšem facebook jako možnost interakce a komunikace ve střední zóně se dle autorky může zachovat nezávisle na tom, v rámci jaké konkrétní technologie bude fungovat, což můžeme pojmenovat jako (ne)opouštění F/facebooku.

KLÍČOVÁ SLOVA:

facebook, Erving Goffman, interakční regiony, střední zóna, California Hotel efekt